

Startseite



# Menschen, die schon lange „am Rad drehen“

FREITAG, 12. APRIL 2024 / 1 KOMMENTAR / VON CHRISTINE SCHÖNFELD



Arbeiten schon sehr lange in der Räderbranche (von oben Mitte im Uhrzeigersinn): Heike Göbel, Andreas Göbel, Rudi Seif, Thomas Schröder Birgit Grebe-Frese, Holger Hering, Andreas Riedlberger, Dirk Hülsegge, Oliver Bekat, Stefan Klein, Jens Klausdeinken und Harald Schmidtke (Bild: NRZ/Christine Schönfeld und Privat)

Gummi klebt. Das ist ein Spruch, der für die Reifenbranche gilt. Aber auch in der Räderbranche gibt es viele Menschen, die schon Jahrzehnte „am Rad drehen“. Die NEUE REIFENZEITUNG stellt hier exemplarisch einige Urgesteine der Branche im Aftermarket vor. Sie geben Einblicke, was so alles in den vergangenen Jahren passierte in einer Branche, in der einmal richtig viel Geld verdient



## TOP 10 BEITRÄGE

Gute Ganzjahresreifen stehen  
Winterspezialisten beim Bremsen nicht nach

Verhandlungen abgeschlossen:  
Goodyear verkauft Marke Dunlop an den „natürlichen Käufer“

Wheelscompany meldet Insolvenz an

Sumitomo Rubber Industries skizziert Dunlop-Wachstumspläne – Zwei-Marken-Ansatz

Einige Ganzjahresreifen „als Winterreifenersatz richtig gut“

Einer für alle(s): Michelins neuer „Primacy 5“

Gernegroß Ilkem Sahin: Große Worte, nichts dahinter?

wurde, in der sich die Beteiligten vor Aufträgen nicht retten konnten. In denen es für die Beteiligten Höhen und Tiefen gab. Reißender Absatz ist nicht mehr der Fall. Das steht fest. Genaue Marktzahlen zu bekommen, ist aber schier unmöglich, denn da lässt sich keiner in die Karten schauen. Wir haben trotzdem nachgefragt. Und von einigen zumindest eine Einschätzung bekommen. Hier die Geschichten der Menschen, die insgesamt rund 400 Jahre in der Branche Erfahrungen gesammelt haben.

## **Birgit Grebe-Frese**

Von der Schreckschraube zum Armleuchter, und jetzt dreh' ich am Rad. Das ist mein Lebenslauf in einem Satz“, so Birgit Grebe-Frese. Und bedeute: „Ich habe meine Ausbildung zum Industriekaufmann (es gab damals noch keine Kauffrauen) bei einem Hersteller von Kleineisenwarenteilen gemacht und habe dort nach der Lehre im Vertrieb von Sonderdrehteilen für die Möbelindustrie gearbeitet. Gewechselt bin ich dann in die damals im Sauerland sehr bekannte und weit verbreitete Leuchtenindustrie.“ Fünf Jahre hat sie hier – wiederum im Verkauf tätig – Wohnraumleuchten aus Holz und Metall an den Mann gebracht, bevor sie 1990 zu Borbet gegangen ist. Warum Borbet? „Wahrscheinlich aus reiner Neugier auf eine andere Branche. Ich hatte damals die Zielsetzung, alle fünf Jahre etwas Neues auszuprobieren. Doch der gute alte Spruch ‚Gummi klebt‘ scheint auch bei den Rädern zu funktionieren – ich bin in der Aluminiumräderbranche kleben geblieben“, sagt sie.

Fasziniert habe sie Anfang der 90er- Jahre die Technik rund ums Rad. „Ich bin völlig ahnungslos in die Branche gekommen und musste erst einmal lernen, dass zum Beispiel die Auflage im Gutachten , ... Radhausauschnittkanten umlegen‘ schlicht und einfach mit bördeln übersetzt werden kann und dass die Einpresstiefe mit einer Horntiefe nun einmal gar nichts zu tun hat. Irgendwann war ich technisch so fit, dass man mich auf Kunden loslassen konnte. Es gab Anfang der 90er-Jahre nicht viele Stylings im Markt – Borbet verkaufte

Goodyears Mark Stewart zeichnet deutschen Personaler Christian Lay mit CEO-Award aus

Interpneu zeigt auf AutoZum neue Platin-Reifen – Reifen1+ startet in Österreich

Emissionen aufgrund Reifen-/Bremsabrieb weit unter EU-Feinstaubgrenzwerten

erfolgreich sein mittlerweile als Klassiker bekanntes Fünfsternrad Design A und das Kreuzspeichenrad Design B. Die Gutachten bzw. Gutachtenauflagen dieser beiden Räder hatte man im Kopf, was bei der Rädervermarktung ungemein geholfen hat“, erinnert sie sich. Es gab noch Auftragsmappen mit vielen Bestellungen in Papierform auf jedem Schreibtisch und immer viel zu wenig Räder im Lagerbestand.



[<https://reifenpresse.de/wp-content/uploads/2024/04/Birgit-Grebe-Frese-Web.jpg>]

Birgit Grebe-Frese in ihren Anfangsjahren bei Borbet. Sie ist seit 1990 in der Räderbranche (Bild: privat)

In den „goldenen Zeiten“ konnten die Räder nicht so schnell produziert, wie sie verkauft werden konnten. Im Laufe der Jahre seien viele weitere Räderanbieter in den Markt gekommen, die Trends, Oberflächen und Dimensionen der Räder änderten sich kontinuierlich bis hin zu der heutigen Rädervielfalt. „Früher war es auch noch möglich, Räder nur mit Muster- oder Teilegutachten und mit Reifenfabrikatsbindungen zu verkaufen. Zumindest was letzteren Punkt angeht, hat Europa der Branche damals einen Strich durch die Rechnung gemacht und die Reifenfabrikatsbindung im Gutachten wurde gekippt“, so Birgit Grebe-Frese. Interessant war und sei die Vertriebsabteilung bei ihrem Arbeitgeber allemal.

Inzwischen als Verkaufsleiterin blicke sie auf über 30 Jahre Betriebszugehörigkeit zurück und

bezeichne sich gerne als „Borbetianerin“, die bei der Inventur schon mitgezählt wird. In dieser Zeit gab lustige, traurige und viele schöne Momente. „Traurig war und ist für mich die Tatsache, dass bedingt durch die COVID-Pandemie und deren Auswirkungen viele Geschäftspartner ihre Unternehmen nicht halten konnten und geschlossen haben. Auch die derzeitige Situation mit Kriegen und deren Folgen, Inflation und Kostensteigerungen, insbesondere im Energiebereich, zählt zu den traurigen Kapiteln“, zieht sie Resümee. Lustige und schöne Momente würden jedoch überwiegen.

Und das jeden Tag. Sei es während Telefonaten oder bei persönlichen Kontakten mit Kunden und Geschäftspartnern weltweit. Nicht zu vergessen seien die vielen netten Termine und Gespräche auf Messen und Events. „Auch sind für mich täglich die schönen Momente mit den Kolleginnen und Kollegen im gesamten Borbet-Team ein Must-have“, sagt sie. Im Laufe der Jahre hat sich viel geändert im Geschäft. In den 90er-Jahren wurden Tuningräder vermarktet, es gab noch kein Saisongeschäft zum Winter und es herrschte die Meinung, dass Aluräder generell nicht wintertauglich sind. „Inzwischen ist die Winterrädersaison dominant gegenüber der Frühjahrssaison. Plug-and-Play-Räder, ECE- und seriennahe ABE-Räder bilden den Hauptvolumenanteil pro Jahr. Die Zeit ist schnelllebig geworden, auch was das Präsentieren von neuen Stylings und vor allem neuen Technologien angeht. Was vor Jahren bei großen, jedoch schmalen Rädern als ‚Asphaltrittenscheibe‘ bezeichnet wurde, ist heute Standard geworden und auch die Aerodynamik beeinflussenden Elemente der Räder spielen eine immer größere Rolle“, fasst sie zusammen. Es bleibe also interessant. Sie rechnet mit vielen neuen Entwicklungen beim Rad und auch im Markt. „Mein Rat an die jüngeren Beschäftigten: Bleiben Sie am Ball und up to date!“.

**Harald Schmidtke**

Harald Schmidtke hatte das erste Mal 1989 beruflichen Kontakt mit Aluminiumrädern. Damals begann er als Vertriebsleiter bei Zender in Mühlheim-Kärlich. Davor hatte er schon sieben Jahre Rennsportluft bei Zakspeed Rennsport gesammelt. Dort war er für den Einkauf von Formel-1-Motorenteilen verantwortlich. „Zender hat nicht nur Räder produziert, sondern war einer der Karosserieteilepioniere des Tuningmarktes“, erinnert sich Schmidtke. „Die Zeit dort war einfach super. Die Nachfrage überstieg das Angebot – so macht Vertrieb natürlich Spaß.“ Aber aufgrund diverser Einflüsse („keine Insolvenz“) musste das Unternehmen damals irgendwann die Türen schließen. „Dies war der traurigste Moment in meiner beruflichen Laufbahn“, so Schmidtke. Er bezeichnet diese Zeit aber auch als einen der schönsten Momente, „denn wir konnten alle Mitarbeiter in andere Arbeitsverhältnisse begleiten“.



[<https://reifenpresse.de/wp-content/uploads/2024/04/Harald-Schmidtke-mit-Zender-auf-der-EMS-1989-im-Gespraech-mit-Miss-World-.jpg>]

Harald Schmidtke auf der Essen Motor Show 1989 im Gespräch mit Miss World (Bild: privat)

Seit August 2008 ist Harald Schmidtke Geschäftsführer des Verbandes der Automobilturner e.V. (VDAT) und damit natürlich der Räder- und Zubehörbranche auf engste verbunden. Der VDAT wird auch die letzte Station seines

Arbeitslebens sein. Dies sei die Konsequenz „seiner frühen Geburt“.

Er betrachtet als seinen größten Erfolg, dass er persönlich durch die Tätigkeit beim Verband daran mitarbeiten darf, dass der Zubehörmarkt eine politische Stimme hat. „Denn es sollte nicht vergessen werden, dass die Fahrzeughersteller mit großer Intensität daran arbeiten, größtmögliches Marktpotenzial des Aftermarktes zu übernehmen“, so Schmidtke. Aus seiner Sicht ist der Wettbewerbsdruck heute erheblich höher als noch vor 25 Jahren. Und durch die Auswirkungen der Pandemie und die Kriege sei das Umfeld auch unvorhersehbarer geworden. „Und natürlich tragen auch Ganzjahresreifen zudem zu einer Stückzahlreduzierung von Aluminiumrädern im Markt bei“, sagt er. Einen Tipp für die nachfolgenden Generationen hat er nicht, „denn jede Generation muss ihren Weg gehen“. Er hat aber bemerkt: „Nur die Begeisterung für die Tätigkeit führe meines Erachtens zu Zufriedenheit und Erfolg im Job.“

## **Stefan Klein**

Mit zwölf Jahren wurde seine Leidenschaft für den Rennsport und das Tuning geweckt. Da war er mit dem Vater seines Freundes, Robert Rüdell von Rüdell Motorsport, an den Wochenenden auf dem Nürburgring und in der niederländischen Motorsportarena in Baarlo unterwegs. Nach der Schule wurde er Betriebsschlosser, arbeitete als Geselle und ging zur Bundeswehr. Um Geld in den Fingern zu haben, frisierte er privat Motoren und baute Einarmwischer für Golf GTIs. 1990 kam er dann als Verkäufer zu Kissling Motorsport in Oberhausen. Der Kissling-Verkaufsleiter Hardy von der Brake (heute H&R) hatte ihn gefragt. Für Stefan Klein eine Ehre, „denn der Laden war damals Kult“.

„In den 90er-Jahren war Tuning sehr populär. Man hatte als Tuner einen Kultstatus wie heute die Influencer. Es gab nur zwölf Felgenmarken, und man hatte fast alle Kombinationen im Kopf“, so Stefan Klein. „Wir hatten noch selbstproduzierte Kataloge oder haben auf die von Kollegen wie D&W

zurückgegriffen. Dies waren schöne Jahre in meinem Berufsleben.“

Nach Kissling Motorsport ging er zu Racing Dynamics (italienischer BMW-Tuner), Mantzel Opel Tuning, Goodyear, der BMF Media Information Technology GmbH, Giti Tire und danach zu RSU in Ulm. Dort arbeitet er bis vor Kurzem als Leiter Business Development [<https://reifenpresse.de/2024/04/05/auf-zu-neuen-ufern-stefan-und-niklas-klein-leiten-die-wheelscompany-in-sottrum/>] und betreute auch die Rädersparte. Im Jahr 2019 wurde er zudem Gesellschafter bei der Wheelscompany in Sottrum und ist es bis heute.



[<https://reifenpresse.de/wp-content/uploads/2024/04/Stefan-klein-1991-Kadett-E-16V-PickUp-von-Kissling-Motorsport-mit-meinem-Einarmwischersystem.jpg>]

Stefan Klein begann 1990 als Verkäufer bei Kissling Motorsport (Bild: privat)

In all den Jahren hat er viele schöne Momente erlebt, „die lustigsten waren an der Cockpit-Bar am Nürburgring“. Der traurigste Moment sei für ihn die Beerdigung seines Freundes und Mentors Frank Bondzio gewesen (Anmerkungen der Redaktion: Der Premio-Pionier ist 2009 plötzlich verstorben). Als seinen größten Erfolg in seinem Berufsleben sieht er die Actionkomödie „Manta, Manta“. Hier hat er an den Autos mitgearbeitet und auch Til Schweiger Fahrtraining gegeben. Und auch die 14 Jahre bei der Goodyear Dunlop Handelssysteme (GDHS) und die Verantwortung für den Tuningbereich, die ihm den Namen „Mr. Tuning“

einbrachte, gehören dazu. Als größten Misserfolg wertet er seine Entscheidung, zu einem asiatischen Arbeitgeber zu gehen (Anmerkung der Redaktion: ein knappes Jahr hat Klein 2018 die Marketingaktivitäten von Giti Tire in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortet).

Das Aluminiumrädergeschäft sieht Stefan Klein größtenteils mittlerweile als Standardgeschäft. „Früher war es was Besonders, Alufelgen zu fahren. Sie waren ein Statussymbol.“ Heute seien das nur noch besondere Marken wie BBS, OZ oder Vossen sowie besondere Kombinationen oder Farben. „Heute besteht der Markt zu 95 Prozent aus Plug&Play-Rädern“, so Klein. In den über 40 Jahren in dieser Branche habe er die meiste Zeit mit Leidenschaft gearbeitet. „Arbeiten war und ist Hobby für mich!“, betont Klein. Leidenschaft und Authentizität möchte er auch den jüngeren Kollegen mit auf den Weg geben. „Man sollte Produkte empfehlen, die man selbst kaufen und fahren würde. Und man sollte auf Erfahrungen hören und setzen.“ Stefan Klein schätzt, dass in Deutschland im Aftermarket etwa 3,5 Millionen Einheiten und in Europa neun Millionen Räder verkauft werden

## **Andreas Riedlberger**

Andreas Riedlberger hat nach dem Realschulabschluss 1990 bei Delta 4x4 in Unterumbach angefangen. Das Unternehmen war nur zwei Kilometer von seinem Wohnort entfernt und das Interesse für Autos war da. „Offensichtlich habe ich ein Gespür für Design und vor allem auch für die technischen Daten rund um Räder“, so Riedlberger. Faszinierend war für ihn, dass er sich hier sehr schnell ein sehr großes Wissen erarbeiten konnte.

Auf Delta 4x4 folgte eine kurze Stippvisite außerhalb der Räderwelt im Einkauf. Dann ging es zu Diewe Wheels.

[<https://reifenpresse.de/2023/11/17/diewe-wheels-an-neuem-standort-aus-hobby-wurde-ernst/>]

„Zusammen mit meinen Kollegen die Marke und das Unternehmen aufzubauen, war für ihn „die

schönste Zeit“. Die Vielfalt und Eigenarten der Fahrzeuge seien mittlerweile nahezu unüberschaubar. „Dementsprechend ist alles sehr beratungsintensiv geworden. Selbst Fachhändler sind oft ratlos und benötigen Hilfe. Erschwerend kommt noch die Vollkasko mentalität der heutigen Zeit hinzu: Der Räderhersteller ist an allem schuld“, fasst Andreas Riedlberger die Veränderung der Branche kurz zusammen. Welchen Rat er Beschäftigten geben würde, die neu in die Branche kommen? Ganz einfach: Selbst mal die Räder wechseln. Über den Räderabsatz im deutschen und europäischen Markt möchte er nicht spekulieren: „Es kursieren so viele unterschiedliche Zahlen. Keine Ahnung.“

## Heike Göbel

Heike Göbel ist 1987 bei Ronal mit ihrer Ausbildung zur Industriekauffrau gestartet. Nachdem sie diese beendet hatte, ging es für sie auf eigenen Wunsch in den Verkauf Aftermarket. Insgesamt waren es neun Jahre, bevor sie in den Mutterschutz ging. „Ich war in der Lebensmittelbranche aufgewachsen und war ganz begeistert, mit den Rädern ein ganz neues Produkt kennenzulernen. Die Produktion habe ich mir immer sehr genau angeschaut, und auch die technischen Anforderungen und Prüfungen haben mich immer sehr fasziniert“, so Heike Göbel. Beindruckt sei sie auch von der Entwicklungsgeschichte der Aluminiumräder – an der ihr damaliger Chef Karl Wirth maßgeblich beteiligt war.

Die Räderbranche sei damals „eine reine Männerwelt“ gewesen. „Für Frauen war jeder Tag eine Challenge. Ständig wurden wir am Telefon und auf den Messen auf die Probe gestellt, und es wurde überprüft, ob wir als Frau ausreichend technisches Verständnis haben oder überhaupt Bescheid wissen“, erinnert sie sich und betont: „Ich habe diese Herausforderung gerne angenommen. Dadurch habe ich mich gut entwickeln können und dann auch viel positives Feedback erhalten.“

Seit 2004 arbeitet Heike Göbel bei CMS. „Da ich ein Familienmensch bin, hatte die Entwicklung der

Kinder Priorität. Zudem waren die Betreuungsangebote für Kleinkinder zu damaliger Zeit in unsere Umgebung sehr dürftig. Somit kam ich nicht umhin, eine lange Auszeit zu nehmen“, sagt sie. Da sie durch ihren Mann, der heutige CMS-Geschäftsführer **Andreas Göbel** (der 1989 bei dem Räderhersteller Ronal als Außendienstmitarbeiter für Süddeutschland startete), aber immer über das Branchengeschehen und die Entwicklungen auf dem Rädermarkt auf dem Laufenden gehalten wurde, habe sie „einen leichten Einstieg gehabt und sich Jahr für Jahr mehr ins Unternehmen einbringen können“. Seit einigen Jahren leitet sie jetzt die Marketingaktivitäten der CMS GmbH. Sie kann sagen: „Ich habe jeden Tag Spaß an meiner Arbeit.“

Natürlich gäbe es gute und weniger gute Tage, aber die Erfahrung habe ihr gezeigt: „Wenn man dranbleibt, entwickeln sich auch schwierige Zeiten positiv.“ Überhaupt lohne es sich, für seine Tätigkeit Begeisterung zu entwickeln, „denn allein Begeisterung öffnet Türen“. Das Leben zeige, „es stehen zu jeder Zeit mit jedem Alter alle Möglichkeiten offen“.

## Jens Klausdeinken

Jens Klausdeinken

[<https://reifenpresse.de/2017/03/29/mr-aluminiumrad-jens-klausdeinken/>] startete im Dezember 1973 in der Reifen- und Räderbranche. Und zwar bei Kleber. Er feierte im vergangenen Dezember damit seine 50. Essen Motor Show und seinen 75. Geburtstag. Anfang der 1970er-Jahre hatte er sein Abitur und eine zunächst eingeschlagene Ausbildung als Berufssoldat hinter sich. Waffen und körperliche Ertüchtigung waren nicht unbedingt sein Ding, aber hier lernte er Struktur. Und die wollte er dann auch bei Kleber einführen. „Ich habe mich anfangs über die Verkäufer geärgert, die einen Auftrag über 20.000 Reifen auf einem Bierdeckel festhielten und viel Geld für Bewirtungen ausgaben. Also habe ich ein Formular entwickelt, um diesem Treiben eine Struktur zu geben. Allerdings bin ich dann mit den Verkäufern auf Tour gegangen und habe

verstanden, dass meine Formulare unsinnig waren und der persönliche Kontakt zwischen dem Käufer und Verkäufer wichtig war. Und auch die jährlichen Incentive-Reisen um die Welt prägten die Kundenbindung. Die Reifenhändler verdienten damals sehr viel Geld. Viele hatten eine Yacht am Largo Maggiore, und auch waren Häuser am Tegernsee sehr beliebt“, erinnert sich der Kontakter.

1976 habe er Reifen Krings (mit drei Niederlassungen) als Geschäftsführer übernommen und beendete 1979 seine Zeit bei Kleber. Reifen Krings war Remotec Stützpunkthändler, Tuningstützpunkt für Zender und Kamei. 1979 wurde er zusätzlich Assistent der Geschäftsleitung bei Reifen Vogl Neuss (mit sieben Niederlassungen), und „wir konnten den Alurädeervertrieb erheblich ausbauen“. Jens Klausdeinken: „Da wir in beiden Betrieben sehr gute Mitarbeiter hatten, stand neben dem Reifenverkauf das Tuning mit Spoilern und Breitreifen im Vordergrund. Breit war damals schon 19 Zoll.“ 1984 habe er Reifen Krings an Bridgestone verkauft, und Vogl verkaufte er 1985 an Kempen/Goodyear.

Anfang 1985 startete Klausdeinken als Geschäftsführer bei Meyer Alurad mit den Marken Fondmetal, Enkei, MAV und KBS. Eine Zeit, in der er viel unterwegs war. „Ich wusste nicht einmal mehr, auf welcher Schule meine Kinder waren“, so der Räderliebhaber. Auf Rat der Familie wechselte er Ende 1989 zu RH Alurad/Artec als Direktor Marketing. Die Wochenendveranstaltungen wurden weniger. „Die Anfangsjahre waren eigentlich geprägt durch ein Verteilen der Räder. Vergölst, Euromaster, Kempen usw. nahmen mehrere tausend Räder pro Auftrag ins eigene Lager. Auch die Öffnung der neuen Bundesländer brachte nochmal einen kräftigen Zuwachs an verkauften Rädern. 1990 sind wir mit 25 Händlern, welche 60.000 Räder gekauft hatten, für eine Woche nach Martinique geflogen. Keiner dieser Händler ist heute noch im Geschäft. 1991 starteten wir mit Liqui Moly eine der größten Offroadveranstaltungen: In 20 Tagen mit acht Jeeps

durch zehn Länder in Europa. Während einer Veranstaltung in Slowenien haben wir das Land nachts verlassen, da der Krieg begann“, erinnert sich Jens Klausdeinken.



[<https://reifenpresse.de/wp-content/uploads/2024/04/Jens-Klausdeinken-1976-OffRoad-Messe-mit-Mathulla.jpg>]

Jens Klausdeinken (Mitte) bekommt hohen Besuch von „Privatdetektiv Matula“ Claus Theo Gärtner (Bild: privat)

1992 bekam er ein Angebot von Fondmetal. Er wurde geschäftsführender Gesellschafter. Damals gab es dort 15 Außendienstler. Räder wurden zu der Zeit palettenweise bestellt. Die größeren Kunden bestellten im September und Oktober, die Räder wurden im Februar ausgeliefert. „Wir waren stark im Motorsport engagiert. Hier kam auch das Bargeld her, das wir für Großaufträge haben mussten. Falls ich etwas brauchte, fuhr ich nach Bad Godesberg (hier gab es das nächste Samsonite-Geschäft), kaufte einen Pilotenkoffer und packte dort Bargeld hinein. Ein Sportpromotor bekam einen Scheck über eine Summe und einige Tage später bekamen wir eine Rechnung über diese Summe aus dem Ausland. Die Summe vom Scheck mit einem Abschlag. Der kam in bar. Dieses Geld kam dann in den Pilotenkoffer und ging an den Räderbesteller“, so der Mann aus der Eifel. Die Zeit beschreibt er so: „Es war viel Arbeit, die Mitarbeiter liebten die Marke. Keiner war sich für keine Arbeit zu schade.“

Ende 1997 erfolgte die Insolvenz. „Damals habe ich mir bei einem Händler in Berlin eine Sechs-

Millimeter-Pistole besorgt und zwei bis drei Schuss in eine Holzwand in meinem Büro abgefeuert und gedacht: damit kann man sich ja nicht erschießen. Ich habe dann im Tausch eine Acht-Millimeter-Pistole bekommen und gedacht, wie schwer ist die denn“, so Jens Klausdeinken. Zum Glück habe er diese Phase überwunden. Es waren seine Kunden, seine Mitarbeiter und die Worte von Klaus Haddenbrock (Verleger der NEUE REIFENZEITUNG): „Jens, vom Pferd fallen kann jeder, man muss nur schnell wieder draufkommen.“

Er ging dann 1998 als Verkaufsleiter zu Artec. Hier blieb er bis 2005. Dann wurde er Vorstandsmitglied und Direktor Marketing/Technik bei der neu gegründeten Xtra Wheels AG. Zwischen 2005 und 2007 sei er mehr als zwanzigmal in China gewesen. Hier wurden die Räder produziert. Die ersten Exemplare kamen 2008. „Die Zusammenarbeit mit den Chinesen war mühsam und die Lackqualität ebenso. Wir konnten sogar 30-Zoll-Räder mit Gutachten anbieten. Da haben wir pro Rad gut 1.500 Euro verdient. Verkauft haben wir davon aber nur gut 100 Stück“, erinnert sich Jens Klausdeinken. 2009 sollte die Xtra Wheels AG die insolvente RH Alurad übernehmen. „Die Bank und der Insolvenzverwalter forderten eine hohe Summe als Anzahlung, und die Chinesen wollten diese Summe überweisen. Wollten. Die Wochen vergingen, bis wir erfuhren, dass der chinesische Hersteller insolvent war“, so Jens Klausdeinken. 2010 ging es für ihn wieder als Verkaufsleiter zu Artec.

„Mit dem Ausscheiden von Wolfgang Späth bei Artec/RH Alurad Ende 2013 habe ich dort auch gekündigt und bin seit Januar 2014 im Vertrieb bei Diewe Wheels als Handelsvertreter“, so der 75-Jährige. Hier konnte er gerade sein zehnjähriges Jubiläum feiern. Er liebt die Räderbranche, aber eigentlich war es nur Zufall, „es hätte damals auch Zahnpasta statt Bundeswehr sein können.“ Was er jungen Menschen raten würde, die neu in die Branche wollen: „Sucht euch etwas anderes. Geht in eine Branche mit Zukunft.“

1992 bekam er ein Angebot von Fondmetal. Er wurde geschäftsführender Gesellschafter. Damals gab es dort 15 Außendienstler. Räder wurden zu der Zeit palettenweise bestellt. Die größeren Kunden bestellten im September und Oktober, die Räder wurden im Februar ausgeliefert. „Wir waren stark im Motorsport engagiert. Hier kam auch das Bargeld her, das wir für Großaufträge haben mussten. Falls ich etwas brauchte, fuhr ich nach Bad Godesberg (hier gab es das nächste Samsonite-Geschäft), kaufte einen Pilotenkoffer und packte dort Bargeld hinein. Ein Sportpromotor bekam einen Scheck über eine Summe und einige Tage später bekamen wir eine Rechnung über diese Summe aus dem Ausland. Die Summe vom Scheck mit einem Abschlag. Der kam in bar. Dieses Geld kam dann in den Pilotenkoffer und ging an den Räderbesteller“, so der Mann aus der Eifel. Die Zeit beschreibt er so: „Es war viel Arbeit, die Mitarbeiter liebten die Marke. Keiner war sich für keine Arbeit zu schade.“

Ende 1997 erfolgte die Insolvenz. „Damals habe ich mir bei einem Händler in Berlin eine Sechsmillimeter-Pistole besorgt und zwei bis drei Schuss in eine Holzwand in meinem Büro abgefeuert und gedacht: damit kann man sich ja nicht erschießen. Ich habe dann im Tausch eine Acht-Millimeter-Pistole bekommen und gedacht, wie schwer ist die denn“, so Jens Klausdeinken. Zum Glück habe er diese Phase überwunden. Es waren seine Kunden, seine Mitarbeiter und die Worte von Klaus Haddenbrock (Verleger der NEUE REIFENZEITUNG): „Jens, vom Pferd fallen kann jeder, man muss nur schnell wieder draufkommen.“

Er ging dann 1998 als Verkaufsleiter zu Artec. Hier blieb er bis 2005. Dann wurde er Vorstandsmitglied und Direktor Marketing/Technik bei der neu gegründeten Xtra Wheels AG. Zwischen 2005 und 2007 sei er mehr als zwanzigmal in China gewesen. Hier wurden die Räder produziert. Die ersten Exemplare kamen 2008. „Die Zusammenarbeit mit den Chinesen war mühsam und die Lackqualität ebenso. Wir konnten sogar 30-Zoll-Räder mit Gutachten anbieten. Da haben wir pro Rad gut 1.500 Euro verdient. Verkauft haben wir davon

aber nur gut 100 Stück“, erinnert sich Jens Klausdeinken. 2009 sollte die Xtra Wheels AG die insolvente RH Alurad übernehmen. „Die Bank und der Insolvenzverwalter forderten eine hohe Summe als Anzahlung, und die Chinesen wollten diese Summe überweisen. Wollten. Die Wochen vergingen, bis wir erfuhren, dass der chinesische Hersteller insolvent war“, so Jens Klausdeinken. 2010 ging es für ihn wieder als Verkaufsleiter zu Artec.

„Mit dem Ausscheiden von Wolfgang Späth bei Artec/RH Alurad Ende 2013 habe ich dort auch gekündigt und bin seit Januar 2014 im Vertrieb bei Diewe Wheels als Handelsvertreter“, so der 75-Jährige. Hier konnte er gerade sein zehnjähriges Jubiläum feiern. Er liebt die Räderbranche, aber eigentlich war es nur Zufall, „es hätte damals auch Zahnpasta statt Bundeswehr sein können.“ Was er jungen Menschen raten würde, die neu in die Branche wollen: „Sucht euch etwas anderes. Geht in eine Branche mit Zukunft.“ Im Aftermarket werden seiner Meinung noch so schätzungsweise vier bis fünf Millionen Räder in Deutschland verkauft.

## **Oliver Bekat**

Oliver Bekat ist seit 1989 in der Aluminiumräderbranche. Zuvor hatte er eine Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann in der Autozubehörbranche bei der EKZ Rettenmaier GmbH in Esslingen gemacht. Nach einem Jahr im dortigen Außendienst, hat er sich mit Rädern selbstständig gemacht. „Mich hat fasziniert, dass ich mit Hilfe von hübschen Rädern ein neues Fahrzeug erschaffen konnte und vielen Kunden damit ein Lächeln auf die Lippen gezaubert habe“, so Oliver Bekat. „Die Zeit war toll. Der Markt noch überschaubar und die Branche inklusive der Kollegen war seriös und auf Augenhöhe unterwegs. Wir konnten mit Felgen noch Geld verdienen und mit ausgefallenen Designs richtig glänzen.“ Insbesondere die Messen waren ein echtes Highlight. „Hier haben wir viele lustige Geschichten erlebt. Die kann ich gar nicht wiedergeben, ohne

jemanden auf den Schuh zu treten“, erinnert er sich.

Sein größter Erfolg sei das Raddesign Oxigin Eins gewesen. Dieses sei weltweit 72-mal kopiert worden. Sein größter Misserfolg war es, in der zweiten Hälfte der 90er-Jahre eine kleine Fertigung mit Gießerei und mechanischer Bearbeitung zu übernehmen. Im Nachhinein würde er vielleicht einiges anders machen. Bereut habe er aber nichts, nur dass einige Erfahrungen „viel Geld gekostet“ haben.

Grundsätzlich sei er der Auffassung, dass heute alle viel zu viel und nicht mehr richtig machen würden, „dabei verliert das berufliche und private Leben und die Kommunikation miteinander“. Probleme seien früher diskutiert worden, „heute würde viel verschoben“. Besonders schön empfindet er es, dass seine Tochter Sabrina ihr duales Studium im Unternehmen gemacht habe und seit Jahren den Betrieb mit ihm zusammen leitet und „dass wir beide es schaffen, jeden Morgen kurz miteinander zu frühstücken.“ Rund zwei bis zweieinhalb Millionen Räder würden jährlich im Aftermarket in Deutschland verkauft, schätzt er. Für Europa wäre es schwierig einzuschätzen.

## **Thomas Schröder**

Seit 1978 ist Thomas Schröder ein Teil der Branche. Im September des Jahres begann er seine Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann bei dem Großhändler Fritz Berger in Essen. Als Autofan hätten ihn Räder schon immer interessiert, „denn sie sind für mich das entscheidende Bauteil am Fahrzeug, wenn es um Design und Performance geht“. Die immer neuen Raddesigns, die stetig wachsenden Dimensionen der Räder und Stylingtrends machten seine Arbeit spannend und abwechslungsreich. Bei seinem Einstieg sei der Rädermarkt noch sehr überschaubar gewesen, es gab einige Hersteller und eine kleine Auswahl an Designs. „Zu dieser Zeit waren alle Räder recht hochpreisig und relativ schnell vergriffen. Auch in technischer Hinsicht lässt sich die damalige Zeit nicht mit heute

vergleichen: Viele Räder waren nur mit Festigkeitsgutachten erhältlich, und es gab weder ABE- noch ECE-Räder“, so Thomas Schröder.



[<https://reifenpresse.de/wp-content/uploads/2024/04/Thomas-Schroeder-Web-scaled.jpg>]

Thomas Schröder ist seit 1978 in der Branche. Hier 1992 bei einer D+W-Hausmesse (Bild: privat)

Bei Borbet hat er im Sommer 1992 angefangen. Seitdem ist er dort als Key-Account-Manager tätig. Die lustigsten Momente in seiner beruflichen Laufbahn spielten sich beim GTI-Treffen am Wörthersee und auf den Branchentreffen am Nürburgring ab. „Diese Erlebnisse machen die Arbeit in unserer Branche zu etwas Besonderem“, sagt er. Die Zeiten mit seinen Wegbegleitern Stefan Klein und Hardy von der Brake bleiben ihm unvergesslich. Aber auch traurige Momente habe es gegeben. Vor allem die Todesfälle in der Kundschaft – insbesondere die der jüngsten Vergangenheit. Wenn er es auf den Punkt bringen will: „Täglich Kunden zu besuchen und zu Messen und Events zu fahren, ist bis heute mein Hobby und Job zugleich. Wenn ich auf meine Vergangenheit zurückblicke, würde ich nichts anders machen.“ Generell würde er raten: „Nur Räder zu verkaufen, von denen man selbst überzeugt ist. Den Job mit Leidenschaft ausführen, Kunden stets freundlich und ohne Belehrung zu beraten. Um erfolgreich zu sein, ist es wichtig, ständig am Puls der Zeit zu bleiben, Trends aufmerksam zu verfolgen und auf Messen aktiv die

Gesellschaft der Kunden zu suchen.“ Er rechnet mit rund vier Millionen verkauften Rädern im Aftermarket in Deutschland und zwischen neun und zehn Millionen in Europa.

## Holger Hering

Holger Hering startete im Februar 1976 seine Ausbildung in einem Hamburger Autoteilegroßhandel. Damals durfte er sofort auch im Außendienst Kunden besuchen. Allerdings ohne Firmenfahrzeug. „Mein Opel Kadett B hat mir aber Kilometergeld eingebracht“, sagt er schmunzelnd. Im Januar 1980 wechselte er zum Melber-Importeur Hand Diedrichs in Wedel als Mitarbeiter im Außendienst. Hier wurden auch Räder von Cromodora und Ersatzteile von Fiat und Alfa Romeo verkauft. Die Touren führten gleich bis Frankfurt am Main. „Räder gab es für VW Golf 1 in 13 Zoll, für BMW in 13 und 14 Zoll und für Mercedes auch in 14 Zoll. Geliefert wurde mit Spedition noch frei Station“, der Kunde/Händler musste die Ware am Bahnhof abholen. Aufträge wurden per Telefon oder Telex übermittelt, der Lochstreifen wurde noch vorgeschrieben. Im Außendienst haben wir in der Woche die schriftlichen Aufträge per Post an die Firma gesendet“, erinnert er sich an die Zeit.



[<https://reifenpresse.de/wp-content/uploads/2024/04/Holger-Hering-altes-Foto-.jpg>]

Holger Hering lebt seit 1976 das Thema Räder (Bild: privat)

„Damals waren Auto und Führerschein, noch besser als Smartphone und Playstation. Aluminiumräder und Autoradios waren die Nobelpreise an den Fahrzeugen. Und ich durfte sie verkaufen. Ich konnte und habe Emotionen verkaufen dürfen, auch wenn der Start noch recht holprig war. Auch Qualität wurde noch nicht besonders großgeschrieben. Aber es hat viel Spaß gemacht.“ Sein Weg führte ihn über Wockenfuß später Heyking, Aluett/Strato zu Nordrad (AZEV-Werksvertreter) und ab 1999 über Toora Deutschland (Toprad) in die Selbstständigkeit, die er im Jahre 2009 [\[https://reifenpresse.de/2019/03/21/holger-hering-heute-machen-wir-die-guten-alten-zeiten-von-morgen/\]](https://reifenpresse.de/2019/03/21/holger-hering-heute-machen-wir-die-guten-alten-zeiten-von-morgen/) mit CMS vollzogen habe. „Heute vertreten wir in der Handelsvertretung die Marken CMS Wheels, Tomason und die RTS-Cub-Sensoren“, sagt Holger Hering. In den über 40 Jahren in der Branche hat er viele schöne, aber auch traurige Momente erlebt. Von Letzteren gab es „leider“ schon viele, da „viele Weggefährten schon das Leben verloren haben“. Die schönen Momente seien auf den großen Messen in Frankfurt, in Essen oder den legendären Hausmessen der überregionalen Reifengruppen gefeiert worden. In diesen Jahren hätten sich die Arbeitsweisen verändert. „Prädikate wie Verlässlichkeit, Vertrauen, Loyalität und Seriosität treffen leider immer seltener auf Geschäftspartner zu. Der schnelle Erfolg steht im Vordergrund. Zahlen und Ergebnisse geben die Richtung vor, leider. bleibt oftmals die Menschlichkeit und das Betriebsklima auf der Strecke“, so Holger Hering und schließt an: „Gute Geschäfte werden immer noch von Menschen in Gesprächen gemacht.“ Wenn er auf die Zeit zurückblickt, hat er auch mal etwas bereut. „Aber das behalte ich für mich Sicher bin ich aber, dass ich viel früher in die Selbstständigkeit gestartet wäre“, so Holger Hering. Jüngeren Menschen in der Branche würde er raten, auch mal Erfahrungen von anderen anzunehmen, diese manchmal auch zu berücksichtigen, „aber dann den eigenen Weg zu gehen und dabei immer die Bodenständigkeit zu behalten. Überflieger können auch tief fallen“. Die Nachfrage nach

Aluminiumräder im Aftermarkt sinke, „ganz massiv durch den Ganzjahresreifen. Das werden wir alle wohl nicht mehr drehen können.“

## Dirk Hülsegge

Nachdem Dirk Hülsegge Küchenmöbel verkauft hat, ist er 1993 in die Räderbranche gekommen. Für ihn stand damals nur eines fest: egal was, aber verkaufen. Gibt aber dann doch preis: „Die Tiefbettfelgen der 90er-Jahre waren schon geil.“ Als er in die Branche einstieg, seien die ersten Reifendiscouter auf den Markt gekommen. Alles im allen waren die Jahre aufregend: „Ich wurde auch schon von Kunden mit einem Messer bedroht, weil wir eine Reklamation ablehnen mussten.“



[<https://reifenpresse.de/wp-content/uploads/2024/04/Dirk-Huelsegge.jpg>]

Dirk Hülsegge (von links) mit Holger Hering und Rolf Dobrunz auf einer Messe (Bild: privat)

[Dirk Hülsegge ist Leiter Einkauf von Stahl- und Aluminiumräder bei Reifen.com](#)

[<https://reifenpresse.de/2023/04/27/dirk-huelsegge-der-herr-der-felgen-bei-reifen-com-2/>].

Was ihm in all den Jahren aufgefallen ist: „Die Arbeit ist heute viel kleinteiliger geworden. Heute läuft viel über Schnittstellen. Der persönliche Kontakt rückt immer weiter in den Hintergrund.“ Wer ihn fragt, ob er irgendwas in seinem Arbeitsleben bereut, bekommt die Antwort, dass er

es bereut, zu wenig Zeit für seine Kinder gehabt zu haben. „Aber damals gab es leider auch noch keine Elternzeit.“ Er rät jungen Menschen, die in die Branche kommen, sich persönliche Kontakte aufzubauen, „denn ein Netzwerk ist unheimlich wichtig“.

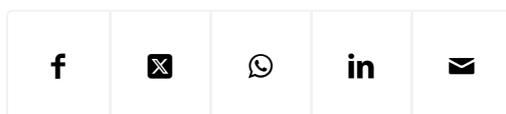
## Rudi Seif

Der gelernte Sportartikelkaufmann Rudi Seif ist seit Januar 1982 den Rädern verbunden. Damals fing er als Außendienstmitarbeiter im Vertrieb bei der Firma Wockenfuss, einem Landmaschinenhändler, der mehrere Standorte in Deutschland hatte, an. Dieser hatte sich als zweites Standbein den Vertrieb von Melber-Aluminiumrädern und später der Eigenmarke Kink aufgebaut.

Der Standort in Biberach firmierte 1987 in die Von Heyking GmbH um, und 1992 wurde an diesem Standort die OZ Deutschland GmbH gegründet. Sie gehörte zu 25 Prozent Alexander von Heyking, zu 25 Prozent Wolfhard von Heyking und zu 50 Prozent OZ Italien. Rudi Seif übernahm 1995 zehn Prozent der Gesellschafteranteile von Alexander Seif, und Wolfhard von Heyking übernahm 15 Prozent. Im Dezember 2004 stieg Seif bei OZ aus und machte sich als freier Handelsvertreter für Aluminiumräder selbstständig. Der heute 64-jährige vertreibt Räder aus China, Taiwan und Thailand und hat sich auf Tuner spezialisiert.

**SCHLAGWORTE:** ALUMINIUMRÄDER, ANDREAS | GÖBEL, ANDREAS | RIEDLBERGER, ARIF OLIVER | BEKAT, BIRGIT | GREBE-FRESE, DIRK | HÜLSEGGE, HARALD | SCHMIDTKE, HEIKE | GÖBEL, HOLGER | HERING, JENS | KLAUSDEINKEN, RUDI | SEIF, STEFAN KLEIN, THEMA, THOMAS | SCHRÖDER

## Eintrag teilen



1

ANTWORT

**Uwe Ebert** (Bearbeiten)

Mittwoch, 17. April 2024 um 9:17 Uhr

Hallo,

find ich toll eure Reportage über die  
Leute die „am Rad drehen“

mir fehlt da noch ein Wolfgang Späth ....

Antworten

---

---

© 2025 - Profil-Verlag GmbH · Website umgesetzt von Elbnetz GmbH