



ALZURA | TYRE24

PRESSEMITTEILUNG

Führende B2B-Plattform für den KFZ-Aftermarket untersucht Auswirkungen von Testsiegen auf das Kaufverhalten am Beispiel des Winterreifens Bridgestone Blizzak LM005

Das bringen Reifentestsiege: Verkäufe stark gesteigert, Preisniveau gehoben

Kaiserslautern, 03.12.2020: Wie immer zu Beginn der Winterreifen-Saison warteten die Autofahrer auch in diesem Jahr gespannt auf die Ergebnisse der unabhängigen Reifentests. Die Tests geben dem Autofahrer einen objektiven Überblick darüber, welcher Reifen für das jeweilige Fahrzeug optimal geeignet ist. Besonders Bridgestone konnte mit seinem Winterreifen Blizzak LM005 in zahlreichen Reifentests große Erfolge einfahren – etwa in AutoBild, Auto Motor und Sport, Auto Zeitung, AutoBild Allrad, AutoBild Sportscars und ADAC. Doch welchen Effekt haben Testsiege auf das Kaufverhalten?

Um diese Frage zu beantworten, verglich Tyre24, die führende B2B-Plattform für den KFZ-Aftermarket, die Absatzzahlen des Bridgestone Blizzak LM005 in Deutschland in der laufenden Winterreifen-Saison (01.09. - 30.11.2020) mit den Absatzzahlen im Vergleichszeitraum 2019. Zudem wurde die Entwicklung der Einkaufspreise im Zeitraum 01.09. - 30.11.2020 analysiert. Das Bridgestone-Modell war in dem Vorjahreszeitraum schon erhältlich, aber bei den Tests noch nicht so erfolgreich. Als zu untersuchende Reifengrößen wurden die nachgefragtesten Größen 205/55 R16 und 225/50 R17 ausgewählt, die auch in den meisten Winterreifentests in dieser Saison zum Einsatz kamen.

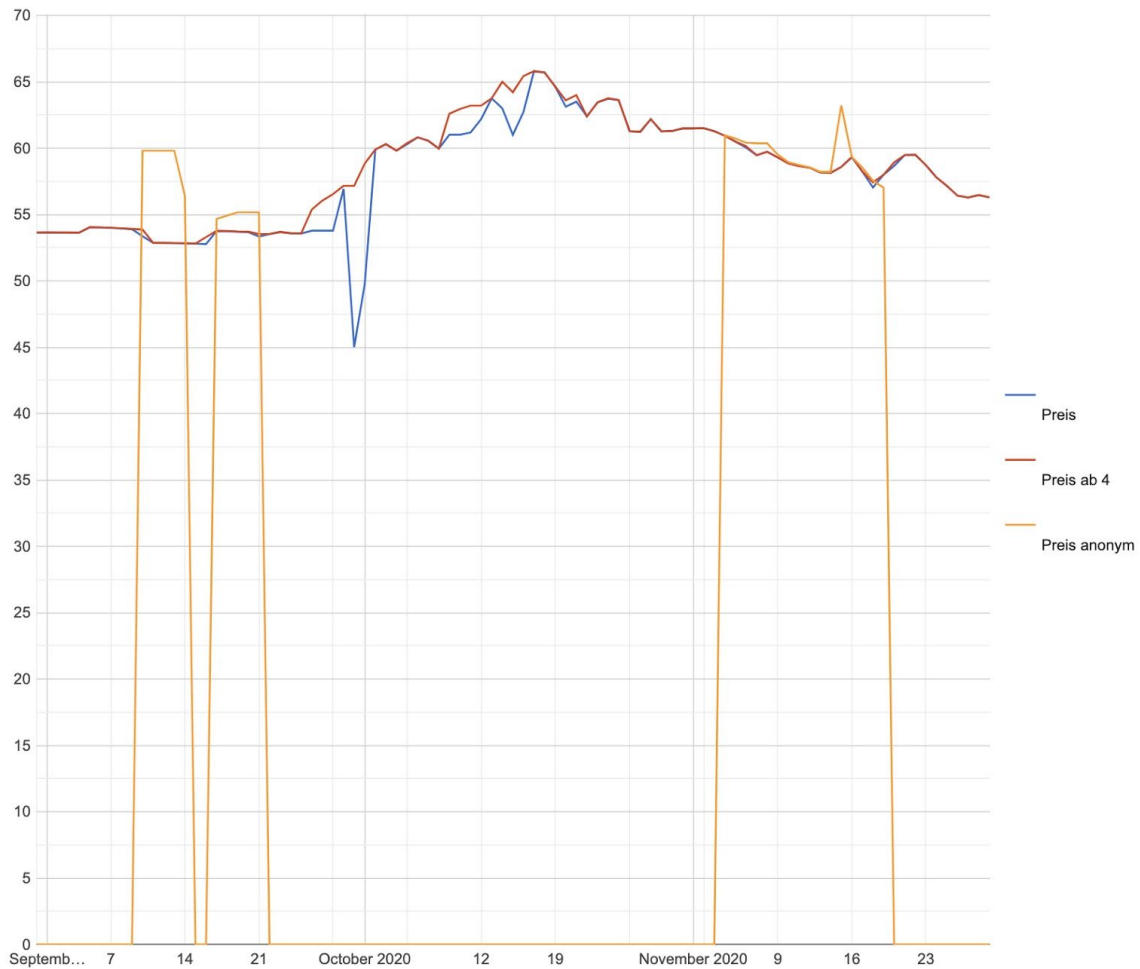
Die Auswertungen der B2B-Plattform zeigen, dass es – zumindest im Fall des Bridgestone Blizzak LM005 – einen großen Einfluss der Winterreifentestsiege auf das Kaufverhalten gibt. In beiden untersuchten Größen wurde der Bridgestone Blizzak LM005 im Zeitraum 01.09. - 30.11.2020 deutlich mehr verkauft als im



vergleichbaren Vorjahreszeitraum. In der Größe 225/50 R17 konnte eine Steigerung bei der Anzahl der verkauften Reifen von 86 Prozent, in der Dimension 205/55 R16 sogar um 146 Prozent festgestellt werden. Und das bei einem allgemeinen Rückgang des Absatzes an Winterreifen in dieser Saison.

Neben den Absatzzahlen untersuchte die B2B-Plattform auch die Preisentwicklung des Bridgestone Blizzak LM005 in der Größe 205/55 R16 im Zeitraum September bis November 2020. Der durchschnittliche Einkaufspreis lag vom 1. bis zum 25. September auf dem gleichbleibenden Niveau von etwa 53,65 Euro (Preis ab einer Menge von 4 Stück). Danach, nach Erscheinen der ersten Testsiege, entwickelte sich der Preis des Reifens stetig nach oben mit einem Peak von 65,80 Euro am 17. Oktober 2020. Ab dem 18. Oktober sank der Preis in kleinen Schritten. Zwischen dem 7. und 30. November pendelte sich der durchschnittliche Einkaufspreis unter 60 Euro ein.

Bei Tyre24 handelt es sich um eine in neun europäischen Ländern tätige B2B-Plattform, auf der Reifen, Felgen, Werkstattzubehör und KFZ-Ersatzteile zwischen Groß- und Einzelhandel vermittelt werden. Insgesamt finden auf der Plattform täglich mehr als 100.000 Transaktionen statt, jährlich werden Waren mit einem Netto-EK-Volumen von mehr als 1 Milliarde Euro gehandelt. Die Besonderheit von Tyre24 ist, dass ca. 50 Prozent des deutschen Reifenhandels (jeder zweite Reifen in Deutschland) über die Plattform selbst und sogenannte White-Label-Lösungen abgewickelt werden.



Bildunterschrift: Entwicklung durchschnittlicher Einkaufspreise (rote Kurve) auf der B2B-Plattform Tyre24 für den Bridgestone Blizzak LM005 (bei Abnahme ab 4 Stück) in der Dimension 205/55 R16 91H im Zeitraum 1.09 - 30.11.2020.



ALZURA | TYRE24

Über SAITOW AG

Die SAITOW AG ist ein international agierendes IT-Unternehmen mit 300 Mitarbeitern an mehreren europäischen Standorten. Das Kerngeschäft ist die Herstellung, der Vertrieb und der Betrieb von eCommerce-Systemen. Seit fast 20 Jahren entwickelt das Unternehmen Software, Web-Applikationen und Online-Plattformen, die zu den erfolgreichsten ihrer Branche zählen. Alle Elemente, von der Webseite über die Anbindung an Warenwirtschaftssysteme bis zu Schnittstellen an unterschiedlichste Datenbankstrukturen, werden inhouse programmiert, getestet und gehostet. Mit Alzura.com entwickelt die SAITOW AG unter anderem eine der größten branchenspezifischen B2B-Plattformen in Europa. Tyre24.alzura.com fokussiert dabei den Automotive-Bereich. Auf der Tyre24-Plattform wird in den Segmenten Reifen, Felgen, KFZ-Ersatzteile und Zubehör ein Abbild des automobilen Aftermarkets geschaffen. Als führende Plattform im B2B-Teilehandel koppelt Tyre24 2.000 Lieferanten mit 40.000 potenziellen Käufern in neun europäischen Ländern und vermittelt so jährlich ein Handelsvolumen von ca. 1 Mrd. Euro. Täglich werden bis zu 100.000 Bestellungen über das Portal abgewickelt. Ziel von Tyre24 ist, etablierten Marktteilnehmern eine Plattform zu bieten, über die diese einfach und zu attraktiven Verkaufsprovisionen ihre relevante Zielgruppe erreichen und ihren Marktbereich erweitern können. Der Einkauf über Tyre24 ist ausschließlich registrierten Geschäftskunden gegen eine geringe Monatsgebühr vorbehalten. Somit bietet Tyre24 ein ideales Umfeld für die zielgerichtete Verknüpfung automobiler Anbieter und Nachfrager. Mit Autoreparaturen.de und Reifen-vor-Ort.de hat die SAITOW AG Geschäftsmodelle geschaffen, mit denen Händler am B2C-Markt teilnehmen und ihren Kundenstamm online vergrößern können. Ein weiterer Geschäftsbereich ist ALZURA Shop, ein Shopsystem für alle Branchen. Das Shopsystem bietet einen passgenauen Zuschnitt der Produktdatenbanken für die einzelnen Branchen mit spezifischen Funktionen und Designs.

Pressekontakt

Torsten Kühne
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
SAITOW AG
Gewerbegebiet Sauerwiesen
67661 Kaiserslautern, Germany
Mail: torsten.kuehne@saitow.ag
Telefon: +49 6301-600 1005