



PRESSEMITTEILUNG

Quick Reifendiscount startet mit innovativen Lösungen ins Jubiläumsjahr

Köln, 20.02.2025. Zum Auftakt des 30. Jubiläumsjahres von Quick Reifendiscount trafen sich über 80 Teilnehmende Mitte Februar zur Tagung in Braunschweig. Im Mittelpunkt standen starke Umsatz- und Rohertragszahlen, neue digitale Werkzeuge zur Prozessoptimierung und strategische Maßnahmen zur weiteren Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit.

Gemeinsam mit seinem Team und den Experten der Goodyear Retail Systems (GRS) eröffnete Quick-Leiter Benjamin Lipps die Veranstaltung und präsentierte die Erfolge des vergangenen Jahres. Lipps zog eine positive Bilanz für das Geschäftsjahr 2024, das trotz herausfordernder Rahmenbedingungen für die Quick-Gruppe von Wachstum geprägt war. Lieferengpässe, ein verändertes Kundenverhalten und ein gestiegener Beratungsaufwand aufgrund der Alpine-Symbol-Regelung stellten die Partnerbetriebe vor große Aufgaben. Dennoch konnte die Quick-Gruppe das Online-Geschäft weiter ausbauen und den Gesamt-Umsatz um 7,3 % steigern. Durch eine optimierte Vermarktungsstrategie konnte auch eine Verbesserung der Roherträge erreicht werden.

GRS-Geschäftsführer Goran Zubanovic würdigte die unternehmerischen Leistungen der Partner: „Was Sie im letzten Jahr geleistet haben, ist Hochleistungssport!“ Zubanovic machte deutlich, dass sich die Rahmenbedingungen in Wirtschaft und Gesellschaft spürbar verändert haben. Strukturelle Herausforderungen seien in Deutschland zunehmend zu konjunkturellen Problemen geworden. Trotzdem sei die Branche in der glücklichen Situation, in Zeiten der Rezession zu den Gewinnern zu gehören. Daher sieht er auch weiterhin Chancen für die Quick-Partner: „Sie haben es mit Ihrem Geschick in der Hand, wertvolle Dienstleistungen für Ihre Kunden anzubieten. Sie machen als Unternehmer den Unterschied. Unser Ziel ist es, gemeinsam mit Ihnen die Spielregeln aktiv zu gestalten und die Profitabilität jedes einzelnen Partners weiter zu steigern.“ Er bedankte sich für die hervorragende Zusammenarbeit sowie die konsequente Umsetzung der GRS-Strategie innerhalb der Quick-Gruppe.

Digitale Vermarktung, Prozessoptimierung und Fachkräftesicherung im Fokus

Ein zentrales Thema der Tagung war die digitale Weiterentwicklung der Quick-Betriebe. Quick setzt 2025 verstärkt auf zentrale Online-Marketingmaßnahmen, die sowohl die Neukundengewinnung als auch den Abverkauf und die Kundenbindung unterstützen. Neben steuerbaren Video- und Display-Ads stehen Google Search-Ads auf dem Plan des Reifendiscounters. Die Kampagnen helfen bei der

Vermarktung über die Quick-Onlineshops ebenso wie bei der Neukundengewinnung im Offline-Geschäft. Die optimierte Werbeplattform ad.net 4.0 stellt den Quick-Partnern jederzeit eine breite Auswahl an Werbeformaten zur Verfügung – von individuellen Vorlagen und Werbemitteln über Social-Media-Pakete bis hin zu gezielten Marketinghilfen zur einfachen Umsetzung ihrer Buchungen. Ab März bietet das neue CRM-Programm zusätzliche Unterstützung. Mit monatlichen Kunden-Newslettern, Bewertungs- und Einlagerungsmailings sowie einer direkten Schnittstelle zur Warenwirtschaft TireSoft3, der Plattform Überall und dem Webshop erleichtert es die gezielte Kundenansprache und stärkt die Kundenbindung.

Dass der Quick-Onlineshop sich zu einem etablierten Vertriebskanal entwickelt hat, belegte David Poss, Leiter E-Commerce (GRS), mit beeindruckenden Wachstumszahlen. Die Reifenverkäufe erreichten dank zusätzlicher Online-Abverkaufsaktionen in acht von zwölf Monaten Rekordwerte. Im Vergleich zum Vorjahr wurden 11 % mehr Reifen (Stück) und 5 % mehr Felgen verkauft, der Umsatz stieg damit um satte 13 %. Gleichzeitig konnten über die Website quick.de mehr als 25.000 neue Nutzer gewonnen und in die Betriebe weitergeleitet werden.

Wie wichtig für all die Prozesse im Hintergrund eine gut funktionierende Warenwirtschaft ist, zeigte IT-Retail-Leiter Marco Heitmann (GRS). Er gab einen Ausblick auf einen verbesserten TireSoft3-Support, die Optimierung der Geschäftsbelege, die Integration der Telefonanlage und die Einführung der Digitalen Arbeitskarte, die Quick-Partner mit individuellen Checklisten ergänzen können. Ein weiterer Meilenstein ist das verbesserte Pricingtool, das durch Marktanalysen tagesaktuell eine individuelle Preisgestaltung ermöglicht. Daneben ist und bleibt die Freie Reifeneinkaufs-Initiative (FRi) eine wichtige Schnittstelle für die Gruppe, vor allem in Zeiten steigender Rohstoffpreise und schwankender Transportkosten. Dank erfolgreicher Verhandlungen mit Lieferanten konnte die FRi mit der Quick-Gruppe sehr gute Umsätze erzielen. Dabei ist zu beobachten, dass der Trend zu Ganzjahres- und Winterreifen sich fortsetzt, insbesondere im Segment größerer Zollgrößen. Mit dem neuen FRi-Portal 3.0 steht den Partnern ab 2025 eine moderne, User-freundliche Plattform zur Verfügung, die für zusätzliche Effizienz sorgt. „Nutzen Sie hauptsächlich die Just-in-Time-Bestellung für den 4 Stück Bezug. Bevorraten Sie sich mit mehr Ware nur bei deutlichen Preisvorteilen und rechnen Sie weiterhin mit angespannten Verfügbarkeiten und Preiserhöhungen“, so die Empfehlung von FRi-Geschäftsführer Michael Weitz.

Auch die Markenverantwortlichen von Goodyear, Jens Breitenstein, Customer Development Manager Germany, und Frank Titz, General Manager Replacement Sales Consumer DACH, richteten klare Worte an die Quick-Partner. Sie bedankten sich für die kontinuierliche Unterstützung bei der Vermarktung des Konzern-Portfolios und gaben einen Ausblick auf die neuen Größenvarianten für 2025. Der Trend zu All-Season-Reifen sowie das Wachstum im 18-Zoll-Plus-Segment setzte sich weiter fort.

Neben wirtschaftlichen und technologischen Aspekten lag ein weiterer Fokus der Tagung auf dem Thema „Fachkräftebindung“, dessen Unterstützung Benjamin Lipps mit seinem Team besonders am Herzen liegt: „Die höchste Belastung in euren Betrieben erlebt ihr gerade durch anhaltenden Personalmangel. Daher haben wir uns Gedanken gemacht, wie wir dem Fachkräftemangel gemeinsam neu begegnen können.“ Hier sind bereits ab März ergänzende Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung und -gewinnung geplant. Die Bewerbermanagement-Plattform softgarden hat sich hier bereits als wertvolles Werkzeug erwiesen, um neue Wege in der Personalsuche zu gehen. Ergänzend dazu stellte er gemeinsam mit den Workshop-Leitern Martin Siebel und Arnd Hackländer

jetzt ein neues regionales Workshop-Programm vor, das die Quick-Partner dabei unterstützt, sich als attraktive Arbeitgeber zu positionieren.

Zum Abschluss der Tagung fasste Lipps die zentralen Ziele für 2025 zusammen. Neben einer aktiven Strategie zur Mitarbeiterbindung stehen die Bestätigung des starken Umsatzvolumens aus 2024, die weitere Steigerung der Wertschöpfung und der Ausbau der digitalen Sichtbarkeit im Fokus. Mit innovativen Lösungen, optimierten Prozessen und einer klaren Strategie startet Quick Reifendiscout gestärkt in sein Jubiläumsjahr.

Fotos (© GRS):

- Quick-Tagung, Quick-Leiter Benjamin Lipps
- Quick-Tagung, Plenum und GRS-Geschäftsführer Goran Zubanovic
- Quick-Tagung, GRS-Geschäftsführer Goran Zubanovic
- Quick-Tagung, Quick-Leiter Benjamin Lipps mit Partnern
- Quick-Tagung, GRS-Geschäftsführer Goran Zubanovic im Gespräch
- Quick-Tagung, Senior Business Consultant (GRS) Eduard Zadrovic mit Partner

Diese Presseinformation sowie Bildmaterial finden Sie nebst weiteren Informationen über die Goodyear Retail Systems zum Download unter www.g-rs.de

Pressekontakt

Anne Reck

Manager Public Relations Retail EU Central

Goodyear Retail Systems GmbH

Xantener Str. 105, 50733 Köln

Tel. +49 (0)221 97666-246

Mobil +49 (0)173 53 59 054

anne.reck@g-rs.com

Sitz und Registergericht Hanau,

Amtsgericht Hanau HR B 91630

Geschäftsführer:

Goran Zubanovic, Dirk Krieger



