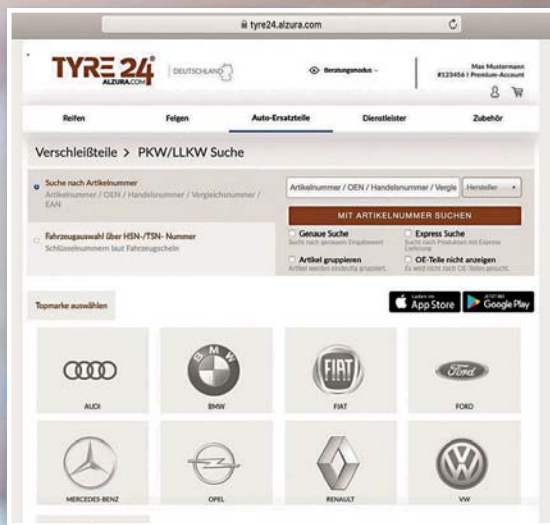


Der Matchmaker macht Tempo

Saitow AG | Seit Anfang April sitzt Christian Koeper als COO im Vorstand der Saitow AG. Der E-Commerce-Experte will Tyre24 zum zentralen Marktplatz für den Automotive-Aftermarket ausbauen.



Neue Zeiten:
Bei der Saitow AG geht man künftig von einer mehrheitlich digitalen Teilebestellung aus.

Dass ein Vortrag übers Internet dem Berufsleben eine neue Wendung geben kann, hat Christian Koeper selbst erlebt. Seit Anfang April zeichnet der 47-Jährige als Chief Operating Officer, kurz COO, der Saitow AG verantwortlich. Der studierte Betriebswirt arbeitet nun für jenes E-Commerce-Unternehmen, dessen Gründer Michael Saitow Koeper 2004 bei einer Veranstaltung des Bundesverbands Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk

(BRV) kennengelernt hatte. Beide referierten damals über ein E-Commerce-Thema – und verloren sich all die Jahre nicht aus den Augen.

„Wir freuen uns sehr, dass wir mit Christian Koeper einen ausgewiesenen E-Commerce-Experten für die Saitow AG gewinnen konnten“, ließ sich Gründer und CEO Saitow anlässlich der Vorstandsumbildung zitieren. Nun soll der studierte Betriebswirt Koeper, der unter anderem den Auf- und Ausbau des Bereichs „Fahrzeugteile und Zubehör“ bei Ebay verantwortete und von 2007 bis 2012 als Mit-Gründer das Autoteile-Vergleichsportal Daparto aufbaute, den Player Tyre24 als zentralen Marktplatz für den Automotive-Aftermarket etablieren. Ein ambitioniertes Ziel. „Wir werden den Kfz-Komponenten-Bereich stark in den Fokus nehmen“, erklärte er im Gespräch mit asp AUTO SERVICE PRAXIS. „Aber ohne die Flughöhe beim Thema Reifen zu verlassen.“ Auch hier wolle man die jetzige Marktposition ausbauen.

Transformation eingeläutet

Die Vorzeichen scheinen aktuell nicht schlecht zu sein. Grundsätzlich kann man feststellen, dass das Internet auch am Markt für Ersatzteile seine Spuren hinterlässt – mit Auswirkungen auf das Angebot und die Preisgestaltung. „Die klassische Einteilung in Budget-Teile, Medium- und Top-Qualität, die sich dann auch im Preis widerspiegelt, hat sich zunehmend aufgelöst“, sagte kürzlich Antti Wolk im Interview. „Grund ist die Transparenz durch das Internet. Die Regel, dass gute Qualität immer teuer und schlechte Qualität immer günstig ist, stimmt so nicht mehr“, so der Geschäftsführer von Wolk Aftersales Experts. Selbst Endkunden nehmen sich des Themas Auto-Teile verstärkt an, um diese gleich im Netz zu kaufen oder dort deren Preise zu vergleichen. 48 Prozent der Autokäufer hätten Letzteres schon einmal gemacht. Zu diesem Ergebnis kam vor gut einem Jahr eine Studie von puls Marktforschung.

Kurzfassung

Die Saitow AG nimmt bei ihrem Marktplatz Tyre24 laut COO Christian Koeper den Kfz-Komponenten-Bereich stark in den Fokus. Neben der Stärkung der Nachfrageseite möchte der Player aus Kaiserslautern ins Gespräch mit den großen OE- und IAM-Teile-Anbietern kommen.



Fotos: pileetstock/stock.adobe.com, Saitow

„Wir sind der Matchmaker. Wir bringen Gruppen zusammen.“

Christian Koeper, COO der Saitow AG

Der COO denkt kurz nach und skizziert dann seine zweistufige Strategie mit einer stark internationalen Ausrichtung: Erstens möchte er mit seinem Team die rund 40.000 angeschlossenen Käufer für die neuen Themen sensibilisieren. Bedeutet: die Nachfrageseite stärken. Zweitens will Koeper ins Gespräch mit den großen OE- und IAM-Teile-Anbietern kommen. Heißt: eine attraktive Sortimentsbasis aufbauen.

Einladung an IAM und OEM

Koeper stellt sich demnach in puncto Verschleißteile, so betont er es im Gespräch mehrmals, ein Abbild des Marktes auf seiner Plattform vor. Man wolle dem Großhandel und der Industrie die Hand reichen. „Wir haben derzeit eine Art ‚Seedingphase‘ auf der Anbieterseite“, betont er in Kaiserslautern. „Die Gespräche mit guten, leistungsstarken Anbietern verlaufen positiv.“ Nach der Produktentwicklung und dem aktuellen Status quo mit einem zweistelligen Millionenumsatz bei Kfz-Teilen pro Jahr forciert der Manager nun den nächsten Entwicklungsschritt. In zwei Jahren sollen die Kunden dann am neuen wie zentralen Marktplatz ordern können und der Transfer ins digitale Zeitalter abgeschlossen sein. „Der Schritt zur mehrheitlich digitalen Teilebestellung wird auf jeden Fall passieren“, ist er sich heute schon sicher. Das Unternehmensziel: ein jährlicher Teileumsatz in Höhe eines dreistelligen Millionenbetrags.

Insbesondere an den Independent Aftermarket (IAM) und seine Akteure spricht der COO die Einladung aus, sich intensiv an dieser Veränderung zu beteiligen. Zumal diese tiefgreifende Veränderung auch ohne die Saitow AG passieren würde. Aber auch bei den OEM-Playern sei er optimistisch.

„Erste positive Resonanzen“

Und die Reaktion auf der Anbieterseite? Es gebe hier schon erste positive Resonan-

zen, so Koeper. „Gerade die mittleren Großhandels-Unternehmen beschäftigen sich intensiv damit“, erklärt er. Als Vorteile seines Unternehmens fügt er neben einer etablierten Marktstellung auch Argumente wie Qualität und Vertraulichkeit an. Weitere Gründe finden potenzielle Lieferanten auf der Website: das schnelle und unkomplizierte Verkaufen an 40.000 B2B-Kunden, die unkomplizierte Expansion in neun europäische Länder und die komplett automatisierbare Abwicklung der Aufträge über Schnittstellen.

Doch die Unternehmen müssen sich auch verpflichten, bestimmte Spielregeln einzuhalten. So verlangt der B2B-Marktplatz etwa ein automatisiertes Update der Lagerbestände und den umgehenden Versand des geordneten Verschleißteils. Darüber hinaus sollten die Lieferanten den Kunden „einen sehr guten Service auch nach dem Kauf anbieten“, heißt es in der Tyre24-Zentrale.

Gruppen zusammenbringen

Mit seiner Person und seiner neuen Funktion werde der Ausbau zum zentralen Marktplatz für den Automotive-Aftermarket für die Anbieterseite nun konkreter, weiß Koeper. Was muss ich tun, um das mitzumachen? Fragen wie diese hört der Vorstand offenbar immer öfter. Und das ist laut Koeper auch gut so: „Wir sind der Matchmaker. Wir bringen Gruppen zusammen.“

Patrick Neumann |

Warum sollte man dann nicht auch bei den Profis, sprich den Kfz-Werkstätten, Boden gutmachen können? Zumal eine 2018er-Studie des Vereins Freier Ersatzteilemarkt (VREI) und des Marktforschungsunternehmens 2hm Forum – mit Blick auf Europa – fürs Jahr 2021 einen Online-Anteil von bis zu 18 Prozent in Aussicht gestellt hatte.

Zweistufige Strategie

Mit seiner Erfahrung im Online-Handel von Kfz-Teilen schürt der neue Saitow-Vorstand nun große Erwartungen. Denn eines ist klar: Der Markt wird sich im Amazon-Zeitalter weiter verändern, die digitale Plattform-Ökonomie breitet sich merklich aus und auch ein renommierter Marktplatz wie Tyre24 muss daraus die richtigen Schlüsse ziehen. Doch wo setzt Koeper im B2B-Segment konkret an? Wie soll sich sein E-Marktplatz Tyre24, den er selbst als „Brand mit sehr viel Tradition“ beschreibt, weiterentwickeln?



Christian Koeper
ist COO im
Vorstand der
Saitow AG.