

PRESSEMITTEILUNG

Premio Schweiz: Bestens vorbereitet in die Saison

Hegnau, 20.10.2021. Mitte September trafen sich die Partner der Premio Kooperation in der Welschschweiz, der Deutschschweiz und dem Tessin, um nach langen Monaten des digitalen Austauschs erstmals wieder im persönlichen Dialog Herausforderungen, Ziele und Strategien zu diskutieren.

„Wie schön ist es, euch endlich alle hier versammelt zu sehen und mit euch in den kommenden Tagen in den persönlichen Dialog treten zu können“, betonte Marco Fabbro, Manager Retail Switzerland, der mit seinem Vortrag die diesjährige Herbst-Tagung von Premio Schweiz eröffnete. Fabbro begann seinen Vortrag mit der Analyse von Markt und Wettbewerb. Mit den zwei in der Schweiz etablierten Konzepten aus dem Hause Goodyear sei man gut aufgestellt und im nationalen Wettbewerb ein ernstzunehmender Konkurrent. Dank stetem Netzwerk-Wachstum könne diese stabile Position im Markt künftig weiter ausgebaut werden. Dabei spielen die Erweiterung des Konzeptes mit attraktiven Bausteinen und die Nutzung des Warenwirtschaftssystems *tiresoft 3* eine zentrale Rolle, denn so Fabbro: „Nur als Einheit, die technisch auf dem neuesten Stand ist, können wir die Herausforderungen im Bereich Digitalisierung weiterhin erfolgreich meistern.“ Fabbro betonte auch, wie wichtig die Weiter- und Fortbildung der Mitarbeiter sei, um auch hier bei steigender Komplexität im Bereich Autoservice nicht den Anschluss zu verlieren. So ermunterte er die Partner, das vielfältige Angebot des eigenen Trainingscenters regelmässig zu nutzen. Premio Business Consultant Nathalie Dubois stellte die neusten Innovationen von *tiresoft 3* vor, dank derer die Arbeitsprozesse weiter optimiert wurden und das Warenwirtschaftssystem in einem modernen Werkstattalltag einmal mehr zum unverzichtbaren Tool machen. Dazu gehören die

Einführung und Integration des Digitalen Servicechecks, die Anbindung des Profiltiefenmessers und ein neues Archivierungssystem.

„Der Trend zu höheren Zollgrößen setzte sich auch während der Pandemie fort und wird dies auch weiterhin tun“, berichtete Michael Locher, General Manager bei Goodyear Tires Switzerland, und riet den Partnern, sich bei der Bevorratung mit gängigen Reifengrößen dieser Entwicklung anzupassen. Das Thema Nachhaltigkeit ist auch im Hause Goodyear von zentraler Bedeutung. So setzt sich der Reifenhersteller das Ziel, bis 2040 Erdöl in allen Produkten vollständig zu ersetzen. „Wir sind auf einem guten Weg; 2020 ist die Verwendung von Sojaöl bereits um 73 % gestiegen“, so Locher zufrieden, der den Partnern neben der Vorstellung des Winterreifen-Portfolios die für die kommenden Monate geplanten Promotion-Kampagnen präsentierte.

Auch das Flottengeschäft ist von der Pandemie nicht unberührt geblieben. Leasinggesellschaften brauchten während der Krise weniger Reifen. „Dadurch zustande gekommene Verluste bei den Reifenstückzahlen konnten allerdings durch einen leichten Anstieg bei den Dienstleistungen ausgeglichen werden und garantierten Ihnen stabile Roherträge,“ informierte Cristian Sina, Key Account Manager 4Fleet Group, die Partner. „Bislang ist es uns gelungen, trotz Krise keinen unserer Kunden zu verlieren. Das ist eine gute Basis, aber kein Grund, sich auszuruhen“, so Sina weiter, für den die Gewinnung neuer Flottenkunden oberste Priorität besitzt. Von einer insgesamt guten Geschäftsentwicklung der Freien Reifeneinkaufs-Initiative (FRI) im ersten Halbjahr 2021 berichtete Volker Piel seinen Gesellschaftern aus den Premio-Betrieben. Für das zweite Halbjahr hat sich die FRI den Ausbau des Lieferantennetzes sowie die Suche nach weiteren Direktlieferanten zum Ziel gesetzt, um den Partnern weiterhin beste Konditionen und eine grosse Produktpalette bieten zu können. Die Vorstellung der Marketing-Massnahmen für die kommenden Monate komplettierte gemeinsam mit dem Premio Tuning Part, in dem unter anderem die Awards für die „Besten Lieferantanten 2021“ verkündet wurden, die Tagungsrunde. Viel Raum für Dialog und Austausch liessen die einzelnen Fragerunden und Pausen zwischen den Vorträgen.

„Jeder von uns hat sich spätestens mit dem Auftreten der Pandemie intensiver mit der digitalen Welt befassen müssen und festgestellt, dass wir ohne diese Hilfsmittel immer öfter an unsere Grenzen stossen. Wir konnten aber auch sehen, dass allem technischen Fortschritt zum Trotz das eigentliche Handwerk nicht nur wichtig, sondern sogar systemrelevant ist“, so

Fabbro. „Nur wer Handwerk und technische Innovation sinnvoll miteinander verbindet, wird auch in Zukunft als Unternehmer erfolgreich im Reifen- und Auto-Geschäft sein“, betonte Fabbro. „Ein Zusammenspiel, auf das wir als Zentrale mit unseren Experten auf allen Gebieten bestens vorbereitet sind.“

Fotos (© GDHS):

- Premio Schweiz Tagung (Plenum)
- Premio Schweiz Tagung (Marco Fabbro, Manager Retail Switzerland)
- Premio Schweiz Tagung (Nathalie Dubois, Business Consultant)

Diese Presseinformation sowie Bildmaterial finden Sie nebst 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