

\*\*\*\*\*

09:00



# kfz-betrieb

29-30

28. Juli 2017  
B04305



## Digitalisierung 2017

So weit ist die Branche



Vogel Business Media

OFFIZIELLES ORGAN DEUTSCHES KRAFTFAHRZEUGGEWERBE



SAITOW AG

## Ersatzteile im Abo

Mit seiner Internet-Reifenbörse Tyre 24 hat Michael Saitow den Reifenmarkt schon verändert – und er hat noch viel vor. Der Chef der Saitow AG spricht über Digitalisierung im Handel, Abomodelle und Amazon.

Michael Saitow, Vorstandsvorsitzender der Saitow AG: „Wenn Amazon das B2B-Geschäft wirklich machen will, dann kriegen die das auch hin.“



**Das sagt sich leicht als Internethändler. Mussten Sie auch ein funktionierendes Geschäftsmodell zerstören?**

Wir hatten damals selbst einen kleinen Reifenhandel und haben bereits Disruption betrieben, auch wenn es das Wort in diesem Zusammenhang noch nicht gab. Als kleiner Großhändler hatten wir vielleicht 100 kaufende Kunden, und die wollte ich auf ein Abomodel mit 20 Euro Monatsbeitrag umstellen. Das ist natürlich viel zu wenig Geld zum Überleben, da mache ich mein eigenes Geschäftsmodell kaputt. Mir war aber klar, dass ich nur auf diese Weise etwas Neues schaffen konnte. Disruption eben.

**Das will natürlich nicht jeder Autohändler. Aber was ist das richtige Maß an Digitalisierung in der Kfz-Branche? Zugespitzt formuliert: Reicht eine Internetseite samt E-Mail-Adresse, oder muss man sein gesamtes Geschäft auf den Internetkunden ausrichten?**

Es ist ein gesunder Mix notwendig: Eine Internetseite allein reicht natürlich nicht. Heute braucht man das sogenannte Multichanneling. Eine eigene Webseite ist notwendig, aber man muss auch auf Bewertungsportale und in sozialen Netzwerken gelistet sein und den Auftritt dort regelmäßig pflegen. Das ist wie in der Gastronomiebranche: Wenn ein Restaurant nicht auf Tripadvisor ist, dann geht kein Kunde hin. Noch schlimmer ist es, dass durch Kundenbewertungen bei Facebook automatisiert Seiten zu Unternehmen entstehen, auf denen keine Inhalte von dem Unternehmen stehen. Das nicht zu kontrollieren, ist viel gefährlicher, als gleich eine eigene Präsenz zu unterhalten und negative Kommentare aufgreifen und beantworten zu können.

**Ist das schon alles?**

Natürlich müssen auch die internen Prozesse mithalten. Viele Betriebe, die

**Redaktion: Die Saitow AG befindet sich im 20. Jahr ihrer Unternehmensgeschichte und lässt sich mit gutem Grund als Pionier des Internethandels bezeichnen. Sehen Sie sich auch heute noch in dieser Pionierposition, zumindest in der Kfz-Branche?**

Michael Saitow: Wir sind der größte B2B-Marktplatz in Deutschland, von Amazon abgesehen. Trotzdem glaube ich, dass wir immer noch Pionierarbeit leisten und viele Sachen ausprobieren. Wenn die nicht funktionieren, wird das natürlich nicht so bekannt. Bei den Projekten, die erfolgreich sind, werden wir hingegen oft kopiert. Insofern kann man uns sicher nach wie vor als Pioniere bezeichnen.

**Apropos Amazon: Wie wichtig ist dem US-Konzern heute schon das Reifengeschäft, vor allem im B2B-Segment?**

Amazon Business ist im letzten Jahr gestartet, und die können dem Markt das Leben sehr schwer machen, wenn sie mal richtig loslegen. Momentan

aber steht der Reifen noch nicht im Fokus. Es gibt noch keine richtige Reifensuche, und die Provisionen sind zu hoch. Fraglich ist auch, wie die B2B-Kunden reagieren, wenn der Businesszugang wie in den USA kostenpflichtig wird. Aber wenn die das wirklich wollen, kriegen die das auch hin.

**Wie haben die Reifengroßhändler damals, als Sie Anfang der 2000er-Jahre Tyre 24 gründeten, darauf reagiert, dass der Kundenkontakt ins Internet verlagert werden sollte?**

Ich kann mich noch gut an die ersten Gespräche erinnern: Es hat damals keiner daran geglaubt. Es hieß „Du bist verrückt! Das kannst Du nicht machen!“ – im Prinzip so, wie heute der Handel reagiert, wenn er an die Digitalisierung denkt. Ich glaube aber, dass es notwendig ist, sich immer schneller zu verändern, und Veränderung heißt letztendlich auch, Vorhandenes zu zerstören.

### ZUR PERSON

**Michael Saitow (43)**

Vorstandsvorsitzender der Saitow AG (ehemals Tyre 24 GmbH)

2002: Start der B2B-Plattform Tyre 24

1989: Selbstständigkeit als Händler für Tuningteile – Autoteile, Reifen und Felgen  
Gelernter Kfz-Elektro-  
niker



heute digitalisieren, versuchen, ihre alten Prozesse nachzustellen. Da werden Formulare online ausgefüllt, dann ausgedruckt und unterschrieben, dann wieder eingescannt und so weiter. Das ist keine Digitalisierung. Heute muss alles auf dem Smartphone oder Tablet passieren, ob es sich um eine Direktannahme oder einen Fahrzeugankauf handelt. Auch der Kontakt zum Kunden ist davon betroffen – keine Anrufe mehr, sondern Nachrichten über Facebook oder Whatsapp. Oder Anzahlungen per Pay-Pal statt Überweisung. Aber viele Autohändler beantworten ja nicht mal E-Mails.

**Wider Erwarten stagniert aber beispielsweise im B2C-Geschäft mit Reifen der Onlineanteil bei rund zehn Prozent. Ist das Wachstum schon am Ende?**

Ich war mir immer sicher, dass es für Endkunden keinen Sinn hat, Reifen online zu bestellen. Schließlich muss er montiert werden. Ich gehe ja auch nicht ins Restaurant und bestelle mir eine Pizza dorthin. Selbst wenn ich dem Wirt sage: „Sei froh, dass ich überhaupt noch komme und einen Wein bei Dir trinke.“ Deshalb betreiben wir auch keinen B2C-Reifenshop. Bei unserer Seite Reifen-vor-ort.de haben wir ein anderes Konzept: Die Werkstätten können hier ihre Reifen- und Montageangebote einstellen. Und hier ist wesentlich mehr als zehn Prozent Onlineabsatz drin. Gute Händler machen bereits über 20 Prozent ihres Umsatzes über Reifen-vor-ort.de.

**Sind Sie bei Ihrem Werkstattportal Autoreparaturen.de schon ebenso weit?**

Das Reparaturgeschäft ist viel komplexer als das Reifengeschäft, deshalb ist hier auch kein Portal so richtig erfolgreich. Auch Autoreparaturen.de noch nicht. Wir führen dieses Jahr aber einen Relaunch durch, der die Bedienbarkeit verbessert. Aber viel mehr als eine Kontaktabahnung und Terminvergabe wird auf solchen Portalen auf lange Sicht nicht möglich sein, denn der Kunde kann ja nicht selbst den Schaden diagnostizieren.

**Sie bieten auf Tyre 24 Verschleißteile mit Preisvorteilen von bis zu 50 Prozent an. Wie kommen diese Preise zustande?**

Bei den Verschleißteilen ist es derzeit noch so, wie es bei den Reifen in der Vergangenheit war: Die Kfz-Betriebe kaufen bei regionalen Teilehändlern und kennen nur deren Angebot. Das Internet macht ihm aber die Ware sehr vieler Händler in ganz Europa zugänglich, und diese Transparenz sorgt für niedrigere Preise.

**Aber den Service, den der regionale Teilehandel bietet, kann das doch nicht ersetzen.**

Ich stelle ja auch manche Dienstleistungen infrage, die der traditionelle Handel heute noch anbietet: Muss wirklich einmal pro Woche der Vertreter kommen? Muss man wirklich viermal am Tag beliefert werden? Mit uns kann die Werkstatt dem Kunden unterschiedliche Angebote machen: Will der die Reparatur sofort, dann kommt das

Teil vom regionalen Großhändler und kostet 400 Euro. Hat er mehr Zeit, dann kommt es vielleicht von einem Händler aus Polen und kostet nur 200 Euro. Die Marge für die Werkstatt ist die gleiche und die Teilequalität auch.

**„Das Reparaturgeschäft ist viel komplexer als das Reifengeschäft, deshalb ist auch kein Onlineportal so richtig erfolgreich.“**

Michael Saitow, Saitow AG

**Vor einem Jahr überraschten Sie die Branche mit Ihrem Reifenabo. Wie hat sich das entwickelt, und ist es auch für Kfz-Betriebe interessant?**

Abo- und Flatrate-Modelle haben sich ja im Werkstattgeschäft schon etabliert. Ich hatte dann die Idee, dieses Konzept auch auf den Reifen auszuweiten. Das machen wir mit einem speziell entwickelten Reifen seit einem Jahr, und es wird gut angenommen. Seit Kurzem haben wir das Konzept umbenannt in Tyreflex und bieten es für unterschiedliche Reifenmarken an. Das Reifenabo mit voller Garantie im Abo kostet im Monat pro Satz zehn bis 15 Euro. Händler, die dieses Abo vertreiben, bekommen eine Marge. Der größere Vorteil ist aber die Kundenbindung. Wenn der Reifen abgefahren oder kaputt ist, kommt der Kunde auf jeden Fall wieder zu dem Betrieb, der ihm das Abo verkauft hat.

**Lässt sich dieses Modell auch auf Ersatzteile ausweiten?**

Das macht Sinn.

DAS GESPRÄCH FÜHRTE JAN ROSENOW