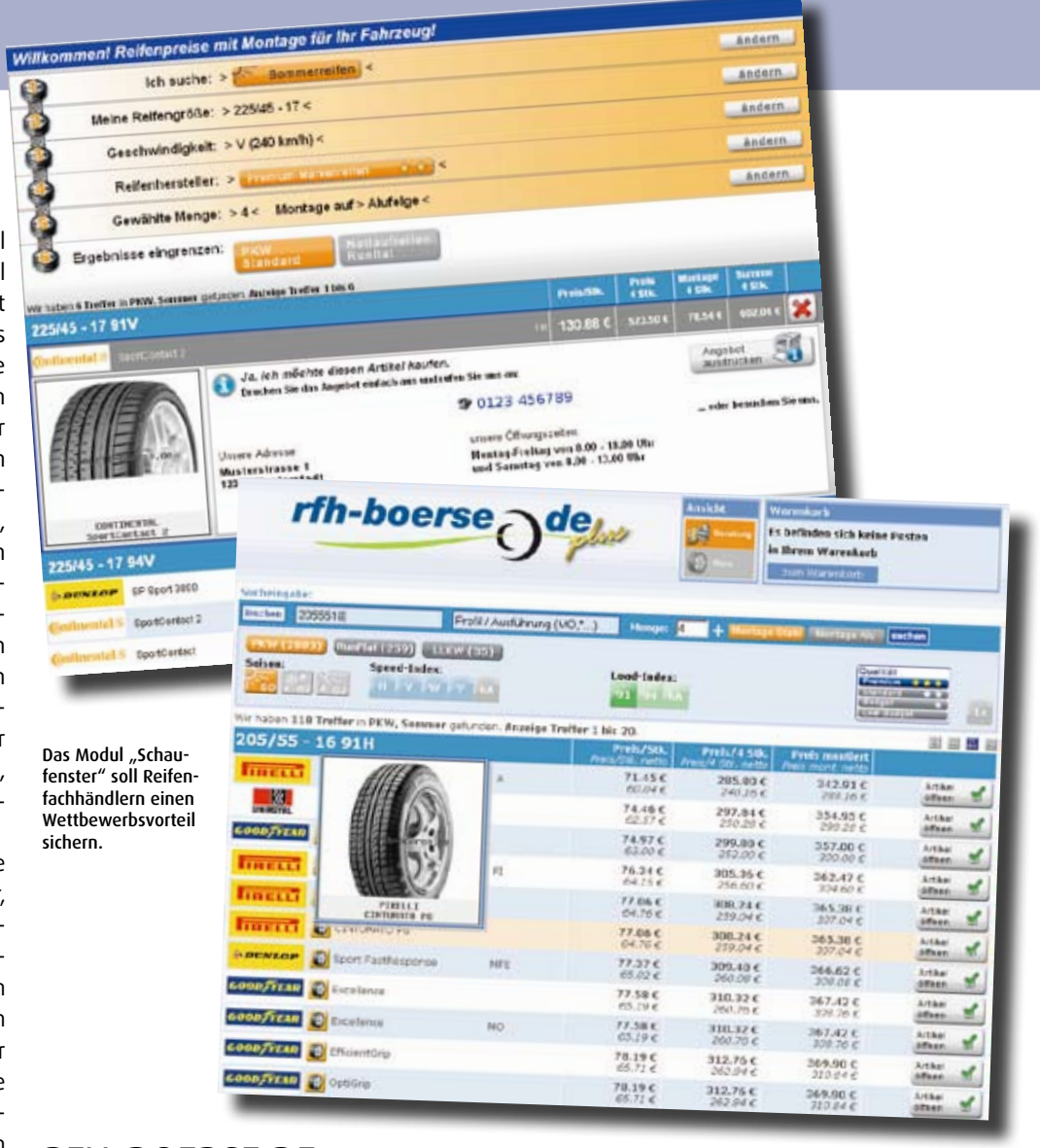

Das Modul „Schaufenster" soll Reifenfachhändlern einen Wettbewerbsvorteil sichern.

RFH-BOERSE.DE

Unterstützung im Tagesgeschäft

Die B2B-Reifenhandelsplattform rfh-boerse will ein professioneller Partner des Reifenfachhandels sein. Neben der intuitiv zu bedienenden Reifensuche im Warenbestand des Großhandels und der Option, als Reifenhändler selbst anzubieten, stehen besonders die Module „Beratung" und „Schaufenster" im Zentrum der Verkaufsförderung.

Seit 2007 ist die Hamelner allportal GmbH mit ihrer B2B-Reifenhandel rfh-boerse.de aktiv am Markt. Laut Unternehmensangaben verzeichnet das Portal stetig wachsende Nutzerzahlen, die über die rfh-boerse auf ein Kontingent von über mehr als vier Millionen Reifen bei über 70 Großhändlern zugreifen können. Im vergangenen Jahr erweiterten die Verantwortlichen das Angebot um ein zentrales, verkaufsförderndes Modul. Die Integration des Elements „Beratung" soll die professionelle Beratung gemeinsam mit dem Kunden am Verkaufstresen realisieren. Nach erfolgreicher Reifensuche werden lediglich für den Endverbraucher relevante Informationen, wie Verkaufspreis sowie Kosten für Montage und weitere Dienstleistungen, nach den individuellen Vorgaben des Reifenhändlers angezeigt.

Ein wesentliches Feature der rfh-boerse ist die Möglichkeit für Reifenfachhändler, selbst Reifen verkaufen zu können. Überschüssige Reifen können in direktem Verfahren und mit wenigen Mausklicks anderen Händlern angeboten werden. Glaubt man den Machern der Plattform, so wird jeder Dritte innerhalb der rfh-boerse verkaufte Artikel zwischen Reifenhändlern weitervermittelt. Der Verkauf überschüssiger Posten ist tatsächlich ein gewinnbringendes und vorsorgendes Element für alle Teilnehmer.

Die Erweiterung um das Modul „Schaufenster" soll diese Funktion nun weiter optimieren. Rund um die Uhr organisiert das „Schaufenster" den virtuellen Reifenverkauf auf der Internetseite des Reifenhändlers. Eine optische Integration in das Erscheinungsbild des eigenen Auftritts ist selbstverständlich. Potenzielle Reifenkäufer werden auf der Internetseite des Händlers mit einer leicht zu bedienenden Reifensuche zum Wunschreifen geführt. Das Angebot lässt sich der Interessent ausdrucken und tritt in Kontakt mit dem Händler. Die Macher der Plattform verzichten auf die Möglichkeit, die Ware direkt über das Netz bestellen zu können. Käufe im Internet fallen unter das Fernhandelsgesetz und sehen ein 14-tägiges Rückgaberecht der Verbraucher vor. Der eigentliche Reifenverkauf an den Endverbraucher soll über den Händler abgewickelt werden, um so das Risiko eines Fehlkaufs dank der fachkundigen Beratung durch den Reifenhändler zu minimieren. Als weiteren Grund benennen die Verantwortlichen die Option für den Händler, über zusätzliche Dienstleistungen Folgegeschäfte generieren zu können. Die Integration des Moduls „Schaufenster" soll Reifenfachhändlern insgesamt einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil bringen. Ohne über entsprechende Lagerkapazitäten verfügen zu müssen, stellen diese nach Aussage der Plattform-Verantwortlichen einen virtuellen Lagerbestand von über vier Millionen Reifen vor. Die Angebotspreise des Händlers seien marktgerecht, da sich diese dynamisch an die aktuelle Marktsituation anpassen. Als Kalkulationsbasis diene immer der günstigste Preis des Großhandels. Selbst einstellbare fixe und prozentuale Aufschläge für den Reifenverkauf, differenziert nach Reifenqualität (Premium, Standard, Budget), würden ebenso automatisch kalkuliert wie die Montage auf das Rad.

Den Verantwortlichen der allportal GmbH ist wichtig, dass kein Preisvergleich mit anderen Händlern erfolgt. Dem im Netz so verbreiteten Preis-Wettbewerb unter den Reifenhändlern soll vorgebeugt werden. Insgesamt also präsentieren die Hamelner ein vorbildliches Konzept – die Fachkompetenz des Reifenhändlers und das Vertrauen des Kunden zu diesem sollen im Mittelpunkt stehen. **(kle)**