

# „Das letzte Jahr war wie eine Achterbahnfahrt für uns“

 [automotive.at/kfz-wirtschaft/das-letzte-jahr-war-wie-eine-achterbahnfahrt-fuer-uns-204940](https://www.automotive.at/kfz-wirtschaft/das-letzte-jahr-war-wie-eine-achterbahnfahrt-fuer-uns-204940)



Michael Saitow sieht sich zwar nicht als Krisengewinner, sein Geschäft hat unter der Corona-Pandemie aber zumindest nicht gelitten.

© Saitow AG

03.03.2021

Michael Saitow, CEO der Saitow AG (Betreiber der B2B-Plattform Tyre24), blickt auf ein ereignisreiches Jahr 2020 zurück. Und in eine vielversprechende Zukunft. Diese ist selbstverständlich digital. Wobei: In einem Bereich outet sich der Unternehmer sogar als Analogfan.

## **Inwiefern hat die Coronakrise die Reifenbranche geprägt?**

Michael Saitow: Die Corona-Pandemie hat sich vom ungewollten Stresstest zum Beschleuniger der Digitalisierung in der Automotive-Branche entwickelt. Die Käufer merkten, dass auf einer B2B-Plattform die Lieferstabilität auch während der Corona-Krise gegeben war, im Gegensatz zu lokalen Großhändlern, beispielsweise durch Covid-Fälle. Die Verkäufer stellten während der Pandemie fest, dass sie sich von den alten Strukturen lösen und etwas machen müssen, um das Geschäft während der Pandemie stabil zu halten. Die Möglichkeiten für regional operierende Unternehmen, um neue Kunden zu gewinnen und Märkte zu erschließen, sind begrenzt. Vor allem klassische Local Business Branchen sind oft von langjährig gewachsenen Strukturen mit Stammlieferanten aus der Nähe geprägt. Die gegebene Ortsnähe und ein starkes

Vertrauensgefühl zum Supplier bestimmen hier also die Beziehung. Ein weiteres starkes Wachstum ist aber mit solchen Verkaufsstrukturen nicht zu erwarten. Was es braucht, sind also sinnvolle und investitionsarme Alternativen zu aufwendigen eCommerce-Implementierungen und Offline-Expansionen. Eine Möglichkeit für B2B-orientierte Hersteller und Händler sind Online-B2B-Plattformen wie Tyre24.

### **Es hat also schon ein Umdenken in Richtung verstärkter Nutzung digitaler Kanäle im B2B stattgefunden?**

Aus meiner Perspektive ist diese Frage eindeutig mit „Ja“ zu beantworten. Die seit dem Frühjahr 2020 bestehende Corona-Situation hat den Einkauf nach unserer Kenntnis auch im Umfeld der KFZ-Betriebe beeinflusst. Zum einen ist es für den traditionellen Handel, der stark auf persönlichen Kontakt zu den Kunden ausgerichtet ist, schwerer, bestehende Prozesse aufrechtzuerhalten. Zum anderen haben sich Werkstätten durch geänderte Bedingungen im geschäftlichen Miteinander sowie durch gesteigerte Motivation, beim Einkauf zu sparen, um den Ertrag zu verbessern, den geänderten Bedingungen angepasst. Vielfach ist zu hören, dass die Coronapandemie wie ein Brennglas wirkt, das viele Defizite noch deutlicher aufzeigt bzw. Veränderungsprozesse beschleunigt. Nach meiner Ansicht gilt dies auch für den automobilen Aftermarket.

### **Wie lief das Geschäft von Tyre24 im Jahr 2020 generell und vor allem in Österreich?**

Das letzte Jahr war wie eine Achterbahnfahrt für uns. Wir hatten vor Februar sehr ehrgeizige Pläne für 2020. In den ersten Monaten direkt nach dem Eintreffen des Coronavirus dachten wir – wie viele andere auch – die Welt würde untergehen. Dann, um Ostern herum, erreichten die Verkäufe wieder das Niveau, das wir uns erhofft hatten. Es wäre falsch, zu sagen, dass wir als Gewinner aus der Corona-Krise herausgehen, aber wir können sagen, dass wir nicht gelitten haben. Auch in Österreich haben wir nichts verloren. Meine persönliche Schlussfolgerung ist, dass der Markt große Veränderungen durchläuft und dass die Schwierigkeiten bei der Belieferung durch lokale Großhändler während der Corona-Zeit uns wahrscheinlich zugutegekommen sind, weil die Werkstätten alternative Quellen finden mussten. Das gilt für die Reifen und noch mehr für Ersatzteile. In Europa gab es Märkte, bei denen wir unseren Umsatz im Bereich Ersatzteile im Vergleich zu 2019 verdreifacht haben. Bei den Ersatzteilen sehen wir großes Potenzial. Es ist kein saisonaler Sektor und die Transparenz ist noch interessanter, weil die Margen und die Preisunterschiede viel, viel, viel höher sind. Generell sind wir auf der Reifenseite im Jahr 2020 um 5 Prozent gewachsen, trotz Corona-Krise und der allgemein negativen Marktsituation. Auf der Ersatzteilseite sind wir insgesamt um 40 Prozent gewachsen. In Österreich ist der Reifenabsatz stabil geblieben, der Ersatzteilsektor ist um 30 Prozent gewachsen.

### **Und was erwarten Sie für 2021?**

Für 2021 haben wir verschiedene Themen rund um unser Kerngeschäft im automobilen Aftermarket auf der Agenda. Neben der Festigung unserer Position im für uns wichtigen Reifengeschäft Deutschland wollen wir das Wachstum in Auslandsmärkten wie Frankreich, Italien oder Österreich weiter ankurbeln. Dazu wollen wir die Niederlande und Belgien bzw. Polen als „Quellenmärkte“ für Reifen und Ersatzteile entwickeln.

Entscheidend wird hier auch für uns sein, wie sich die Corona-Situation in den Ländern entwickelt. Den Bereich KFZ-Ersatzteile wollen wir nach der überaus starken Entwicklung 2020 auch im kommenden Jahr weiter ausbauen. Dabei geht es um die Einführung neuer Plattform-Funktionen wie zum Beispiel einen portalübergreifenden Warenkorb oder die Weiterentwicklung unserer Marken-Welten für Hersteller wie auch den Auf- und Ausbau des OE-Teileportfolios sowie Spezialkategorien wie Öle oder Werkzeug. Auch müssen wir uns der immer intensiver werdenden Anfrage nach weiteren eCommerce-Dienstleistungen wie zum Beispiel Fulfillment oder Market Intelligence stellen.

### **Also weiteres Wachstum?**

Ich gehe davon aus, dass wir durch die geplanten Initiativen nicht nur weitere Bestandskunden von Tyre24 als Käufer aktivieren, sondern durch das attraktive Angebot auch neue Kunden für unser Portal gewinnen können. Darüber hinaus möchten wir weitere Partnerschaften mit dem Großhandel und auch den Herstellern eingehen, um das Geschäft weiter voranzutreiben und unseren ambitionierten Zielen näher zu kommen. Ich bin überzeugt, dass wir für die Akteure aus dem Markt ein sehr attraktives Umfeld bieten und beim digitalen Vertrieb ein spannender Partner sein können. Im kommenden Jahr wird der eCommerce im Aftermarket weiter rasant zunehmen und die Offline-Player unter Druck setzen. Wie schon im Umfeld des B2C-Handels wird es dabei weniger um die Frage gehen „Ob“, sondern „Wie“ man am Onlinehandel teilnehmen sollte.

### **Die TireCologne 2021 wurde abgesagt. Wie sehen Sie die Zukunft von Fachmessen?**

Ich persönlich hoffe, dass die Fachmessen bald wiederkommen, sie sind sehr wichtig für den Aufbau und die Pflege von Beziehungen. Persönliche Treffen sind wichtig, sogar grundlegend. Beziehungen sind auch einer der Erfolgsfaktoren von Tyre24. Um auf einer Website zu kaufen, muss man Vertrauen haben, aber es ist einfacher, Menschen zu vertrauen als Websites. Es ist wichtig, sich gegenseitig und die Kultur zu verstehen, wenn man Geschäfte macht. Ich bin kein Fan der digitalen Messen, die derzeit florieren, aber heutzutage muss man sich damit abfinden. Eine andere Frage ist, wie die Messen der Zukunft aussehen werden. Das weiß niemand, aber man kann davon ausgehen, dass sie kleiner sein werden, wahrscheinlich regional. In Deutschland haben einige Lieferanten sogar schon vor einiger Zeit Firmenmessen ins Leben gerufen. Vielleicht wird es in Zukunft eine Tyre24-Messe geben.

Autor/in:

Hans-Jörg Bruckberger