



Fotos: Adobe Stock/pixelflock, Screenshots

ONLINE-PORTALE

Stationärer Handel in Bedrängnis

Der Online-Teilehandel von Kfz-Verschleißteilen boomt: Neben großen Playern wie Amazon und Ebay gibt es zahlreiche Shops, die sowohl Privat- als auch Geschäftskunden bedienen können.

Der klassische Kfz-Teilehandel steht unter Druck: War das After-sales-Geschäft lange Zeit ein Gewinnbringer für Hersteller, Zulieferer und Werkstätten, erschwert ihnen der Online-Teilehandel zunehmend das Leben. Durch die Preistransparenz im Netz lassen sich Teile deutlich günstiger erwerben: 30 bis 50 Prozent Ersparnis sind beispielsweise beim B2B-Onlineshop Tyre24 der Saitow AG drin (siehe Interview rechts). Im Gegensatz zum Großhandel gibt es bei Tyre24 kein eigenes Lager und keine Logistik, die vorgehalten werden muss. Die Plattform listet lediglich aus einem Pool von 2.000 Lieferanten diejenigen auf, die ein Teil günstig anbieten können und verdient an der Provision.

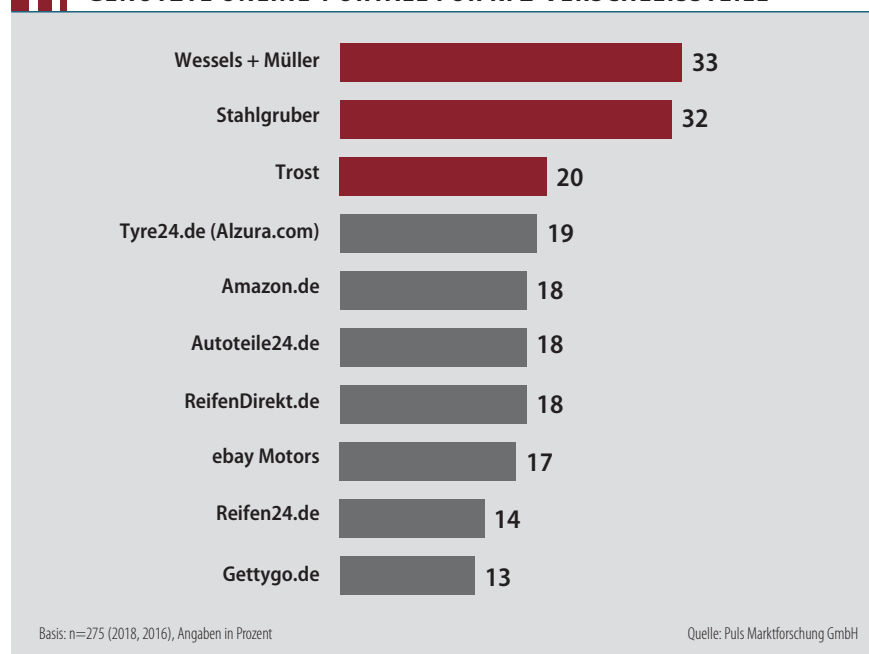
Werkstätten kaufen auch bei Ebay

Neben Tyre24, das ausschließlich B2B-Kunden aus der Werkstatt und dem Reifenhandel bedient, gibt es noch zahlreiche weitere Online-Plattformen für Kfz-Teile. Hier muss zwischen Portalen unterschieden werden, die wie Tyre24 lediglich Preisvergleiche ermöglichen oder aber auch selber verkaufen und ein Lager vorhalten. Im B2B-Bereich ist Letzteres noch eine Seltenheit. So hat die Delticom AG mit Autoreifenonline.de ein B2B-Ange-

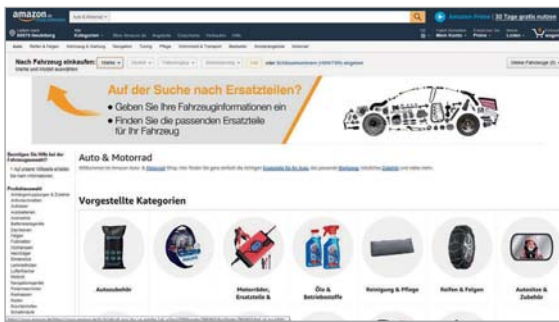
bot, das neben Reifen auch Verschleißteile anbietet. Laut Unternehmensangaben wächst die Plattform mit zweistelligen Wachstumsraten pro Jahr. Die meisten Online-Portale für Kfz-Verschleißteile bedienen jedoch sowohl Endkunden als

auch Werkstätten. Bekannteste Beispiele sind Amazon und Ebay: Die Internetsriesen haben ihr Geschäft mit Verschleißteilen massiv ausgebaut. So kann man dort inzwischen auch Teile wie Lambdasonden kaufen. „Gewerbliche Abnehmer wie

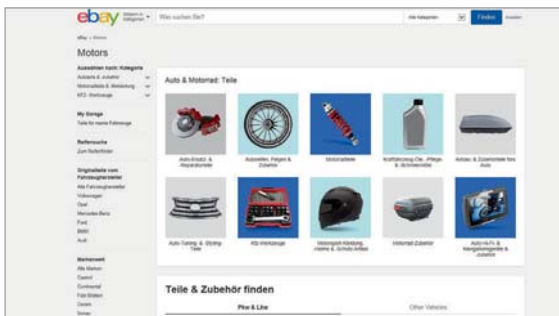
GENUTZTE ONLINE-PORTALE FÜR KFZ-VERSCHLEISSTEILE



Rund 84 Prozent der Autohändler haben bereits Online-Teileportale genutzt.



Amazon hat mit seinen Kfz-Teilen auch gewerbliche Kunden im Visier.



Auch bei eBay Motors gibt es ein großes Angebot an Kfz-Teilen.



Kfzteile24 ist eines der größten B2C-Portale mit riesiger Teile-Auswahl.

Werkstätten nutzen den Preisvorteil im Onlinehandel, vor allem bei hochpreisigen Ersatzteilen. Der Anteil privater Abnehmer und gewerblicher Kunden liegt etwa pari“, weiß Thomas Fischer vom Verein Freier Ersatzteilemarkt e.V. Die aktuelle Studie des VREI und des Marktforschungs- und Beratungsunternehmens 2HMforum in sechs europäischen Ländern zeigt, dass bis zu 14 Prozent des Ersatzteilvermögens inzwischen online verkauft werden. Bis 2021 prognostizieren die Experten dem Internethandel sogar eine Steigerung auf 18 Prozent.

Neben Amazon und Ebay gibt es weitere ernstzunehmende Online-Shops für Kfz-Teile wie A.T.U., Kfzteile24, ATP-Autoteile, Autoteile-Meile und Pkwteile.de,

„WETTBEWERB MIT AMAZON UND EBAY SEHEN WIR SPORTLICH“

asp: Herr Nungess, die Saitow AG ist mit der Online-Plattform Tyre24 vor rund drei Jahren auch in das Kfz-Teile-Geschäft eingestiegen. Wie hat sich der Markt entwickelt?

S. Nungess: Ich denke, dass wir mittlerweile der größte Online-Anbieter von Kfz-Verschleißteilen im B2B-Bereich in Europa sind. Die Nachfrage ist enorm, jedes Jahr haben wir unseren Umsatz verdoppelt. Wir haben den Bestand an Verschleißteilen in zwei Jahren um 80 Prozent gesteigert. Momentan haben wir mehr als neun Millionen verschiedene Verschleißteile von 2.000 Lieferanten im Bestand. Da sind alle Marken vertreten. Wir bieten das gesamte Spektrum an Pkw-Teilen für Volumenmodelle, aber auch für Old- und Youngtimer. In Europa sorgen 40.000 Reifenhändler und Werkstätten für die entsprechende Nachfrage.

asp: Reifenhändler und Werkstätten bekommen über Ihren Großhändler auch ein großes Sortiment an Verschleißteilen. Was sind die Stärken Ihrer Plattform?

S. Nungess: Bei uns sind das neben den niedrigen Preisen die Verfügbarkeit. Eine weitere Stärke ist unser geschlossenes System. Bei uns kommen nur Händler auf die Plattform. Wir unterscheiden uns von Stahlgruber und Co. dadurch, dass wir keine eigene Distributionskette haben und ein reiner Vermittler sind. Wenn eine Werkstatt ein Teil besonders schnell braucht, kann sie gerne einen Großhändler nutzen. Der Kunde zahlt das aber auch entsprechend. Bei einem geplanten Termin im Voraus ist die Werkstatt aber nicht auf eine Lieferung am selben Tag angewiesen und bei Tyre24 besser aufgehoben, weil sie die besseren Preise bekommt.

asp: Was für eine Preisersparnis ist denn im Vergleich zu einem Großhändler möglich?

S. Nungess: Wir bekommen oft Rückmeldungen von unseren Händlern, dass Preis-Ersparnisse von 30 bis 50 Prozent im Vergleich zu klassischen Großhändlern möglich sind.

asp: Das ist eine Menge. Werden die Lieferanten durch die Preis-Transparenz nicht unter Druck gesetzt?

S. Nungess: Der Anreiz für die Lieferanten ist, dass sie 40.000 Kunden auf einen Schlag bekommen. Das würden sie sonst nie erreichen. Für den kleinen Reifenhändler, der auf dem Land wohnt, eröffnen sich ungeahnte Handlungsmöglichkeiten. Der würde sonst nie die Preise vergleichen oder diese Artikel finden.

asp: Wie sehen Sie die Konkurrenz von Amazon und Ebay?

S. Nungess: Den Wettbewerb mit Amazon und Ebay sehen wir sportlich – viel Feind, viel Ehr. Wir sind anders als diese Plattformen und kommen aus einer gewachsenen Struktur. Die müssen Ebay und Amazon erst aufbauen. Ich glaube eher, dass die sich langfristig auf den Endverbraucher konzentrieren werden. Bei uns muss jeder angeschlossene Händler einen Gewerbenachweis erbringen, dass er im Automotive-Sektor tätig ist. Er ist sozusagen qualifiziert. Bei Tyre24 sind die Transaktionskosten zudem kleiner als ein Prozent. Bei Amazon sind es 15 Prozent.



Stefan Nungess, Sales Director bei der Saitow AG

Foto: Alexander Junk

um nur die fünf größten zu nennen. Darüber hinaus gibt es eine Fülle kleinerer Anbieter, die teilweise sehr unterschiedliche Konzepte haben.

Kundenbindung durch Daten

So bietet die B2C-Plattform Apadio.de beispielsweise die Möglichkeit für Geschäftskunden, einen B2B-Account abzuschließen. Geschäftskunden profitieren so von günstigeren Teilpreisen als die privaten Käufer. Darüber hinaus gibt es branchenfremde Dienste wie das Vergleichsportal Check24.de, das für Endkunden Strom, Internet oder Reisen vergleicht. Inzwischen bietet es auch einen Preisvergleich von Kfz-Teilen von unterschiedlichen Lieferanten an.

Die klassischen Kfz-Teilehändler scheinen sich mit der Entwicklung der neuen Online-Player schwer zu tun. Sie können bislang nur mit Service und einer eigenen Logistik punkten, die schneller und öfter als die Online-Händler liefert. Die Carat Gruppe möchte das ändern und hat mit Drivemotive viel Geld in eine eigene Online-Plattform investiert, auf der Endkunden und Werkstätten Dienstleistungen rund um die Mobilität nutzen können. Es sollen auch Daten von Telematiksystemen eingebunden werden können. Im Idealfall können Autofahrer dann ein defektes Teil direkt vom Auto aus bestellen und sich in einer Partnerwerkstatt einbauen lassen. Die Idee dahinter: Wer die Daten hat, hat zukünftig auch den Kunden. *Alexander Junk*