

# Probleme bei Continental Tire

*Umfrage deutet darauf hin, dass Händler verärgert über Nachfrage, Auftragserfüllung, Qualität und Service sind.*

## Hintergrund

Als Continental Tire of North America (CTNA) die Schließung zweier der drei Herstellungswerke in den USA bekannt gab, hatte das Unternehmen einen Kapazitätsverlust bei der Produktion in Höhe von 13 Mio. Reifen jährlich in Niederlassungen, die den nordamerikanischen Markt bedienen. Dieser schwerwiegende Rückgang bei der Produktionskapazität wirft ernste Fragen über die bleibende Fähigkeit des Unternehmens auf, die Kunden auf dem nordamerikanischen Markt zu bedienen. Während CTNA Erweiterungen in Brasilien und den verbleibenden US-Niederlassungen ankündigte, liegt bis heute noch keine einleuchtende Erklärung vor, wie die Produktionsverluste ausgeglichen werden sollen.

Am 21. August 2006 richtete sich die Stahlarbeitergewerkschaft (United Steelworkers – USW) in einem Brief an über 1.300 unabhängige Händler im gesamten Gebiet der USA mit einer Befragung zur anhaltenden Unfähigkeit des Unternehmens, eine konsequente Lieferung von hochwertigen Produkten für die Reifenhändler in Nordamerika aufrechtzuerhalten. In dem Brief vom August 2006 stand außerdem: „Erfahrungswerte deuten darauf hin, dass die Produktionsverlagerung in entferntere und weniger stabile Teile der Welt in erheblichem Maße zu Unberechenbarkeit und Instabilität bei der Belieferung führt.“

Nur eine Woche später wurden viele unserer Prophezeiungen über die Probleme bei der Belieferung und schlechte Auftragserfüllung in einem Artikel der Zeitschrift Tire Business bestätigt. Die Sonderreportage hatte den Titel „Singin’ the fill-rate blues: As Continental Tire realigns its N.A. Production, dealers struggling to meet their needs.“ („Traurige Bilanz bei der Auftragserfüllung. Trotz Neuausrichtung der Produktion von Continental Tire in Nordamerika wird der Bedarf von Händlern nur schwer gedeckt.“). Der von der Branchenexpertin Vera Linsalata verfasste Artikel schilderte einige der schwierigsten Lieferprobleme des Unternehmens und verwies darauf, dass manche Händler Auftragserfüllungen von unter 50 % hatten. Viele Händler führten die Unfähigkeit des Unternehmens, eine einheitliche Lieferung aufrechtzuerhalten, auf die Stilllegung der Reifenproduktion in Mayfield (Kentucky) und Charlotte (North Carolina) zurück, während andere bemerkten, dass sie schon seit einigen Jahren Probleme mit der Belieferung und dem Service hatten.

Der Artikel in Tire Business bestätigt manche der von uns in unserem ursprünglichen Brief an die Händler erwähnten Probleme, und wir entschieden uns für die Durchführung einer umfangreichen Befragung, um die Größenordnung der Händlerprobleme von CTNA systematisch zu bestimmen.

## Umfrage und Methodik

Zwischen dem 6. Oktober 2006 und 7. Januar 2007 besuchten Mitglieder von USW Local 850 aus Charlotte (North Carolina) 376 Reifenhändler, die Reifen von Continental und General Brand in 10 Bundesstaaten im gesamten Gebiet der Vereinigten Staaten verkaufen. Während der Besuche wurden

die Händler von den USW-Mitgliedern zu Lieferung von Continental Tire, den Preisen, dem Kundendienst, dem Marketing und der Nachfrage befragt.

Die Gewerkschaft wählte Händler in fünf geografischen Gebieten aus, die jeweils eine der wichtigen Kundengruppen des Unternehmens repräsentieren: North Carolina und South Carolina; Georgia; New York und New Jersey; Südkalifornien sowie der Mittlere Westen (Ohio, Tennessee, Kentucky und Indiana).

Gebiet	Anzahl der besuchten Händler	Datum des Besuchs	
North Carolina und South Carolina	119	6.10.2006	18.10.2006
Georgia	120	2.11.2006	27.11.2006
New York und New Jersey	34	10.12.2006	13.12.2006
Südkalifornien	43	10.12.2006	13.12.2006
Mittlerer Westen	60	2.12.2006	5.01.2007
<b>Gesamtmenge</b>	<b>376</b>	<b>6.10.2006</b>	<b>5.01.2007</b>

### Zusammenfassung der Ergebnisse

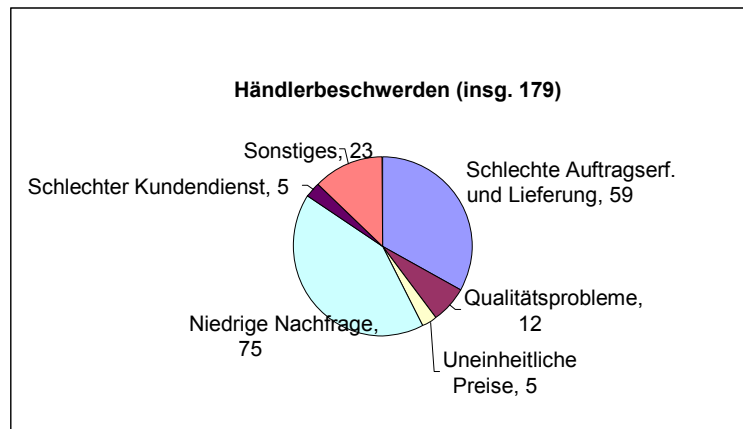
Von den 376 besuchten Händlern berichtet etwa die Hälfte bzw. 179 von ernstesten Problemen bei ihren Beziehungen mit CTNA. Die restlichen Händler standen entweder nicht zur Verfügung, machten keine Angabe oder hatten keine ernstesten Probleme mit dem Unternehmen. Die Händler im Mittleren Westen berichteten mit 63,5 % am häufigsten über ernste Probleme. In den restlichen vier Gebieten betragen die Angaben zu Problemen 41 % bis 46 %.

Gebiet	Anzahl der besuchten Händler	Anzahl der Händler, die Probleme angaben	Prozentsatz der Händler, die Probleme angaben
North Carolina und South Carolina	119	54	45,4 %
Georgia	120	53	44,2 %
New York und New Jersey	34	15	44,1 %
Südkalifornien	43	19	44,2 %
Mittlerer Westen	60	38	63,3 %
<b>Gesamtmenge</b>	<b>376</b>	<b>179</b>	<b>47,6 %</b>

Von den 179 Händlern, die über Probleme berichteten, wurde die niedrige Nachfrage von 75 Händlern bzw. 42 % als das größte Problem angegeben. 59 Händler bzw. 33 % gaben Lieferprobleme als das größte Problem an. 12 Händler gaben Qualitätsprobleme an, 5 schlechten Kundendienst und 5 berichteten von uneinheitlichen Preisen.

Die meisten Händler, die niedrige Nachfrage angaben, führten dies auf die Unzulänglichkeiten beim Marketing von Continental zurück. Die meisten Verkaufsräume in North und South Carolina hatten keine Werbemittel von Continental ausgestellt (im Gegensatz zu anderen großen

Reifenherstellern, deren Werbemittel in vielen Läden prominent vertreten waren). Ein Händler in Georgia, dem es nicht gelang, vom Unternehmen Beschilderungen für seine Auslage von Continental zu bekommen, war gezwungen, selbst Schilder herzustellen. Keiner der Händler wusste etwas über eine Werbekampagne des Unternehmens. Dies ist umso erstaunlicher, als South Carolina das einzige Gebiet in den USA ist, für das Continental ein neues Marketingprogramm angekündigt hatte.



Während niedrige Nachfrage am häufigsten als Problem angegeben wurde, waren die von uns befragten Händler, die über Probleme berichteten, am meisten unzufrieden mit den Lieferproblemen von Continental. Mehrere Händler berichteten, dass sie zögern, Reifen von Continental zu empfehlen oder für sie zu werben, weil es ihnen nicht möglich ist, eine ständige Lieferung der Reifen entsprechend der Nachfrage ihrer Kunden zu erhalten. Eine große Kette von Reifenhändlern in New York berichtete, dass es bei ihnen wegen verspäteter oder unvollständiger Lieferungen Überlegungen gibt, die Reifen von Continental insgesamt aus dem Angebot zu nehmen.

## Ergebnisse nach Region

### North Carolina und South Carolina

Mitglieder von USW besuchten zwischen dem 6. und 18. Oktober 2006 119 Reifenhändler in North und South Carolina. Von den 199 besuchten Händlern berichteten 54 (45,4 %) über Probleme. Die Händler gaben an, dass die Lieferungen von Continental-Reifen für Autobesitzer, die Ersatz für ihre Originalreifen wünschten, nicht pünktlich erfolgten.

Unter anderem wurden folgende Problemen häufig angegeben:

- Sehr wenig Geschäft mit Conti
- Wenig Nachfrage für Conti-Reifen, daher kein Lagerartikel
- Monatelange Lieferrückstände
- Schwierig, von Conti Originalreifen zu bekommen
- Aus Qualitätsgründen verkaufen wir wenig
- Conti-Reifen werden nur auf Anfrage verkauft

Sehr wenige der besuchten Händler hatten Werbemittel/Beschilderung von Continental im Verkaufsraum. Noch weniger hatten eine bedeutende Menge an Continental-Reifen in der Ausstellungsfläche.

### Georgia

Mitglieder von USW besuchten zwischen dem 2. und 27. November 2006 120 Reifenhändler im nördlichen Georgia. Von den 120 besuchten Händlern berichteten 53 (44,2 %) über Probleme.

### **New York und New Jersey**

Mitglieder von USW besuchten zwischen dem 10. und 13. Dezember 2006 34 Reifenhändler im Gebiet New York/New Jersey. Von den 34 besuchten Händlern berichteten 15 (44,1 %) über Probleme.

Continental war in den meisten Läden kaum vertreten. In manchen Verkaufsräumen fanden wir Displays von Continental, die als Stellfläche für Goodyear-Reifen dienten. Zwei große Ketten von Reifenhändlern in diesem Gebiet berichteten, dass sie die Marke wegen Lieferproblemen und unbefriedigender Auftragserfüllung nicht mehr forcieren.

Unter anderem wurden folgende Problemen häufig angegeben:

- Die benötigten Reifen gibt es nicht mehr.
- Bestimmte Größen sind schwierig zu bekommen.
- Conti-Reifen werden nur auf Anfrage verkauft.

### **Südkalifornien**

Mitglieder von USW besuchten zwischen dem 10. und 13. Dezember 2006 43 Händler in Südkalifornien. Von den 43 besuchten Händlern berichteten 19 (44,2 %) über Probleme mit dem Unternehmen. Mehrere Händler in dieser Region stellten fest, dass Continental während der letzten Monate die Preise mehrerer populärer Reifen beträchtlich erhöht hatte. Die Händler berichteten auch von niedriger Auftragserfüllung und schienen verärgert darüber, dass das Unternehmen auf Beschwerden der Händler nicht reagierte.

Unter anderem wurden folgende Problemen häufig angegeben:

- Niemand bei Conti nimmt unsere Beschwerden ernst.
- Conti-Reifen werden immer teurer.
- Bestimmte Größen, mit denen geworben wird, sind schwierig zu bekommen.
- Aus Qualitätsgründen verkaufen wir wenig.
- Conti-Reifen werden nur auf Anfrage verkauft.

Nur sehr wenige Händler wussten etwas über eine Marketingkampagne. Die Händler, die etwas darüber wussten, verkauften schon immer wenige Continental-Reifen, falls überhaupt welche.

### **Mittlerer Westen**

Mitglieder von USW besuchten zwischen dem 2. Dezember und 5. Januar 2007 60 Reifenhändler im Mittleren Westen. Von den 60 besuchten Händlern berichteten 38 (63,3 %) über Probleme. Die Händler in dieser Region gaben an, dass der Kundendienst ihrer Erfahrung nach immer schlechter und die Lieferzeiten immer länger wurden. In den Läden dieser Region befanden sich sehr wenige Schilder oder Aufsteller, die auf Continental hinwiesen. Mehrere Händler berichteten, dass sie ihren Kunden vom Kauf von Continental-Reifen abrieten, um die Hürden beim Versuch, die richtigen Reifen zu erhalten, zu umgehen.

## **Zusammenfassung**

Die Antworten der Händler bei unseren Besuchen deuten auf ernste Probleme beim Marketing, bei der Beschaffung und beim Kundendienst hin. Dies betrifft knapp die Hälfte (47,6 %) der befragten Händler. Der Umfang an Frustration eines Großteils der von uns besuchten Händler war gewaltig. Die Händler berichteten über Probleme beim Marketing und die Unfähigkeit des Unternehmens, die Nachfrage zu erhöhen. Sie erwähnten auch ernste Lieferprobleme.

Auf der ersten Gold Tire Dealers Convention in Las Vegas im letzten Jahr gab Continental zu, dass die Beziehungen mit den Händlern dermaßen zu wünschen übrig ließen, dass das Unternehmen sich für Fehlritte entschuldigte und versprach, Änderungen vorzunehmen. Continental versprach auf dem Kongress, bezüglich Lieferung, Preis und Kundendienst konsistentere Leistungen zu erzielen. Leider hielt das Unternehmen dieses Versprechen nicht ein, was die Händler bemerkten.