

B 1420 D

# AUTOHAUS

WER UNS LIEST, FÜHRT.

[www.autohaus.de](http://www.autohaus.de)

## NETZKÜNDIGUNG

Neue Verträge für  
Opel-Händler

ab Seite 12

## DIGITALISIERUNG

Transformation in  
vollem Gange

ab Seite 14

## AUTOHANDEL

Mehr Fokus auf das  
gewerbliche Geschäft

ab Seite 24

9

52. JAHRGANG  
07. MAI  
2018

**TARGO BANK**  
AUTOBANK

Gemeinsam  
auf Erfolg schalten.

Jetzt durchstarten – mit der TARGOBANK AUTOBANK  
[www.targobank-autobank.de](http://www.targobank-autobank.de)

SAITOW AG

# Der Disruptor aus Kaiserslautern

Michael Saitow ist am Markt als digitaler Vordenker bekannt. Wo andere gerne am Herkömmlichen festhalten, schlägt der engagierte Unternehmer neue Pflöcke ein. Ein Ortsbesuch in der Pfalz.



„Wir hoffen, dass alle großen Autohändler mitmachen“, sagt Michael Saitow über den Newcomer cars.alzura.com.

**M**ichael Saitow ist ein Freund von klaren Worten. Der 44-jährige Unternehmer schätzt die ehrliche und transparente Kommunikation – egal, ob im Gespräch unter vier Augen oder bei seinen Botschaften an den Markt. Mit dieser Strategie ist er gut gefahren, seit er vor 16 Jahren den Grundstein für die heutige IT-Company legte. Mittlerweile beschäftigt die Saitow AG, die seit dem Jahr 2015 wie der erfolgreiche Gründer heißt, 300 Mitarbeiter.

Zum Kerngeschäft zählen die Herstellung, der Vertrieb und der Betrieb von E-Commerce-Systemen. Mehr als 100.000 Transaktionen wickeln die Kaiserslauterer täglich über die Server ab, rund 75.000 Kunden finden sich in der Kartei. „Der Geschäftsbereich Alzura.com ist eine der größten branchenspezifischen B2B-Plattformen in Europa“, erklärt Michael Saitow im Gespräch mit AUTOHAUS. „Mit etwa

2.000 Lieferanten und 40.000 Gewerbetunden.“ Vor allem die Brand Tyre24 ist in der Automobilwirtschaft bekannt. Autohändler und freie Werkstätten aus ganz Europa finden unter tyre24.alzura.com Reifen, Felgen, Werkstattzubehör und Verschleißteile und nutzen die Plattform regelmäßig als Einkaufsportale.

## Am oberen Level

„Doch auch wir entwickeln uns weiter“, betont Michael Saitow. Deshalb habe man Anfang März Tyre24 in die neu konzipierte, branchenspezifische B2B-Plattform Alzura.com integriert. Dabei agiert die Saitow AG nicht als Verkäufer, sondern als Vermittler. Amazon Business lässt grüßen. „Es gibt derzeit nichts, was so stark wächst wie der Plattformgedanke. Wir spielen hier im oberen Level mit“, sagt der Unternehmer. Künftig sollen auch andere Branchen in den Genuss des



Branchenspezifische B2B-Plattform: Alzura.com

digitalen B2B-Know-hows kommen. Beispielsweise wird es Gastronomieartikel unter gastro.alzura.com, Büroartikel unter office.alzura.com oder Neu- und Gebrauchtwagen und Leasing unter cars.alzura.com geben.

Bei Letzterem stehen lokale Gewerbetunden im Fokus, deren Fuhrparkverwalter auf der Plattform dann künftig Angebote von teilnehmenden Autohändlern finden. Michael Saitow: „Wir hoffen, dass alle großen Autohändler mitmachen.“ Zumal sich viele Gewerbetreibende auf seiner Plattform tummeln. Also Potenzial fürs Geschäft.

Redebedarf gab es am Markt kürzlich zum geänderten Preissystem, besonders hinsichtlich des neuen Premium-Accounts. Für monatlich 59 Euro netto erhält der Kunde hier eine Multi-User-Lizenz und – verglichen mit dem Basic-Account (22 Euro netto/Monat) – noch zusätzliche Leistungen wie Käuferschutz, Bestpreisgarantie, einen priorisierten Versand, Versandkosten-Freiheit bei Mindermenge und die Lizenz für die mobile App (ein Euro pro Gerät). „Wir sind bei den neuen

## TALK-RUNDE IN KÖLN

AUTOHAUS goes Cologne: Auf der ersten The Tire Cologne findet am 29. Mai um 14:30 Uhr eine Talk-Runde zum Thema „Die digitale Werkstatt – Fluch oder Segen?“ statt. Patrick Neumann, stellvertretender Chefredakteur von AUTOHAUS diskutiert mit René Krüger, Centerleiter Opel Köln & Frechen der Dresen-Gruppe, Dennis Hartmann, Leiter Automotive Aftersales Consulting bei der cotedo Service GmbH, und Michael Saitow, CEO der Saitow AG, über die digitale Transformation im Aftersales.

Weitere Infos gibt es unter:  
[www.thetire-cologne.de](http://www.thetire-cologne.de)

Foto: Patrick Neumann, Saitow AG



## SAITOW AG AUF DER THE TIRE COLOGNE

Die Saitow AG reist gleich mit zwei Messeständen an den Rhein und zeigt dort auf insgesamt 200 Quadratmetern ihr Know-how. Dabei dreht sich in Halle 8.1 (Standnummer D048/E049) alles ums Portal [tyre24.alzura.com](http://tyre24.alzura.com). Wie das Unternehmen aus Kaiserslautern mitteilte, werden ein großes Thema der B2B-Plattform für Reifen, Felgen, Werkstattzubehör und Verschleißteile die neuen Account-Typen sein, die sich in das neue Preissystem einfügen. Darüber hinaus präsentieren die Digitalexperten auf der Themenfläche Digital Reality, die die Messebesucher ebenfalls in Halle 8.1 finden, das weitere Produktportfolio der einzelnen Geschäftsbereiche – darunter die Portale [Autoreparaturen.de](http://Autoreparaturen.de) und [Reifen-vor-Ort](http://Reifen-vor-Ort). Wer zudem Fragen zum Thema E-Commerce hat, der bekommt hier die passenden Antworten. So offeriert die Saitow AG eigenen Angaben zufolge mit der Lösung Mondo Media die kompletten Funktionen eines Internetshops mit einer Warenwirtschaft in einer Standardsoftware in drei übersichtlichen Projektpaketen aus Software und Dienstleistung. So soll der Einstieg in den elektronischen Handel sehr einfach und zu fairen Kosten gelingen.

Hereinspaziert in Halle 8.1: Die Saitow AG nutzt die The Tire Cologne als Bühne.



Zahlen und Change Management ging es im Dezember, als er die Belegschaft ins Kino einlud. „Mir ist es ganz wichtig, auch die kleinen Teams mitzunehmen“, sagt Michael Saitow in Kaiserslautern.

Doch damit nicht genug. Um die Leistungsbereitschaft, Kreativität und den Zusammenhalt seiner Mitarbeiter zu fördern, veranstaltet er regelmäßig FedEx-Days, bei denen neue Projekte innerhalb von 48 Stunden abseits des Tagesgeschäftes umgesetzt werden können. Dabei kann dann schon einmal ein cooler neuer Meetingraum herauskommen.

Auf der Website der Saitow AG findet sich eine Formel, die gut die Denkweise der IT-Company illustriert. „Vision = Future“ steht dort. Und weiter: „Alle sagten: Das klappt nie. Lass es sein.“ Doch das ist nichts für den Digitalunternehmer Michael Saitow. Unbeeindruckt habe sich das Unternehmen weiterentwickelt. „Und der Erfolg gibt uns recht.“

Patrick Neumann ■

Preisen und Accounts den Bedürfnissen und Wünschen unserer Kunden nachgekommen“, erklärt Michael Saitow. Er ist von den Vorteilen, die seine Kunden dadurch haben, überzeugt.

#### Mitarbeiter-Incentives

Bei diesem hohen Tempo, das die digitale Transformation von Marktteilnehmern wie der Saitow AG fordert, ist es gar nicht so einfach, immer alle Mitarbeiter gedanklich an Bord zu behalten. „Einige Mitarbeiter finden permanente Veränderungen toll, bei anderen sorgt das aber auch für Unsicherheit“, weiß der Chef aus Erfahrung. Seine Antwort darauf nennt er ein wenig flapsig: „bespaßen“.

Darunter versteht er Aktionen, die das Team den eingeschlagenen Weg besser verstehen lässt. So bekommt es etwa bei „Thank God it's Friday“ ein gutes Gefühl dafür, welche neuen Projekte gerade anstehen – mit Musik vom DJ und kühlen Getränken gelingt das leichter. Oder Michael Saitow nimmt einige seiner Mitarbeiter auf Branchenmessen mit, um ihnen einerseits die Präsenz der eigenen Marke am Markt zu zeigen und andererseits den Kontakt zur Zielgruppe zu ermöglichen. Schließlich findet in der Zentrale in Kaiserslautern oder am Entwicklungs- und Marketing-Standort in Berlin kein direkter Kundenkontakt statt. Und um Technik,