

REIFENBOERSE.DE

Marktplatz aus Reifenhandlungsperspektive

Die Fähigkeit, optimal zu disponieren, ist ein Kernkriterium für einen erfolgreichen Reifenhändler, den Überblick im komplexer werdenden Reifenangebot zu bewahren: Erfahrungswerte sind wichtig, nicht zu unterschätzen sind aber auch die Möglichkeiten der Online-Welt. Das Angebot reifenboerse.de wurde aus Reifenhändlerperspektive entwickelt. Wir trafen uns mit den Machern, um die Vorzüge des Netzmarktplatzes auszuloten.

Bei der Industrie und im Großhandel kann man Reifen kaufen, wenn ich davon zu wenig am Lager habe. Was mache ich aber mit Reifen, die bei mir liegen und ich eben nicht an meine lokalen Kunden verkaufen kann?“ – diese Überlegung steht im Zentrum des Angebots reifenboerse.de. Seit gut fünf Jahren können freigeschaltete Nutzer von reifenboerse.de nicht nur Reifen und Räder einkaufen, sondern auch selbst anbieten. „Reifen, die erkennbar gegen Ende einer Saison noch im Lager liegen, werde ich in meinem lokalen Markt wahrscheinlich nicht mehr verkaufen können. Das bindet unnötig Kapital und nimmt Lagerplatz für Reifen der kommenden Saison in Anspruch. Letztlich wird der Reifen für einen langen Zeitraum im Lager verbleiben, bevor ich als Händler überhaupt erst wieder die Chance bekomme, diesen ‚Liegenbleiber‘ zu verkaufen. Und: Der Reifen altert erkennbar. Heute weiß ein Großteil der Verbraucher eine DOT einzuordnen, das macht es für den Handel in der Vermarktung nicht gerade leichter“, erläutert Marketingleiter Johannes Sulk.

Aus Reifenhandlungsperspektive wurde das Portal laut den Verantwortlichen ausgesetzt und seitdem weiterentwickelt. „Der Markt trifft sich bei uns, weil unsere Nutzer gemerkt haben, dass sie hier Ware sowohl kaufen als auch verkaufen können, wie es so sicherlich im Markt einzigartig ist. Bei reifenboerse.de befreit der eine Händler sein Lager von Überbeständen, die sonst noch eine Saison liegen geblieben wären. Auf der anderen Seite finden sich dagegen



Das Portal reifenboerse.de will helfen, die Lagerhaltung zu optimieren.

Reifen, die anderswo händeringend gesucht werden“, so Sulk. Den Kern bildet das Konzept „Anbieten für alle“. Beim Einkauf und vor allem Verkauf der Ware endet das Funktionsspektrum des Reifenportals allerdings nicht. In diesem Frühjahr stellten die Macher von reifenboerse.de eigenen Angaben zufolge ihr größtes Projekt online. Und beim Thema Alufelgen glänzen besonders die Augen von Marketingleiter Sulk. Lange habe man sich mit der idealen Integration dieses Bereichs beschäftigt – es galt eine hundertprozentige Lösung zu finden, denn das Geschäft mit Alufelgen funktioniert nur dann zuverlässig und automatisiert, wenn ersichtlich ist, welche Anbausätze zu den Rädern passen. Laut Sulk war zudem die Darstellung der Verkaufs- und Einkaufspreise eine Grundvoraussetzung für den Start. Die Basis für den Bereich Alufelgen bei reifenboerse.de bildet der Alufelgenkonfigurator der bmf GmbH. „Die Datenbank von bmf weiß zuverlässig, welches Rad mit welchem Anbausatz und welchem Reifen zum gewählten Fahrzeug passt. Rei-

fenboerse.de ergänzt dieses Know-how mit für den Händler wesentlichen Antworten: Wer bietet das Rad zu welchem Preis an? Was kostet meinen Kunden das Rad? Wie viel verdiene ich daran?“, erläutert Johannes Sulk.

„Wir denken als Reifenhändler und nicht als Programmierer“, dieses von Sulk formulierte Charakteristikum tritt auch beim Thema Verkaufsunterstützung deutlich zu Tage. Um Kunden am Monitor zu Reifen und Rädern beraten zu können, wurde ein Umschalter für den Verkaufsmodus in reifenboerse.de eingebaut. Statt EK-Preisen werden vorkalkulierte Verkaufspreise angezeigt. Jeder Anwender kann dazu eine eigene Verkaufspreiskalkulation hinterlegen. „Wir bauen keine Funktion ins Portal, nur weil es technisch möglich ist. Erst wenn es einen erkennbaren Sinn für unsere Nutzer stiftet, widmen wir uns einem Thema“, bekräftigt Sulk, dass die allportal GmbH als Betreiber von reifenboerse.de auch künftig dieser Philosophie folgen wird.

(kle)