

EU-Reifenlabel gewinnt bei Spediteuren an Einfluss

Das EU-Reifenlabel hat zunehmend Einfluss auf die Kaufentscheidungen bei europäischen Transportunternehmen. Dies ist das zentrale Ergebnis einer von Goodyear in Auftrag gegebenen Umfrage, die bei 500 Speditionen in Deutschland, Frankreich, Italien, Polen und Spanien erfolgte. Mehr als die Hälfte (54 Prozent) der Befragten gaben an, dass es ihre Reifenwahl beeinflusst. Zwei Drittel (66 %) erklärten, dass die Energieeffizienz und damit die Auskunft über den Kraftstoffverbrauch für sie das wichtigste Kriterium des Reifenlabels sein. Doch auch die Laufleistung ist für die Kaufentscheidung nach wie vor wichtig, denn 86 Prozent würden gerne abnutzungsrelevante Daten auf dem Reifenlabel sehen.

Die Umfrage untersuchte auch das Bewusstsein für das Reifenlabel, die Prioritäten bei den Kriterien der Kennzeichnung, ob weitere Informationen auf dem Label als notwendig erachtet werden und die Auswirkungen des Reifenlabels. Von den Befragten sagten 55 Prozent, ihnen seien die Details der Gesetzgebung bekannt, 26 Prozent erklärten, sie müssten das ganze noch besser verstehen und 19 Prozent hatten noch nie von der Gesetzgebung gehört. Der Grad der Label-Bekanntheit unterscheidet sich in Europa. So war er beispielsweise bei den Befragten in Spanien deutlich niedriger als in den anderen Ländern.

Im Ranking der Label-Kriterien setzten 66 Prozent Verbrauchseffizienz auf Platz eins, 30 Prozent entschieden sich für den Nassgrip und vier Prozent für das Außengeräusch. Auf die Frage ob die drei Label-Kriterien ausreichend für eine gute Kaufentscheidung seien, antworteten 49 Prozent, dass sie sich mehr Informationen wünschen. 86 Prozent wollen sogar abnutzungsrelevante Daten auf dem Label sehen. Französische Unternehmer waren insgesamt zufrieden mit der Kennzeichnung wie sie ist (71 %). Die Runderneuerungseignung ist ein weiterer Faktor, den 20 Prozent auf dem Label sehen würden wollen.

Auf die Frage, welche Auswirkungen das Label in puncto Geldersparnis und Sicherheit auf ihr Geschäft habe, gaben 78 Prozent der Firmen an, es wirke sich auf beide Bereiche aus. In Deutschland jedoch waren nur 34 Prozent dieser Ansicht und 61 Prozent erklärten, es habe überhaupt keine Auswirkungen. Auf die Frage nach dem Einfluss des

Labels auf die Reifenwahl waren die Antworten relativ ausgeglichen: 54 Prozent stimmten dem zu, 46 meinten, dies sei nicht der Fall. In Deutschland und Polen gaben 66 bzw. 65 Prozent der Befragten an, es habe keinen Einfluss auf die Kaufentscheidung.

In der Studie wurde auch gefragt, ob die Kaufentscheidung auf der vom Reifenhersteller gegebenen Einsatzempfehlung oder auf der Reifenleistung basiert. Insgesamt nannten 65 Prozent die Reifenleistung als den wichtigeren Faktor, wobei es in Frankreich und Deutschland sogar 81 bzw. 74 Prozent waren. Die Unternehmer wählten den Rollwiderstand – der in direkter Beziehung zum Kraftstoffverbrauch steht – als das wichtigste Kriterium für Lkw-Reifen. 77 Prozent bezeichneten denn Rollwiderstand als sehr oder extrem wichtig, gefolgt von Laufleistung (76 %) auf Platz zwei, Nassgrip (75 %) und Kosten je Kilometer (68 %). Traktion auf Schnee sowie gleichmäßige Abnutzung folgten mit 51 und 50 Prozent.

Vergleicht man die Resultate auf nationaler Basis, variieren diese. In Frankreich lagen Kilometerkosten und Nassgrip (beide 63 %) gleichauf an der Spitze, der Rollwiderstand (62 %) folgte auf Platz drei vor der Laufleistung (58 %). Für die italienischen Fuhrunternehmer waren die Kilometerkosten (79 %) am wichtigsten. Als einziges Land gab Italien allen zwölf in der Umfrage aufgelisteten Kriterien hohe Bewertungen (54 % Minimum). Polnische Unternehmen setzten die gleichmäßige Abnutzung mit 60 Prozent auf Platz vier. Die spanischen Fuhrunternehmen setzen die Kilometerkosten vor den Nassgrip mit 80 Prozent auf Platz zwei.

Die Kraftstoffkosten lagen mit 91 Prozent an der Spitze der größten Herausforderungen mit denen die Transportindustrie in Zukunft weiter zu kämpfen hat. Dicht dahinter folgten andere Betriebskosten (84 %). Die von der EU verlangten strengeren CO₂-Kontrollen (75 %) und Straßengebühren (74 %) rangierten auf den Plätzen drei und vier. Auf die Frage, was für Schritte bereits unternommen wurden oder unternommen werden sollen, um die Betriebskosten zu senken, antworteten 81 Prozent, dass sie verbrauchseffiziente Reifen montiert haben oder planen, dies zu tun. Die Reduzierung von durch Reifen verursachte Pannen und Standzeiten (75 %) sowie Fahrertrainings folgten dahinter.

In Anbetracht der zunehmenden Winterreifenpflicht in der EU gaben 53 Prozent der Transportunternehmen an, im Winter auf Winterreifen gewechselt zu haben. Die Hälfte der Befragten gab an, dass Traktion auf Schnee der wichtigste Vorzug von Winterreifen sei. Der Nassgrip (47 %) lag auf Platz zwei, gefolgt von einem guten Preis (37 %). Allerdings gab es landesabhängig große Unterschiede bei den Prioritäten, da aufgrund der Klimabedingungen in einigen Ländern Winterreifen keine so wichtige Rolle spielen.

Bereits vor zwei Jahren hatte Dunlop eine entsprechende Erhebung gemacht. Die Umfrage von 2011 zeigte, dass nur 38 Prozent der Befragten von der Einführung der Kennzeichnung wussten. 84 Prozent glaubten damals, die Aussagen auf dem Label seien ausreichend, heute wollen 86 Prozent jedoch auch Informationen über die Abnutzung. 2011 glaubten 45 Prozent der Unternehmer das Reifenlabel würde ihre Kaufentscheidung beeinflussen, heute sind es 54 Prozent. Die Kilometerkosten waren die Top-Priorität der ersten Umfrage bei der Reifenwahl, bei der neuen jedoch liegt der Kaufpreis ganz vorn. Der Vergleich der beiden Umfragen zeigt, dass sowohl das Wissen um das Reifenlabel als auch die Bedeutung seines Inhalts bei Unternehmern bewusster ist. Gleichzeitig wird das Reifenlabel nun als wertvolle Hilfe bei der Reifenwahl gewertet. (ampnet/jri)