

Man will näher an den Kunden

Online-Teilehandel | Das Ranking AA-Stars der umsatzstärksten Endkunden-Shops für Kfz-Teile belegt erneut, dass sich die großen Anbieter den Markt untereinander aufteilen. Der Markt bietet aber auch Chancen für Newcomer mit neuen Geschäftsideen.

Der Software-Entwickler Speed4Trade hat die Ergebnisse der zweiten Ausgabe des Online-Rankings „AA-Stars“ veröffentlicht. Der Index, der zweimal jährlich erscheint, ermittelt die umsatzstärksten B2C-Online-Shops für Autoersatzteile in Deutschland. In der aktuellen Ausgabe wurde neben dem Segment Kfz-Ersatzteile (Parts) auch das Segment Tyres & Rims aufgenommen.

Mehr als 1.800 Shopadressen (URLs) wurden im Automotive Aftermarket Deutschland bisher für die Studie identifiziert. Letztlich wurden für das Segment Parts 316 Online-Shops in den Index aufgenommen, für den Bereich Reifen 202 Online-Shops. Große Veränderungen im Ranking der umsatzstärksten Shops gegenüber der ersten Auflage gab es nicht (siehe Tabelle).

Bei den Autoteile-Shops teilen sich die Großen den Markt unter sich auf: Die Top-5-Shops erwirtschaften mit 46,5 Prozent fast die Hälfte des gesamten Umsatzes des Marktsegments. Die ersten drei Shops bieten sich dabei ein Kopf-an-Kopf-Rennen um die Spitze.

Bei den Reifenshops ist das Bild ähnlich: Mit 43,4 Prozent Marktanteil konzentriert sich das Tyres-&-Rims-Segment auf die Top-5-Shops. Bei den Top 20 ergibt sich mit 71,4 Prozent Marktanteil ebenfalls ein fast identisches Bild zum Autoteile-Segment.

Das haben Amazon und Ebay vor

Spannend ist immer die Frage, was die großen Marktplätze wie Ebay oder Amazon im Kfz-Teilehandel planen. Wenn diese husen, zittert der Markt. Torsten Bukau, Ex-

perte bei Speed4Trade, hat eine Einschätzung: „Für Ebay in Deutschland ist der Kfz-Teilehandel eine der umsatzstärksten Kategorien. Für Ebay funktioniert das Geschäft, und daher wird man das aus meiner Sicht weiter ausbauen“, glaubt er E-Commerce-Experte.

Marktplätze hätten das Ziel, Anbieter und Abnehmer zusammenzubringen, und suchten daher die Nähe zu beiden Seiten. Für Ebay heißt das: Man will nicht nur an den Großhändler, sondern auch noch näher an den Hersteller ran. Auf der anderen Seite suchen Marktplätze die Nähe zum Kunden – über Services, die noch mehr Convenience bieten. Der Amazon-Sprachassistent ist nichts anderes als die konsequente Kundenbindung in den Alltag hinein – mit maximaler Convenience und größter Käufersnähe. Dietmar Winkler |

Top 10 Online-Teleshops B2C

Platz	URL	Veränderung
1	kfzteile24.de	0
2	atu.de	1
3	pkwteile.de	-1
4	Autodoc.de	0
5	atp-autoteile.de	0
6	autoteiledirekt.de	0
7	leebmann24.de	0
8	bandel-online.de	0
9	autoersatzteile.de	0
10	motointegrator.de	0

Quelle: Speed4Trade

Im Internet kommen Verkäufer und Käufer zusammen – künftig wird man ganz neue Anbieter sehen.

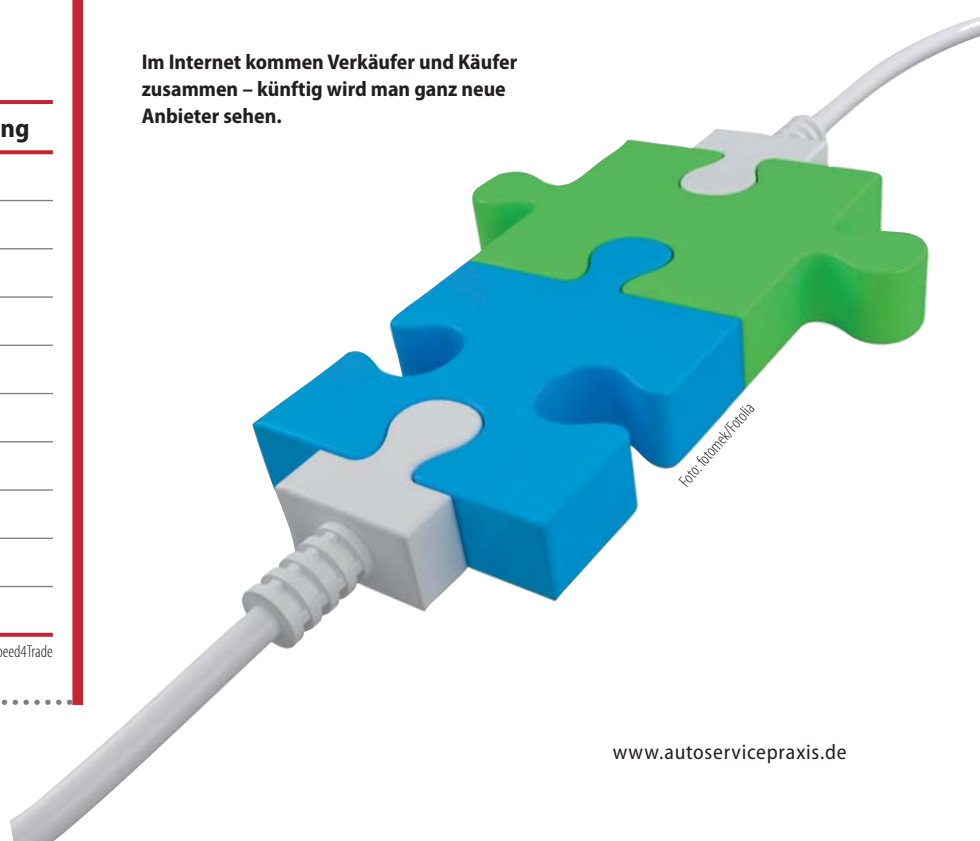


Foto: fotomex/Photolia

Torsten Bukau

Head of Partner Management &
Strategic Alliances Speed4Trade

asp: Wie verändert sich der Teilehandel – wandert der zunehmend ins Internet ab?

T. Bukau: Die Absatzwege im Kfz-Teilehandel sind traditionell stark reguliert: Vom Hersteller kommen z. B. IAM-Kfz-Teile über den Teilegroßhandel oder über Distributoren in die Werkstatt. Daneben hat sich der Online-Kanal als Absatzweg eröffnet. Wir erwarten, dass der Markt künftig weitaus weniger reguliert sein wird und neue Mitspieler in den Markt drängen. Parallel erlebt der Teilehandel eine Phase der Konsolidierung. In dieser neuen Landschaft suchen die etablierten Player ihren Platz.



Foto: Speed4Trade

asp: Wie verhält sich der traditionelle Teilegroßhandel in dieser Situation?

T. Bukau: Niemand kann heute das Online-Geschäft links liegen lassen. Auch klassische Großhändler betreiben daher neben dem stationären Geschäft auch Onlineshops oder sind zumindest Lieferant für einen großen Onlineshop. Dabei gilt: Die Abgrenzung von B2B und B2C ist nicht mehr trennscharf.

asp: In der Studie haben Sie über 300 Online-Shops betrachtet, und da waren die ganz kleinen noch nicht mal dabei. Welche Bedeutung hat Größe im Internethandel?

T. Bukau: Grundsätzlich stellen wir fest: Die Großen werden immer größer, und die Kleinen haben Probleme, technologisch den Anschluss zu finden oder zu halten. Online-Handel erfordert hohe Investitionen in Technologien. Das können die kleineren Unternehmen oft nicht mehr stemmen und bleiben zurück. Außerdem sind Fachkräfte im Umfeld von eCommerce- und IT-Experten sehr umkämpft.

asp: Welche Rolle spielt mittlerweile der mobile Handel, also der Zugriff über mobile Geräte auf Kfz-Teleshops?

T. Bukau: Mittlerweile greifen 60 Prozent der Kunden über Mobilgeräte auf Autoteleshops zu. Und es ist davon auszugehen, dass der mobile Bereich weiter zunimmt. Dieses Phänomen beobachtet man in allen Handelssparten. Alle Prognosen dazu wurden immer wieder bei Weitem übertroffen.

Wir werden sicher noch Lösungen sehen, die auf das mobile Geschäft hin optimiert sind und gar keine Desktop-Lösung mehr vorsehen – also nicht nur Mobile First, sondern auch Mobile Only. Hier kommen möglicherweise komplett neue Anbieter in den Markt, die die Kundenansprache perfekt beherrschen.

GENIAL



Die Zahnriemen KITS von INA

Für die regelmäßige Wartung des Steuertriebs sind unsere Zahnriemen KITS erste Wahl. Denn sie enthalten alle für die Reparatur notwendigen Bauteile in Erstausrüsterqualität. INA bietet für nahezu jedes Fahrzeug ein passgenaues KIT – wahlweise auch mit Wasserpumpe.

Service Center: 0800 1 753-333*

*kostenfreie Rufnummer, Mo. – Fr. von 8.00 – 17.00 Uhr