

Foto: Adobe-Stock/ziperapp

Kfz-Teile aus dem Netz

Online-Teilehandel | Der Handel mit Verschleißteilen aus dem Internet boomt weiterhin. Neben Endkunden sind es auch vermehrt Autohändler, die auf den Portalen einkaufen. Vor allem hochwertige Markenprodukte sind sehr beliebt.

Der Handel von Autoteilen über das Internet boomt. Das geht aus einer Studie der „The International Independent Aftermarket Association“ (AAMPACT e.V.) und des Marktforschungsunternehmens 2HMforum hervor. Die Studie, die in sechs europäischen Ländern durchgeführt wurde, zeigt auf, dass 14 Prozent des Ersatzteilvermögens

inzwischen online gekauft werden. Bis 2021 prognostizieren die Experten dem Internethandel sogar eine Steigerung auf 18 Prozent des Marktvolumens. „Als hauptsächliche Wachstumstreiber erweisen sich neben dem Preisvorteil auch die zunehmende Etablierung, Internationalisierung und Professionalisierung der Online-Player“, erklärt Bill Dickman, Leiter International Business bei 2HMforum.

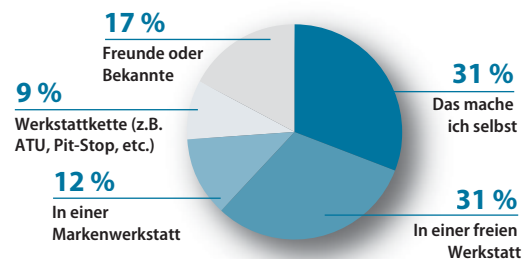
Freie Werkstätten profitieren

Ein wesentlicher Grund für das stetige Online-Wachstum liegt in der wachsenden Bedeutung der „Big Player“. Darunter sind nicht nur die Platzhirsche Amazon und eBay Motors gemeint, sondern auch zahlreiche Online-Plattformen wie Mister-Auto, KfzTeile24 und Autodoc, die vor allem von Endkunden genutzt werden.

Kurzfassung

Der Onlinehandel von Verschleißteilen ist weiterhin beliebt und macht bereits 14 Prozent des Ersatzteilvermögens aus. Neben Endkunden kaufen auch Werkstätten zunehmend im Netz, hier ist rund jeder Zehnte mit dabei.

Einbauorte der Kunden



Basis (n=442)

Quelle: Puls Marktforschung

Fast ein Drittel der Endkunden lässt im Internet gekaufte Teile bei freien Werkstätten einbauen.

Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch die aktuelle Studie „Kauf von Autoteilen im Internet“ der Puls Marktforschung GmbH in Schwaig bei Nürnberg, die unter Endkunden und Autohändlern durchgeführt wurde. Die Studie kommt zwar zu dem Ergebnis, dass die Nutzung von Online-Portalen bei Endkunden leicht rückläufig ist, was jedoch einem geringeren Do-it-yourself-Anteil geschuldet ist (siehe Grafik „Einbauorte der Kunden“).

Dafür boomen freie Werkstätten als Anlaufstelle für den Einbau der Teile. Erstmals ist hier auch eine höhere Toleranz der freien Werkstätten gegen mitgebrachte Teile aus dem Internet feststellbar. Fast ein Drittel der Endkunden lassen inzwischen die Teile in einem freien Betrieb einbauen, nur zwölf Prozent machen dies in einer Markenwerkstatt. Nicht mal jeder Zehnte geht in eine Werkstattkette wie A.T.U oder Pit-Stop. Sehr interessant: Vor allem Frauen lassen gekaufte Teile aus dem Internet gerne von Freunden oder Bekannten einbauen.

Markenprodukte beliebt

Neben den Endkunden sind es auch die Autohändler selbst, die zunehmend im Internet Teile einkaufen – rund jeder zehnte in der Umfrage. Während Endkunden vor allem Reifen, Felgen und Kompleträder einkaufen, konzentrieren sich B2B-Kunden vor allem auf Ersatz- und Verschleißteile (siehe Grafik „Meistgekaufte Produkte“). Aber auch Werkzeuge und Werkstattausrüstung stehen hoch im Kurs und finden sich auf Platz drei der meistgekauften Produkte.

Auch die Bezugsquellen sind unterschiedlich: Endkunden nutzen vor allem Portale wie Amazon, KfzTeile24 oder eBay Motors, Autohändler bevorzugen die Online-Portale der etablierten Teilehandels-Kooperationen wie Trost, Wessels + Müller und Stahlgruber. Einerseits haben Privatkunden hier keinen Zugriff, andererseits scheint der Serviceaspekt wie eine mehrmalige Lieferung am Tag eine größere Rolle zu spielen als der günstigste Preis. Für Werkstätten ist es auch entscheidend, hochwertige Markenprodukte zu kaufen. Laut einer Erhebung der B2B-Teile-Plattform Tyre24 von der Saitow AG führen Marken wie Bosch, ATE oder Febi Bilstein die Liste der bestellten Artikel des Online-Händlers an. Budgetmarken sind weniger beliebt.

Alexander Junk

Genutzte Online-Portale

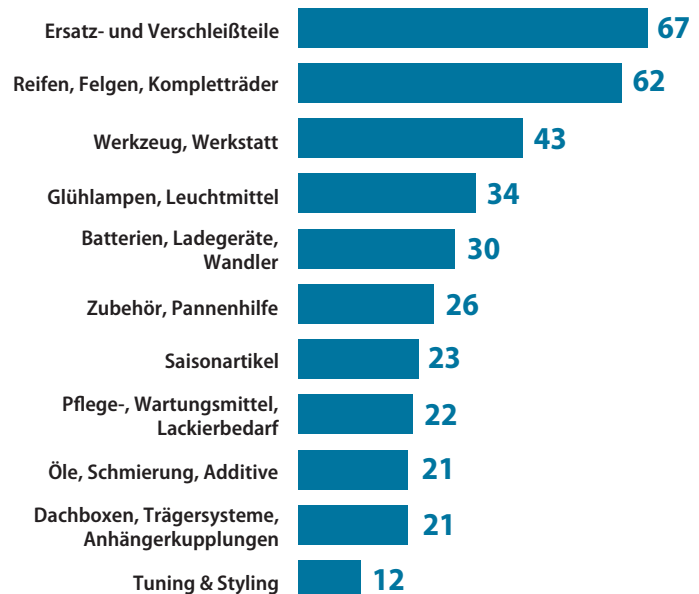


Basis (n=275), Angaben in Prozent

Quelle: Puls Marktforschung

Werkstätten nutzen gerne die Online-Portale der Teilehandels-Kooperationen.

Meistgekaufte Produkte



Basis (n=231), Angaben in Prozent

Quelle: Puls Marktforschung

Ersatz- und Verschleißteile bekannter Marken stehen hoch im Kurs.