

Apr.  
2020

Continental 

# REIFEN MAGAZIN



## Gemeinsam stark

Vertrieb für Pkw- und Lkw-Reifen vereint

# Im Heft

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>2</b>	<b>Auf einen Blick</b>	
<b>Editorial</b>		Tour de France 2020 führt durch alle Berge	<b>14</b>
Herausforderungen gemeinsam bestehen	<b>3</b>	ContiOnlineContact wird weiter ausgebaut	<b>14</b>
<b>Meinung</b>	<b>4</b>	Winterreifenpflicht für Lenkachsen	<b>14</b>
<b>Aktuelles</b>		Mit der ContiChiliChallenge gewinnen	<b>15</b>
Der Reifen der Zukunft	<b>5</b>	Modellvariante: EcoContact™ 6 Q	<b>15</b>
Von eTIS bis ContiConnect Live	<b>5</b>	Millionen-Investitionen in Korbach	<b>16</b>
Die beste Lösung für jede Situation	<b>5</b>	ContiConnect™ prämiert	<b>16</b>
		ContiTeamTrophy: immer bestens informiert	<b>17</b>
<b>Titelstory</b>			
<b>Die Vertriebsorganisationen für Pkw- und Lkw-Reifen werden vereint</b>	<b>6</b>		
<b>Hinter den Kulissen</b>		<b>Management</b>	
Immer breiter, stärker und schneller	<b>10</b>	Reklamationen als Chance begreifen	<b>18</b>
Drei Fragen an ...	<b>10</b>	Verstecktes Potenzial nutzen	<b>18</b>
Philipp Mendelski ist Produktmanager für UUHP-Reifen	<b>10</b>	Kunden ernst nehmen	<b>18</b>
<b>Produkt und Technik</b>		<b>Gut zu wissen</b>	
Der neue Uniroyal RainSport 5	<b>11</b>	Informatives und Unterhaltsames rund um Straße, Reifen und Branche	<b>19</b>
Werkstattgespräch	<b>12</b>		
Winterreifen im Test	<b>12</b>		
Der neue Semperit SPEED-LIFE 3	<b>13</b>		



## Das Beste zuerst: 250.000 Reifen mit Cokoon

Die Serienfertigung mit Cokoon hat begonnen. Die neue nachhaltigere Haftsyste-  
 Technologie ermöglicht die Verbindung von textilen Festigkeitsträgern mit Gummi-  
 mischungen, ohne den Einsatz von Resorcin und Formaldehyd im Textiltauchbad. Die  
 Entwicklungspartner Continental und Kordsa bieten Cokoon allen anderen Reifen-  
 herstellern und ihren Zulieferern als Open-Source-Lösung an.

Während der Frühling uns die ersten warmen Sonnenstrahlen schenkt und die Umrüstzeit vor der Tür steht, meiden Menschen zunehmend den öffentlichen Raum und reduzieren ihre sozialen Kontakte auf ein Minimum. Das Corona-Virus verändert unser Leben in einer bislang nicht für möglich gehaltenen Art und Weise. Und manches, das bislang überaus wichtig zu sein schien, rückt für einen Augenblick in den Hintergrund. Deshalb fällt es mir schwer, in dieser außergewöhnlichen Zeit an dieser Stelle über unser Tagesgeschäft zu informieren oder auf die gewohnt guten Testergebnisse unserer Produkte hinzuweisen. Stattdessen rückt die wachsende Sorge um unser aller Gesundheit und um das Wohl unserer Gesellschaft in den Mittelpunkt. Lassen Sie uns diese Herausforderung, für die man kaum Worte finden kann, gemeinschaftlich und besonnen bestehen.

## Herausforderungen gemeinsam bestehen



Frank Jung bedankt sich bei allen Handelspartnern für das anhaltende Vertrauen in schwieriger Zeit.

Längst hat sich das Virus erheblich auf die industrielle Produktion und den weltweiten Warenfluss ausgewirkt. Continental hat deshalb in allen betroffenen Ländern die durch die Behörden empfohlenen und gesetzlichen Vorgaben umgesetzt und durch eigene Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen ergänzt. Wir tun alles, was möglich ist, um Sie vor Ort in Ihrem Geschäft auch unter diesen Umständen bestmöglich zu unterstützen. So haben wir in den vergangenen Wochen unsere Warenbestände in den regionalen Distributionszentren bereits systematisch erhöht. Und sie bleiben auch geöffnet, solange dies durch die lokalen Verwaltungsbehörden zugelassen wird.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Vertrieb und im Order Desk bleiben weiterhin für Sie da. Wir werden auch weiterhin eng mit Ihnen zusammenarbeiten, den Kontakt aufrechterhalten und Sie kontinuierlich und transparent über die weiteren Entwicklungen informieren. Vorhersehbar ist in diesen Tagen wenig. Sicher ist nur, dass die Situation dynamisch bleibt, weil wir den Höhepunkt der Pandemie in Deutschland noch vor uns haben.

An dieser Stelle möchte ich mich auch im Namen meines Teams für Ihr anhaltendes Vertrauen und die partnerschaftliche Zusammenarbeit bedanken. Bitte bleiben Sie gesund.

Ihr  
F. Jung

Der Digitalisierungsprozess verändert die Betriebe des Reifenhandels. Die Dringlichkeit und die Chancen werden zunehmend anerkannt. Die Kommunikation über Onlinemedien wird immer besser.



Die Digitalisierung der Prozesse von der Terminvereinbarung über die Fahrzeugannahme bis zur Steuerung der Werkstatt bietet neue Chancen für Reifen- und Kfz-Dienstleister.

## Verbraucher wollen online kommunizieren; Handwerk zieht mit

Die Digitalisierung verändert die Kommunikation im deutschen Handwerk. So gut wie alle Handwerksbetriebe haben mittlerweile eine eigene Homepage (97 Prozent). 84 Prozent haben sich in Online-Verzeichnisse wie Google Maps oder werliefertwas.de eingetragen. Drei von zehn Betrieben sind in sozialen Netzwerken wie Pinterest, Facebook, Instagram oder YouTube aktiv. Jeder vierte Betrieb ist bei Bewertungsplattformen gelistet, jeder sechste (14 Prozent) ist auf Online-Plattformen wie MyHammer oder Treatwell aktiv. Bei jedem dritten Betrieb, der angibt, online aktiv zu sein, kümmert sich der Chef persönlich um die Online-Aktivitäten. 43 Prozent setzen einen externen Dienstleister ein.

Niklas Veltkamp  
Geschäftsleiter  
Bitkom e. V. (Digitalverband Deutschlands)  
Berlin

## Die Kunden sind informierter; die Werkstätten auch

Durch das Internet und die Massendigitalisierung haben Kunden und Käufer an Information, an Macht und an Einfluss auf die Produzenten und Dienstleister gewonnen. Sie können sich besser informieren und sie können sich besser artikulieren. Aber viele Varianten der Digitalisierung erweitern auch die Handlungsoptionen der Anbieter. Informationen über Kunden, ihre Wünsche, Präferenzen und Handlungen können unter Einbeziehung aller intern und extern verfügbaren Daten analysiert und Handlungsmuster abgeleitet werden, die individualisierte Ansprachen auf einen spezifischen Bedarf ermöglichen. Ziel ist es, zukünftige Bedarfe treffsicher vorherzusehen.

Patrick Adams  
Management Consultants  
Horváth & Partners GmbH  
Stuttgart

## Hohe Eintrittshürden für neue Spieler im Reifenhandel

Die Gefahr, dass branchenfremde Neueinsteiger den Reifenhandel aufmischen, ist eher gering. Im Großhandel würden sich Angreifer schwer tun: Die etablierten Spieler haben einen umfassenden Erfahrungsschatz gesammelt und, teilweise in jahrzehntelanger Zusammenarbeit, exzellente Beziehungen zu den Reifenherstellern aufgebaut.

Auch im Reifeneinzelhandel geht von neuen Spielern kaum ein Risiko für die etablierten Akteure aus. Diese verfügen in der Regel über jahrelang gewachsene Beziehungen zu Flottenbetreibern und anderen Großkunden sowie ein dichtes lokales Netzwerk. Versuche, mit den alteingesessenen Anbietern gleichzuziehen, wären für Neueinsteiger mit erheblichem Aufwand verbunden.

Im B2C-Onlinehandel ist es durchaus möglich, dass neue Spieler aktiv werden wollen. Allerdings stünden diese vor der Herausforderung, schnell eine kritische Umsatzgröße zu erreichen, um ihr Geschäft skalieren zu können. Gleichzeitig wären die Profilierung der Marke sowie der Aufbau eines Partnernetzwerkes erforderlich.

Im Blick behalten sollten die Reifenhändler jedoch die Aktivitäten der Autohersteller. Sie entdecken die Reifen zunehmend als Mittel zur Kundenbindung, wobei der etablierte Reifenhandel außen vor bleibt.

Alexander Brenner  
Unternehmensberatung  
Roland Berger GmbH  
Berlin

# Der Reifen der Zukunft

## Die Technologiestudie Conti C.A.R.E. für unterschiedliche Fahrzeugkonzepte

Der Entwurf eines Reifens für die Mobilität von morgen ermöglicht dank Elektrifizierung und Konnektivität von Rad und Reifen ein nachhaltiges Reifenmanagement. Der Name steht für **Connected. Autonomous. Reliable. Electrified.**



Die Technologiestudie Conti C.A.R.E. beschreibt ein fein justiertes Zusammenspiel von Rad- und Reifen-Technologie sowie die Steuerbarkeit ihrer erwünschten Leistungseigenschaften. Herzstück des Zukunftsrades sind leistungsstarke IT-Schnittstellen sowie hochsensible Sen-

soren, die in der Reifenstruktur permanent zentrale Betriebsdaten ermitteln und in Echtzeit an das Bordsystem melden, wo sie ausgewertet werden und für verschiedene Anwendungen zur Verfügung stehen. Grundlage für diese Entwicklung ist die Annahme der Techniker,

dass ein großer Teil der individuellen Mobilität von morgen mit autonom fahrenden, elektrisch angetriebenen Fahrzeugen abgedeckt wird, die absolut zuverlässig agieren und untereinander Daten austauschen, um beispielsweise die Fahrsicherheit zu erhöhen.

### Von eTIS bis ContiConnect Live

Die meisten Komponenten von Conti C.A.R.E. sind bereits einzeln erprobt und werden nun intelligent verknüpft



Die Daten aller Reifen einer Fahrzeugflotte lassen sich zentral in Echtzeit überwachen.

Conti C.A.R.E. ist ein ganzheitliches Rad-Reifen-Konzept, das darauf abzielt, die Reifen-Performance jederzeit optimal an unterschiedlichste Fahrzeugkonzepte, Witterungsbedingungen und Fahrbahngegebenheiten anzupassen. Gleiches gilt für die Erfordernisse an die Konnektivität – also die funktechnische Verbindung mit modernen Cloud-Systemen. Die Integration von ContiConnect Live ermöglicht Flottenbetreibern außerdem, ihre Fahrzeuge zu überwachen.

### Die beste Lösung für jede Situation

Conti C.A.R.E. kombiniert Sensoren mit Maßnahmen der typischen Reifenentwicklung und Adaptronik



Conti C.A.R.E.-Reifen verfügen unter anderem über Sensoren in der Reifenstruktur.

Der Reifen registriert ein Problem, beispielsweise Aquaplaning, meldet die Gefahrenstelle via Bordcomputer an andere Fahrzeuge und stellt maximale Sicherheit her, indem er die Aufstandsfläche durch Reduzierung der Breite zwischen den Felgenhörnern verringert und den Fülldruck erhöht. Ebenso wäre er in der Lage, Luftdruck und Breite so auf Umgebungsverhältnisse einzustellen, dass Abrieb, Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen minimiert werden.





# Gemeinsam stark

Vertriebsorganisationen werden zusammengeführt

Die Vertriebsorganisationen für Pkw-Reifen auf der einen und für Bus- und Lkw-Reifen auf der anderen Seite wachsen zusammen. Unter der Leitung von Frank Jung und Henning Mühlenstedt entstehen neue Strukturen, in denen zum Wohle der Kunden die Schlagkraft erhöht, die Flexibilität gesteigert und die Reaktionsfähigkeit verkürzt werden sollen.

Continental wird Marketing und Vertrieb in Deutschland eine neue Struktur geben. Dabei werden die bislang nach den Produkten Pkw- und Lkw-Reifen getrennten Bereiche zusammengeführt. Frank Jung,

eng miteinander verbunden und unter einer Führung“, sagt Frank Jung. „In Deutschland waren wir vor allem wegen der Größe des Marktes bislang parallel organisiert.“

Hintergrund sind Eingriffe in eine bewährte und gut funktionierende Organisationsstruktur durchaus ein sensibles Thema.

„Allerdings ist es unsere Aufgabe, permanent über den Ist-Zustand hinauszudenken“, erklärt Frank Jung. „Es reicht nicht aus, auf kurzfristige Phänomene einzugehen. Stattdessen müssen wir fundamental wirkende, nachhaltige Trends identifizieren, um überlegenen Kundennutzen zu generieren. Denn nur auf diese Weise können wir Wettbewerbsvorteile erzielen.“



„Wir wollen in naher Zukunft maßgeschneiderte Lösungen und Dienstleistungen bieten.“

Frank Jung, neuer Leiter RErS G D

Und tatsächlich ist Deutschland nicht nur die Heimat, sondern auch einer der wichtigsten Märkte für das Unternehmen. Denn hier sind schließlich rund 48 Millionen Pkw und mehr als drei Mil-

lionen Lkw zugelassen. Die European Tyre & Rubber manufacturers association (ETRma) rechnet in diesem Jahr mit einem Ersatzbedarf von mehr als 26 Millionen Sommer- und Ganzjahresreifen allein für Pkw, SUVs und Vans. Hinzu kommen rund 22 Millionen Winterreifen. 2019 verzeichnete das deutsche Ersatzgeschäft für Lkw- und Bus-Reifen ein Volumen von fast 1,6 Millionen Stück. Über alle Divisionen hinweg erwirtschaftete der Konzern hier 20 Prozent des weltweiten Gesamtumsatzes. Vor diesem

der bislang das Pkw-Reifen Ersatzgeschäft Deutschland führte, wird die neue Organisation als Leiter des Reifen-Ersatzgeschäfts Deutschland führen. Henning Mühlenstedt, der seit 2017 als Leiter für Marketing und Vertrieb D/A/CH Bus- und Lkw-Reifen agierte, übernimmt die Leitung der zusammengeführten Vertriebsorganisationen.

Die zunehmende Komplexität der Reifenbranche, unter anderem durch die unvermeidbare Digitalisierung auf Prozessebene – zunehmend gepaart mit ökologischen Aspekten und weiter steigendem Veränderungsdruck in immer kürzeren Intervallen – stellt für viele Händler in Deutschland mittlerweile eine deutlich spürbare Herausforderung dar, die in steigende Erwartungen an eine stabile und langfristige Partnerschaft mit den Zulieferern auf Seiten der Industrie münden.

Diese Organisationsform ist bei Continental kein Novum. „Insbesondere in den kleineren Märkten sind die Bereiche Pkw- und Lkw-Reifen schon seit geraumer Zeit



Vom Continental EcoContact™ 6 für kleine und Mittelklasse Pkw wie den Ford Focus Aktive 2 ...



... über den SportContact™ 6 für hochmotorisierte Limousinen und Supersportler wie den TECHART 718 Cayman ...



„Im Zuge dieser Entwicklung wünschen sich unsere Kunden eine Continental-Vertriebsorganisation, die den Dienstleistungscharakter noch stärker in den Mittelpunkt stellt als wir das bisher ohnehin schon tun und damit als Werttreiber für ihr Unternehmen fungiert“, sagt Henning Mühlenstedt. „Und in diesem Zusammenhang wächst das Interesse unserer Kunden an hochspezialisierten Fähigkeiten, Know-how, Prozessmanagement und kooperativer Wertschöpfung.“ Dabei gehe es nicht nur um das Bestehen einzelner Fachhandels-Betriebe in zunehmend schwierigen Zeiten, sondern letztlich um die Zukunftsfähigkeit weiter Teile der Branche. „Und dieser Herausforderung müssen wir uns stellen.“



„Es wächst das Interesse unserer Kunden an hochspezialisierten Fähigkeiten.“

Henning Mühlenstedt, neuer Leiter Vertrieb RErsG D

Vor diesem Hintergrund kam man zu dem Schluss, dass es im Sinne des Handels zielführender ist, die Ressourcen der Vertriebsorganisationen von Pkw-Reifen auf der einen und Lkw-/Bus-Reifen auf der anderen Seite zu bündeln, statt beide Organisationen parallel zueinander weiterzuentwickeln. Der Umwandlungsprozess wurde schon vor einiger Zeit angestoßen

und intensiv kommuniziert. Das Projekt umfasst diverse Bereiche – einschließlich Flotten- und Großkunden bis hin zu den Organisationseinheiten für Kommunikation und Events. In diversen Workshops arbeiteten die Teams gemeinsam aus, welche Aufgaben wie integriert und strukturiert werden können. „Dabei hatten wir nicht nur unsere Kunden im Blick, sondern auch deren Kunden“, erklärt Henning Mühlenstedt. „Denn wir wollen nicht zuletzt künftig noch besser darin werden, Trends frühzeitig zu erkennen und Chancen konsequenter zu nutzen. Und weil wir in beiden Vertriebsorganisationen über hervorragende Mitarbeiter verfügen, die sich mit ihrem spezifischen Kunden- und Marktwissen nicht als letztes, sondern als erstes Glied der Kette zwischen uns und dem Handel sehen, ist jeder Einzelne bei Continental von den Chancen überzeugt, die sich aus der Zusammenführung ergeben.“

In der neuen Struktur will man künftig noch flexibler auf die Anforderungen der Handelskunden und der Endverbraucher eingehen können. Frank Jung ist überzeugt: „Durch das Zusammenwachsen werden die nötigen Abstimmungsprozesse schneller; damit können wir besser auf Veränderungen am Markt reagieren. Wir wollen maßgeschneiderte Lösungen und Dienstleistungen für unsere Handelskunden und Endverbraucher entwickeln, ähnlich wie sie heute schon bei Lkw-Reifen üblich sind. So werden wir Serviceleistungen kreieren, die sich eng am Verbraucher- und Handelsbedarf orientieren. Unsere Vision ‚Eine Continental für alle Kunden‘ wird nun gelebte Realität.“



... bis hin zum VanContact™ Eco für Vans und Transporter wie den Mercedes Sprinter ...



... sowie Busse und schwere Lkw bietet Continental dem Handel für alle Produkte einen einzigen Ansprechpartner im Vertrieb.





Der SportContact™ 6 unterstreicht die besondere Kompetenz von Continental im UUHP-Bereich und setzt sowohl in der Serienproduktion als auch im gehobenen Tuning-Segment neue Maßstäbe.

## »Die Komplexität der Artikel wächst«

### Drei Fragen an... Philipp Mendelski

#### Herr Mendelski, was macht den besonderen Reiz ihrer Tätigkeit aus?

Die Arbeit ist ausgesprochen abwechslungsreich und liefert auch nach Jahren noch neue Einblicke und Erkenntnisse. Hinzu kommt, dass man in kaum einem anderen Unternehmen und in kaum einer anderen Tätigkeit ein Produkt so intensiv begleiten kann - von der Idee über die Entwicklung bis zur abschließenden Markteinführung.

#### Welche Herausforderungen gilt es im wesentlichen zu meistern?

Die stetig wachsende Komplexität der Artikel. Außerdem wird es zunehmend schwerer, externen Anforderungen beispielsweise der Gesetzgeber zu entsprechen, gleichzeitig wirtschaftliche, ökologische und Sicherheitsaspekte zu berücksichtigen und dabei ein ausgewogenes High-End-Produkt anbieten zu können.

#### Welche persönlichen Eigenschaften sind dafür von Vorteil?

Ohne eine große Produkt- und Fahrzeugaffinität geht es nicht. Außerdem ist eine analytische Denkweise gefragt, gepaart mit ausgeprägter Teamfähigkeit in einem interkulturellen Umfeld.

## Immer breiter, stärker und schneller

### Philipp Mendelski ist Produktmanager UUHP-Reifen

Wenn es um die High-End-Produkte wie den SportContact™ 6 geht, gibt es im Produktmanagement einen zentralen Ansprechpartner: Philipp Mendelski.

Als Produktmanager UUHP-Sommerreifen ist Philipp Mendelski seit 2018 verantwortlicher Marketing-Repräsentant in neuen Reifen-Entwicklungsprojekten über den gesamten Zeitraum von der Idee bis zur Markteinführung. Zu Continental stieß der 35-Jährige 2010 - zunächst als Produktmanager Lkw-Reifen. Zu den Pkw-Reifen wechselte er 2014. Vier Jahre arbeitete er als Produktmanager Continental Portfolio Experte Sommer Pkw, ehe er sich schließlich ganz auf die UUHP-Reifen konzentrierte.

Bevor Philipp Mendelski zu Continental stieß, absolvierte er ein duales BWL-Stu-

dium an der FHDW Hannover und arbeitete im Produktmanagement der Dirk Rossmann GmbH. Mit dem Wechsel zu



Philipp Mendelski

Continental machte er sein Hobby zum Beruf. Denn auch in der Freizeit dreht sich für Philipp Mendelski fast alles ums Automobil. Neben den Autos und verschiedenen Fahr-

zeugtreffen gilt seine Leidenschaft dem Kickboxen. Entspannung vom Job findet er außerdem im Kreise der Familie und beim Grillen.

## Performance, Markt, Kommunikation

### Viele Aufgaben, ein Ziel: maximaler Produkterfolg

Das Produktmanagement bestimmt neue Produkte und Größen. Ziel ist dabei, die Komplexität möglichst gering zu halten. Davon profitiert auch der Handel.

Bestes Beispiel für ein UUHP-Produkt im High-End-Segment ist der Continental SportContact™ 6. Der Hochleistungs-Sommerreifen bietet extreme Performance und größtmögliche Sicherheit bei Geschwindigkeiten bis zu 350 km/h für Supersportler wie den Audi R8.

Um dieses außergewöhnliche Leistungsniveau zu ermöglichen, entstand ein völlig neues Produkt, für das die Techniker die chemische Zusammensetzung der Lauffläche, das Profildesign sowie die

Reifenkonstruktion quasi neu erfunden haben. Als Produktmanager war Philipp Mendelski von Anfang an in alle Arbeitsschritte eingebunden. Und während der SportContact™ 6 noch immer Testsiege einfährt, arbeitet er bereits am Nachfolgemodell. Philipp Mendelskis Mission: maximale Produkt-Performance bereitstellen, eine gute Kommunikationsstrategie entwickeln und eine optimale Marktdeckung mit den angebotenen Dimensionen erzielen.



Im High Performance Technology Center (HPTC) in Korbach, wo auch UUHP-Reifen gefertigt werden, machen Sensoren und Computersteuerung, Datenspeicher und Leistungsreserven aus herkömmlichen Produktionsmaschinen weltweite Einzelstücke.



## Neuer Nässeprofi für Pkw und SUVs

### Der Uniroyal RainSport 5 verbindet attraktive Optik mit zuverlässiger Qualität

Mit einer Kombination aus verbesserter Laufleistung, präzisiertem Trockenhandling und höchster Nässeperformance bietet das neue Flaggschiff der Uniroyal Sommerreifen jederzeit exzellente Sicherheit und maximalen Fahrspaß.

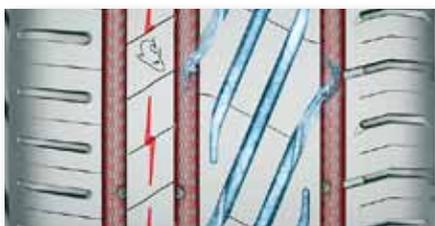
Der bewährte Uniroyal RainSport 3 verfügte bereits über eine außergewöhnliche Nässeperformance. Im brandneuen RainSport 5 ist es den Entwicklern gelungen, die Laufleistung um beeindruckende 15 Prozent zu steigern, gleichzeitig die Handlingqualität spürbar anzuheben und das Abrollgeräusch zu reduzieren, ohne beim Niveau auf Nässe Zugeständnisse zu machen. So erreichen alle neuen Produkte den EU-Reifenlabel-Wert A im Nassbremsen.

Gelungen ist dies unter anderem durch ein optimiertes Profildesign mit innovativen Lamellen und einer verstärkten Zwillingsblockstruktur in der Außenschulter. Das Markenzeichen bleibt die Shark Skin Technology, die für den RainSport 5 noch einmal weiterentwickelt wurde. Dabei flossen Erkenntnisse über die strömungsgünstige Uneinheitlichkeit in der Hautoberflächenstruktur des Hais gut sichtbar in verschiedene Bereiche der Umlaufrillen ein.

Die Lieferpalette umfasst zunächst 120 Pkw- und SUV-Dimensionen für Felgen zwischen 15 und 21 Zoll Durchmesser – darunter viele mit Felgen-schutzrippe und/oder XL-Markierung für erhöhte Tragfähigkeit. Das entspricht einer Gesamtmarktabdeckung von 91 Prozent bei Standard-Sommerreifen. Die Geschwindigkeitsfreigaben reichen bis 300 km/h. Mit dem RainSport 5 hat Uniroyal insgesamt 18 neue Größen in das Programm aufgenommen.

### Bestleistungen auf Nässe

Mit weiterentwickelter Shark Skin Technology und innovativen Lamellen



Beim neuen Uniroyal RainSport 5 leiten innovative Lamellen das Wasser in die Umlaufrillen und beschleunigen damit die Ableitung. Mit abnehmender Restprofiltiefe öffnen sich die Lamellen und wirken so dem Effekt nachlassender Wasserverdrängung entgegen. Daraus resultiert sicheres Fahren auch unter schwierigen Nässebedingungen.

### Verbesserte Laufleistung

Mit optimiertem Profildesign und festerer Reifenschulter



Der Uniroyal RainSport 5 verfügt über eine neuentwickelte Reifenmischung mit einer geringeren Abnutzungsrate. Die verbesserte Steifigkeit im Schulterbereich sorgt für optimierte Blockbewegung und weniger Profilverschleiß. Das optimierte Profildesign führt zu gleichmäßigem Auflagedruck für eine optimierte Laufleistung und Geräuschperformance.

### Optimiertes Handling

Mit einer verstärkten Zwillingsblockstruktur an der Außenschulter



Im Uniroyal RainSport 5 unterstützt eine optimierte Laufstreifenbasis das Handling auf trockenen Straßen. Zusätzlich gewährleistet die verstärkte Zwillingsblockstruktur an der Außenschulter eine präzise Kraftübertragung und Seitenführung. Breite und feste Mittelrippen sorgen für exzellente Fahrstabilität und perfekten Geradeauslauf.



Jeder Radwechsel erfordert Wachsamkeit.

# Werkstattgespräch

## Den Reifenfülldruck bei der Montage prüfen

Häufig nutzt der Handel die Wintermonate für die Vorbereitung auf die Umrüstung im Frühjahr. Eingelagerte Kundenräder werden überprüft, gegebenenfalls nachgewuchtet und unter Umständen mit neuen Reifen bestückt und der Fülldruck wird angepasst. Doch das reicht nicht.

Ehe diese Räder wieder montiert werden, vergehen oft Wochen. Auch die Räder, die Kunden selbst in der Garage eingelagert haben, werden nun aus dem Winterschlaf geweckt. Bei beiden stellt sich während der Montage die Frage nach dem Fülldruck. Denn der geht aufgrund physikalischer Prozesse (Diffusion) im Laufe der Zeit zurück und muss deshalb in der Werkstatt überwacht werden.

Kam es während der Einlagerungszeit zu übermäßigem oder ungleichmäßigem Druckabfall, wird Ursachenforschung dringend empfohlen. Stefan Heffel vom Technischen Kundendienst (TKD) Continental rät, „zunächst zur Untersuchung auf Verletzungen oder Einstiche durch Fremdkörper. Auch besteht die Möglichkeit, dass Korrosionsbildung zwischen Felge und Reifenwulst im Dichtbereich zu Druckverlust führen kann. Ebenso

sollte die Dichtigkeit des Ventils geprüft werden.“ Gerade bei Verwendung von Metall-Schraub-Ventilen oder RDKS-Sensoren könnten Alterungs- und Korrosionseinflüsse zu Undichtigkeiten führen. „Eine geeignete Ventilkappe ist in jedem Falle unerlässlich.“



„Reifendruck-Messgeräte müssen alle zwei Jahre geeicht werden.“

Stefan Heffel, Kundendienst Continental

Da die Lebensdauer und Sicherheit eines Reifens maßgeblich vom richtigen Fülldruck abhängig ist, wurde dieser Wert gemeinsam von Reifen- und Fahrzeugherstellern für jedes Fahrzeug individuell festgelegt. Hinweise finden sich in der Betriebsanleitung und in der Tankklappe oder am Fahrertürholm. Stefan Heffel rät außerdem, den wesentlichen Einsatz

des Fahrzeugs beim Kunden zu erfragen. Denn: „Wird das Auto vor allem schnell auf der Autobahn oder stark beladen bewegt, sollte der Fülldruck für diesen Zweck eingestellt werden.“

Nicht selten sind an Kundenfahrzeugen Sonderräder mit Reifengrößen verbaut, zu denen sich in der Betriebsanleitung keine Hinweise finden lassen. In solchen Fällen besteht die Möglichkeit, mit den Fahrzeug- und Reifendaten den entsprechend korrekten Fülldruck über die technische Hotline beim TKD zu erfragen. „Grundsätzlich darf der Fülldruck aber nicht geringer als bei der Standardbereifung eingestellt werden“, sagt Stefan Heffel. Achtung: Die verwendeten Reifendruck-Messgeräte müssen alle zwei Jahre nach MessEG geeicht werden.

Hinweise zum Schulungsprogramm des Kundendienstes bietet Ihnen der Vertriebsaußendienst.

## Schlagkräftige Argumente für das Verkaufsgespräch

### Sommerreifen von Continental überzeugen mit beeindruckender Performance



Der PremiumContact™ 6 von Continental fährt in den Tests immer noch an der Spitze.

Von *AutoBild* bis *sportauto* – die Experten der Testredaktionen loben auch in diesem Frühjahr die herausragende Qualität der Continental-Produkte. Die Nase vorn hatten unter anderem der PremiumContact™ 6 und der SportContact™ 6.

Auch in seiner mittlerweile dritten Testseason beweist der PremiumContact™ 6 von Continental seine außergewöhnlichen Fähigkeiten. Die Testredaktion von *auto motor und sport* beurteilte ihn als „sehr gut“. Im großen ADAC-Test („gut“) fuhr er auf den ersten Platz. Und auch die Experten der *Auto Zeitung* („sehr empfehlenswert“) kürten ihn zum Testsieger. Im Vergleichstest der *AutoBild* („vorbildlich“) wurde er schließlich nicht nur Testsieger, sondern gleichzeitig auch

noch „Eco-Meister“. Damit verteidigte er eindrucksvoll seinen Titel aus dem vergangenen Jahr.

Nach ganz vorne führen erneut auch die Probanden der SportContact™-Baureihe. Während das VW- und Audi-Magazin *Gute Fahrt* den SportContact™ 5 als „sehr gut“ bewertete, erklärten die Fahrexperten von *sportauto* („sehr gut“) und die der *AutoBild sportscars* („vorbildlich“) den SportContact™ 6 zum Testsieger.



## Der Dynamische für den Sommer

### SPEED-LIFE 3: So sicher kann Fahrfreude sein

Allen Anforderungen gewachsen: Der Semperit SPEED-LIFE 3 überzeugt auch in schwierigsten Situationen und unter ungünstigsten Bedingungen.

**Hohe Laufleistung und verbesserte Werte beim Handling und Nassbremsen; der SPEED-LIFE 3 verbindet Effizienz und vertrauenswürdige Sicherheit.**

Aus zwei mach eins: Mit dem brandneuen SPEED-LIFE 3 löst Semperit sowohl den bewährten COMFORT-LIFE 2 als auch den SPEED-LIFE 2 ab und kombiniert die besten Eigenschaften aus zwei Produktlinien. Den Schwerpunkt der Entwicklung legten die Techniker auf optimierte Werte beim Handling und Nassbremsen sowie hohe Effizienz durch eine gegenüber dem SPEED-LIFE 2 um zehn Prozent verbesserte Laufleistung.

Wesentliches technisches Merkmal des SPEED-LIFE 3 ist die laufleistungsorientierte Silika-Mischung. Sie ermöglicht neben sicherem Grip, auch in extremen Fahrsituationen, eine lange Haltbarkeit des Reifens. Hinzu kommt eine stabile Außenschulter für hohe Lenkpräzision und sichere Kurvenfahrten. Der gesteigerte Nassgriff resultiert aus einer verbesserten Wasserverteilung durch die besondere Geometrie in der Profilmittle.

Die Lieferpalette umfasst zunächst 70 Pkw- und SUV-Dimensionen für Felgen zwischen 15 und 20 Zoll Durchmesser – darunter viele mit Felgenschutzrippe und/oder XL-Markierung für erhöhte Tragfähigkeit. Die Marktabdeckung bei Standard-Sommerreifen beträgt 88 Prozent. Die Geschwindigkeitsfreigaben reichen bis 300 km/h. Mit dem SPEED-LIFE 3 hat Semperit insgesamt neun neue Größen in das Programm aufgenommen.

### S steht für Spare Tyre

**Namensänderung für Reservereifen: aus CST 17 wird sContact**



Damit steht der Reservereifen nun in der Namensgebung im Einklang mit den weiteren Premium-Reifen. Abhängig von den jeweiligen Freigabeprozessen der Fahrzeughersteller erfolgt die Einführung bis Oktober 2020. Die Leistungs- und Konstruktionsparameter bleiben gegenüber dem CST 17 unverändert.

### Neu: für Überlandbusse

**Conti CoachRegion bietet exzellentes Fahrverhalten und hohe Laufleistung**



Der neue Reifen ist als Conti CoachRegion HA3 295/80 R 22.5 für alle Achsen und als Conti CoachRegion HD3 für die Antriebsachse erhältlich. Das Design erfüllt die Anforderungen von Busflotten im Kurzstrecken- und Überlandverkehr. Ab Oktober wird es den Antriebsachsreifen auch als ContiRe CoachRegion HD3 geben.

### Jetzt deutlich sicherer

**Ab sofort auch Transporterreifen mit ContiSeal-Dichttechnologie**



Die zuverlässige Pannelauftechnologie dichtet Verletzungen bis zu fünf Millimetern selbstständig ab und kann so den größten Teil der Gründe, die zu einem Reifenausfall führen, ausschließen. Der erste Transporter-Reifen mit dieser Technologie ist der VanContact™ 100 in der Größe 215/65 R 16 C 106/104 T.

# Die Tour durch alle Berge

## Continental setzt auch in diesem Jahr auf die Strahlkraft der Tour de France

Pkw- und Fahrradreifen gemeinsam im Fokus - bei der letztjährigen Frankreichrundfahrt erlangte die Marke Continental in der Doppelfunktion als Ausrüster und als einer der Hauptsponsoren weltweit höchste mediale Aufmerksamkeit.



Beim härtesten Radrennen der Welt sind Spitzenteams auch 2020 auf Reifen von Continental am Start.



Egan Bernal ist Sieger der Tour de France 2019. Der 22-jährige Kolumbianer profitierte von der Qualität und Zuverlässigkeit der handgefertigten Continental-Pneus aus Korbach.

Nach den positiven Erfahrungen aus dem vergangenen Jahr setzt Continental das Engagement für die Tour de France unverändert fort. Rund 1,4 Milliarden Menschen verfolgten das schwerste Radrennen der Welt im TV und über 12 Millionen Zuschauer waren an der Strecke live dabei - beeindruckende Zahlen, die auch in diesem Jahr wieder erreicht werden sollten, wenn die rund 200 Radprofis vom 29. August bis zum

20. September um Punkte und Etappensiege kämpfen. Die Renndistanz beträgt rund 3.400 Kilometer. Das Streckenprofil ist außerordentlich schwierig. Mit der ersten Bergetappe am zweiten Renntag und der letzten erst am Vortag des Tourfinals in Paris geht es über einen Zeitraum von 20 Tagen durch alle fünf Gebirgszüge des Landes. Ein Novum in der Geschichte der Tour de France, die diesmal in Nizza startet und vermutlich erst am vorletzten

Tag auf den finalen sechs Kilometern eines spektakulären Einzelzeitfahrens hinauf nach La Planche des Belle Filles entschieden wird.

Für Spannung bis zum letzten Augenblick ist damit auf jeden Fall gesorgt. Von der erhöhten Aufmerksamkeit und zusätzlichen Gewinnchancen einer themengerechten Abverkaufsunterstützung profitiert auch der teilnehmende Handel in Deutschland.

## Immer wissen, wo die Reifen sind

Die Sendungsverfolgung über die Bestell- und Marketingplattform ContiOnlineContact wird weiter ausgebaut.



Der aktuelle Status der Aufträge kann jederzeit eigenständig eingesehen werden.

Über ContiOnlineContact können Händler unkompliziert Reifen bestellen und Verfügbarkeiten abfragen, Reklamationen erfassen sowie Marketing- und Produkthinhalte abrufen. In einem Pilotprojekt wurde die Sendungsverfolgung vom Paket-Dienstleister DPD integriert, sodass Aufträge, die mit DPD ausgeliefert werden, verfolgt werden können. Diese Funktion wird nun weiter ausgebaut, sodass es künftig möglich sein soll, alle Aufträge eigenständig aus ContiOnlineContact heraus zu verfolgen.

## Winterreifenpflicht für Lenkachsen

Die neue Regelung tritt am 1. Juli 2020 in Kraft. Eine Übergangsfrist ist nicht vorgesehen



Wer Lkw und Busse im kommenden Winter korrekt bereifen will, sollte jetzt handeln.

Ab Mitte des Jahres müssen Lkw und Busse bei entsprechend winterlichen Bedingungen nicht nur auf den Antriebsachsen, sondern auch auf der Lenkachse wintertaugliche Bereifung aufziehen. Von der neuen Vorschrift betroffen sind Lkw der Klassen N2 und N3 sowie Busse der Klassen M2 und M3. Als Winterreifen im Sinne der Vorschrift gelten Reifen mit dem Snowflake on the Mountain Zeichen - unabhängig davon, ob es sich um neue, gebrauchte oder runderneuerte handelt.



Die aktuelle Frühjahrsaktion verspricht sportliche Kundenbindung.

## Zur Tour de France mit Continental Gewinnspiele für Handel und Endverbraucher

**Abverkaufsunterstützung im Zeichen der Frankreichrundfahrt: Der Handel profitiert von erhöhter Aufmerksamkeit und zusätzlichen Gewinnen.**

Endverbraucher, die bis zum 31. Mai mindestens einen neuen Reifen der Marke Continental ab 17 Zoll aufwärts kaufen, können an einem attraktiven Gewinnspiel teilnehmen. Unter allen Teilnehmern verlost Continental über 500 tolle Preise. Mehr darüber gibt es unter [www.contigewinnetappen.de](http://www.contigewinnetappen.de).

Gewinnen kann auch der beteiligte Fachhandel. Bis zu zehn Softshell-Jacken gibt es für die Teams, bei denen sich die meisten sowie die ersten und die letzten zehn Endverbraucher anmelden. Außerdem gibt es für jeden auf der Aktionsseite

angemeldeten Endverbraucher zusätzliche Bonuspunkte für das Händlergewinnspiel ContiChiliChallenge 2020. Die Punkte können in Lose umgetauscht werden und bringen die Gewinner mit etwas Glück zum Finale der Tour de France nach Paris. Verlost werden drei exklusive Reisen für je zwei Personen sowie weitere attraktive Gewinne vom Continental E-Bike bis zu adidas Laufschuhen mit Continental Sohle.

Das Anmeldeformular und alle Infos zum Gewinnspiel gibt's im Internet unter [www.contichilichallenge.de](http://www.contichilichallenge.de).

## Leiser durch die Stadt

**Die Modellvariante EcoContact™ 6 Q reduziert das Abrollgeräusch im Stadtverkehr auf ein Minimum.**

Vor dem Hintergrund der UN Vehicle Regulation No. 51 – Rev. 3. sind die Fahrzeughersteller aufgefordert, die Geräuschemissionen im Stadtverkehr bis zum 1. Juli 2024 schrittweise zu senken. Da das Abrollgeräusch der Pneu zur Geräuschemission des Fahrzeugs beiträgt, steigen damit natürlich auch die



Im Vergleich: EcoContact™ 6 und EcoContact™ 6 Q.

Anforderungen an die Reifenhersteller. Continental reagiert darauf mit dem neuen EcoContact™ 6 Q.

Für die geräuschoptimierte Weiterentwicklung des EcoContact™ 6 wurden Blöcke, Lamellen und Umfangsrillen speziell auf die Geräuschentwicklung bis 50 km/h optimiert.

## Druck-Last-Rechner

**Neue Service-App für Händler und Endkunden in der Landwirtschaft**



Nützliche Informationen mit dem Smartphone immer griffbereit.

Kernelement der App ist der so genannte Druck-Last-Rechner. Damit können Anwender den passenden Reifendruck basierend auf Last und Anwendung bestimmen. Dazu gibt's technische Informationen über das Agrarreifen-Portfolio von Continental. Die App steht für iOS und Android in den App-Stores bereit.

## Jetzt 10 Jahre Garantie

**Neue Regel für Landwirtschaftsreifen in den europäischen Märkten**



Beliebte Produkte: Tractor70 und Tractor85.

Die Gewährleistung gilt für alle Radialreifen von Continental, die seit August 2017 hergestellt wurden, einen entsprechenden Produktionscode und das Logo „Engineered for Efficiency“ tragen. Die Garantie wird auch für die Produkte mit der Very High Flexion Technologie gelten, die in 2020 auf den Markt kommen.

## Zufriedenheit garantiert

**Das bewährte Verkaufsargument von Uniroyal gilt auch in diesem Jahr**



Zufrieden oder Geld zurück. 14 Tage kostenlos testen.

Ohne Mehraufwand für den teilnehmenden Handel: Auch im laufenden Jahr können Autofahrer, die einen Satz Pkw-, 4x4- oder Van-Reifen von Uniroyal kaufen, die Pneu 14 Tage lang unverbindlich zur Probe fahren und bei Nichtgefallen einfach wieder zurückgeben. Alle Infos dazu unter [www.uniroyal-garantie.de](http://www.uniroyal-garantie.de).



Tradition und Moderne: Das 1907 gegründete Continental-Werk in Korbach aus der Vogelperspektive und das High-Performance-Technology-Center.

## Gesteigerte Fertigungsqualität

### Millioneninvestitionen in den Standort Korbach

Mit einem umfassenden Programm zur strukturellen Transformation setzt Continental auf die Steigerung der Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit.

Ungeachtet der teilweise angespannten Lage angesichts des Struktur- und Technologiewandels in der Automobilindustrie investiert Continental weiter erhebliche Summen in die Zukunftsfähigkeit der Reifenproduktion. So erhielt der Standort Korbach zuletzt für nahezu 15 Millionen Euro eine neue Endinspektion für die Qualitätskontrolle der Pkw-Reifen. Darüber hinaus sollen für weitere zehn Millionen Euro ein neuer Textilkalandar sowie ein weiteres Gebäude ent-

stehen. Damit unterstreicht der Konzern die besondere Rolle des Standortes als wichtiges Element im internationalen Werksverbund.

In Korbach befindet sich unter anderem auch das wegweisende 45 Millionen Euro teure High Performance Technology Center (HPTC). In dieser hochmodernen Anlage werden Versuchsreifen in Kleinserie hergestellt, Hightech-Reifen für die automobilen Sport-Luxusklasse im High-End-Segment gefertigt

und innovative Herstellungsverfahren erprobt. Täglich verlassen rund 30.000 Pkw-, Van- und SUV-Reifen das Korbacher Werk. Hinzu kommen Industriereifen und Pneus für Motorräder und Fahrräder – darunter auch jene handgenähten für die Profiteams der Tour de France.

Die neuen Projekte sind Bestandteile des unlängst eingeleiteten Programms zur strukturellen Transformation bis 2029, mit dem Continental die Wettbewerbsfähigkeit weiter steigern will.

### ContiConnect™ prämiert

Jury überzeugt die Entwicklungsleistung zum nachhaltigen Transport



ContiConnect™ hilft, Flottenkosten und CO<sub>2</sub>-Emissionen zu senken.

Die intelligente Reifenmanagementlösung ContiConnect™ ist mit dem „Europäischen Nachhaltigkeitspreis 2020“ in der Kategorie Assistenzsysteme ausgezeichnet worden. Die *Transport*-Jury aus Vertretern von Wirtschaft, Wissenschaft, Verbänden und Medien überzeugte die ökonomische und ökologische Leistung.

### Titel erfolgreich verteidigt

Continental ist erneut die Marke mit den besten Winterreifen



Klares Votum: fast 58 Prozent für Continental.

Bei der Leserwahl „Best Brand 2019“ der Fachzeitschrift *sportauto* wählten die Teilnehmer Continental zur Marke mit den besten Winterreifen. Nach dem Sieg im Vorjahr erreichte die Premiummarke mit 57,8 Prozent Leserzustimmung den höchsten Wert im Vergleich mit zehn weiteren Reifenherstellern.

### Erneut an der Spitze

Leser hatten das Wort: Continental ist „Top-Marke“ der Auto Zeitung



Mehr als 16.500 Leser beteiligten sich.

In der Kategorie „Reifen“ fiel die Wahl zum zwölften Mal in Folge auf die Marke Continental. Abgestimmt hatten mehr als 15.600 Leser. Die *Auto Zeitung* ist eines der größten deutschen Fachmagazine. Neben den Reifen standen Marken aus zehn weiteren Produktgruppen rund ums Automobil zur Wahl.



Hoher Nutzwert plus Unterhaltung: Alle Infos auf einen Blick unter [www.contiteamtrophy.de](http://www.contiteamtrophy.de).

## Immer bestens informiert

### Wissen auffrischen mit der ContiTeamTrophy

Viele Mitarbeiter der Branche nutzen bereits die Möglichkeit, sich kostenlos über neue Produkte oder Themen rund um den Reifen zu informieren.

Die ContiTeamTrophy ist die E-Learning-Plattform von Continental. Sie bietet zahlreiche laufend aktualisierte E-Learnings, mit denen Nutzer in Eigenregie spielerisch ihr Wissen rund um das Reifengeschäft verbessern können. Dabei bestimmt jeder Anwender selbst, wann und wo er welche Lerninhalte wie lange nutzen möchte. Auch die Wahl der Endgeräte ist flexibel. Die ContiTeamTrophy läuft auf Desktop-Geräten ebenso wie auf Laptops und Tablets. So entsteht völlig unkompliziert nützliches Zusatzwissen für das Verkaufsgespräch. Quasi ne-

benbei sammelt jeder Nutzer Erfahrungspunkte und kann kostenlos an Gewinnspielen teilnehmen.

Rechtzeitig zu Beginn der Frühjahrsaison wurde das Themenangebot um E-Learnings zum RainSport 5 und zum SPEED-LIFE 3 erweitert, die neuen Sommerprodukte der Marken Uniroyal und Semperit.

Wer das E-Learning-Angebot von Continental bislang noch nicht nutzt, kann den Einstieg jederzeit nachholen. Einfach unter [www.contiteamtrophy.de](http://www.contiteamtrophy.de) registrieren und sofort Punkte sammeln.

## THE TIRE COLOGNE

Die Business- und Trendmesse ist mit Fachkongressen, Sonderschauen und Events wird auf 2021 verschoben.

Nach der erfolgreichen Premiere mit mehr als 16.000 Fachbesuchern aus 113 Ländern im Jahr 2018 wollte sich die Branche vom 9. bis 12. Juni 2020 erneut zur internationalen Fachmesse für Reifen und Räder in Köln treffen. Doch daraus wird nun vorerst nichts. Denn angesichts der auch in Deutschland immer



In Köln ist Continental im Mai 2021 dabei.

weiter um sich greifenden Corona-Pandemie hat der Veranstalter beschlossen, die Messe in den Mai 2021 zu verschieben. Wie viele andere Aussteller bedauert Continental die Absage, sieht darin allerdings auch den einzig richtigen Schritt, um die eigenen Mitarbeiter und Besucher zu schützen.

### VAN-LIFE 2 in 17 Zoll

Eine neue Größe für den bewährten Lastenträger von Semperit

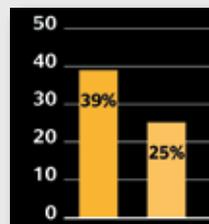


Passt auch auf den Mercedes Sprinter: der VAN-LIFE 2.

Mit dem VAN-LIFE 2 bietet Semperit einen ausgewogenen Transportreifen mit entwicklungstechnischem Schwerpunkt auf Sicherheit und Wirtschaftlichkeit auch bei hohen Lasten. Der Produktrange wird aktuell um die Dimension 215/60 R 17 erweitert. Damit ist der VAN-LIFE 2 jetzt erstmals auch in 17 Zoll erhältlich.

### Was Autofahrer wollen

Gemeinsame repräsentative Umfrage mit forsa zum „Reifen der Zukunft“



Befragt wurden über 1.000 Autofahrer bundesweit.

Gefragt wurde nach der wichtigsten Eigenschaft, die Autofahrer über die höchste Sicherheit hinaus erwarten. Für knapp 40 Prozent der Befragten war es am wichtigsten, dass der Reifen einen niedrigen Rollwiderstand aufweist und damit Kraftstoff spart. Am zweithäufigsten wurde die Pannensicherheit genannt.

### Neues Online-Portal

Werkstätten und Händler profitieren von gebündelten Informationen



Übersichtlich auf Computer, Tablet und Smartphone.

Die Informationen über sein Produkt- und Serviceportfolio bündelt Continental in einem neuen Onlineportal. Künftig sehen Werkstätten und Händler auf einen Blick alle Produkte, Marken und Services, mit denen Continental den freien Ersatzteilmarkt unterstützt. Jetzt zu erreichen unter: [www.continental-aftermarket.com](http://www.continental-aftermarket.com).

# Unzufriedene Kunden?

## Reklamationen als Chance begreifen

**Unternehmen sollten Beanstandungen dazu benutzen, die Händler-/Kunden-Beziehung zu festigen. Kunden, die das Gefühl haben, ernst genommen zu werden, kommen wieder.**



Aus unzufriedenen Gelegenheitskäufern Stammkunden machen.

Untersuchungen belegen, dass die Kundenbindung bei scheinbar zufriedenen Kunden weniger ausgeprägt ist, als bei solchen, die mit einem Händler schon einmal ein Problem hatten, das zu ihrer Zufriedenheit gelöst werden konnte. Das mag auf den ersten Blick verwundern, doch dahinter steckt eine einleuchtende Erklärung: Verkaufen kann jeder, Probleme lösen nicht. Und nur im Krisenfall kann der Kunde die Zuverlässigkeit eines Geschäftspartners wirksam auf die Probe stellen. Ob der Beschwerdegrund für den Händler nachvollziehbar ist, spielt dabei keine Rolle. Was zählt, ist allein die Sicht des Kunden. Ziel des Händlers muss es sein, den Kunden ernst zu nehmen, das Problem, das hinter der Reklamation steckt und möglicherweise unzureichend formuliert wurde, zu erkennen und zu lösen.

# Den Kunden ernst nehmen

## Reklamationen souverän begegnen

**Egal wie verärgert ein Kunde erscheinen mag, es ist immer möglich, das Blatt zu wenden. Darüber, ob er dem Unternehmen nach einer Beschwerde weiterhin die Treue hält, entscheiden oft nur Kleinigkeiten.**

Im Umgang mit verärgerten Kunden ist es wichtig, sich niemals persönlich angegriffen zu fühlen. Stattdessen kommt es darauf an, auch dem unfreundlichsten Beschwerdeführer das Gefühl zu vermitteln, ernstgenommen zu werden. Mit der einfachen Rückfrage „Wie kann ich ihnen am besten helfen?“ signalisiert man einerseits maximale Gesprächsbereitschaft und klärt andererseits die Erwartungshaltung des Kunden. So vermeidet man gleich zu Beginn des Gesprächs, Lösungsvorschläge zu unterbreiten, die (zumindest aus Sicht des Kunden) wenig zielführend sind. Ideal ist es, anschließend durch eine noch weitergehende Lösung zu überraschen. Weil Reklamationen wichtige Rückschlüsse auf Schwachstellen im ei-



Nur einer von 26 Unzufriedenen reklamiert.

# Verstecktes Potenzial nutzen

## Unternehmen profitieren von Kritik

**Verärgerte Kunden sind kostenlose Unternehmensberater. Ihre Beschwerden liefern wichtige Hinweise auf das Verbesserungspotenzial des Unternehmens.**

Dass die Gewinnung eines neuen Kunden im Durchschnitt bis zu sechsmal teurer ist als die Pflege eines Bestandskunden, gilt als erwiesen. Das allein ist schon ein triftiger Grund, berechnete oder unberechtigte Reklamationen ernst zu nehmen. Studien zeigen außerdem: auf jeden reklamierenden Kunden kommen 26 weitere, die ebenfalls Grund zur Unzufriedenheit haben, sich aber nicht melden und stattdessen beim nächsten Mal direkt die Konkurrenz ansteuern. Vor diesem Hintergrund wird offensichtlich, dass Unternehmer sich bei reklamierenden Kunden regelrecht bedanken müssten. Denn jede Beschwerde deutet auf einen Missstand hin. Und je früher man davon erfährt, desto eher kann man gegensteuern. Auch wenn es schwer fällt: Unternehmer sollten sich bewusst sein, dass Beschwerdeführer dem Unternehmen grundsätzlich wohlgesonnen sind. Sie zeigen, dass sie mit dem Unternehmen weiterhin in Kontakt bleiben wollen und davon ausgehen, dass sich aufgrund ihrer Beschwerde künftig etwas ändern wird.



Ideal ist es, dem Kundenwunsch zu entsprechen und durch eine noch weitergehende Lösung zu überraschen.

genen Unternehmen ermöglichen, macht es Sinn, Beschwerden zu sammeln und zu analysieren. Den größten Nutzen generieren Unternehmen, indem sie Mitarbeiter regelmäßig über die Ergebnisse dieser Auswertungen informieren. Übrigens ziehen es verärgerte Kunden nicht vor, mit dem Chef persönlich zu sprechen. Untersuchungen zeigen stattdessen, dass Endverbraucher es als kundenfreundlicher ansehen, wenn Mitarbeiter die Möglichkeit haben, bei Reklamationen selbst und direkt in ihrem Sinne zu entscheiden.



## Das wissen nur die Wenigsten

Einen Motorradführerschein ohne Prüfung erwerben? Das geht seit Anfang des Jahres tatsächlich. Wer seit mindestens fünf Jahren einen Pkw-Führerschein besitzt, kann in einem vereinfachten Verfahren die Fahrerlaubnis für Motorräder der so genannten 125er-Klasse (benannt nach dem Hubraum) erwerben. Bedingungen: Vollendung des 25. Lebensjahres und neun Unterrichtseinheiten (vier Theorie, fünf Praxis) zu je 90 Minuten. Die vergleichsweise leichten Bikes bieten bei Geschwindigkeiten bis zu 140 km/h reichlich Fahrspaß und sind unter anderem bei Wohnmobilbesitzern als Begleitfahrzeug beliebt.

### KAUM ZU GLAUBEN ...

#### Deutschland ist ...

**Geschwindigkeitsverstöße werden in Europa uneinheitlich geahndet**

Wer in Deutschland innerhalb geschlossener Ortschaften 15 km/h zu schnell fährt, zahlt 25,- Euro Bußgeld. Im Nachbarland Schweiz werden bei gleicher Geschwindigkeit 250 Franken fällig. Ab 16 km/h kommt der hierzulande unbekannte Straftatbestand der Raserei in Betracht. Darauf steht eine Haftstrafe von mindestens einem Jahr. Und die kann auch in Deutschland vollstreckt werden.

#### ... ein wahres Paradies ...

**Ohne gültige TÜV-Plakette bleibt man besser innerhalb der Landesgrenzen**

Mit der Hauptuntersuchung für Kraftfahrzeuge soll eigentlich sichergestellt werden, dass kein verkehrsuntaugliches Fahrzeug am Straßenverkehr teilnimmt. Falls doch, ist das aber scheinbar nicht weiter schlimm. Denn wer den HU-Termin um acht Monate verstreichen lässt, zahlt ein Bußgeld von 25,- Euro. Bei der Einreise nach Italien droht mit Ablauf des TÜV allerdings sofort die Stilllegung.

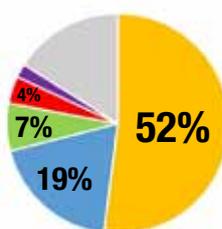
#### ... für Verkehrssünder

**In manchen EU-Ländern richten sich Bußgelder nach dem Einkommen**

Wer in Deutschland eine rote Ampel missachtet zahlt 90,- Euro und kassiert einen Punkt in Flensburg. In Griechenland werden für das gleiche Fehlverhalten 700,- Euro fällig. Noch teurer wird die Unaufmerksamkeit für Verkehrssünder möglicherweise in Finnland. Im nördlichsten EU-Mitgliedsland kostet sie mindestens zehn Tagessätze. Und die richten sich nach dem persönlichen Einkommen.

## Statistik: Die häufigsten Pannensursachen in Deutschland

Defekte Reifen sind auch im Zeitalter von Run-Flat-Technologien immer noch eine der wesentlichen Ursachen fürs Liegenbleiben. Insgesamt hat sich der Anteil der Reifenschäden in den vergangenen 20 Jahren kaum verändert. 1998 betrug er 6,8 Prozent. Schon damals lagen die Reifen auf dem dritten Rang.



Die Daten wurden vom ADAC im Rahmen der Einsätze für Pannenhilfe im Jahr 2018 erhoben.

#### Wesentliche Fahrzeugmängel im Jahr 2018:

- 52 %: allgemeine Elektrik
- 19 %: Motor/Motormanagement
- 7 %: Reifen
- 4 %: Kraftstoffanlage
- 2 %: Kühlung/Heizung

## Abgefahren



### Impressum

#### Herausgeber

• Frank Jung  
Leiter Continental Reifen ERS-D

#### Verantwortlich (iSdP)

• Ralf Hoffmann  
Leiter Marketing D/A/CH  
Büttnerstr. 25, 30165 Hannover  
Tel.: 0049-(0511)-938-2077  
Fax: 0049-(0511)-938-2826

#### Redaktion, Layout TextBetrieb

Zum Lindholze 6, 30982 Pattensen  
Tel.: 0049-(05101)-852552  
E-Mail: info@textbetrieb.de

#### Gesamt-Koordination Continental

Marc Schmitt  
**Ltg. Redaktion**  
Klaus Engelhart  
**Fotos:** Continental, Ford, Mercedes, TECHART sowie fotomek, Wolf, littlewolf1989, Naypong Studio, Poul Carlsen, Sergio Martinez (alle Adobe Stock)

Ausgabe April 2020

**Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Zustimmung von Continental.**  
E-Mail: marketing@conti.de

# High Performance.

Das Handling leistungsstarker Fahrzeuge verlangt innovative Qualität. Seit 1871.

Fahren Ihre Kunden schon mit Ultra High Performance Reifen? Das Segment der Reifen ab 17 Zoll nimmt am Fahrzeugmarkt stetig an Fahrt auf. Immer mehr Endverbraucher setzen auf Fahrzeuge, die mit UHP-Reifen unterwegs sind. Mit dem Breitreifen-Portfolio von Continental sind Sie perfekt aufgestellt.



Erfahren Sie mehr über unsere UHP-Reifen:  
[continental-reifen.de/breitreifen](http://continental-reifen.de/breitreifen)