

PRESSEMITTEILUNG

Digitale Frühjahrstagung Premio Schweiz gibt optimistische Saisonziele vor

Köln/Hegnau, 09.03.2021. Die GDHS hat die Frühjahrstagung für seine Premio-Partner in der Schweiz Anfang März erstmals für alle drei Sprachregionen online durchgeführt. An drei Tagen kamen die 76 angeschlossenen Betriebe digital zusammen, um live die Vorträge der Referenten zu verfolgen und sich auszutauschen. Themen waren unter anderem die steigende Bedeutung von E-Commerce, die Wichtigkeit des Warenwirtschaftssystems *tiresoft 3* sowie geplante Marketingaktivitäten als Unterstützung für die Partner im Jubiläumsjahr für 25 Jahre Premio.

Gleich zu Beginn der Veranstaltung machte Marco Fabbro, Manager Retail Switzerland, klar: „Ich werde nicht viel über das leidige Thema Corona sagen, ausser: Wir haben zusammen mit unseren Premio-Partnern die Krise gut gemeistert und sogar fast die gleiche Umsatzhöhe wie in 2019 erreicht. Das war nicht zu erwarten und alles andere als selbstverständlich.“ Fabbro dankte diesbezüglich den Partnern und blickte in seinem Vortrag „Markt & Strategie“ den kommenden Herausforderungen optimistisch entgegen. Wichtig sei hier vor allem, der steigenden Bedeutung des E-Commerce gerecht zu werden. Von gut 7 Millionen verkauften Reifen seien 2020 rund 14 % online gekauft worden, Tendenz, nicht nur Corona-bedingt, steigend. Fabbro verwies bei dem Thema unter anderem auf die zentralseitigen Unterstützungen, beispielsweise bei der Website-Erstellung oder Integration des Online-Terminplaners. Ebenso eine wichtige Herausforderung sei die zunehmende E-Mobilität. Es gelte hier, gut aufgestellt zu sein und das Neukundenpotential zu nutzen, so der Premio-Manager weiter.

Cristian Sina, Key Account Manager 4Fleet Group, hatte für den Bereich Flottengeschäft Gutes zu vermelden. So sei der Gesamtumsatz der 4Fleet Group gegenüber 2019 leicht gestiegen und man führe eine stabile Beziehung mit den Leasinggesellschaften und Flottenkunden im Bereich Reifenmanagement. „Das ist eine ideale Ausgangslage für weiteres Wachstum in 2021“, so Sina. Der Key Account Manager ging zudem auf die Verbesserungsmöglichkeiten bei der Reifeneinlagerung sowie bei den internen Auftragseingaben unter Berücksichtigung der Kundenfreigaben ein und gab den Teilnehmern hilfreiche Tipps im Umgang mit der Abrechnungssoftware Fleet Online Solutions (FOS).

Business Consultant Nathalie Dubois stellte den Partnern das einfache Handling und die bereits vollintegrierten Schnittstellen des GDHS-Warenwirtschaftssystems *tiresoft 3* vor, angefangen von der Verknüpfung zum Online-Terminplaner über die Anbindung des GDHS-Teilekatalogs inclusive

Digitalem Serviceheft bis hin zur Integration des Felgenkonfigurators. „All das spart euch Arbeit und Zeit, die ihr für mehr direkten Kundenkontakt nutzen könnt“, so Dubois. 15 Garagen nutzten bereits *tiresoft 3*, weitere 6 Installationen seien aktuell in Planung. Neuerungen in 2021 seien unter anderem die Anbindung des Profiltiefenmessgeräts, des Digitalen Servicechecks, von neuen EC-Kartengeräten sowie einer professionellen Archivierungslösung. Alle Entwicklungen gingen in Richtung „Papierlose Werkstatt“.

Sirio Rizzo, Trade Marketing Specialist der Agentur aha!, ging in seinem Online-Vortrag unter anderem auf die vielen schnell bereit gestellten Werbemittel in Bezug auf Corona ein und den Relaunch der nationalen Facebookseite mit deutlich mehr „Swissness“. Zudem stellte Rizzo die Modularisierung des Flugblatts vor und unterstrich die Notwendigkeit neben bewährten Offline-Massnahmen, wie die geplante Grossflächenplakat-Kampagne, auch digital zu werben, unter anderem über Google Ads. Das gelte auch für das 25-Jahre-Premio-Jubiläum dieses Jahr.

Eine Übersicht über die Leistungen des GDHS-Trainingscenters gab Operation Manager Christian Lehmann, indem er in einem „kleinen Rundflug durch das System“ praxisnah wichtige Funktionen und unterschiedliche Schulungen erläuterte. Der Trainingscenter stelle ein wichtiges neues Tool für die Partner dar, sich via E-Learning fortzubilden oder sich über Schulungen vor Ort zu informieren und diese zu buchen. Sibylle Regli, Back Office Coordinator Premio Schweiz, zeigte den Anwesenden darüber hinaus die vielen Vorteile des GDHS partner.net, das sämtliche Informationen der Premio-Zentrale und zu den Leistungsbausteinen, zum Beispiel auch zu *tiresoft 3*, enthalte und mit einem Quicklink auch direkt zum Trainingscenter führe.

Michael Locher, Director Sales Consumer und General Manager Switzerland (GDTS), dankte den Betrieben für ein gutes Ergebnis, das bei Premio in 2020 besser als der Markt gewesen sei. Locher präsentierte neben Neuheiten in der Produktpalette die geplanten Marketingmassnahmen des Goodyear-Konzerns in Richtung Händler und Endverbraucher und stellte den Aktionsplan für den Einsatz des Goodyear-Blimps und die Aktivitäten der Marke im Motorsport vor. Ausserdem wies er auf die Veränderungen des EU-Reifenlabes ab Mai 2021 mit den neuen Klasseneinteilungen hin.

Helmut Pesch und Volker Piel von der Freien Reifeneinkaufs-Initiative (FRI) informierten über die Entwicklung der Lieferanten-Konditionen für Reifen, Felgen und Autoteile für die schweizerischen Partner. Durch Corona seien wirtschaftliche Rückgänge erwartbar, aber man setze das Ziel, sich von einem kleineren Kuchen ein grösseres Stück abzuschneiden – was mit Hinblick auf den stabil gebliebenen Reifenumsatz in 2020 ein realistisches Ziel für 2021 sei. Die FRI werde weiterhin versuchen, einen guten Ertrag, gerne auch bei weiteren Felgen- und Autoteilelieferanten, für die Händlergruppe zu verhandeln. Claudia Schlatterer von der MediaTel Werbeagentur stellte den neuen Premio-Tuningkatalog 2021 vor und kündigte den Live-Gang als Print- und Online-Version für den April in Deutsch, Französisch und Italienisch an. Zudem verwies sie auf den anstehenden Premio-Lieferantenaward, bei dem Premio Tuning auch dieses Jahr wieder die besten Marken auszeichnen wird.

Zum Abschluss fasste Fabbro die wichtigsten Erkenntnisse der Tagung nochmals zusammen und bedankte sich bei den Teilnehmern, die ihrerseits nur lobende Worten fanden. Die Kommentare reichten von „Ihr habt es hervorragend gemacht!“ (P. Bürki, Pneu In) über „Grosses Kompliment! (M. Schnyder, Pneu Schnyder)“ bis „Danke für die tolle Unterstützung!“ (P. Turcati, Luciano Gomme).

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