

PRESSEMITTEILUNG

Erste digitale GDHS-Frühjahrstagung 2021 ein voller Erfolg Systemrelevant und mit starkem Netzwerk in die Zukunft

Köln, 16.02.2021. Die Goodyear Dunlop Handelssysteme haben die erste digitale GDHS-Frühjahrstagung am 26. Januar erfolgreich durchgeführt. Über 500 Teilnehmer aus den in Deutschland angeschlossenen Premio- und HMI-Betrieben verfolgten vor ihren Bildschirmen die interaktiven Vorträge, die live aus einem Kölner TV-Studio von den GDHS-Referenten vorgetragen wurden. Auch die an den Folgetagen virtuell abgehaltenen Premio-, HMI- und LKW-Tagungen stießen auf große Resonanz. Elektromobilität, Digitalisierung und Klimawandel waren einige der Top-Themen.

2021 bleibt weiterhin alles anders – dank Corona. Doch wie man auch in dieser besonderen Zeit eine professionelle Tagung veranstaltet, bewies die GDHS mit ihrer ersten komplett digitalen Frühjahrstagung für die Premio- und HMI-Betriebe. Anders als gewohnt lud der Systemgeber seine Partner nicht zu Regionaltagungen vor Ort ein, sondern sendete aus einem eigens dafür ausgerüstetem TV-Studio die Vorträge live direkt auf die Endgeräte der angemeldeten Teilnehmer; alles virtuelle Sitzplätze in der 1. Reihe sozusagen, die von über 500 Zuschauern besetzt wurden, und denen Carsten Scholz, Leiter Premio Reifen + Autoservice, und Edgar Zühlke, Leiter der Handelsmarketing-Initiative (HMI), nach einem eingespielten Trailer zu Beginn des Events ihren herzlichen Dank aussprachen. „Ihr seid systemrelevant“ und „Unsere Stärke heißt Netzwerk“, so die zwei Kernbotschaften, deren Relevanz sich im Laufe der Tagung immer wieder zeigte.

Wegweisende Aussagen, die GDHS-Geschäftsführer Goran Zubanovic in seinem Vortrag „Markt und Strategie“ gerne aufnahm und weiterführte. So habe sich die GDHS mit ihren Partnern gut den gegebenen Corona-Umständen angepasst, die ganzen Monate Kontakt gehalten und „eine Menge miteinander kommuniziert“. Man könne zuversichtlich in die Zukunft schauen, auch wenn die

Rahmenbedingungen in der Volkswirtschaft und im Markt 2021 weiterhin stark von der Pandemie dominiert würden. Dennoch gebe es neue Chancen für Experten in der Branche, weil nicht mehr alle neuen Herausforderungen von allen Betrieben gehandelt werden könnten. In dem Zusammenhang nannte Zubanovic unter anderem den Strukturwandel hin zu einem deutlich wachsenden Marktanteil an Hybrid- und Elektrofahrzeugen: „Das sollte uns keine Sorgen bereiten, im Gegenteil: Das ist sogar erfreulich, denn wir als Spezialisten in einer starken Kooperation werden uns in diesem Bereich gezielt und stetig weiterentwickeln sowie weiterhin Investitionen tätigen, sodass wir optimal auch für diese Fahrzeugantriebe gerüstet sind und Kunden individuelle Lösungen anbieten können.“ Ferner betonte Zubanovic, dass die stabile Marktentwicklung 2020 zwar unterbrochen wurde, die GDHS aber für 2021 mit einem leichten Wachstum rechne. Entsprechend gelten weiterhin die Ziele, die Profitabilität der Partner zu steigern, den Digitalisierungsgrad zu erhöhen, Prozesse zu standardisieren, den Service zu verbessern, die Anforderungen im Autoservice zu beherrschen und die Nachfolgeregelung in den Betrieben sicherzustellen; und natürlich „Covid-19 zu managen“. Zubanovic zeigte sich aufgrund der hohen Qualität der engen Zusammenarbeit von Zentrale und Partnern zuversichtlich, auch weiterhin Systempartner Nr. 1 des Reifenfachhandels zu sein.

Überzeugende Vorträge von Premio, HMI, Goodyear und FRI

Positive Signale auch bei den Vorträgen der anderen Redner des Dienstagnachmittages. Dennis Epping, Manager Retail Operations vergab mit Blick auf die Geschäftsentwicklung in Pandemie-Zeiten in seiner Präsentation einen grünen „Daumen-hoch“ für den Rohertrag, der nahezu auf Vorjahresniveau gelegen habe, im Bereich E-Commerce habe die Gruppe sich sogar deutlich steigern können. Das GDHS-Leistungsangebot, das sich aus Bausteinen innerhalb der vier Bereiche Category Management, IT, Unternehmensführung und Kundenzuführung zusammensetzt, werde permanent weiterentwickelt und stelle einen klaren Wettbewerbsvorteil dar. Zum wichtigen Stichwort Digitalisierung führte Epping aus: „Wir haben bereits einen hohen Digitalisierungsgrad bei der GDHS und schaffen damit einen Mehrwert durch Integration und Vernetzung unserer Systeme.“ Vor allem im Bereich Autoservice würden viele Fortschritte gemacht. Das bestätigte auch Jochen Clahsen, Manager Fleet Operations Europe & 4Fleet Group, der unter anderem die Vorteile des neuen Auftrags- und Abrechnungstools FOS Car Service pries, mit dem Händler den Leasinggesellschaften Autoservice als integrierte Flotten-Dienstleistung anbieten könnten. „Eine solche integrierte Lösung für die Abwicklung der Kundenaufträge inklusive Zugriff auf den GDHS-Teilekatalog ist im Markt momentan konkurrenzlos und wird für gesteigerte Autoservice-Umsätze sorgen“, so Clahsen.

Edgar Zühlke bedankte sich in seinem Vortrag bei 16 neuen HMI-Standorten, was in einem turbulenten Jahr 2020 nicht selbstverständlich sei, und verwies in puncto Herausforderungen ebenfalls auf die Digitalisierung, die eine ineinandergreifende Kette vom Einkauf über Verkauf bis hin in die Buchhaltung sein müsse. Das E-Commerce-Paket der GDHS würde diesen Prozess schon sehr gut für den Partner abdecken. Zudem merkte er die wichtigen Themen Fachkräftemangel/Nachfolgeregelung, Qualifizierung im HMI-Netzwerk mithilfe des breiten Trainingsangebotes durch das GDHS-Trainingscenter sowie Kundengewinnung und -bindung an, die für weiteres HMI-Wachstum unabdingbar seien. Auf Erfahrungsaustausch „Aus der Praxis für die Praxis“ in kleineren Händlergruppen setze das HMI-Team weiterhin auch in diesem Jahr – mit seinen in 2020 eingeführten HMI-Info-Zirkeln, in ganz neuen Formaten, aber genauso mit den beliebten Stammtischen in den Regionen, wenn sie im Herbst hoffentlich wieder möglich werden.

Carsten Scholz betonte die besondere Stärke der Marke Premio, gerade im schwierigen letzten Jahr, in dem Premio besser als der wdk-Markt gewesen sei. Ebenso Highlights: die erfolgreichen Marketingaktionen wie die Heldenkampagne und Schaltungen im Addressable TV sowie die weiter gestiegene Zahl an positiven Kundenbewertungen. Jetzt freue sich das Premio-Team zusammen mit den Premio-Partnern auf das diesjährige 25-jährige Marken-Jubiläum, das ausgiebig kommunikativ begleitet und im September als Event gefeiert werde. Zusätzlich auf der Agenda von Premio stünden in diesem Jahr die Qualitätssteigerung in den Betrieben durch individuelle Schulungs- und Trainingspläne, durch professionelle Systemchecks pro Betrieb und durch die Umsetzung weiterer wichtiger IT-Projekte zur Verbesserung der digitalisierten Prozesse.

Premio hat sich auch das Thema Klimawandel mit auf die Fahne geschrieben und möchte mit seinen Betrieben 2025 klimaneutral sein. Mit Unterstützung der Aktion „Klimaverbund Mittelstand“ erarbeitet die Premio-Zentrale aktuell ein Konzept, wie die Partner durch professionelle Beratung diesem Ziel näherkommen können.

Eine Übersicht über die Trends, die Produktvielfalt und die Marketingaktivitäten der Goodyear bekamen die virtuellen Zuschauer von Claus-Christian Schramm, Director Sales Replacement Consumer Tire Dealer Germany, und Francesco Morgese, Operations Manager Sales, präsentiert. Der Geschäftsführer der Freien Reifeneinkaufs-Initiative (FRI) Helmut Pesch gab den GDHS-Partnern einen guten Überblick über die von der Einkaufsgesellschaft ausgehandelten Konditionen für Reifen, Alufelgen und Autoteile, die wirtschaftliche Lage der FRI und hilfreiche Empfehlungen in Sachen Einkauf und Bevorratung.

Viel Lob und Austausch im Live-Chat

Während der zweieinhalbstündigen Live-Veranstaltung beteiligten sich die Teilnehmer rege am eigens eingerichteten Chat und stellten dabei nicht nur Fragen an die Redner, die diese zum Teil direkt, teilweise in der anschließenden Fragerunde beantworteten, sondern kommunizierten auch untereinander. Persönliches Netzwerken also, auch wenn GDHS-Sprecher und Teilnehmer am Ende betonten, dass sie sich auf den nächsten „analogen“ Vor-Ort-Austausch sehr freuten.

Digitale HMI-, Premio- und LKW-Tagungen an den Folgetagen

Die Digitaltagungen der Reifenhandelssysteme HMI und Premio sowie des Geschäftsbereichs LKW fanden in kleineren Kreisen an den restlichen Wochentagen statt. Über die Plattform Microsoft Teams konnten sich Händler zuschalten und nicht nur den Vorträgen der Referenten zuhören, sondern auch in den Dialog treten. Es standen unter anderem Neuigkeiten und weitere Details aus den Bereichen Premio bzw. HMI sowie von den GDHS-Experten zu den Themen „Autoservice“, „Marketing“, „Pricing“ und „4Fleet Group“ auf der Agenda.

Thorsten Brückner, Manager Carservice, setzte mit den Themen „Veränderung der Werkstattarbeiten aufgrund steigender Elektromobilität“, „Verbesserte Prozesse beim Digitalen Servicecheck“ und „Ausbau des Trainingsangebotes incl. E-Learnings für Werkstattmitarbeiter“ seine Schwerpunkte und gab viele Tipps für die Unternehmer und Werkstatt-Teams mit dazu.

Michael Ammann, Manager Marketing, blickte auf die geplanten Marketing- und Jubiläumsaktivitäten im anstehenden Jahr, betonte seinerseits die Wichtigkeit der Themen Klimaschutz und Nachhaltigkeit und stellte die nächsten Schritte vor; Premio gehe hier gemeinsam mit Partnern und Kunden einen transparenten Weg. Marco Drouvé, Senior Business Analyst Pricing, ging auf das spannende Thema Dynamic Pricing ein, das höchstflexible, individuelle und aktuelle Preisanpassungen durch die Betriebe erlaube, um die Chancen im lokalen Markt besser zu nutzen.

Die LKW-Tagung richtete sich an alle 250 GDHS-Betriebe, die LKW/NFZ-Reifen vermarkten und professionellen Service rund um den Reifen anbieten. Herausforderungen wie der Fachkräftemangel, gerade auch bei LKW- und Pannenservice-Fahrern, die steigende Nachfrage nach Full-Service-Angeboten durch Speditionen und Flotten sowie die Steigerung von Reifennachfrage und Pannenaufkommen bildeten die Basis von André Vennemann, Business Manager Commercial, als Einstieg in das komplexe Thema. Dabei stellte er die Bandbreite an Unterstützungsmodulen für die

professionelle LKW- und NFZ-Reifen-Vermarktung der GDHS mit vor und erklärte den Partnern, wo es bereits jetzt durch die Unterstützung der Experten gute Lösungsansätze für die Betriebe gebe. Einen interessanten Exkurs bildete der tiefere Blick auf das Thema Reifentechnologie und Reifenentwicklungen vor dem Hintergrund des „EU Green Deal“. Letzteres war ein Punkt, der allen Beteiligten klar machte, dass die Branche vor der großen Herausforderung stehe, CO2 zu reduzieren. Der aus Luxemburg zugeschaltete Eric Muller, Director Products and Innovation Commercial Tires, unterstrich diesbezüglich die Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft der Marke Goodyear und zeigte konkret auf, wie dieser Green Deal den Markt und die Zukunft in Europa beeinflusse. Christian Fischer, Verkaufsleiter LKW Deutschland, rundete die LKW-Tagung mit der Vorstellung der aktuellen Marktzahlen in Deutschland, Österreich und der Schweiz und einem dicken Lob an die GDHS-Partner ab. Er bedankte sich für die Unterstützung im Flottengeschäft durch exzellenten Service der Partner und einer überragenden Pannendienststatistik. Jeder zweite Reifen würde über die GDHS vermarktet und die hohe Loyalität und Zufriedenheit mit den Produkten des Goodyear-Konzerns widerspiegeln.

Wie bereits bei der digitalen GDHS-Jahrestagung am Dienstag beteiligten sich auch bei den Tagungen der Channels an den Folgetagen die digital zugeschalteten Zuschauer rege an den anschließenden virtuellen Diskussionen und bewiesen, dass das Netzwerk zwischen Systemgeber und Partner auch in Zukunft ein starkes bleibt.

Diese Presseinformation sowie Bildmaterial finden Sie neben weiteren Informationen über die GD Handelssysteme zum Download unter www.gdhs.de.

Pressekontakt:

GD Handelssysteme GmbH
Anne Reck
Xantener Straße 105
50733 Köln
Tel. +49 (221) 9 76 66 246
Fax +49 (221) 9 76 66 576
E-Mail: anne.reck@gdhs.de