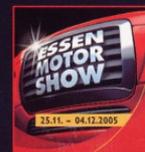


NEUE Reifenzeitung

C 7624

ISSN 0933-3312

Fachzeitschrift für Reifenhändler, den Reifenfachbetrieb, die Reifenindustrie und die Runderneuerungsindustrie



Besuchen Sie uns auf der
 Motorshow Essen
 vom 25. Nov. - 4. Dez. 2005
 in Halle 1, Stand 217

Driving
ECSTAsy

ECSTA KU19

ECSTA SPT KU31

ECSTA STX KL12



KUMHO BRINGT DEN GRIP

www.kumhotire.de

ECSTA
 FORMULA TECHNOLOGY

Pirelli fasst in Asien Fuß, S. 28 ▶

Tyrexpo Asia, S. 40 ▶

Reifenmarkt Nordeuropa, S. 74 ▶

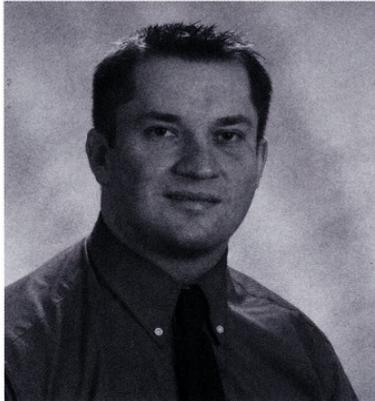
„Qualifier“ von Dunlop, S. 90 ▶

Expansion bei Tyre24 – es geht weiter voran

Seit ihrem Start vor nunmehr drei Jahren ist die internetbasierte Reifenvermittlungsplattform Tyre24 stetig gewachsen – sowohl personell als auch was die Zahl der den B2B-Onlinemarkt nutzenden Partner angeht. „Ganz am Anfang konnte ich ganze Sache noch alleine handeln, heute ist das Unternehmen auf mittlerweile 21 Mitarbeiter angewachsen“, sagt Michael Saitow, Geschäftsführer der in Kaiserslautern beheimateten Tyre24 GmbH, nicht ohne Stolz. Zum 1. August sind zudem zwei neue Auszubildende im Bereich Entwicklung und Bürokommunikation eingestellt worden.

Über die Onlineplattform können Großhändler gewissermaßen ihr Lager dem Reifenhandel öffnen, der damit für ein an Tyre24 zu entrichtendes monatliches Nutzungsentgelt in Höhe von 20 Euro seinen Reifenbedarf aus deren Angebot decken kann. „Wir haben zurzeit ca. 60 Großhändler in unserem System. Es handelt sich dabei um die klassischen Reifengroßhändler aus Deutschland und den Benelux-Staaten sowie mehrere kleine regionale Reifengroßhändler. Wir haben aber auch Anbieter in unserem System, die zum Beispiel nur Montagezubehör verkaufen oder auf bestimmte Produkte und Reifenmarken spezialisiert sind. Als Beispiel kann ich Mayerosch als Offroad-Spezialisten nennen oder Reifen Krupp und Zweiradbereifung Hohl als Motorradspezialisten“, erklärt Saitow. Und im Sommer erst konnten drei neue Reifengroßhändler für Tyre24 gewonnen werden – einer davon ist Reifen Specht in Freilingen mit fünf eigenen Filialen und einem Lagerbestand von etwa 200.000 Neureifen. Dabei sei es gerade die Summe aller solcher Reifenbestände, die das System so erfolgreich mache. Denn – sagt der Geschäftsführer – „es ist nahezu jeder Reifen verfügbar“.

Die genaue Zahl der registrierten Kunden möchte Saitow nicht preisgeben. „Allerdings können wir sagen, dass wir schon bei einer fünfstelligen Zahl angekommen sind. Dazu gehörten der Reifengroßhändler, der Reifenhändler, aber auch das markengebundene Autohaus oder die Kfz-Werkstatt“, erzählt er im Gespräch mit der NEUE REIFENZEITUNG. In gleichem Maße wie die Zahl der die Reifenvermittlungsplattform nutzenden Anwender zugelegt hat, hat sich auch die Anzahl der über Website www.tyre24.de umgeschlagenen Reifen erhöht. Noch im Juni 2003 sprach Saitow gegenüber dieser Fachzeitschrift von einem Umsatzvolumen in der Größenordnung von rund einer Million Euro pro Monat, das heißt vor gut zwei Jahren wurden Reifenverkäufe vom Groß- an den Einzelhandel in eben diesem Wert über die Tyre24-Internetplattform vermittelt. Einen Vergleichswert für heutige Verhältnisse nennt der Geschäftsführer zwar nicht, doch spricht Saitow in die-



„Als Tyre24 werden wir uns aus dem Endverbrauchergeschäft fern halten“, sagt Michael Saitow

sem Zusammenhang von einem derzeitigen Marktanteil von fast zehn Prozent in Deutschland. „Das heißt zehn Prozent der Reifenverkäufe an den Einzelhandel werden über Tyre24 abgewickelt“, so Saitow, nach dessen Aussagen Interessenten zurzeit rund 15.000 unterschiedliche Reifen fast aller Hersteller über Tyre24 beziehen können. „Von Kleinreifen über Motorrad-, Pkw-, Offroad-, Lkw- bis zu Sonderreifen. Wir vermitteln in der Saison etwa 20.000 Aufträge am Tag“, fügt er hinzu.

Auch die Ausdehnung des Angebotes auf neue Produktgruppen oder die Expansion in andere europäische Länder wird weiter vorangetrieben. Zwar hatte man schon im Rahmen der Automechanik im Herbst vergangenen Jahres verlautbaren lassen, die Tyre24-Vermittlungsplattform beispielsweise etwa in Richtung Aluräder auszuweiten, doch nun macht das Unternehmen anscheinend ernst. „Alufelgen stehen vermutlich schon zur Frühjahrssaison 2006 unseren Kunden zur Verfügung. Wir arbeiten mit Hochdruck daran“, sagt Saitow, für den auch die Internationalisierung noch eines der Zukunftsziele für sein Unternehmen ist. „Der Anfang ist bereits gemacht. Anfang 2005 haben wir die Tyre24.pl in Polen gegründet. Der Weg zur internationalen Reifenvermarktung über Tyre24 ist somit geebnet“, meint der Geschäftsführer. Außerdem entwickle man derzeit ein „neues

und einzigartiges Shoppingsystem“ für die eigenen Kunden, das auch einen integrierten Endverbraucher-shop mitbringe. „Die Fertigstellung wird auch im Frühjahr 2006 erfolgen“, steckt Saitow den zeitlichen Rahmen dieses Projektes ab.

„Als neueste Entwicklung stellen wir dem Reifenhändler unseren Stahlradsuchassistenten mit Komplettradmodul zur Verfügung. Auch die Entwicklung unseres eBay-Moduls ist in der Testphase und wird demnächst online gehen“, ergänzt er. Mit dieser Applikation könne der Reifenhändler einfach und schnell eine Sofortkaufauktion bei eBay erstellen, wobei seinen Worten zufolge Informationen, Bilder und Testberichte aus dem Tyre24-System in die eBay-Auktion eingebunden werden können. „Somit lassen sich mit nur zwei Klicks fertige eBay-Auktionen erstellen“, gibt Saitow einen Ausblick auf die weiteren Entwicklungen, stellt auf Nachfrage der NEUE REIFENZEITUNG allerdings unmissverständlich klar, dass man selbst keinerlei Ambitionen in Richtung B2C-Geschäft habe. Alles andere würde das Unternehmen wahrscheinlich nur noch mehr in die Schusslinie des Wettbewerbs bringen. Schon heute ist die Onlineplattform so manchem Großhändler oder Kooperation ein Dorn im Auge – aus völlig unterschiedlichen Gründen versteht sich.

Die einen sehen in dem Unternehmen einen lästigen, weil ihrer Meinung nach zu erfolgreichen Konkurrenten und die anderen, weil ihnen unter Umständen Einkaufsvolumina bei der Industrie und damit Konditionen flöten gehen, wenn die Mitglieder ihren Reifenbedarf über Gebühr mittels Tyre24 decken, anstatt ihren Einkauf über die jeweilige Kooperationszentrale zu tätigen. Schon machen auch Gerüchte die Runde, das Unternehmen unterhalte auch direkte Verbindungen zu einigen Reifenherstellern, welche die Plattform angeblich unter Umgehung des Zwischenhandels als Vertriebsweg nutzen. Ist da etwas Wahres dran oder verbirgt sich hinter solchen breit gestreuten Mutmaßungen der Versuch, die Onlineplattform beim Handel in ein schlechtes Licht zu rücken? „Wir haben Kontakt zu einigen Reifenherstellern. Ob diese Kontakte zur Diskreditierung unserer Plattform dienen, kann ich nicht beurteilen – ausgeschlossen ist dieses aber nicht. Mir ist aber bewusst, dass einige Reifenhersteller sehr viel unternehmen, die Marktakzeptanz von Tyre24 negativ zu beeinflussen“, sagt Saitow. Ob mit Erfolg oder nicht, wird man sehen.

christian.marx@reifenpresse.de