

Der in Europa produzierte MICHELIN CrossClimate Camping ist seit Anfang März der neue Mitspieler in der CrossClimate-Ganzjahresreifenfamilie des französischen Herstellers. „Nach der erfolgreichen Einführung des Pkw-Ganzjahresreifens MICHELIN CrossClimate 2 erweitern wir nun unser Angebot auf einen ebenfalls wachsenden Markt: dem der Wohnmobile“, sagt Theres Gosztanyi, Pkw-Chefin Europa-Nord bei Michelin. „Der Camping-Urlaub ist beliebter denn je. In Deutschland haben sich die Reisemobil-Zulassungen innerhalb von vier Jahren mehr als verdoppelt – bei vielen Menschen wächst der Trend, agil und flexibel zu reisen. Umso wichtiger, dass der Reifen hier die entsprechende Sicherheit und einen guten Komfort bietet.“

Der Reifen ist gemäß der europäischen Kennzeichnungspflicht mit einem A für die Haftung auf nassem Untergrund eingestuft. Zudem trägt er die 3PMSF-Markierung (Schneeflockensymbol) für das Fahren auf verschneiten Straßen.



Abb.: Michelin

Neu in der Michelin-Ganzjahresreifenfamilie: MICHELIN CrossClimate Camping, der All-Season-Reifen für Wohnmobile.

Wenn das Wohnmobil lange Zeit nicht bewegt wird, können sich die Reifen ungleichmäßig unter dem Gewicht des Fahrzeugs verformen. Die Karkasse des MICHELIN CrossClimate Camping ist so konzipiert, dass er diese Belastungen ausgleicht. Die verstärkten Seitenwände sorgen dafür, dass der Reifen auch sehr unebenen Straßenverhältnissen standhält. Auch das V-förmige Profil wurde speziell für diese Art von Ganzjahresreifen entwickelt und kombiniert breite Profilblöcke und große Profilrillen, um auf trockenem, nassem und sogar verschneitem Untergrund sicher zu fahren. Damit bleibt auch die Manövrierfähigkeit auf unterschiedlichen Untergründen wie Gras, Schlamm, Schotter oder Erde erhalten. Verfügbar ist der Reifen in acht Dimensionen, die laut Hersteller 99 Prozent des Marktes abdecken.

Der neue Trendreport von Speed4Trade zeigt das Erfolgsrezept „Connected E-Commerce“ auf. Die 28 Seiten umfassende Lektüre richtet sich an Kfz-Teileanbieter, Aftermarket-Profis sowie Trendsetter aller Sparten. Darin zeigt das E-Commerce-Softwarehaus Entscheidern relevante Entwicklungen, Handlungsfelder, aber auch drängende „Schmerzpunkte“ auf, die einen relevanten Startpunkt oder nächsten notwendigen Schritt für das eigene Digitalisierungsvorhaben definieren. Der Appell in Zeiten andauernder Krisen und unsicherer Weltwirtschaftslage lautet, sich aktiv über digitale Plattformen mit Kunden zu verbinden.



Abb.: Speed4Trade

Connected E-Commerce im Fokus: der neue Trendreport von E-Commerce-Softwarespezialist Speed4Trade.

Diesmal geht es im Schwerpunkt um starke Verbindungen in E-Commerce-Ökosystemen. Das übergeordnete Erfolgsrezept „Connected E-Commerce“ impliziert einerseits den Zugang zum Kunden über etablierte digitale Plattformen wie Amazon oder Ebay. Andererseits geht damit einher, dass idealerweise alle involvierten Systeme miteinander „sprechen“ und automatisiert sowie in Echtzeit Daten austauschen. Experte Wolfgang Vogl weiß: „Schnittstellen sind die zentralen Lebensadern eines E-Commerce-Systems.“ und erklärt im Interview, worauf es ankommt, welche Spezialitäten es im Kfz-Aftermarket gibt und warum es sich lohnt, gezielt in Schnittstellen zu investieren.

Außerdem widmet sich der Trendreport dem Verkaufen auf Online-Marktplätzen. Er zeigt, wie wichtig händlerseitig eine gute Strategie, aber auch technische Anbindung ist. Erkenntnisse aus der Speed4Trade-eigenen Studie AA-STARS werfen ein teilweise „überraschendes“ Licht auf die B2C-Marktplatzlandschaft im Kfz-Aftermarket. Händler erfahren konkret, welche Handelsplattformen dort relevant sind sowie wichtige Erfolgskriterien für den eignen Verkaufsstart. Auch Hersteller werden im neuen Report adressiert: Sie sollen auf eine digitale Schnittstelle zu ihren B2B-Kunden setzen, um langfristig wettbewerbsfähig zu sein. Ein Expertenbeitrag verrät, wie dies über ein digitales Verkaufs- und Serviceportal gelingen kann.

Der Trendreport 2022 ist kostenlos erhältlich unter www.speed4trade.com > Unternehmen & Aktuelles > News > Whitepaper.

Erst kürzlich gab YOKOHAMA bekannt, dass das Unternehmen mit dem Hochleistungsreifen ADVAN Sport V107 Erstausrüster für die Highperformance-Fahrzeugmodelle X5 M und X6 M von BMW ist. Nun folgt bereits das nächste M-Modell. Schon seit November 2020 ist YOKOHAMA mit dem ADVAN Sport V107 in den Größen 18 und 19 Zoll Erstausrüster für die Hochleistungssportmodelle M3 und M4 der Bayerische Motoren Werke AG. Für diese liefert der japanische Reifenhersteller seit Ende April auch 20- und 21-Zoll-Reifen des ADVAN Sport V107. Und zwar Vorderreifen in der Größe 285/30ZR20 (99Y) und Hinterreifen in der Größe 295/25ZR21 (96Y).

Die neuen Reifen wurden gemeinsam mit BMW M entwickelt. Sie zeichnen sich durch eine spezielle Mischung und ein besonderes Profil aus, was einen verringerten Verschleiß bei gleichzeitig überragenden Fahreigenschaften auf trockenen Fahrbahnen bewirkt. Das erreicht YOKOHAMA durch die neu entwickelte



„Hügelprofil-Technologie“, mit welcher der Auflagedruck der Reifen gleichmäßiger verteilt wird. Zur herausragenden Performance des Reifens trägt außerdem ein spezielles Material für die Karkasse bei, das zu einer hervorragenden Lenkstabilität führt. Die ist für leistungsstarke Premiumfahrzeuge unerlässlich. Als offizielles „Originalteil“ zeigt die Seitenwand des Reifens das den OE-Ausrüstern von BMW vorbehaltene Sternsymbol.

Jetzt auch in den Dimensionen 20 und 21 Zoll in der Erstausrüstung bei den BMW-Modellen M3 und M4: der YOKOHAMA ADVAN Sport V107.

Abb.: YOKOHAMA

Zum 01.06.2022 hat Maria Röttger die Leitung für Michelin Europa Nord übernommen. Sie folgt auf Anish K. Taneja, der sich nach vier Jahren als President & CEO der Region Europa Nord und nach acht Jahren im Unternehmen entschieden hat, eine neue Rolle außerhalb des Unternehmens zu übernehmen. Maria Röttger ist damit weltweit die erste Frau in der Funktion seit der globalen Neuorganisation des Unternehmens 2018 und verantwortet in ihrer neuen Position alle Aktivitäten des französischen Mobilitätsanbieters in der Region Europa Nord. „Gemeinsam mit unseren Mitarbeiter*innen und meinen Kolleg*innen im Management-Team werden wir die Transformation weiter vorantreiben, die Technologieführerschaft von Michelin in unserer Region stärken und so einen wertvollen Beitrag zur Michelin Strategie leisten.“, kündigte sie an.



Abb.: Michelin

Hat zum 01.06. die Leitung für Michelin Europa Nord von Anish K. Taneja übernommen, der das Unternehmen verlassen hat: Maria Röttger.

Röttger war zuvor als Vice President Chief Administrative Officer schon im Management Europa Nord tätig und hier unter anderem für die Bereiche Personalwesen, Recht, Qualität, IT, Einkauf und Industrie in der Region zuständig. Sie kam im Januar 2020 vom französischen Lebensmittelkonzern Danone zu Michelin. Dort war sie in leitenden Funktionen im Personalwesen und in der Transformation unterschiedlicher Bereiche des Unternehmens tätig.

Die Michelin Gruppe ist seit 2018 weltweit in zehn Regionen unterteilt. Zur Region Europa Nord zählen Deutschland, Österreich, Schweiz, die skandinavischen Länder, Großbritannien und die Republik Irland sowie Island. Die organisatorische Zentrale der Region sitzt in Frankfurt am Main, wo auch die Geschäftsführung beheimatet ist. Bezogen auf den Umsatz ist Michelin Europa Nord die drittgrößte Region innerhalb der Michelin Gruppe und damit ein wirtschaftlicher Treiber des Unternehmens.

Mirco Brodthage (44) steuert ab dem 01.09.2022 als Leiter Marketing und Vertrieb das Reifenersatzgeschäft von Continental in Deutschland. In seiner neuen Funktion berichtet er an Jürgen Marth, Leiter Key Account Kanal und Region Zentraleuropa, und folgt auf Frank Jung (63), der sich nach über 34 erfolgreichen Jahren bei Continental Ende August in den Ruhestand verabschiedet.



Abb.: Continental

Stabwechsel auf der Position des Leiters Marketing und Vertrieb Reifenersatzgeschäft Deutschland bei Continental: Zum 01.09.2022 geht Frank Jung (r.) in den Ruhestand und Mirco Brodthage (l.) übernimmt.

„Frank Jung hat in seiner langen Zeit bei Continental immer zielgerichtet gearbeitet, um für unsere Kunden und unser Unternehmen in jeder Situation die bestmögliche Lösung zu finden. Sein Know-how zu Kunden, Partnern, Mitarbeitenden und Unternehmen ist nicht zu ersetzen. Insbesondere wird er uns aber als Mensch und Kollege fehlen“, sagt Jürgen Marth. „Nichtsdestotrotz freuen wir uns, dass wir mit Mirco Brodthage die optimale Nachfolge gefunden haben. Ich wünsche Frank Jung im Namen der ganzen Organisation für seinen neuen Lebensabschnitt alles Gute.“

Jung verantwortete seit 2010 erfolgreich das Reifenersatzgeschäft in Deutschland. Er startete seine Laufbahn 1988 im Controlling des Reifenherstellers, leitete danach mehrere Jahre den Verkauf in der Region Ost sowie den Innendienst des Reifenersatzgeschäfts Deutschland, bevor er für über zehn Jahre die Tochtergesellschaft Vergölst erfolgreich verantwortete.

Mirco Brodthage startete seine berufliche Laufbahn vor über 20 Jahren im regionalen Handel der Continental Reifen Deutschland, bevor er 2009 in den internationalen Vertriebsbereich wechselte. Dort war er unter anderem Leiter des internationalen Handelsgeschäfts. 2015 übernahm er die Vertriebsleitung des deutschen Handelsgeschäfts. Ab 2019 führte er die österreichische Marktorganisation der Continental, ehe er Anfang 2021 als Leiter der Region Südosteuropa nach Budapest wechselte.