

„OE-Reifen als Zugpferd“

Interview | Hankook-Vertriebsdirektor Claus Gömmel hat uns im Interview erklärt, wie der Reifenhersteller sich noch mehr Richtung Premium entwickeln möchte und warum Zweitmarken im heutigen Reifengeschäft nicht mehr wegzudenken sind.

asp: Herr Gömmel, wie entwickelt sich das Reifengeschäft momentan?

C. Gömmel: Das Jahr 2025 war geprägt von einem starken Zufluss von Reifen chinesischer Hersteller, die viele europäische Händler aus Sorge vor möglichen Strafzöllen frühzeitig importiert und eingelagert haben. Wir erleben dadurch aktuell eine sehr angespannte Marktsituation. Diese Ware liegt nach wie vor in den Lagern und erzeugt einen erheblichen Preisdruck, insbesondere bei Sommer- und Allwetterreifen. Gleichzeitig sind Lagerflächen blockiert, was den Einkauf neuer Ware – etwa für das kommende Sommergeschäft – erschwert. Das ist eine Situation, die uns noch eine Weile begleiten wird.

asp: Die Performance chinesischer Reifen lässt oft zu wünschen übrig, wie aktuelle Reifentests beweisen. Wie lassen sich die Kunden überzeugen, mehr Geld in Reifen zu investieren?

C. Gömmel: Man muss fairerweise sagen, dass chinesische Hersteller in den vergangenen Jahren deutlich aufgeholt haben, wenn auch nicht auf Premium-Niveau. Wir haben bei Hankook einen klaren technologischen Vorsprung, gerade im Bereich Fahrdynamik, Abstimmung und Entwicklungs-Know-how. Wir produzieren übrigens auch in China, allerdings mit klar definierten Qualitätsstandards und mit entsprechender Entwicklung. Der Standort allein entscheidet heute nicht



Foto: Alexander Junk

Claus Gömmel ist Vertriebsdirektor Consumer Products bei Hankook Reifen Deutschland GmbH in Neu-Isenburg

mehr über die Qualität, sondern die Prozesse dahinter.

asp: Würden Sie Hankook als Premiumhersteller definieren?

C. Gömmel: Premium definiert sich für mich über mehrere Faktoren: Eine breite und leistungsfähige Produktpalette, eine hohe und konstante Qualität, eine starke Präsenz in der Erstausrüstung und belastbare Testergebnisse in Reifentests. All diese Kriterien erfüllen wir heute. Der einzige Punkt, bei dem wir noch hinter anderen Premiumherstellern liegen, ist die Preisposition. Preislich liegen wir noch etwas unter anderen Premiummarken, was aber durchaus strategisch ist. Unser Ziel ist es, den Abstand weiter zu verkleinern, ohne aber das starke Preis-Leistungs-Verhältnis aufzugeben, das der Handel sehr schätzt. Premium

bedeutet eben nicht nur Qualität und Technologie, sondern auch eine entsprechende Preiswahrnehmung.

asp: Welchen Anteil hat das OE-Geschäft bei Hankook im Vergleich zum Aftermarket-Geschäft?

C. Gömmel: Das ist schwer in Zahlen zu beziffern. Das Aftermarket-Geschäft ist vom Volumen deutlich größer, marginstärker und besser planbar. Das OE-Geschäft fungiert hingegen als Zugpferd und eröffnet technologische Optionen, die später auch dem Ersatzmarkt zugutekommen. Wenn sich ein Fahrzeughersteller wie BMW, Mercedes-Benz oder der VW-Konzern für Hankook entscheidet, dann ist das ein klarer Qualitätsbeleg. Ohne diese Sichtbarkeit und technologische Referenz wäre die Position im Aftermarket deutlich schwächer. Und man darf nicht vergessen: Man kommt nicht in die Erstausrüstung, weil man der günstigste Anbieter ist, sondern weil man die technischen Anforderungen des Fahrzeugs exakt erfüllt. Dieser Entwicklungsaufwand zahlt sich dann auch im Replacement-Geschäft aus.

asp: Welche Rolle spielen OE-Reifen für den Endkunden?

C. Gömmel: In den ersten Fahrzeugjahren ist das durchaus relevant in performanten Fahrzeugen, weil Fahrverhalten, Komfort und Assistenzsysteme exakt auf diesen Reifen abgestimmt sind. Viele Kunden greifen gezielt wieder zu den markierten OE-Reifen, um die ursprüngliche Fahrzeugabstimmung beizubehalten. Mit zunehmendem Fahrzeugalter lässt diese Bindung nach. Die meisten Fahrer bewegen ihr Fahrzeug ohnehin weit unterhalb des Grenzbereichs. Themen wie maximale Kurvengeschwindigkeit oder fahrdynamische Reserven spielen im Alltag kaum eine Rolle. Gleichzeitig darf man nicht vergessen: Moderne Assis-

Kurzfassung

Reifenhersteller Hankook hat sich über die Jahre einen exzellenten Ruf erarbeitet. Vertriebsdirektor Claus Gömmel hat uns erklärt, wie Premium definiert wird und warum Zweitmarken wichtig sind.

„Performance bedeutet nicht nur sportliches Fahren, sondern auch Sicherheit.“

Claus Gömmel, Hankook Reifen Deutschland

tenzsysteme funktionieren nur so gut wie die Verbindung zwischen Reifen und Straße. Performance bedeutet also nicht nur sportliches Fahren, sondern auch Sicherheit, Reaktionsfähigkeit und Stabilität im Alltag.

asp: Hankook hat mit Laufenn und Optimo auch Zweitmarken im Portfolio. Warum diese Aufteilung?

C. Gömmel: Wir wollen damit unterschiedliche Zielgruppen bedienen. Wenn wir Hankook weiter in Richtung Premium positionieren, brauchen wir Laufenn, um das Volumen zu halten und die Preissensibilität der Kunden im mittleren Segment zu berücksichtigen. Mit Laufenn können wir dieses Volumen im eigenen Haus halten, anstatt es an Wettbewerber zu verlieren. Wir bieten Kunden eine Alternative, die qualitativ überzeugt und gleichzeitig preislich niedriger positioniert ist.

asp: Handelt es sich bei Laufenn-Reifen um komplette Neuentwicklungen oder ältere Hankook-Profile, die umgelabelt werden?

C. Gömmel: Laufenn ist keine „abgespeckte“ Hankook-Marke. Laufenn-Reifen werden unabhängig von Hankook-Reifen entwickelt und sie sind inzwischen sogar in der Erstausrüstung vertreten. Teilweise greifen wir auf bewährte Hankook-Entwicklungen zurück, etwa bei einem früheren UHP-Profil, aber grundsätzlich hat Laufenn ein eigenständiges Profil. Die Produkte decken die komplette Consumer-Range vom Sommer- über Winter- bis hin zum Allwetterreifen ab. Auch Transporter- und Lkw-Reifen sind Teil des Portfolios.

asp: Und welche Funktion erfüllt Optimo?



Die Reifen der iON-Produktreihe sind speziell für E-Autos konzipiert.

Foto: Hankook

C. Gömmel: Optimo ist keine klassische Drittmarke, sondern eine Ergänzungsmarke. Sie bewegt sich preislich etwa auf dem Niveau von Laufenn. Dabei werden bewährte Hankook-Profile mit angepasster Seitenwand verwendet. Die Marke ist bewusst schlank aufgestellt und exklusiv im E-Commerce positioniert, um unsere Vertriebskanäle zu ergänzen. Die Marke soll organisch wachsen und den Handel nicht kannibalisieren.

asp: Welche Reifentypen werden künftig an Bedeutung gewinnen? Hält der Boom an Ganzjahresreifen an?

C. Gömmel: Ganzjahresreifen bleiben mit aktuell rund 34 Prozent Gesamtmarktanteil extrem wichtig. Auch der UHP-Bereich wächst weiter, getrieben durch größere Felgendimensionen und SUV-Modelle. Und das Thema Elektromobilität ist längst keine Nische mehr. Unsere iON-Familie ist eine komplette Produktlinie speziell für E-Fahrzeuge, inklusive Sommer-, Winter- und Allwetterreifen.

asp: Wie unterscheiden sich die Reifen der iON-Produktreihe von konventionellen Pneus?

C. Gömmel: Die Anforderungen an Rollwiderstand, Traglast und Geräuschverhalten sind dort deutlich höher als bei klassischen Reifen. Die Reifen der iON-Produktreihe sind so ausgelegt, dass sie den hohen Drehmomenten von E-Autos standhalten, ohne beim Bremsen oder auf Schnee an Sicherheit einzubüßen. Mit der iON-Reifenfamilie haben wir uns bewusst früh entschieden, eigene Produkte speziell für Elektrofahrzeuge zu entwickeln.

asp: Wie setzt Hankook Nachhaltigkeitsziele um?

C. Gömmel: Unser Werk in Ungarn ist ISCC-PLUS-zertifiziert, ebenso mehrere Produkte. Beim iON GT setzen wir bereits bis zu 77 Prozent nachhaltige Materialien ein. Parallel forschen wir über alternative Naturkautschukquellen und zu Recyclingmaterialien, die künftig stärker in der Reifenproduktion eingesetzt werden sollen. Das Thema wird uns die nächsten Jahre intensiv begleiten – technisch wie regulatorisch.

asp: Mit welchen Neuheiten ist in diesem Jahr zu rechnen?

C. Gömmel: Sowohl bei Hankook als auch bei Laufenn kündigen sich für dieses Jahr UHP-Neuentwicklungen in verschiedenen Produktsegmenten an. Gleichzeitig halten wir bewusst auch an kleineren Reifendimensionen fest, weil sie nach wie vor ein relevantes Volumensegment darstellen.

Interview: Alexander Junk

Vita

Claus Gömmel ist seit über 30 Jahren in der Reifenbranche tätig und arbeitet seit 1998 bei Hankook Reifen Deutschland. Über verschiedene Vertriebsrollen vom Regionalverkaufsleiter bis zur Verantwortung für Pkw-Reifen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, stieg er 2024 zum Vertriebsleiter für Pkw-Reifen bei Hankook auf.