

neue Reifenzeitung

NRZ

Profil-Verlag GmbH • Harsfelder Straße 5 • 21680 Stade • E-Mail: info@reifenpresse.de • Web: www.reifenpresse.de

Newsletter vom 27. Mai 2013

B2B-Onlinereifenhandel trotz offenbar der allgemeinen Marktentwicklung

27.05.2013

Das Reifengeschäft mit dem Endverbraucher hat zum Anfang dieses Jahres eher langsam und vor allem erst vergleichsweise spät ein wenig an **Fahrt aufgenommen**. Entsprechend gering war bis dato die Nachfrage des Handels bei ihren Lieferanten aufseiten der Industrie: Bis einschließlich April haben die Reifenvermarkter hierzulande beispielsweise elf Prozent weniger Pkw-Sommerreifen bei den Herstellern geordert, die ihre Volumina der European Rubber Manufacturers' Conference (ERMC) melden. Umgekehrt berichten die Betreiber von B2B-Plattformen wie Tyre24, Gettygo oder auch Tyre100 von einem recht erfolgreichen Start ins Geschäftsjahr 2013. Wie passt das zusammen?

Eine geringere Verbrauchernachfrage scheint demnach nur ein Faktor zur Erklärung geringerer Liefermengen der Industrie zu sein. Ein anderer dürften die mit Blick auf das schwache Pkw-Sommerreifengeschäft 2012 ohnehin noch recht gut gefüllten Lager aufseiten des Handels sein. Wer will vor diesem Hintergrund noch mehr Reifen bei der Industrie ordern, wenn sich im Falle eines Falles das jeweils im eigenen Lager gerade fehlende Modell bzw. die vom Kunden auf der anderen Seite des Tresens nachgefragte Größe gegebenenfalls über eine der verbreiteten B2B-Plattformen bedarfsgerecht beziehen lässt? Zumal anders als im Winterreifengeschäft, wo der Autofahrer möglichst von jetzt auf gleich sicher bereift auf glatter Fahrbahn unterwegs sein will, bei Sommerreifen eher selten unmittelbarer Handlungsbedarf besteht. Insofern sind die Erfolgsmeldungen der B2B-Marktplatzbetreiber durchaus nachvollziehbar.



Warenbeschaffung ohne B2B-Plattformen ist im Reifenhandel heute kaum noch denkbar



Rolf Beißel leitet das Lieferantenmanagement bei Tyre24

Zum Jahresstart positive Tyre24-Geschäftsentwicklung

Die Tyre24 GmbH hat von Januar bis April dieses Jahres nach eigenen Angaben jedenfalls eine positive Geschäftsentwicklung verzeichnen können. Trotz eines allgemein rückläufigen Marktes seien mit ihrer gleichnamigen B2B-Plattform für den Reifenhandel neue Bestmarken bei der Anzahl der Neukunden sowie beim Umsatz erzielt worden, heißt es. Alleine mit Blick auf den deutschen Markt berichtet das Unternehmen aus Kaiserslautern von einer Steigerung der Anzahl der Neukunden während der ersten vier Monate 2013 um 55 Prozent im Vergleich zum selben Zeitraum des Vorjahres. Und bezogen auf die über die Plattform www.tyre24.de verkauften Reifen wird der Stückzahlzuwachs für den April mit mehr als 50 Prozent beziffert.

„Wir freuen uns, dass wir auch 2013 weiter wirtschaftlich erfolgreich wachsen und auf dem besten Weg sind unsere hohen selbstdefinierten Ziele zu erreichen. Mit perfektem Service geben wir unseren Kunden das in uns gesetzte Vertrauen zurück. Mehr als 30.000 zufriedene Kunden in Europa sprechen für sich“, meint Markus Nagel, Vertriebsleiter der Tyre24 Group. Dass die Tyre24 GmbH ihr Serviceversprechen ernst nimmt, zeige sich durch die Umstrukturierung und einer damit einhergehenden Verstärkung des gesamten Vertriebsteams. So wurden demnach unter anderem die jeweiligen Innendienstteams, die für die Betreuung der Kunden der Tyre24-Plattform auf den einzelnen Märkten verantwortlich sind, gestärkt, damit selbst zu stark frequentierten Spitzenzeiten in der Saison immer ausreichend Mitarbeiter für Fragen zur Verfügung stehen.

Von einem „signifikanten Zugewinn“ während der ersten vier Monaten 2013 spricht das Unternehmen auch hinsichtlich der an die Plattform angeschlossenen Lieferanten: Deren Anzahl soll europaweit um mehr als 50 zugelegt haben. Damit verbindet Tyre24 zugleich einen Ausbau des über die B2B-Plattform verfügbaren Angebotes, weil die neu hinzugekommenen Lieferanten durch teils sehr exklusive Portfolios die Bestellbarkeit rarer Größen und exotischer Reifen-, Felgen und Zubehörangebote vergrößern. Alles in allem wird die Zahl der Lieferanten, die ihr Angebot über die Tyre24-Marktplätze in Deutschland, Österreich, Frankreich und Polen offerieren, mit mehr als 400 angegeben. Dadurch gebe es insbesondere in Deutschland keinen wesentlichen Bestand mehr, der nicht auf der Plattform abgebildet wird, sagt Tyre24: Sie spiegele den Markt somit also zu fast 100 Prozent wider.

Besonders stolz macht Rolf Beißel, Leiter des Tyre24-Lieferantenmanagements, dass mittlerweile die Mehrzahl der Lieferanten die kostenlose SOAP-Schnittstelle (die NEUE REIFENZEITUNG berichtete) nutzen, womit die Plattformbetreiber drastisch reduzierte Stornierungsquoten verbinden. Denn dank der Schnittstelle werden die Bestands- und Auftragsaktualisierungen in Echtzeit aktualisiert bzw. alle Warenbewegungen ad hoc mitgeteilt. „Für die angeschlossenen Großhändler, Hersteller und Kunden birgt die Tyre24-SOAP-Schnittstelle zahlreiche Vorteile, wodurch wir auf unserer Plattform www.tyre24.de eine einmalige Servicequalität anbieten können, die über eine Reduktion der Uploadzeiten weit hinausreicht“, so Beißel.

Verkaufe ein Tyre24-Lieferant mit SOAP-Schnittstelle beispielsweise einen Reifen über einen anderen Vertriebsweg als Tyre24, werde parallel der Bestand auf der Plattform www.tyre24.de aktualisiert. „Die Bestellungen werden sekundengenau vom Lieferantenbestand abgezogen und online in Echtzeit angezeigt. Dadurch erscheint immer der aktuelle Bestand der entsprechenden Lieferanten“, wird der als Vorteil des Ganzen hervorgehoben. Abgesehen von dem bisher schon Erreichten will das Unternehmen auch weiterhin in den Aus- und Aufbau seiner Plattform investieren: Noch in diesem Jahr will man etwa den Markteintritt in Italien und Spanien wagen, um so dem Ziel näher zu kommen, flächendeckend entsprechende Plattformen in ganz Europa anzubieten. Des Weiteren kündigt Tyre24 bis Ende des Jahres noch zahlreiche weitere Neuerungen an wie beispielsweise die Einführung eines 3D-Konfigurators und eine Erweiterung des Produktportfolios um Verschleißteile.