

Partnerbetriebe von Vergölst rüsten sich für die Zukunft Franchise-Jahrestagung auf Mallorca mit Rekordbeteiligung



Hannover, 7. April 2016: So viel waren es noch nie: Zum Treffen der Partnerbetriebe von Vergölst, das diesmal auf Mallorca stattfand, konnte Franchise-Leiter Michael Wendt über 220 Gäste begrüßen. Im Mittelpunkt der dreitägigen Veranstaltung, die unter dem Motto „Zukunft. Gemeinsam. Gestalten“ stattfand, standen die Herausforderungen des digitalen Wandels. Die Resonanz der Teilnehmer war ausgesprochen positiv.

Zum Auftakt der Jahrestagung blickte Franchise-Leiter Michael Wendt auf das Geschäftsjahr

2015 zurück und betonte dabei, dass der vom Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk (BRV) zum Jahreswechsel konstatierte „unbefriedigende Geschäftsverlauf“ bei national agierenden Filialisten auf Vergölst nicht zutrifft. „Sie haben vielmehr sogar deutlich besser performt als der Markt“, attestierte Michael Wendt den aus allen Teilen Deutschlands angereisten Firmeninhaberinnen und -inhabern und drückte ihnen für diese Leistung seinen Dank und seine Anerkennung aus. Zudem habe sich das Partnernetzwerk im letzten Jahr auf inzwischen mehr als 250 Betriebe deutlich vergrößert.

Als wichtige Faktoren für die insgesamt positive Entwicklung nannte Wendt das hohe Engagement der Partner und das etablierte Franchisesystem, welches sich zu einem der führenden im Markt entwickelt habe. Die Leistungsbausteine seien perfekt aufeinander und auf die Produkte des Continental Konzerns abgestimmt. Die Marke Vergölst sei äußerst bekannt und stehe für höchstes Kundenvertrauen. Auch die Marketingaktivitäten trügen ihren Teil zum Erfolg bei. Als Beispiel dafür nannte Wendt das neu entwickelte Truck Konzept: „Ein Kernelement davon ist, dass sich die Key-Account-Mannschaft von Vergölst aktiv darum kümmert, Neukunden für die teilnehmenden Partnerbetriebe zu gewinnen.“

Den Multi-Channel-Händlern gehört die Zukunft

Auch die Zukunftsaussichten bewertet Michael Wendt positiv: „Multi-Channel-Händler wie wir, die ihre Produkte und Dienstleistungen sowohl in eigenen Onlineshops als auch stationär vertreiben, erzielen weiterhin Wachstumsraten und werden von deutschen Konsumenten auch positiver wahrgenommen als rein stationäre oder reine Onlinehändler.“ Gleichwohl müsse die Onlinepräsenz künftig noch weiter ausgebaut werden.

Wichtig sei dabei auch die Einbindung des Autoservice-Geschäfts. „Da sich Werkstattportale rasant zu einem mächtigen Vertriebskanal entwickeln, müssen wir sie in unsere eigenen Betriebsabläufe integrieren“, so Wendt. Die Verkaufs- und Werkstattprozesse müssten mit den Kundendaten vernetzt werden. Schließlich würden schon bald die Smartphones vieler Kunden mit der On-Board-Diagnose-Schnittstelle ihrer Fahrzeuge verbunden sein. Sie erfassten die Fehlerprotokolle der Bordsysteme und schlugen Reparaturwerkstätten vor. „Der

Kunde hat ein Interesse an diesen Informationen und an einer entsprechenden Kommunikation mit einer Werkstatt“, erläuterte Wendt.

Zusammenarbeit mit Mutterkonzern Continental wird intensiviert

Im Anschluss an Michael Wendt sprach Vergölst-Geschäftsführer Jürgen Marth zu den Teilnehmern der Jahrestagung. Dabei machte er die Partner mit den Einzelheiten der neuen Strategie „Vergölst 3.0“ vertraut, mit denen das Unternehmen in den nächsten Jahren weitere Marktanteile gewinnen will. Ergänzend dazu schilderte Frank Jung (Leiter Marketing und Vertrieb Ersatzgeschäft Pkw-Reifen Deutschland bei Continental Reifen Deutschland) die Chancen, die sich aus einer engeren Zusammenarbeit mit dem Mutterkonzern im Bereich Pkw zum Beispiel durch gemeinsame Marketingkonzepte ergeben.

Diese Aussagen flankierte Dr. Marko Mulhaupt (Leiter Marketing und Vertrieb Ersatzgeschäft Bus- und Lkw-Reifen D-A-CH) als zweiter Redner von Continental mit Informationen über gemeinsame Perspektiven im Bereich Lkw. Dabei ging er unter anderem auf den weiteren Ausbau der Flotte für den mobilen Nfz-Service („PS-Mobile“) ein.

Zusätzlich referierte ein prominenter Gastredner zum Thema „Kommunikation 2.0: Wie Sie vom Internet profitieren“ und vermittelte dabei auf unterhaltsame Weise Wissenswertes über den digitalen Wandel, verändertes Konsumverhalten und innovatives Marketing. Wie immer gehörten diverse Infostände zum Programm der Jahrestagung, beispielsweise zu den Themen „Lokales Marketing“, „Online-/Offline-Kommunikation und Bedeutung von Kundenbewertungen“ sowie „Autoservice 2016 – Anforderungen und Lösungsansätze“. Als weiteres Highlight werteten die rundum zufriedenen Teilnehmer ihre Fahrten auf den kurvenreichen Küstenstraßen Mallorcas, bei denen sie die brandneuen Continental-Sommerreifen vom Typ SportContact 6 ausgiebig testen konnten.

Bildunterschriften (Fotos: Vergölst):

Über 220 Inhaber von Vergölst Partnerbetrieben nahmen an der Jahrestagung auf Mallorca teil.

Franchise-Leiter Michael Wendt

Bilder in druckfähiger Auflösung frei zur Veröffentlichung unter:

<https://www.dropbox.com/s/zibm31j9tuhq9t4/Fotos%20Jahrestagung.zip?dl=0>

Über Vergölst:

Die Vergölst GmbH wurde 1926 von Hubert Vergölst gegründet und ist seit 1975 Tochter des Automobilzulieferers Continental. Über 450 Vergölst Filialen und Partner in ganz Deutschland bieten Reifen- und Autoservice, darunter auch Inspektionen, Bremsenservice, Windschutzscheiben und Stoßdämpfer sowie Wartungs- und Reparaturarbeiten von Klimaanlage. 150 Fahrzeuge für den Nutzfahrzeug-Mobilservice beheben rund 26.000 Lkw-Reifenpannen pro Jahr. Vergölst beschäftigt 2.000 Mitarbeiter. Die Zentrale befindet sich in Hannover.

Pressekontakt:

Vergölst GmbH ● Constantin Anghelina ● Pressestelle ● Büttnerstraße 25 ● 30165 Hannover
Telefon 0511/938-20243 ● Telefax 0511/938-20217 ● constantin.anghelina@vergoelst.de ● <http://www.vergoelst.de>