

BRV-Runderneuerungskampagne

## Bitte alle mitmachen!



*Klare Aussage pro Qualitätsreifen: das Signet der BRV-Runderneuerungskampagne.*

**D**eutschland runderneuert mit Qualität! – Unter dem Slogan hat der BRV im September mit finanzieller Unterstützung der Lkw-Reifenrunderneuerer in Deutschland eine bundesweite Kampagne pro Runderneuerung gestartet (*T&F* berichtete regelmäßig in den letzten Ausgaben). Jetzt, zum Jahresende, ist es Zeit für einen Rückblick auf die vergangenen Monate und einen Ausblick auf 2016.

In enger Abstimmung mit dem zweiköpfigen Projektteam der BRV-Geschäftsstelle (BRV-Geschäftsführer Hans-Jürgen Drechsler und Pressereferentin Martina Schipke) hat die Münchener Agentur Teamwork One zahlreiche Maßnahmen realisiert:

- Start der **bundesweiten Anzeigenkampagne** mit verschiedenen Motiven für die Print- und Onlinewerbung kontaktstarker Zielgruppenmedien (vornehmlich Kfz- und Reifenfachzeitschriften und ihre Webseiten). Print-Anzeigen sind in den Fachtiteln Neue Reifenzeitung, Gummibereifung sowie in *Fernfahrer*, *lastoutomnibus*, *transaktuell*, *Vision Transport* und *Behörden Spiegel* erschienen. Mit Onlinebannern wirbt die Kampagne auf den Internetseiten von *KFZ-Anzeiger*, *Verkehrsrundschau*, *Neue Reifenzeitung* und *Gummibereifung*. In einer individualisierbaren Variante gibt es die Anzeigen auch für die Runderneuerer selbst – zum Einsatz auf ihren eigenen Webseiten oder für Anzeigenschaltungen in Eigenregie.

- Bereitstellung von **Werbemitteln** für die an der Kampagne beteiligten Runderneuerungsunternehmen, z.B. das Kampagnensignet und Online-Banner zur Einbindung in die Unternehmenswebsites. Auf Wunsch werden die Formate zügig auf individuelle Wünsche und Bedürfnisse angepasst. Das Angebot wird ganz gut genutzt, die Resonanz ist aber noch ausbaufähig. Neben allen Lkw-Runderneuerern sollten auch möglichst viele Reifenhandels- und -handwerksunternehmen, die dem BRV als Mitglieder angehören, diese Werbemittel auf ihren Websites einbauen. Bei Interesse die Dateien der Online-Werbemittel einfach unter [m.schipke@brv-net.de](mailto:m.schipke@brv-net.de) abrufen.

- **Gezielte PR-Arbeit:** Kontaktaufnahme mit den relevanten Redaktionen und Lieferung zum Teil individueller Presseberichte/-materialien zum Thema Lkw-Reifenrunderneuerung und zur Kampagne. Gezielte Platzierung insbesondere in Medien, in denen auch die Anzeigen zur Kampagne veröffentlicht werden. Als Beispiele hierfür siehe die Abbildung rechts unten sowie das Interview ab S. 58, das Hans-Jürgen Drechsler im September für die *Gummibereifung* gegeben hat.

- **Realisierung und Pflege der Internetseite [www.deutschland-runderneuert.de](http://www.deutschland-runderneuert.de)**, die als sogenannte Landingpage der Kampagne den via Pressearbeit und Anzeigenwerbung angesprochenen Zielgruppen vertiefende Informationen zu runderneuertem Lkw-Reifen bietet. Die eingebaute Postleitzahlen-Suchfunktion sorgt dafür, dass User schnell die Runderneuerungsunternehmen in ihrer Nähe finden.

- Aufbau und Pflege der **Facebook-Seite** [www.facebook.com/deutschlandrunderneuert](http://www.facebook.com/deutschlandrunderneuert), deren Inhalte alle BRV-Mitglieder eingeladen sind zu „liken“ und zu teilen.

„Festzustellen ist, dass die Kampagne erst jetzt (im November) so richtig wahrgenommen wird“, resümierte Rainer Mosch, dessen Agentur TeamworkOne die Kampagne realisiert, Mitte November auf Nachfrage der *T&F*-Redaktion. „Das zeigt zum einen das Interesse der Medien, die Veröffentlichungen zugesagt haben (und natürlich auch Anzeigen akquirieren möchten), und zum anderen die steigende Zahl der Facebook-Likes und Webbesuche.“

Um die Landingpage aktuell und spannend halten zu können, bedarf es allerdings auch weiterhin der Mitarbeit der Runderneuerungsunternehmen. Bis auf wenige Aktive kommt da (leider) – zum Teil bedingt durch das laufende M&S-Geschäft – noch zu wenig Input. „Wenn z.B. Referenzen gepostet werden, zeigt die Interessenkurve nach oben“, erläutert Mar-

ketingprofi Moshage. „Deshalb brauchen wir da online ständig Neues. Hier müssen wir noch aktiver werden, um mehr Traffic zu generieren!“ **Wer dazu etwas beitragen kann: bitte gleich melden an die BRV-Geschäftsstelle** (hj.drechsler@brv-net.de oder m.schipke@brv-net.de)!

**Ausblick auf 2016**

Ab Januar 2016 startet eine Google Adword-Kampagne, um das Thema Runderneuerung mit den wichtigsten Branchen-Keywords zu verknüpfen. „Dies wird den Traffic auf die LandingPage motivieren und erhöhen“, sagt Rainer Moshage.

Zunächst von Januar bis April 2016 wird die Print-/Online-Kampagne mit neuen Motiven weitergeführt, auch die gezielte PR-Arbeit über die Agentur läuft weiter.

Der BRV-Auftritt auf der REIFEN 2016 im Mai wird in jedem Fall die Kampagne großflächig unterstützen, eine Kampagnen-Aktion ist in Planung.

Zudem hat die Agentur vorgeschlagen, das Signet als Aufkleber allen BRV-Mitgliedern zur Verfügung zu stellen. Der Vorschlag wird im Rahmen der Budgetplanung für das nächste Jahr geprüft.

**Konfuzius sagt:**  
Verschwendet nicht, was euch die Erde gibt!

**Wir sagen:**  
Gebt LKW-Reifen ein zweites Leben! Unserer Umwelt zuliebe!

**Runderneuerte mit Qualität. Wie neu gemacht.**

**Konfuzius sagt:**  
Bei Lkw-Reifen spart man besser nicht am falschen Ende.

**Wir sagen:**  
Wer clever ist, investiert in Runderneuerte mit Qualität!

**Runderneuerte mit Qualität. Wie neu gemacht.**

**Konfuzius sagt:**  
Wer nicht an die Umwelt denkt, wird bald Sorgen haben.

**Wir sagen:**  
Mit runderneuerten Lkw-Reifen aus Deutschland schonen wir schon jetzt Ressourcen.

**Runderneuerte mit Qualität. Wie neu gemacht.**

BRV Eine Initiative des BRV und seiner Mitglieder

Onlinewerbung: Diese Banner laufen in den Newslettern der Reifenzeitschriften, es gibt aber auch Motive, die die Runderneuerer auf ihren Websites einsetzen können.

**Weniger Nachfrage und billige Neuereifen aus Fernost sorgen dafür, dass der Absatz an runderneuerten Nfz-Reifen deutlich sinkt, obwohl deren Ökobilanz besticht.**

**Noch längst kein Auslaufmodell**

Der Runderneuerer in Deutschland geht es nicht gerade gut. Nachfrageschwäche und eine Schwemme von billig Neuereifen aus Fernost haben den Absatz an runderneuerten Nutzfahrzeugreifen in den vergangenen Jahren deutlich sinken lassen. Immer mehr drängt sich die Frage auf, ob Lkw-Reifenrunderneuerer in Europa und in Deutschland überhaupt noch eine Zukunft haben.

Welche Bedeutung die Runderneuerung von Nutzfahrzeugreifen in der Zukunft haben wird, weiß auch Hans-Jürgen Drechsler nicht konkret zu sagen. „Dazu wäre schon eine Kristallkugel nötig“, sagt der Geschäftsführer des Bundesverbandes Reifenhandel und Vulkaniseurhandwerk (BRV, Bonn), in dem auch die deutschen Runderneuerungsunternehmen organisiert sind. Doch obgleich er der Analyse folgt, dass die Zeiten insbesondere für mittelständische Runderneuerungsunternehmen europaweit schwierig sind, ist Drechsler davon überzeugt, dass sich die vom BRV vertretenen freien und unabhängigen Runderneuerer dank der Qualität ihrer Produkte und insbesondere wegen ihrer Flexibilität gegenüber den Kunden langfristig behaupten werden.

Doch zunächst zum Status quo. „Sowohl die unabhängigen, vorwiegend mittelständisch strukturierten Runderneuerungsunternehmen als auch Runderneuerer, die zur Reifenindustrie gehören, unterliegen den Auswirkungen einer anhaltend angespannten Marktsituation“, sagt Drechsler und belegt dies mit verschiedenen Fakten. Die BRV-Marktdaten der vergangenen fünf Jahre (2010 bis 2014) weisen einen von 3,02 auf 2,79 Millionen granulierten Stückabsatz an Lkw-Reifen (neu und runderneuert) und damit ein um zehn Prozent gesunkenes Gesamtmarktvolumen im Lkw-Reifenmarkt in Deutschland aus. Dabei ging der Absatz von Neuereifen um neun Prozent (von 1,52 auf 1,37 Millionen Stück) zurück, der Absatz runderneuerter Lkw-Reifen sank überproportional um 14 Prozent von 1,38 auf 0,95 Millionen Stück.

Betrachtet man in diesem Rahmen das Verhältnis von Neu- zu Runderneuereifen, so kann man feststellen, dass der Anteil runderneuerter Lkw-Reifen in betrachteten Zeiträumen (Wachstum von 38,6 auf 39,2 Prozent) proportional zu Lasten der Kalbrennerer (Rückgang von 61,4 auf 60,8 Prozent) nur punktuell um 0,6 Prozentpunkte gestiegen ist. Obwohl die Reifenhersteller ihre eigenen Runderneuerungskapazitäten in jüngerer Zeit zum Teil deutlich ausgebaut haben, widerlegt dies die hier und da vertretene These, dass sie mit ihrem hochpreisigen Lkw-Reifen relevanten Marktanteile gewinnen könnten (der Lkw-Reifen vornehmlich im Kalbverfahren erneuert) vertriebslos könnten.

Ein weitaus größeres Problem als die Konkurrenz „Groß gegen Klein“ innerhalb der Runderneuerungsbranche ist der steigende Wettbewerbsdruck, den ein seit Monaten anhaltender Anstieg der Importe von billigen Lkw-Neuereifen aus Fernöstlicher (meist chinesischer) Produktion verursacht. Auf der einen Seite drängen diese über Dumpingpreise in den Markt, sind aber auf der anderen Seite zum großen Teil einmal runderneuerungsfähig. Die Folge sind sinkende Nachfrage nach qualitativ hochwertigen, aber vergleichsweise teuer erscheinenden runderneueren Reifen und eine sinkende Menge an runderneuerungsfähigen Karkassen. Geradezu „befeuert“ wird diese Entwicklung aktuell durch anhaltende Antidumpingverfahren gegen chinesische Reifen beispielsweise in den USA, Brasilien und Indien und die kürzlich erlassene Währungsabwertung in China zur Exportförderung.

Deshalb ist die Runderneuerung im Nutzfahrzeugreifenmarkt aus Sicht des Verbandes längst kein Auslaufmodell. Dafür sprechen handfeste Argumente – runderneuerte Reifen schonen die Umwelt, sparen Kosten und stellen Neuereifen qualitativ nicht nach. In Europa runderneuerte Reifen sind Qualitätsprodukte. Sie halten dieselben Standards ein wie Neuereifen, denn auch sie unterliegen der Typengenehmigung (ECE-Kennzeichnung) und damit der permanenten Qualitätsüberwachung durch autorisierte Prüflaboratorien. Im Vergleich zur Neuereifenproduktion ist bei der Runderneuerung der Energieaufwand um rund 30 Prozent und der Wasserbedarf um rund 80 Prozent niedriger.

Neben der Heiligkeit es auch nach die Kalb-runderneuerung.

Ein in betrachteten Zeiträumen (Wachstum von 38,6 auf 39,2 Prozent) proportional zu Lasten der Kalbrennerer (Rückgang von 61,4 auf 60,8 Prozent) nur punktuell um 0,6 Prozentpunkte gestiegen ist. Obwohl die Reifenhersteller ihre eigenen Runderneuerungskapazitäten in jüngerer Zeit zum Teil deutlich ausgebaut haben, widerlegt dies die hier und da vertretene These, dass sie mit ihrem hochpreisigen Lkw-Reifen relevanten Marktanteile gewinnen könnten (der Lkw-Reifen vornehmlich im Kalbverfahren erneuert) vertriebslos könnten.

Ein weitaus größeres Problem als die Konkurrenz „Groß gegen Klein“ innerhalb der Runderneuerungsbranche ist der steigende Wettbewerbsdruck, den ein seit Monaten anhaltender Anstieg der Importe von billigen Lkw-Neuereifen aus Fernöstlicher (meist chinesischer) Produktion verursacht. Auf der einen Seite drängen diese über Dumpingpreise in den Markt, sind aber auf der anderen Seite zum großen Teil einmal runderneuerungsfähig. Die Folge sind sinkende Nachfrage nach qualitativ hochwertigen, aber vergleichsweise teuer erscheinenden runderneueren Reifen und eine sinkende Menge an runderneuerungsfähigen Karkassen. Geradezu „befeuert“ wird diese Entwicklung aktuell durch anhaltende Antidumpingverfahren gegen chinesische Reifen beispielsweise in den USA, Brasilien und Indien und die kürzlich erlassene Währungsabwertung in China zur Exportförderung.

Deshalb ist die Runderneuerung im Nutzfahrzeugreifenmarkt aus Sicht des Verbandes längst kein Auslaufmodell. Dafür sprechen handfeste Argumente – runderneuerte Reifen schonen die Umwelt, sparen Kosten und stellen Neuereifen qualitativ nicht nach. In Europa runderneuerte Reifen sind Qualitätsprodukte. Sie halten dieselben Standards ein wie Neuereifen, denn auch sie unterliegen der Typengenehmigung (ECE-Kennzeichnung) und damit der permanenten Qualitätsüberwachung durch autorisierte Prüflaboratorien. Im Vergleich zur Neuereifenproduktion ist bei der Runderneuerung der Energieaufwand um rund 30 Prozent und der Wasserbedarf um rund 80 Prozent niedriger.

Neben der Heiligkeit es auch nach die Kalb-runderneuerung.

**Zur Person**

**Hans-Jürgen Drechsler** ist Geschäftsführer des Bundesverbandes Reifenhandel und Vulkaniseurhandwerk (BRV), in dem bundesweit tätiger Fachverband kümmert er sich seit knapp 20 Jahren vor allem um den Fachbereich Technik und hat sich mit seiner technischen Expertise rund um Rad branchenweit einen Namen gemacht. Zuvor war er in verschiedenen Managementfunktionen bei den Premium-Werken tätig. Neben seiner Tätigkeit als BRV-Geschäftsführer ist die 61-jährige gebürtige Sachse als hauptamtlicher Vorstand für die Pneu Service IG verantwortlich, Deutschlands größtem Kundendienst von Reifenfachhändlern für die Betreuung von Flotten- und Leasingkunden für den Reifenparkservice.

Zudem werden bis zu 70 Prozent weniger Rohöl benötigt.

Insgesamt kann man daraus ablesen, dass die Produktion von runderneuerten Reifen um 30 Prozent niedrigere CO<sub>2</sub>-Emissionen verursacht als die Produktion von Neuereifen. Weil runderneuerte Reifen hinsichtlich ihrer Laufgründheiten und ihres Rollwiderstands nahezu auf dem Niveau von Neuereifen liegen, sind bei einem Setzling Kraftstoffersparungen von bis zu einem Liter pro 100 Kilometern und mehr Einsparungen von im Schnitt 80.000 Tonnen Kohlendioxidemissionen pro Jahr möglich. Darüber hinaus leisten runderneuerte Lkw-Reifen einen wesentlichen Beitrag zur Reduzierung der Abfallmengen.

„Eine Lkw-Karkasse wiegt etwa 70 Kilogramm und besteht größtenteils aus wertvollen und knappen Rohstoffen. Nach dem ersten Leben im Einsatz als Neuereifen hat diese Karkasse gerade mal 30 bis 40 Prozent ihres tatsächlichen Potenzials verbleibt“, erklärt Detlef Biermann, Geschäftsführer des Nutzfahrzeugreifen-Runderneuerungsunternehmens Val-A GmbH in Schöckel bei Dresden. „Ohne Runderneuerung hätten wir ein ernstliches Entsorgungproblem von vielen Tausenden Tonnen Altfelgen und würden ebenfalls knappe und wertvolle Ressourcen verstreichen, die gerade mal ein Drittel ihres Nutzungspotenzials erreicht haben. Das wäre absoluter Irrsinn und kann doch wirklich von keinem so gewischt werden!“

Damit diese Botschaft auch bei den potenziellen Nutzern runderneuerter Reifen ankommt, hat der BRV mit Unterstützung der deutschen Runderneuerer eine PR- und Imagekampagne für diesen speziellen Produktionssegment gestartet. Zentrales Element ist die Informationsplattform [www.druckland.runderneuerte.de](http://www.druckland.runderneuerte.de), die sich nicht nur an gewerbliche und öffentliche Verbraucher – etwa Unternehmen des Güterkraftverkehrs oder die ÖPNV-Gesellschaften – richtet, sondern auch die Reifenfachhändlerbetriebe als professionelle Vermittler von Lkw-Reifen anspricht. „Ziel der Kampagne ist es, sowohl bei den Vermittlern als auch bei den Nutzern runderneuerter Lkw-Reifen wieder den Status einzuräumen, der ihnen zusteht – als umweltfreundliche, typengenehmigte Qualitätsprodukte, die auch betriebswirtschaftlich für alle Beteiligten äußerst interessant sind“, sagt Drechsler.

**Rohstoffverbrauch**

Reifenart	Erste Rohstoffe	Übrige Rohstoffe
Neuereifen	30 kg	30 kg
Runderneuerte Reifen	10 kg	20 kg

**Neben der Heiligkeit es auch nach die Kalb-runderneuerung.**

BRV

PR läuft: Für diese Veröffentlichung in der Zeitschrift Vision Transport hat der BRV der Redaktion einen individuellen Pressebeitrag zugestellt.

Selbstverständlich wird der BRV auch im kommenden Jahr, wie in den letzten Monaten bereits geschehen, die Kampagne nach Kräften weiter unterstützen: Mit ganzseitigen Anzeigen in *T&F*, das ein ideales Werbemedium ist, um die Zielgruppe Reifenfachhandel zu erreichen (S. 5 und S. 14 in dieser Ausgabe). Und mit gezielter Pressearbeit wie z.B. zwei Muster-Presstexten zum Thema Reifenrunderneuerung, von denen eine Version für Runderneuerer selbst und eine für die lokale PR des Reifenfachhandels vor Ort konzipiert sein wird (zu den BRV-Musterpresseinfos siehe den Beitrag in der Rubrik Management & Marketing, S. 87).

Noch **einmal zur Erinnerung:** Die Kampagne zielt nicht nur auf potenzielle Nutzer runderneuerter Lkw-Reifen, sondern auch auf Reifenhandels-Servicebetriebe ab. Ein besonders

wichtiges Ziel der Kampagne ist es, dass auch der deutsche Reifenhandel über die Kampagne erreicht und als DER Absatzmittler runderneuerter Reifen von deren Vorteilen im Vergleich zu außereuropäischen Billigneureifen überzeugt wird. Insofern wiederholen wir an dieser Stelle den **Appell an alle im BRV organisierten Reifenhandelsunternehmen:** Nutzen auch Sie die auf der Kampagnenwebsite aufgezählten Argumente pro runderneuerte Qualitätsreifen! Und machen Sie Gebrauch von den Möglichkeiten, die die Facebook-Seite zur Kampagne im Rahmen der Kommunikation im Web 2.0 bietet.

Die Webadressen sind:

[www.deutschland-runderneuert.de](http://www.deutschland-runderneuert.de)

[www.facebook.com/deutschlandrunderneuert](https://www.facebook.com/deutschlandrunderneuert)

PR zur Runderneuerungskampagne

## BRV-Geschäftsführer im Interview

Als Beispiel für die PR zur BRV-Runderneuerungskampagne veröffentlichen wir nachstehend ein Interview, das Hans-Jürgen Drechsler im September der Branchenzeitschrift *Gummibereifung* gegeben hat. Dabei handelt es sich um den Ursprungstext, d.h. ein nicht von der Redaktion *Gummibereifung* bearbeitetes Manuskript.

**Gummibereifung:** Herr Drechsler, der BRV hat gerade die Kampagne zur Runderneuerung gestartet. Bitte skizzieren Sie kurz die Kampagne.

**Drechsler:** Unter den Überschriften „Gebt Lkw-Reifen ein zweites Leben. Unserer Umwelt zuliebe!“ und „Deutschland runderneuert mit Qualität!“ haben wir und unsere Mitglieder, die Runderneuerungsbetriebe und Materiallieferanten, eine bundesweite PR- und Imagekampagne gestartet, d.h. unter [www.deutschland-runderneuert.de](http://www.deutschland-runderneuert.de) machen wir auf die Umweltaspekte sowie die Leistungsfähigkeit der runderneueren Reifen aufmerksam. Die Website stellt alle Zahlen und Fakten dar und untermauert den Vorteil des Einsatzes von runderneueren Lkw-Reifen. Den Rahmen bilden Anzeigen und Online-Banner, im Aufbau sind diverse Social-Media-Aktivitäten. Optisches Highlight ist das eingetragene Signet der

Kampagne: ein Q, bei dem das O ein Reifenprofil mit grünem Rand symbolisiert und der Q-Strich die Deutschlandfarben zeigt. Der passende Claim dazu: Runderneuerte mit Qualität. Wie neu gemacht.

**Gummibereifung:** Läuft diese Kampagne auch in anderen Ländern?

**Drechsler:** Nein, im Moment handelt es sich ausschließlich um eine nationale Kampagne in Deutschland.

**Gummibereifung:** Welche Ziele verbinden Sie mit der Kampagne?

**Drechsler:** Hintergrund der Kampagne ist der anhaltende Marktdruck, den die Runderneuerungsbranche erfährt. Das Gesamtvolumen im Lkw-Reifenersatzgeschäft ist in den Jahren 2010 bis 2014 um zehn Prozent gesunken. Während die Neureifenbranche eine Einbuße von neun Prozent in Kauf nehmen musste, ist der Stückabsatz an runderneueren Reifen sogar um 14 Prozent niedriger. Die angespannte Marktsituation wird durch die deutlich zunehmenden Importe billiger Lkw-Neureifen aus außereuropäischen Ländern – insbesondere China – verstärkt, die meist von minderere und vor allem nicht rund-



erneuerungsfähiger Qualität sind. Mit der Kampagne wollen wir den runderneuerten Reifen wieder den Status einräumen, der ihnen zusteht, nämlich umweltfreundliche, typengenehmigte Qualitätsprodukte, die nicht zuletzt auch betriebswirtschaftlich interessant sind. Und dies sowohl gegenüber den Verbrauchern (Speditionen, öffentliche Bedarfsträger etc. und deren Verbänden) als auch dem Reifenfachhandel, als dem professionellen Vermarkter von Lkw-Reifen.

**Gummibereifung:** Können Sie auf andere Verbände und Organisationen setzen, zum Beispiel auch aus dem Segment der Umweltverbände?

**Drechsler:** Das wird sich zeigen müssen. Selbstverständlich werden wir versuchen, diese mit einzubinden, aber ob das gelingen wird, kann man heute noch nicht sagen.

**Gummibereifung:** Der BRV und BIPAVER denken zurzeit über ein Antidumpingverfahren der EU gegen chinesische Billig-Lkw-Reifenimporte nach? Wie sind die Aussichten für so ein Verfahren?

**Drechsler:** Von der Priorität her arbeiten wir in erster Linie an der nationalen Förderung von Unternehmen des Güterkraftverkehrs mit schweren Nutzfahrzeugen, die bestimmte Maßnahmen zum Schutz der Umwelt durchführen – hier durch die Anschaffung/Ersatzbeschaffung runderneuerter Lkw-Reifen nach ECE-R 109 – also der Fortsetzung des auslaufenden Deminimis-Programms für runderneuerte Lkw-Reifen ab 2016. Ein entsprechender Antrag wurde bereits erarbeitet und befindet sich derzeit in der Abstimmung mit dem wdk, um im Ergebnis möglichst einen gemeinsamen Antrag der gesamten Reifenbranche bei den zuständigen Ministerien platzieren zu können.

Erst in zweiter Linie arbeiten wir – und hier ausschließlich auf europäischer Ebene – an einem möglichen Antidumpingverfahren oder vergleichbarem Alternativverfahren gegen chinesische Billig-Reifenimporte. Welche Aussichten auf Erfolg diese sehr komplexen Aktivitäten haben, kann man heute noch nicht abschätzen. Wir wollen aber nichts unversucht lassen, für einen fairen Wettbewerb im Lkw-Reifenersatzgeschäft zu sorgen.



Gab der Gummibereifung ein Interview zum Thema Lkw-Reifenrunderneuerung: BRV-Geschäftsführer Hans-Jürgen Drechsler.

**Gummibereifung:** Wie lange dauern die Vorbereitungen für ein eventuelles Verfahren und würden sich daran alle EU-Länder beteiligen?

**Drechsler:** Da diese Arbeiten – wie gesagt – sehr komplex sind, nehmen sie sicherlich einen deutlich höheren Zeitaufwand in Anspruch als die oben genannten Aktivitäten zur nationalen Förderung. Dazu gibt es vorgeschriebene EU-Regulierungen, die einzuhalten sind, einschließlich der Einbeziehung aller EU-Mitgliedsstaaten. Also insgesamt eher eine mittelfristige als kurzfristige Maßnahme.

**Gummibereifung:** Im deutschen Markt haben sich ja mittlerweile einige chinesische Reifenmarken wie Westlake, Aeolus, Sailun etabliert. Würden diese Marken ebenfalls unter ein mögliches Importverbot fallen oder lassen sich dort Ausnahmen festschreiben?

**Drechsler:** Wenn es zu einem Antidumping- bzw. alternativen Verfahren gegen chinesische Import-Lkw-Reifen kommt, dann generell. Ausnahmen sind nach unserem derzeitigen Kenntnisstand dann nicht möglich.

Zitat // Menschen unter Druck denken nicht schneller. //

(Tom DeMarco, US-amerikanischer Informatiker und Schriftsteller)