

Okt.
2019

Continental 

REIFEN MAGAZIN



Erstausrüstung

Technologietreiber und Abverkaufshilfe

Im Heft

Inhaltsverzeichnis	2	Dialog	
Editorial		Sicherheitstraining für Transporterfahrer	14
Service verbessert, Angebot vergrößert	3	Interview: Anja Simon-Herber, Reifen Simon e.K.	15
Meinung	4	Auf einen Blick	
Aktuelles		Radsportgeschichte: Tour de France 2019	16
Die Umweltstrategie von Continental	5	Mit ContiGripWochen mehr Aufmerksamkeit	17
Ressourcenschonung	5	Semperit-Bewegtbilder für den PoS	17
Taraxagum Lab Anklam ist gestartet	5		
Titelstory			
Erstausrüstung ist Technologietreiber und Abverkaufshilfe	6		
Hinter den Kulissen		Management	
Von einer Veranstaltung zur nächsten	10	Ab morgen ist alles anders	18
Drei Fragen an ...	10	Veränderungsdruck? Falsche Perspektive	18
Claudia Rehm arbeitet für den Bereich Veranstaltungsmanagement	10	Mitarbeiter motivieren	18
 		Gut zu wissen	19
Produkt und Technik		Informatives und Unterhaltsames rund um Straße, Reifen und Branche	
Hightech-Lösungen für Elektromobilität	11		
Werkstattgespräch	12		
Erweiterte Produktpalette für den Winter	12		
Der neue Barum Vanis AllSeason	13		



Beilagenhinweis: VisionZeroNews

Dem *ReifenMagazin* liegt die aktuelle Ausgabe der *VisionZeroNews* bei. Darin informiert Continental über die internationalen Aktivitäten zur Reduzierung von Verkehrsunfällen und die Vermeidung von Unfalltoten - insbesondere über Technologien für automatisiertes Fahren. Weitere Infos rund um das globale VisionZero-Geschehen liefert auch die Internetseite www.visionzeronews.de.



Mit dem Wintergeschäft beginnt für die meisten Fachhandels-Unternehmen die betriebswirtschaftlich wichtigste Zeit des Jahres. In den kommenden Wochen werden Sie spüren, dass wir unseren Service weiter optimiert haben, um Ihnen im hektischen Tagesgeschäft ein idealer Partner zu sein. Nachdem wir die Verfügbarkeit durch den Ausbau von Lagerkapazitäten zuletzt deutlich verbessern konnten, liegt der Schwerpunkt derzeit auf der Verkürzung der Lieferzeiten. So haben wir beispielsweise das SameDayDelivery-Angebot nach Abschluss der Pilotphase im Großraum Hannover und Karlsruhe/Speyer in diesen Regionen fest installiert.

Die Produkte von Continental entsprechen den aktuellen Endverbraucher-Anforderungen im gesamten Winterportfolio in idealer Weise. Konsequenterweise haben wir die Produktrange in diesem Jahr weiter ausgebaut. Alle Produkte bieten einen sehr niedrigen Rollwiderstand sowie hohe Laufleistung und werden damit den gestiegenen

Service verbessert, Angebot vergrößert

Frank Jung verweist auf das umfassende Gesamtpaket von Continental im Wintergeschäft.



ökologischen Verbraucheranforderungen in besonderem Maße gerecht.

Auch für die steigende Zahl der Fahrzeuge mit Hybrid- und Elektromotoren haben wir die richtige Bereifung. Das Produktportfolio umfasst Premiümlösungen für Hybridfahrzeuge vom BMW ActiveHybrid 5 über den Porsche Cayenne S Hybrid bis zum VW Touareg Hybrid ebenso wie spezielle Angebote für reinrassige Elektrofahrzeuge vom Tesla über den Audi e-tron bis zum Renault Twizy. Unser Vertriebs-Außendienst ist mit diesem neuen Trendthema bestens vertraut und jederzeit bereit, Ihnen mit kompetentem Rat zur Seite zu stehen.

Wie immer werden auch die sehr guten Testergebnisse ihren Teil dazu beitragen, dass die Marke Continental am PoS stark nachgefragt wird. Beispielsweise kürte *AutoBILD* den WinterContact™ TS 860 mit der Gesamtnote „vorbildlich“ zum Testsieger. *auto motor und sport* bewertete den ContiWinterContact™ TS 850 P als „sehr gut“. Im ADAC-Test landete der VanContact™ Winter auf dem ersten Platz. Auch der AllSeasonContact™ wurde Winter-Testsieger – bei *Auto Straßenverkehr*.

Die Vorbereitungen sind abgeschlossen. Nun wünsche ich Ihnen für die bevorstehenden Tage und Wochen ein gutes Gelingen. Was wir dazu beitragen können, werden wir tun. Darauf können Sie sich verlassen.

Ihr
F. Jung

Der Digitalisierungsprozess hat in vielen Betrieben des Reifenhandels gerade erst begonnen. Doch die Dringlichkeit und die Chancen werden zunehmend anerkannt.



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

Nur zwölf Prozent verfügen über eine digitale Strategie

Nur zwölf Prozent der Kfz-Betriebe verfügen über eine Strategie für die Digitalisierung. Das ist das Ergebnis einer Studie, die der ZDK im Mai und Juni 2019 durchgeführt hat. Daran waren 861 Betriebe beteiligt. Dass nur zwölf Prozent über eine digitale Strategie verfügen ist das eine, dass aber 45 Prozent eine solche Strategie nicht planen, ist das andere. Dabei ist 78 Prozent der Unternehmen bewusst, dass neue oder erweiterte Geschäftsmodelle wichtig oder sogar überlebenswichtig sind. Nur ein Drittel der befragten Betriebe aktualisiert die Inhalte ihrer Webseite täglich oder wöchentlich. Bei Social Media ist Facebook mit 65 Prozent am weitesten verbreitet, Instagram nutzen 26 Prozent.

Niklas Hostnik
Referent
Zentralverband Deutsches Kfz-Gewerbe
(ZDK) e. V., Bonn

Alle Kfz-Dienstleister benötigen einen digitalen Zugang

Handwerker dürfen beim Zugriff auf Kundendaten gegenüber Großunternehmen nicht benachteiligt werden. Auf Daten, die zum Beispiel aus der Nutzung eines Kfz entstehen, müssen Handwerksbetriebe für die Entwicklung ihrer kundenorientierten Geschäftsmodelle zugreifen können. Wenn Funktionsstörungen in Fahrzeugen nur an die Hersteller gemeldet werden und diese dann entscheiden, an welche ihrer Vertragshändler oder unternehmenseigenen Werkstätten sie den Kunden verweisen, schränkt das den Wettbewerb ein. Im Sinne eines fairen Wettbewerbs müssen alle Kfz-Dienstleister einen unmittelbaren und umfassenden digitalen Zugang zum Kraftfahrzeug haben.

Hans Peter Wollseifer
Präsident
Zentralverband des
Deutschen Handwerks (ZDH) e. V., Bonn

Den Weg freimachen für einen praxisnahen Datenschutz

Die jüngste Abstimmung im Bundestag zum Zweiten Datenschutzanpassungsgesetz lässt hoffen: Künftig soll ein Datenschutzbeauftragter nur bestellt werden, wenn mehr als 20 Beschäftigte ständig mit der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten befasst sind. Der Mittelstandsverbund fordert seit Jahren, die hohen Belastungen, die die Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung gerade bei kleinen und mittleren Betrieben mit sich bringt, endlich zu reduzieren und hatte bereits vor Veröffentlichung des Gesetzes in einigen Bereichen Nachbesserungen gefordert. Insbesondere die Erfordernisse, nach denen ein betrieblicher Datenschutzbeauftragter bestellt werden muss, sollten angehoben werden. Es ging und geht uns dabei nicht um eine Umgehungsmöglichkeit des Datenschutzes, sondern um den Abbau unnötiger Bürokratie. Auch kleine und mittlere Unternehmen müssen die Pflichten des Datenschutzes ernst nehmen und die aufgestellten Grundsätze verinnerlichen. Gerade die Bestellung des Datenschutzbeauftragten stellt jedoch oftmals eine kostenintensive Formalie dar. Der Ball liegt nun beim Bundesrat. Widerspricht der nicht den Vorstellungen des Bundestags, ist der Weg frei für einen praxisnahen Datenschutz.

Dr. Ludwig Veltmann
Hauptgeschäftsführer
Der Mittelstandsverbund - ZGV e. V.
Berlin

Nachhaltiges Wirtschaften

Die Umweltstrategie von Continental beeinflusst alle Wertschöpfungsstufen

Umweltschutz ist integraler Bestandteil der Konzernpolitik. Ökonomie und Ökologie sind kein Widerspruch, sondern Basis für nachhaltige Wertschöpfung. Der damit verbundenen Verantwortung stellt sich Continental seit Jahrzehnten.



Seit Anfang der 1990er Jahre ist Umweltschutz in den Unternehmensleitlinien festgeschrieben. Seit 1992 gibt es dafür ein eigenes Managementsystem. Lag der Fokus in früheren Jahren auf der Schonung endlicher Ressourcen und der Minimierung schädlicher Emissionen,

gehen die Ziele heute deutlich weiter. Zwischen 2013 und 2017 konnten beispielsweise die CO₂-Emissionen sowie der Energie- und Wasserverbrauch um 13 bis 15 Prozent reduziert werden. Die Abfallverwertungsquote verbesserte sich jährlich um zwei Prozent. Klare Zielvor-

gaben gibt es bis 2020. Die Fortschreibung bis 2030 ist derzeit in Arbeit. Sie orientiert sich an den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen. Ein einheitliches globales Reportingsystem stellt sicher, dass die Umweltziele konzernweit eingehalten werden.

Maximal sicher und umweltverträglich

Ressourcenschonung und die Absenkung des Kraftstoffverbrauchs sind zentrale Ziele in der Reifenentwicklung.



Die Produkte und Produktionsverfahren von Continental berücksichtigen zunehmend ökologische Aspekte.

Um die Reifen der Zukunft noch energiesparender und umweltfreundlicher in Herstellung, Einsatz und Recycelbarkeit zu machen, arbeiten die Fachleute aus F+E, im Versuch sowie in der Produktion bereichsübergreifend eng zusammen. Dabei werden sukzessive alle Bauteile des Reifens auf den Prüfstand gestellt und - wenn möglich - durch umweltschonendere Materialien ersetzt. In der Produktion werden beispielsweise Gummiabfälle in die Herstellung zurückgeführt.

Nachwachsende Rohstoffe im Blick

Für rund 35 Millionen Euro entstand in Mecklenburg-Vorpommern das Taraxagum Lab Anklam



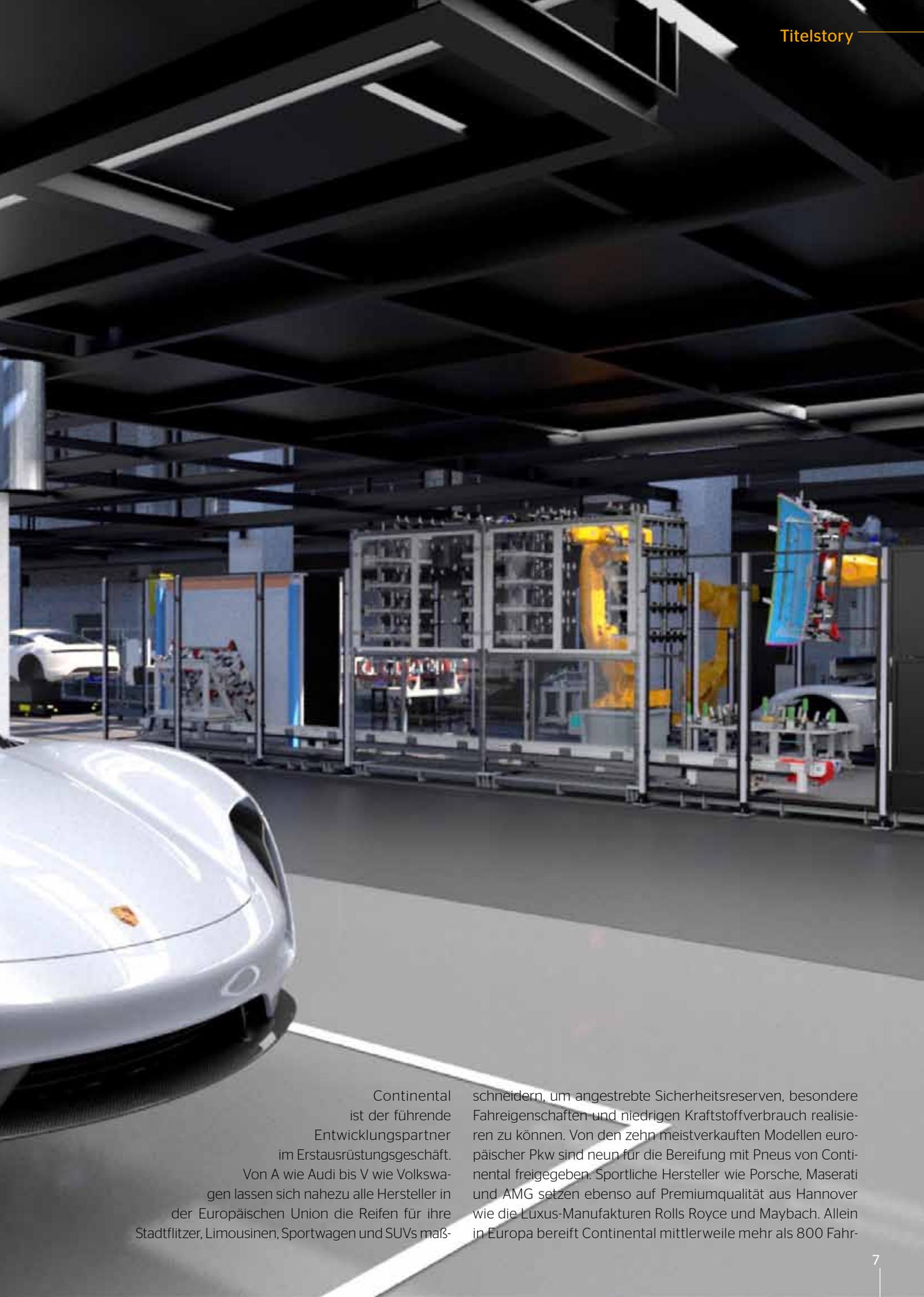
Versuchsreifen mit Taraxagum-Technologie sind bereits im Einsatz.

In dem hochmodernen Komplex untersucht Continental auf 30.000 Quadratmetern die Anbau- und Verarbeitungsmöglichkeiten von Löwenzahnpflanzen als Kautschukquelle. Ziel ist es, daraus den Rohstoff der Zukunft für verschiedene Gummianwendungen zu gewinnen. Das Forschungsprojekt wurde vielfach ausgezeichnet, zuletzt im vergangenen Jahr für den erfolgreichen Knowhow-Transfer aus der Biotechnologie-Forschung in die wirtschaftliche Anwendung.

Immer eine gute Wahl

Die Erstausrüstung ist Technologietreiber und Abverkaufshilfe

Entwicklungskompetenz und außerordentliche Produktqualität machen Continental weltweit zu einem gefragten Partner der Automobilhersteller. Jeder dritte Neuwagen aus europäischer Fertigung rollt auf Premium-Reifen von Continental aus der Montagehalle. Der hohe Marktanteil in der Erstausrüstung nutzt am Ende auch dem Handel.



Continental ist der führende Entwicklungspartner im Erstausrüstungsgeschäft. Von A wie Audi bis V wie Volkswagen lassen sich nahezu alle Hersteller in der Europäischen Union die Reifen für ihre Stadtflyter, Limousinen, Sportwagen und SUVs maß-

schneidern, um angestrebte Sicherheitsreserven, besondere Fahreigenschaften und niedrigen Kraftstoffverbrauch realisieren zu können. Von den zehn meistverkauften Modellen europäischer Pkw sind neun für die Bereifung mit Pneu von Continental freigegeben. Sportliche Hersteller wie Porsche, Maserati und AMG setzen ebenso auf Premiumqualität aus Hannover wie die Luxus-Manufakturen Rolls Royce und Maybach. Allein in Europa bereift Continental mittlerweile mehr als 800 Fahr-

zeugmodelle in der Erstausrüstung. Und die Zahl der Herstellerfreigaben wächst kontinuierlich immer weiter. Diese bevorzugte Wahl unterscheidet Continental deutlich von seinen Mitbewerbern.

die Erstausrüstung zu erhalten, ist deshalb der beste Beweis für die Qualität eines Produkts.“ Und die Hersteller wissen: Continental-Reifen sind der Inbegriff für zuverlässige Sicherheit.

sentlichen drei Gründe: Zum einen verfügen die Entwickler über eine außerordentliche Kompetenz, zum anderen über jahrzehntelange Erfahrung bei der Entwicklung von Erstausrüstungsreifen. Hinzu kommt die Systemkompetenz des Konzerns.



„Im Idealfall bereits während der Konzeptphase der Neuwagenentwicklung beteiligt.“

Ulrich Mertin, Leiter Key Account Management OE

Standen für die Erstausrüster in der Vergangenheit vor allem Sommer- und Winterreifen im Mittelpunkt des Interesses, so spielen mittlerweile auch Ganzjahresreifen eine zunehmend bedeutende Rolle.

„Am Ende übertragen nur die richtigen Reifen die theoretische Leistung eines neuen Fahrzeugs optimal auf die Straße“, erklärt Frank Jung, Leiter Pkw-Reifen Ersatzgeschäft Deutschland. „Von namhaften Automobilherstellern Freigaben für

den AllSeasonContact™ von Continental wird beispielsweise ab Werk am Ford Fiesta, am Opel Astra und am Volkswagen Tiguan verbaut.

„Gerade die Zusammenarbeit der Reifen-Entwickler mit den Bremsen- und Fahrwerkspezialisten aus der Division Chassis und Safety schöpft Synergien, die kein anderer Reifenhersteller bieten kann“, erklärt Ulrich Mertin, Senior Vice President Key Account Management für die Regionen Europa, Mittlerer Osten und Asien im Geschäftsbereich Erstausrüstung und verantwortlich für die Pkw- und leichten Nutzfahrzeugreifen.

Für die hohe Zahl der Freigaben für die Pneu von Continental gibt es im we-

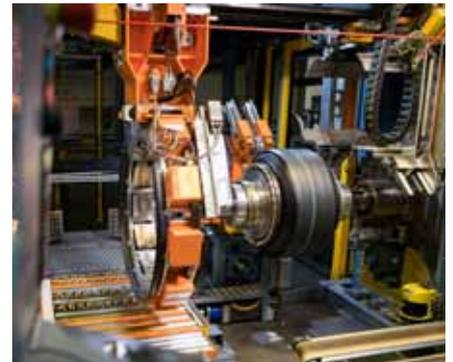
Angesichts der stetig steigenden Anforderungen an Neuwagenmodelle und



Highend-Produkte wie der SportContact™ 6 sind nur möglich durch das optimale Zusammenspiel ...



... erfahrener Entwicklungs-Ingenieure, herausragendem Knowhow, bester Test-Infrastruktur und ...



... außerordentlichen Fertigungsqualitäten, wie im High Performance Technology Center in Korbach.



der unaufhaltsamen technologischen Entwicklung, stehen Ingenieure heute vor immer größeren Herausforderungen. Die wichtigsten Leistungsmerkmale, die Fahrzeughersteller von Reifenherstellern erwarten, sind neben der größtmöglichen Sicherheit ein niedriger Rollwiderstand und geringe Abrollgeräusche. „Je nach Hersteller können spezifische Erwartungen sehr unterschiedlich sein“, sagt Ulrich Mertin. „Porsche legt beispielsweise großen Wert auf die Handling-Eigenschaften, Rolls Royce auf größtmöglichen Komfort auch bei hohen Geschwindigkeiten.“ Anforderungen ändern sich im Laufe der Zeit, unter anderem durch neue Technologien. „In den 1980er-Jahren spielten der Rollwiderstand und der Kraftstoffverbrauch nur eine untergeordnete Rolle“, so Mertin. „Das hat sich

Um den perfekten Reifen für ein neues Fahrzeugmodell zu entwickeln, haben die Techniker in der Regel drei bis vier Jahre Zeit. „Je mehr Zeit wir haben, desto besser können wir die Anforderungen erfüllen“, sagt Ulrich Mertin. „Im Idealfall sind wir bereits während der Konzeptphase der Neuwagenentwicklung beteiligt.“ Das sei zwar nicht die Norm, komme aber gelegentlich vor. Der lange Entwicklungszeitraum belege den erheblichen Aufwand der Ingenieure. „Insbesondere führen wir unzählige Tests durch - zuerst im Labor und später unter Realbedingungen auf der Teststrecke.“ In Abstimmungen mit den Fahrzeugherstellern werden Prototypen entwickelt. Je höher die Anforderungen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass auf eine erste Entwicklungsrunde eine zweite, dritte oder vierte folgt. Am Ende einer jeden Entwicklungsrunde stehen neue Testfahrten an, bis der maßgeschneiderte Reifen schließlich perfekt passt. „Dabei streben wir stets danach, unsere Leistungsziele zu übertreffen“, so Mertin.



„Erstausstattungs freigaben sind der beste Beweis für die Qualität eines Produkts.“

Frank Jung, Leiter Pkw-Reifen Ersatzgeschäft D

Die Entwicklung von leistungsstarken Erstausstattungsprodukten hilft den Ingenieuren von Continental auch dabei, neue Trends in der Industrie vorab zu erkennen und sich frühzeitig darauf einzustellen. „Das macht die Entwicklung zu einer klassischen Win-Win-Situation, die nicht zuletzt auch dem Reifenhandel zufriedene Kunden beschert“, sagt Frank Jung. „Denn erfahrungsgemäß kaufen Autobesitzer bei der Um- und Ersatzbereifung dasselbe Reifenmodell, mit dem ihr Fahrzeug ausgeliefert wurde.“

grundlegend geändert.“ Heute spielt Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle. Und Continental ist darauf vorbereitet. Die Mission der Ingenieure ist es, die Grenzen des Möglichen in alle Richtungen immer weiter hinauszuschieben.



Der Rolls Royce Cullinan mit OE-Freigaben für den ContiSportContact™ 5 (ContiSilent/ContiSeal) sowie den ContiWinterContact™ TS 830 P (ContiSeal).



Audi R8 mit OE-Freigaben unter anderem für den ContiSportContact™ 5 P, den SportContact™ 6 sowie den ContiWinterContact™ TS 830 P.



Händler, Journalisten, Mitarbeiter - um die Zielgruppe optimal zu erreichen, muss bei Events alles bis ins Detail durchdacht sein und alle Rädchen müssen perfekt ineinandergreifen.

Von einer Veranstaltung zur nächsten Claudia Rehm arbeitet für das Eventmanagement

Egal, in welchem Land der Erde die deutsche Marketingorganisation Produkte vorstellt oder Kunden informiert, Claudia Rehm hat garantiert ihre Finger im Spiel.

Als Eventmanagerin ist Claudia Rehm für die Konzeption, Organisation und Vor-Ort-Betreuung großer Veranstaltungen verantwortlich. Zu Continental stieß die 55-Jährige, die im kommenden Jahr ihr 40-jähriges Firmenjubiläum feiern wird, bereits 1980. Sie war eine der ersten weiblichen Azubis im Unternehmen für den Beruf der Chemiefacharbeiterin. Berufsbegleitend absolvierte sie anschließend die Ausbildung zum Industriemeister in der Fachrichtung Kautschuk und Kunststoff. Im Werk Stöcken durchlief die gebürtige Braunlagerin Stationen vom Qualitätsmanagement über Verfahrens-

technik bis zum TKD. Ihr umfassendes technisches Knowhow qualifizierte sie schließlich für die Testbetreuung der Motorpresse. 2003 wechselte sie ins Veranstaltungsmanagement.



Claudia Rehm

In ihrer Freizeit spielt Claudia Rehm leidenschaftlich Golf. Sie ist naturverbunden und wandert gerne. Entspannung vom Job findet sie außerdem bei skandinavischen Krimis, Dokumentationen sowie klassischer und lateinamerikanischer Musik.

Entwickeln, organisieren, begleiten

Spannungsfeld zwischen Belastbarkeit und Flexibilität

Seit mehr als 25 Jahren gibt es im Marketing Deutschland ein eigenes Team für Eventmanagement. Ein Aufgabengebiet für fünf Profis mit starken Nerven.

Nach dem Spiel ist immer vor dem nächsten, so lautet eine alte Fußballerregel. Ein Luxus, den das Team um Claudia Rehm nicht für sich in Anspruch nehmen kann. Eines nach dem Anderen geht nicht. Dafür sind die Veranstaltungen zu vielfältig, die Vorbereitungen zu aufwändig. Während man den Fahrent für Tuning-Kunden im schweizer Wallis betreut, organisiert man für den Handel die Produkteinführung eines neuen Continental-Reifens in Barcelona und entwickelt nebenbei das

Konzept für eine Arbeitertagung in Frankfurt. In diesem Spannungsfeld sind neben Kompetenz immer auch Belastbarkeit und Flexibilität gefragt. Das Team um Claudia Rehm ist vor allem mobil und abends selten zu Hause - dafür aber hochgradig vernetzt in allen Vertriebskanälen des deutschen Marktes, dem europäischen Marketing, mit dem Contidrom, den Fahrsicherheitszentren des ADAC, diversen Rennstrecken und vielen anderen Organisationen und Einrichtungen mehr.

»Stets zwei Schritte vorausdenken«

Drei Fragen an... Claudia Rehm

Frau Rehm, was macht den besonderen Reiz ihrer Tätigkeit aus?

Die Arbeit ist thematisch vielfältig und verbindend. Sie führt zu einer dichten Vernetzung im Unternehmen und bietet die Möglichkeit, neue Entwicklungen noch vor ihrer Markteinführung kennenzulernen. Hinzu kommt der direkte Kontakt zu unseren Kunden. Als angenehm empfinde ich außerdem nach all der Zeit immer noch die wechselnden Veranstaltungsorte und die damit verbundenen Reisen. Die sind zwar auch anstrengend, aber ich sitze ungerne am Schreibtisch.

Welche Herausforderungen gilt es im wesentlichen zu meistern?

Man muss immer mindestens zwei Schritte vorausdenken und für alle Eventualitäten Ersatzlösungen einplanen.

Welche persönlichen Eigenschaften sind dafür von Vorteil?

Neben der unverzichtbaren Fähigkeit zu strukturiertem Arbeiten halte ich ein hohes Maß an Flexibilität und Leidenschaft für unentbehrlich. Außerdem darf man sich nicht unterkriegen lassen, wenn es mal eine Panne gibt. Dann gilt es, situativ eine neue beste Lösung zu finden.



Die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland sowie die UEFA Euro 2008, die zeitgleich in Österreich und der Schweiz ausgetragen wurde, zählen zu den bislang größten Herausforderungen für das deutsche Eventmanagement: zahlreiche Veranstaltungsorte, riesige Besucherzahlen, weite Wege und eine Veranstaltungsdauer über mehrere Wochen mussten bewältigt werden.



Fahrzeuge mit Elektromotor benötigen spezielle Reifen

Der Beratungsbedarf wird steigen. Continental bietet Knowhow und Produkte

Geht es nach dem Willen der Bundesregierung, werden in Deutschland bis Ende 2020 rund eine Million Elektrofahrzeuge rollen. Es ist absehbar, dass deren zunehmende Verbreitung die Komplexität in der Reifenbranche spürbar erhöht.

Spezielle Reifen für Fahrzeuge mit Hybrid- und Elektromotoren haben Potenzial. Derzeit rollen rund 200.000 E-Getriebe auf deutschen Straßen – die Hälfte davon als so genannte Plug-in-Hybride. Seit 2010 haben die Zulassungszahlen von Jahr zu Jahr deutlich zugelegt. Von Förderprogrammen unterstützt und angeregt durch eine steigende Modellvielfalt sowie den zunehmenden Ausbau der Ladestationendichte wird die Nachfrage weiter steigen. Das gilt für alle Fahrzeug-

segmente. Die übergroße Zahl der Käufer sind Erstkunden. Damit steigt absehbar der Beratungsbedarf bei der Umreifung. Denn die Anforderungen an Reifen für Elektromobile sind speziell. Unter anderem soll ein möglichst geringer Rollwiderstand die Reichweite der Fahrzeuge zwischen zwei Ladevorgängen erhöhen. Gleichzeitig müssen die Pneu das hohe zusätzliche Batteriegewicht tragen und im Fahrbetrieb sicher ausbalancieren. Continental verfügt über die nötige Kom-

petenz und verweist auf Erstausrüstungsfreigaben beispielsweise für Tesla und den Audi e-tron. Das Produktportfolio umfasst außerdem Premiümlösungen für Hybridfahrzeuge der Mittel- und Oberklasse vom BMW ActiveHybrid 5 über den Porsche Cayenne S Hybrid bis zum VW Touareg Hybrid ebenso wie spezielle Angebote für reinrassige Elektrofahrzeuge der Kompaktklasse. Mit dem Conti Urban HA3 ist auch ein Spezialist für Elektrobussen im Stadtverkehr im Angebot.

Conti.eContact™ Hybrid

AeroFlex-Technologie für Hybridfahrzeuge der Mittel- und Oberklasse



Dank seines reduzierten Rollwiderstands erreicht der Conti.eContact™ Hybrid Bestwerte im Kraftstoffverbrauch. Er vereint optimalen Grip, stabiles Handling und Sicherheit. Das einzigartige AeroFlex-Design reduziert die Luftverwirbelungen und den Energieverlust beim Ein- und Ausfedern. Verfügbar sind Größen in 17 und 18 Zoll – durchgehend mit XL-Markierung.

Conti.eContact™ Elektro

Die spezielle Lösung für Elektrofahrzeuge der Kompaktklasse



Mit seinem erheblich verringerten Rollwiderstand ist der Conti.eContact™ Elektro die ideale Lösung zur Realisierung einer maximal hohen Laufleistung. Er steigert den Aktionsradius pro Akkuladung, überzeugt mit kurzen Bremswegen auf Nässe und einer reduzierten Geräusentwicklung. Das Lieferprogramm umfasst Größen in 13, 15 und 16 Zoll.

Conti Urban HA3

Optimiert für die Rundumbereifung von Elektrobussen im Stadtverkehr



Mit spezieller Laufflächenmischung, optimiertem Positivanteil im Profil sowie einer um 20 Prozent erhöhten Seitenwandstärke erreicht der Conti Urban HA3 bis zu 20 Prozent mehr Laufleistung und verbessert die Reichweite. In ausgewählten Größen trägt er bis zu acht Tonnen pro Achse und wird damit den Anforderungen von Elektrobussen gerecht.



Die Reifen-Montage nach wdk-Richtlinie hilft, Beschädigungen zu vermeiden.



Stefan Heffel (r.) und Markus Kallmeyer vom Technischen Kundendienst in Hannover-Stöcken.

Werkstattgespräch

Technischer Kundendienst erweitert die Kapazitäten

Die Montage und Demontage von Ultra-High-Performance-Produkten und Runflat-Reifen ist komplexer als der Umgang mit herkömmlichen Pneus. Schon kleinste Montageschäden können langfristig zum Ausfall des Produkts führen. Das erfordert speziell geschultes Personal und wdk-zertifizierte Maschinen.

Moderne UHP- und Runflat-Reifen sind Hightech-Produkte, die für außerordentlich hohe Anforderungen und Belastungen konzipiert sind. Weil diese Hochleistungsreifen bei immer mehr Fahrzeugklassen und -modellen schon zur Standardausstattung gehören, ist der Anteil der Fahrzeuge mit dieser Bereifung auf deutschen Straßen in den vergangenen Jahren deutlich angewachsen. Gleichzeitig erfordern sie bei der Montage besondere Aufmerksamkeit, um Beschädigungen an den Reifenflanken zu vermeiden. Der Qualifizierung und stetigen Weiterbildung der Monteure in diesem Bereich kommt daher besondere Bedeutung zu.

Die Kundendienstwerkstatt im Conti-TrainingsCenter in Stöcken ist für zertifizierte Schulungen nach wdk-Richtlinien auditiert und führt regelmäßig zertifizierte wdk-Montageschulungen durch. Mit diesen bewährten Schulungen unterstützt Continental die Arbeit des qualifizierten Handels. Werkstattmitarbeiter

erweitern ihren Kompetenzrahmen und entwickeln ihre handwerklichen Fähigkeiten in praktischen Übungen weiter.

Angesichts der zunehmend niedrigeren Querschnitte bei Lkw- und Busreifen hat der Technische Kundendienst das praktische Montagetrainings-Angebot um ein entsprechendes Modul im Nfz-Bereich ergänzt. Unter fachkundiger Anleitung trainieren Monteure des Handels die neu entwickelten Montageabläufe.

Wegen der gestiegenen Nachfrage erweitert Continental ab 2020 die Weiterbildungs-Kapazitäten und rückt dabei gleichzeitig näher an die Zielgruppe im Süden Deutschlands heran. Dafür entsteht in München bis zum Ende des Jahres die neue ContiAcademy Süd.

Hinweise zum Schulungsprogramm des Kundendienstes bietet Ihnen der Vertriebsaußendienst.

Mit deutlich erweitertem Produktportfolio in den Winter

Die Marktabdeckung der Continental-Ganzjahresreifen steigt auf 90 Prozent



Der AllSeasonContact™ von Continental bekommt 26 neue Artikel.

Der Ausbau des Produktportfolios für das Winter- und Ganzjahresgeschäft in den Kernmarken Continental, Uniroyal, Semperit und Barum geht weiter voran. Im kommenden Wintergeschäft stehen 50 neue Artikel bereit.

Von der deutlichen Angebotsausweitung profitieren bei den Continental-Winterreifen insbesondere der WinterContact™ TS 860 S (15 neue Artikel) und der WinterContact™ TS 860 P (20 neue Artikel). Bei den Ganzjahresreifen erhält der AllSeasonContact™ gleich 26 neue Artikel. Mit den neuen Größen erzielt die Marke Continental nun bei den Ganzjahresreifen eine Marktabdeckung von 90 Prozent.

Ergänzungen gibt es auch im Portfolio der Nebenmarken: Der AllSeasonExpert 2

von Uniroyal und der Barum Quartaris erhalten jeweils fünf neue Artikel. Der Löwenanteil entfällt mit 15 Dimensionen auf den Vanis AllSeason. Der in diesem Jahr neu eingeführte Barum-Ganzjahresreifen für Transporter und Vans erzielt damit vom Start weg eine Marktabdeckung von 88 Prozent in seinem Segment. Schon im vergangenen Jahr wurde das Produktportfolio um 219 Artikel erweitert – davon entfielen 77 auf das All-Season-Segment.



Robust und langlebig – das ganze Jahr

Barum präsentiert den neuen Vanis AllSeason

Viel Leistung für wenig Geld:
Der Barum Vanis AllSeason
überzeugt an 365 Tagen im Jahr
mit robuster Zuverlässigkeit.

Hohe Laufleistung und niedriger Rollwiderstand; mit dem Vanis AllSeason sind preisbewusste Käufer immer auf der sicheren Seite.

Reifen von Barum vereinen Vielseitigkeit und Beständigkeit mit einem guten Preisniveau. Das gilt auch für den neuen Vanis AllSeason für Transporter und Vans. Bei dessen Entwicklung standen neben der Ganzjahrestauglichkeit insbesondere hohe Laufleistung sowie Belastbarkeit und Widerstandsfähigkeit im täglichen Einsatz im Vordergrund. Die speziell für Vans entwickelte Laufleistungsmischung gewährleistet eine lange Haltbarkeit und ver-

lässliche Haftung auf jeder Oberfläche. Sie ist Garant für kraftstoffeffizientes Fahren und eine lange Lebensdauer. Seine bis zu einen Millimeter dicke zusätzliche Seitenwandverstärkung bietet besonderen Schutz bei Bordsteinanscheuerungen und erhöht die Haltbarkeit insbesondere im innerstädtischen Verkehr. Das Profil ist gekennzeichnet von tiefen und weiten Rillen, um sich mit dem Schnee auf der Straße zu verzahnen – für gutes

Handling und sicheres Bremsen in der kalten Jahreszeit. Die Lieferpalette umfasst 15 Artikel für Felgengrößen von 15 und 16 Zoll Durchmesser, mit Reifenquerschnitten der Serien 60 bis 75 und Breiten von 195 bis 235 Millimeter. Die Geschwindigkeitsfreigaben reichen bis 210 km/h. Dabei besitzen alle Dimensionen das A-Label im Nassbremsen. Beim Rollwiderstand erreichen die meisten Dimensionen den Labelwert C.

Für die Pole Position

ABT Sportsline stellt neuen 340 PS Golf auf SportContact™ 6



Von der Rennstrecke auf die Straße: Das an die Touring-Car-Racing-Aktivitäten von VW angelehnte Sondermodell Golf GTI TCR erhält eine Leistungssteigerung von 290 auf 340 PS und von 380 auf 430 Nm. Damit sprintet der sportliche Bolide aus dem Stand auf 100 km/h in nur 5,4 Sekunden.

Für die Feldarbeit

6er-Serie von John Deere setzt ab sofort auf Tractor70 und Tractor85



Die Radialreifen für mittelgroße Traktoren zeichnen sich durch extreme Robustheit aus und gewährleisten ein hohes Maß an Fahrkomfort, Bodenschonung und Traktion. In insgesamt 30 Größen sorgen sie in den Produktlinien 6MC, 6RC, 6M und 6R bei hoher Zugkraft für wenig Schlupf und flachere Spuren.

Für Hafenanwendungen

Mit drei neuen Radialprodukten zum ganzheitlichen Lösungsanbieter



Mit dem neuen ContiRT20 in 24 Zoll, dem Containermaster Radial und dem StraddleMaster Radial verfügt Continental über Reifen mit perfekter Eignung für unterschiedliche Fahrzeugtypen in Load & Carry Anwendungen, darunter Gabelstapler, Leercontainerstapler, Greifstapler, Portalhubwagen, Terminal-Zugmaschinen.

Mehr Sicherheit mit Van-Reifen

Mitarbeiter von Reifen Simon absolvieren anspruchsvolles Van-Spezial-Training

Seit 2017 ist Continental strategischer Partner des ADAC. Gemeinsam mit dem Automobilclub engagiert sich das Unternehmen für mehr Verkehrssicherheit in Deutschland. Herzstück der Partnerschaft sind Fahrsicherheitstrainings auf den hochwertig ausgestatteten Fahrsicherheitszentren. Continental will damit das langfristige Ziel einer Vision Zero für Kunden, Partner und Autofahrer erfahrbar machen. Mitarbeiter von Reifen Simon machten in Gründau den Praxistest.



Bremsen und Ausweichen: Mitarbeiter von Reifen Simon im firmeneigenen Mercedes Sprinter beim Sicherheitstraining auf glatten Fahrbahnoberflächen.

Continental ist unter anderem Partner von 23 ADAC-Fahrsicherheitszentren. Seit vergangem Jahr wird an sieben dieser Standorte auch ein Van-Spezial-Training angeboten.

„Als wir von diesem neu konzipierten Angebot gehört haben, waren wir sofort interessiert“, sagt Anja Simon-Herber, Geschäftsführerin von Reifen Simon e.K. im hessischen Main-Kinzig-Kreis. Das 1965 von Leonhard Simon gegründete Unternehmen wurde im Laufe der Zeit kontinuierlich weiterentwickelt und verfügt heute als Komplettanbieter mit Kfz-Meister-



„Ein starker Partner auch abseits von Produkten, Verfügbarkeiten und Preisen.“

Anja Witt, Bezirksleiterin Verkaufsgebiet West

werkstätten neben der Zentrale in Schlüchtern über acht weitere Filialen mit über 120 Mitarbeitern. Dazu gehört auch ein eigenes Runderneuerungswerk. Große Lagerkapazitäten sind die Grundlage für ein regionales leistungsstarkes Wiederverkaufsgeschäft mit eigenen Auslieferungsfahrern. Gemeinsam mit Außendienst-Mitarbeitern und Verkäufern aus verschiedenen Filialen absolvierten diese schließlich auf dem Verkehrssicherheitszentrum des ADAC in Gründau das Van-Spezial-Training.

„Für uns bot sich damit eine gute Gelegenheit, unsere Leistungsfähigkeit als starker Partner auch außerhalb der üblichen Themen wie Produktqualität, Lieferfähigkeit und Preis zu beweisen“, erklärt Anja Witt, Bezirksleiterin Continental im Verkaufsgebiet West. Sie organisierte die Tagesveranstaltung mit einer Trainingsdauer von siebeneinhalb Stunden. Während dieser Zeit drehte sich alles um die Fahrsicherheit, hinzu kamen zwei spezielle Continental-Module à 45 Minuten mit Schwerpunkten auf dem Vergleich Van-Reifen Sommer vs. Winter und der Leistungsfähigkeit der Pneu bei unterschiedlicher Profiltiefe. Um den Nutzen des Fahrsicherheitstrainings zu maximieren, absolvierten alle Teilnehmer das Programm auf den firmeneigenen Fahrzeugen vom Typ Mercedes Sprinter.

Der Tag in Gründau brachte für alle Beteiligten neue Erfahrungen und Erkenntnisse. „Die Möglichkeit, das Verhalten unserer Firmenfahrzeuge in Extremsituationen unter professioneller Anleitung und gesicherten Umgebungsbedingungen besser kennenzulernen, hat ganz sicher dazu beigetragen, dass unsere Fahrer Gefahrensituationen im Alltag künftig noch besser begegnen werden“, sagt Anja Simon-Herber. „Unsere Verkäufer hatten die Möglichkeit, ihr theoretisches Wissen über die Bedeutung hochwertiger Van-Bereifung für die Verkehrssicherheit durch eigene praktische Erfahrungen anzureichern und werden unsere Kunden damit künftig noch kompetenter beraten. Wenn möglich werden wir das zu gegebener Zeit wiederholen.“



»Informierte Kunden wissen Qualität zu schätzen«

Interview mit Anja Simon-Herber Reifen Simon e.K.

Frau Simon-Herber, warum waren Sie sofort dabei, als Sie erfuhren, dass Continental in Zusammenarbeit mit dem ADAC ein Van-Spezial-Training anbietet?

Als qualifizierter Reifen-Fachhandel verkaufen wir nicht einfach ein Produkt, sondern wir gewährleisten die Mobilität unserer Kunden. Wir verkaufen Sicherheit - und das gute Gefühl, jederzeit die volle Kontrolle über das Fahrzeug zu haben und jede Fahrsituation im Straßenverkehr kontrollieren zu können. Um diesen Anspruch glaubwürdig zu vertreten, müssen wir selbst natürlich zuallererst in der Lage sein, uns im Straßenverkehr so zu bewegen, dass niemand gefährdet oder verletzt wird. Das beginnt mit dem tadellosen Zustand unserer Fahrzeuge und der daran verbauten Reifen. Und selbstverständlich wollen wir, dass unsere Mitarbeiter die Fahrzeuge bestmöglich beherrschen.

Wie bewerten Sie die Kooperation von Continental mit dem ADAC?

Das Engagement von Continental für einen Rückgang der Unfallzahlen auf deutschen Straßen ist in meinen Augen gut und wichtig. Die Kooperation mit dem ADAC - insbesondere die professionell begleiteten Fahrsicherheitstrainings auf den Verkehrssicherheitszentren - hilft auch dem Handel, weil dabei der Beitrag von modernen Premium-Reifen für sicheren Straßenverkehr kompetent in den Fokus gerückt wird.

Wie könnte sich das im täglichen Geschäft am PoS bemerkbar machen?

Autofahrer, die sich der Bedeutung ihrer Reifen bewusst sind, wissen auch die Beratungskompetenz des qualifizierten Handels zu schätzen. Sie kaufen ihre Pneu seltener im Internet oder bei sonstigen Anbietern und sie geben sich selten mit der zweitbesten Wahl zufrieden. Kunden, die unsere Arbeit wertschätzen, sind schließlich auch bereit, einen angemessenen Preis für das Produkt und die damit verbundene professionelle Dienstleistung zu bezahlen.

Welche Auswirkungen auf das Premium-Segment erwarten Sie von den steigenden Kosten, die auf Autofahrer im Zuge der CO₂-Debatte zukommen?

Wir haben ja nicht nur neun Filialen, sondern sind auch im Wiederverkaufsgeschäft tätig. Deshalb glaube ich, dass wir uns ein gutes Bild vom Markt machen können. Der Anteil der Premiummarken ist in der Vergangenheit auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten mit stetig steigenden Mobilitätskosten verhältnismäßig stabil geblieben. Deshalb hoffe ich, dass auch die nächste Verteuerungsrunde im Zeichen der CO₂-Diskussion daran wenig ändert. Allerdings wird vermutlich die Zahl jener Autofahrer steigen, die beim Reifenkauf auf das beste Preis-/Leistungs-Verhältnis achten müssen.

Feiern auf der Champs-Élysées

Die Tour de France 2019 geht in die Radsportgeschichte ein

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



Das härteste Radrennen der Welt ist das größte jährlich stattfindende Sportereignis in Europa.



Ein handsigniertes Trikot vom Tour-de-France-Sieger 2006 am PoS von Fahrzeugtechnik Vogt in Bielefeld. Der Handel profitierte durch die Aktivierung.

Rund 1,4 Milliarden Menschen verfolgten die Tour de France 2019 im TV und 12 Millionen Zuschauer waren an der Strecke live dabei. Am Ende hieß der Sieger Egan Bernal. Nach mehr als 3.400 Kilometern quer durch Frankreich siegte der 22-jährige Kolumbianer vor seinem Teamkollegen, dem Vorjahressieger Geraint Thomas. Beide profitierten beim härtesten Radrennen der Welt auch von der Qualität und Zuver-

lässigkeit der handgefertigten Pneus aus dem hessischen Korbach. Insgesamt waren fünf der zehn Bestplatzierten auf Continental ins Rennen gegangen. Die Mannschaftswertung entschied mit Movistar ein ebenfalls Continental-bereiftes Team für sich.

Erstmals war Continental nicht nur als Ausrüster, sondern auch als einer der Hauptsponsoren involviert. Das Engagement sorgte für außerordentliche me-

diale Präsenz. Das Continental-Logo erschien nicht nur entlang der Strecke, sondern auch auf dem Bogen oberhalb der Ziellinie und auf der so genannten Flamme Rouge, der Markierung einen Kilometer vor der Zielankunft.

Von der erhöhten Aufmerksamkeit und zusätzlichen Gewinnchancen einer themengerechten Abverkaufsunterstützung profitierte auch der teilnehmende Handel in Deutschland.

Neue Position im Vertrieb

Guido Wolff ist Leiter Vertrieb Handel Pkw-Reifen Continental Deutschland



An der Schnittstelle zum Kunden:
Guido Wolff.

Seit Juli berichtet Guido Wolff in der neu geschaffenen Position weiterhin an Frank Jung, Leiter Marketing und Vertrieb Pkw-Reifen Ersatzgeschäft Deutschland. Der 52-Jährige Diplom-Wirtschaftsingenieur (FH) ist seit 2000 bei Continental in Hannover, zuletzt war er Leiter Großhandel, Werkstattgeschäft und Internethandel.

Neu in der Verantwortung

Phillip Becker ist neuer Leiter Flottenmanagement



In zentraler Funktion für das Fottengeschäft:
Phillip Becker.

Phillip Becker ist seit 2012 im Unternehmen, war zunächst BZL im Autohausgeschäft, später Operation Manager D/A/CH und zuletzt als Key Account Manager Pkw-Reifen Ersatzgeschäft Deutschland tätig. Als Leiter Flottenmanagement folgt er Robert Waldmann nach, der zum neuen Leiter des TKD D/A/CH ernannt wurde.

50 Jahre Regenreifen

Die Nässeperformance bleibt vorrangiges Entwicklungsziel von Uniroyal



Uniroyal Rallye 180 von 1969 für Geschwindigkeiten bis 180 km/h.

1969 traf der Rallye 180 den Nerv der Zeit. Der erste Pkw-Regenreifen der automobilen Geschichte überzeugte in den Vergleichstests und wurde zum Verkaufsschlager. Bis heute ist die Entwicklung von Uniroyal-Reifen untrennbar mit der Frage verbunden, wie das Fahren auf Nässe weiter verbessert werden kann.



Auf www.gripwochen.de registrieren sich Autofahrer, die an dem Gewinnspiel teilnehmen wollen.

Bewegte Bilder am PoS

Ein neuer Image-Film von Semperit thematisiert die enge Partnerschaft mit dem Deutschen Skiverband.

Aufmerksamkeit für die Marke Semperit ist das Ziel eines Videos, das in emotionalen Bildern den erfolgreichen gemeinsamen Weg der Athleten der deutschen Ski-Nationalmannschaften und der Produkte der österreichischen Traditions-marke erzählt. Die Botschaft für den PoS lautet: In sommerlichem sowie winterli-

Werbung für Premiumprodukte

Die ContiGripWochen sorgen für Aufmerksamkeit

Gesteigerte Nachfrage nach Premiumprodukten, Aufmerksamkeit für teilnehmende Betriebe und erhöhte Kundenbindung sind die Vorteile dieser Aktion.

Noch bis zum 30. November fördert Continental den Abverkauf von Markenprodukten mit einem neuen Endverbraucher-gewinnspiel. Im Mittelpunkt der Kommunikation steht dabei die Vermittlung von Informationen über innovative Reifentechnologien für perfekten Grip. Teilnehmen kann jeder Autofahrer, der während des Aktionsrahmens beim teilnehmenden Handel mindestens einen Reifen der Marke Continental ab 16 Zoll aufwärts erwirbt – egal ob es sich dabei um Pkw-, SUV- oder Van-Reifen handelt. Die Aktion richtet sich gleichermaßen an

Käufer von Sommer-, Winter- und Ganzjahresreifen. Zu gewinnen gibt es insgesamt 100 Paar Performance-Schuhe von adidas mit innovativer Continental Gummisohle. Dem Handel entsteht durch die Teilnahme keinerlei Mehraufwand. Denn um seine Gewinnchance zu wahren, registriert sich der Kunde auf der Aktionsplattform im Internet und übermittelt den Kaufbeleg für die Abwicklung direkt an Continental. Gewinnen kann auch der Handel. Unter allen teilnehmenden Betrieben verlost Continental weitere 100 Paar der beliebten Laufschuhe.



Die DSV-Athleten setzen auf Reifen von Semperit.

chem alpinen Gelände setzen die Profis auf Semperit, um ohne Kompromisse noch weiter zu kommen und noch sicherer zu fahren. Erhältlich ist der neue Imagefilm ab November – sowohl über den jeweiligen Außendienst-Mitarbeiter als auch als Download aus dem Conti-MedienCenter.

In den heiligen Hallen

GRIP - Das Motormagazin von RTL 2 testet den SportContact™ 6



Grip-Moderator Niki Schelle (li.) auf dem Contidrom.

Ihre Reise durch die faszinierende Welt der Automobilität führt die Macher von Grip nun auch in die heiligen Hallen von Continental. Gedreht wurde im August in den Räumen der F+E, im High Performance Technology Center in Korbach und auf dem Contidrom. Gesendet wird der Beitrag auf dem Grip-YouTube-Kanal.

Continental bevorzugt

ADAC-Reifen-Monitor belegt: Mitglieder setzen auf Premiumqualität



Beliebte Marke: 24 Prozent für Continental.

Eindeutiges Ergebnis: In einer gestützten Abfrage nach Markennamen unter 4.002 Mitgliedern des ADAC nach der höchsten Kaufpräferenz bei Reifenkäufen, entschieden sich 24 Prozent der Befragten für die Marke Continental. Der bestplatzierte Wettbewerber musste sich mit 19 Prozent begnügen.

Theo-Tuning-Award 2019

Continental gewinnt imagerträchtigen Leserpreis in der Kategorie „Reifen“



Tuning beginnt mit UHP-Reifen von Continental.

Beeindruckende Serie: Bereits zum siebten Mal in Folge gewinnt Continental die nach Tuning-Legende Theo Decker benannte Auszeichnung. Der renommierte Publikumspreis wird jährlich in zehn verschiedenen Kategorien vergeben. Gewählt wird von den Lesern der Fachzeitschriften *TUNING* und *VW SPEED*.

Ab morgen ist alles anders

Erfolgreiches Agieren im Wettbewerb

Nichts ist beständiger als der Wandel. In einer dynamischen Gesellschaft gewinnt deshalb am Markt das Unternehmen mit dem besten Veränderungs-Management.



Mitarbeiter für angestrebte Veränderungen begeistern.

Alle reden von der Digitalisierung als der größten anzunehmenden Herausforderung, die Unternehmen in unserer Zeit bestehen müssten. Doch die Digitalisierung ist eigentlich nur der fachliche Teil des ewigen Ringens zwischen Gut und Böse: erfolgreiches Gestalten von Veränderungsprozessen angesichts sich wandelnder Einflussfaktoren gegen das Festhalten am Status Quo. Für die Einführung digitaler Prozesse im Werkstattalltag gibt es Experten. Der Rest ist Chefsache. So gesehen unterscheidet sich die Digitalisierung nicht wesentlich von anderen Auslösern von Veränderungsprozessen wie Standortverlagerungen, Elektrifizierung oder Unternehmensübergaben. Am Ende geht es immer darum, den Menschen in seiner Arbeitsumgebung für den Prozess zu begeistern.

Mitarbeiter motivieren

Herausforderungen meistern, verbindet

Veränderungsprozesse sind immer Teamarbeit. Den Hebel umzulegen, ist gar nicht so schwierig. Denn Umfragen belegen, dass Mitarbeiter Neuem gegenüber viel aufgeschlossener sind, als allgemein angenommen wird.

Das Reifengeschäft steckt insbesondere in den Werkstattbereichen voller Routinen. Und diese wirken nach Expertenmeinung auf Dauer demotivierend auf die Beschäftigten. Veränderungsprozesse schaffen hingegen neue Herausforderungen, die alle Mitarbeiter gleichermaßen fordern und die sie nur gemeinsam bestehen können. Gelingt dies, erhöht das nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens, sondern es entstehen Erfolgserlebnisse, die wiederum die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen stärken. Auch Weiterbildungen, die im Rahmen von Veränderungsprozessen benötigte Zusatzqualifikationen vermitteln, werden Umfragen zufolge positiv bewertet - und nicht etwa als Belastung empfunden.



Den Wandel nicht fürchten, sondern erhoffen.

Lust auf die Welt von morgen

Veränderungsdruck? Falsche Perspektive

Wenn Stillstand die Existenz des Unternehmens bedroht, wird Wandel unumgänglich. Was liegt da näher, als aus der Not eine Tugend zu machen?

Wer bremst, verliert. Die Zeiten, in denen die Großen die Kleinen schlugen, sind längst vergangen. In einer Branche, deren Rahmenbedingungen sich stetig verändern, schlagen die Schnellen die Langsamen. Das sind gute Aussichten für eigentümergeführte Einzelunternehmen mit ihren kurzen Entscheidungswegen, flachen Hierarchien, stabilen Teamstrukturen und direktem Kundenkontakt. Solche Unternehmer sollten Wandel also nicht fürchten, sondern erhoffen. Wer darüber nachdenkt, wie er seine Chancen im Wettbewerb verbessern kann, sucht permanent nach Veränderungspotenzialen. Erfolgreiche Unternehmer warten nicht, bis Veränderungsdruck entsteht, sondern schaffen eine Veränderungskultur, mit der sie ihren Wettbewerbern stets eine Nasenlänge voraus sind. Die wichtigsten Verbündeten dabei sind die eigenen Mitarbeiter. Unternehmer müssen mit gutem Vorbild vorangehen, Ziele erklären, Chancen aufzeigen, Ängste abbauen und die Potenziale jedes Einzelnen bestmöglich einsetzen.



Erfolgserlebnisse im Rahmen von Veränderungsphasen verbinden und stärken die Identifikation mit dem Unternehmen.

Veränderungsprozesse wie die Digitalisierung gelingen deshalb leichter in einer Unternehmenskultur, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt. Wichtig ist, dass der Wandel für die Mitarbeiter als sinnvoll erkennbar ist und so vollzogen wird, dass die Intensität nicht überfordernd wirkt. Große Veränderungen sollten deshalb frühzeitig eingeleitet und in überschaubaren Etappen vollzogen werden. Eine besondere Rolle für die Motivation aller Beteiligten spielt dabei immer auch die Würdigung des bisher Erreichten.



Das wissen nur die Wenigsten

Leer ist nicht nur nicht leer, sondern im Gegenteil: ganz schön voll – jedenfalls gilt das für das Leergewicht eines Kraftfahrzeugs. Die Bestimmungen dazu werden in §42 der StVZO geregelt. Das Leergewicht umfasst demnach alle Anbauteile, die das Fahrzeug für den Betrieb benötigt. Dazu gehören auch die Füllmittel für die Behälter, beispielsweise Wasser und Kühlflüssigkeit. Der Tankinhalt wird zu 90 Prozent veranschlagt. Auch Ersatzrad, Wagenheber, Bordwerkzeug und Verbandskasten sind enthalten. Selbst der Fahrzeugführer wird mit einem symbolischen Gewicht von 75 Kilogramm einbezogen.

KAUM ZU GLAUBEN ...

Sind SUVs gefährlich?

Ein tragischer Unfall in Berlin bringt erstaunliche Vorurteile an den Tag

Die Wahrheit ist: Die Schadensbilanz von SUV-Fahrern liegt statistisch unter dem Durchschnitt aller Autofahrer. Große SUVs verursachen fünf Prozent weniger Unfälle als der Durchschnitt. Fahrer von Geländewagen verursachen sogar 21 Prozent weniger Unfälle. Quelle: verivox. Ausgewertet wurden die selbst verursachten Haftpflichtschäden der vergangenen drei Jahre vor Versicherungsbeginn.

Stadtverbot für SUVs?

Nach Ansicht mancher Politiker verstopfen SUVs unsere Innenstädte

Die Wahrheit ist: SUVs sind entgegen aktuellen Einschätzungen keine „Großstadtpanzer“ für Helikoptereltern. Und sie verstopfen auch nicht die Städte. In den 50 größten deutschen Städten machen die über verivox versicherten SUVs 8,7 Prozent aller versicherten Kraftfahrzeuge aus. In den übrigen Landkreisen und Städten liegt der Anteil hingegen bei über zehn Prozent.

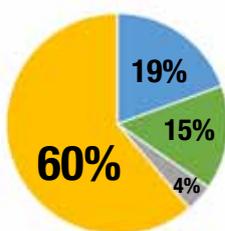
Wilde SUV-Fahrer?

Über wen da derzeit eigentlich wirklich so erregt diskutiert wird

Die Wahrheit ist: Gerade einmal 2,9 Prozent der SUV-Fahrer sind unter 30 Jahre alt. Die Akzeptanz steigt mit dem Lebensalter kontinuierlich an. In der Altersgruppe der 60- bis 79-Jährigen fährt jeder sechste Autofahrer einen SUV. Auch das Punktekonto in Flensburg spricht nicht für besondere Rücksichtslosigkeit. Laut verivox sammeln SUV-Fahrer nicht mehr Punkte als andere Autofahrer.

Statistik: Marktanteil des Handels im Wintergeschäft gestiegen

Der Marktanteil von Reifenfachhandels-Betrieben und freien Werkstätten im Wintergeschäft ist zuletzt wieder gestiegen. Nach 55 Prozent in 2016 und 54 Prozent in 2017, lag er im vergangenen Jahr bei 60 Prozent. Autohäuser/Vertragswerkstätten, Kfz-Zubehör-Handel und Online-Handel gingen zurück.



Die Daten wurden von Continental mit Hilfe der forsa.main Marktinformationssysteme GmbH bei einer telefonischen Umfrage unter 1.000 Autofahrern erhoben.

Neureifenverkauf an Endverbraucher im Winter 2018:

- 60 %: Handel/freie Werkstätten
- 19 %: Autohaus/Vertragswerkstätten
- 15 %: Online-Bestellungen
- 4 %: Kfz-Zubehör-Handel
- 1 %: Sonstige

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

Vanessa Meckfessel
Ltg. Redaktion
Klaus Engelhart
Fotos: Continental, ABT, Audi, Porsche, Rolls Royce sowie Karin & Uwe Annas, fotogestoeber, fotomek, Nejrón Photo, Poul Carlsen, stadtratte, Sunny studio (alle Adobe Stock)
Druck: Quensen Druck und Verlag GmbH & Co. KG, Hildesheim
Ausgabe Oktober 2019
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Zustimmung von Continental.
E-Mail: marketing@conti.de



Wechseln und gewinnen!

Perfekte Kontrolle im Winter – mit Reifen von Continental!

So gut kann Wechseln laufen: jetzt **Continental Reifen** ab 16 Zoll* kaufen und **eins von 100 Paar adidas Schuhen mit Continental-Sohle** gewinnen. Profitieren Sie von innovativen Reifentechnologien – beim Fahren und Laufen.

Aktionszeitraum: 16.09. bis 30.11.2019



Jetzt teilnehmen unter:
www.gripwochen.de

Abb. ähnlich

*gilt für Pkw-, SUV- und Van-Reifen sowie Sommer-, Winter- und Ganzjahresreifen