B2B-Plattform soll dem Reifenhandel das Tagesgeschäft erleichtern

Seit 2007 betreibt die Allportal GmbH aus Hameln B2B-Reifenhandelsplattformen unter www.rfh-boerse.de und www.reifen-jetzt.com. Beide sollen sich lediglich hinsichtlich der anvisierten Zielgruppen unterscheiden: Während Erstere für Reifenfachhändler gedacht ist, richtet sich Letztere speziell an Werkstätten, Autohäuser und den Motorradhandel. Gemeinsames Merkmal ist demnach jedoch die direkte Zugriffsmöglichkeit auf einen mehr als vier Millionen Reifen umfassenden Warenbestand von über 70 Großhändlern. Mit einer in die Plattformen integrierten intuitiv zu bedienenden Reifensuche wollen die Hamelner dem Reifenhandel sein Tagesgeschäft erleichtern bzw. ihn dabei unterstützen. In die gleiche Richtung zielen die Module „Beratung“ und „Schaufenster“, denen verkaufsfördernde Eigenschaften attestiert werden. Daneben wird den Nutzern die Möglichkeit geboten, beispielsweise falsch oder zu viel bestellte Ware anderen Händlern anzubieten. So soll bereits jeder Dritte über www.rfh-boerse.de verkaufte Artikel zwischen Reifenhändlern den Besitzer wechseln.

Statt einer Matchcode-Suche setzt die Allportal GmbH auf eine sogenannte „intelligente“ Reifensuche im Warenbestand der an die Plattformen angeschlossenen Großhandelspartner. „Matchcodes haben einige Schwächen. Zum Beispiel eroberten SUVs den Markt und entsprechende Offroadreifen für jede Saison bereichern das Angebot. Per Matchcode kann aber nicht zwischen Sommer, Winter oder Ganzjahr für Offroadreifen unterschieden werden“, erklärt das Unternehmen. Während die Eingabe von „s2055516“ bei einer Matchcode-Suche zwar eine Liste aller Pkw-Sommerreifen der Größe 205/55-16 zutage fördere, erlaube sie nach Ersetzen des Codes „s“ (steht für Sommer) durch ein vorangestelltes „o“ (steht für Offroad) keine Unterscheidung mehr hinsichtlich der saisonalen Eignung der Reifen, wird beispielhaft eine der Schwächen des Matchcode-Ansatzes beschrieben.

Demgegenüber wird bei der Allportal-Suche lediglich die gewünschte Reifengröße eingegeben, wobei im gleichen Suchfeld gegebenenfalls auch ein bestimmter Hersteller noch mit angegeben werden kann etwa durch ein angehängtes Kürzel wie „dun“ (steht für Dunlop). Darüber hinaus kann die Suche über ein optionales zweites Suchfeld bei Bedarf hinsichtlich Profil und Ausführung konkretisiert werden. Insofern wird die Recherche anfangs nicht bezüglich der Art des Reifens eingeschränkt, sodass zunächst der gesamte Datenbestand durchsucht und eine zu den entsprechenden Parametern passende Ergebnisliste angezeigt wird. Eine weitere Filterung der gefundenen Treffer kann dann mithilfe einer sogenannten „intelligenten Kacheltechnologie“ vorgenommen werden.

Ähnlich, aber nicht gleich: Im Modus „Büro“ wie auch im Modus „Beratung“ kann die Ergebnisliste der Reifensuche durch „intelligente Kacheln“ (anklickbare Grafiksymbole) am Kopf der Seite hinsichtlich Einsatzart (Sommer/Winter/Ganzjahr), Geschwindigkeits-/Lastindex etc. gefiltert werden

Hinter dieser Bezeichnung verbergen sich anklickbare Symbole, mit denen der Nutzer die Anzeige auf der Ergebnisliste entsprechend der gesuchten Reifenart (Pkw, Lkw, Runflat etc.), Saison (Sommer-, Winter- oder Ganzjahresreifen), Last- und Geschwindigkeitsindex sowie Qualität (Premium, Standard, Budget, Low Budget) einschränken kann. „Das Intelligente daran ist, dass die ‚Kacheln’ nur angezeigt werden, wenn überhaupt Treffer dafür vorliegen“, erklären die Hamelner. Das bedeute, dass keiner der anwählbaren Filter zu einer leeren Ergebnisliste führt. „Denn nichts ist für den Reifenfachhändler ärgerlicher als das zeitintensive Angeben von Produkteigenschaften, für die letztlich doch keine Ergebnisse vorliegen, sodass die Suche noch einmal neu begonnen werden muss“, wird als Vorteil dieser Lösung hervorgehoben.

Neben der Möglichkeit, Reifen und Felgen im Großhandel zu bestellen, lassen sich die Portale aber auch rund um den Verkauf am Tresen oder im Internet nutzen. Dazu ist beispielsweise ein einfaches Umschalten zwischen „Büro“ (sprich: interner Bereich für die Bestellabwicklung beim Großhandel) und „Beratung“ vorgesehen. Das hinter der zweiten Option stehende gleichnamige Modul gestattet es dem Nutzer, gemeinsam mit seinem Kunden einen Blick auf den Bildschirm zu werfen, weil im entsprechenden Modus lediglich die für den Endverbraucher relevanten Informationen wie Verkaufspreis sowie Kosten für Montage und weitere Dienstleistungen nach den individuellen Vorgaben des Reifenhändlers angezeigt werden. Die Endverbraucherpreise werden dabei basierend auf dem günstigsten Großhandelspreis und unter Zugrundelegung einer vom Nutzer selbst zu definierenden Aufschlagskalkulation (beim Reifenkauf fixe und/oder prozentuale Aufschläge differenziert nach Premium-, Standard- und Budgetsegment – Montagekosten in Abhängigkeit von Stahl-/Alurad, Runflat-Ausführung, Raddurchmesser) automatisch berechnet. Selbstredend können so erstellte Angebote mit dem eigenen Logo versehen ausge-

Beim „Schaufenster" werden potenzielle Reifenkäufer in wenigen Schritten zu den gewünschten Produkten geführt

druckt und die Bestellung der Ware direkt im Großhandel ausgelöst werden.

Während das „Beratung" genannte und bereits im Sommer 2009 in die B2B-Plattform integrierte Modul für das Tresengeschäft gedacht ist, bietet die Allportal GmbH mit dem „Schaufenster" seit Kurzem auch einen – wie es heißt – „virtuellen Reifenverkäufer" für die Internetseiten des Händlers an, wobei sich dieser Onlineshop optisch an die Gegebenheiten des bestehenden Auftritts anpassen lässt. Dabei werden potenzielle Reifenkäufer auf der Internetseite des Händlers durch eine als leicht zu bedienen beschriebene Reifensuche in wenigen Schritten – Wahl der Reifenart Sommer/Winter/Ganzjahr/Zweirad, Größenangabe, Geschwindigkeitsindex, Selektion des Herstellers bzw. ob Premiummarkenreifen/preisgünstige Reifen/günstigstes Angebot, Menge und Montage auf Stahl- oder Alufelge – zu den gewünschten Produkten geführt. Anschließend können die auf diesem Weg erstellten Angebote ausgedruckt werden. Dann wird der Verbraucher aufgefordert, den Händler zu kontaktieren.

„Auf eine Funktion, die das direkte Bestellen der Ware im Internet ermöglicht, wird bewusst verzichtet. Hintergrund: Käufe im Internet fallen unter das Fernhandelsgesetz und sehen ein 14-tägiges Rückgaberecht der Verbraucher vor. Reifenverkauf ist Händlersache, das Risiko eines Fehlkaufs wird durch die kompetente Beratung vor Ort minimiert. Zumal der Händler über zusätzliche Dienstleistungen Folgegeschäfte generieren kann", sagen die Hamelner, denen rund um die Nutzung des „Schaufensters" auf den Webseiten des Handels gleich mehrere Wettbewerbsvorteile einfallen: Dazu gehöre nicht nur, dass auf diese Weise ein virtueller Lagerbestand von über vier Millionen Reifen vorgehalten werden könne, ohne diesen selbst bevorraten zu müssen, sondern auch der Umstand, dass Preisanfragen von potenziellen Reifenkäufern rund um die Uhr im Internet beantwortet werden.

Zudem seien Angebotspreise des Händlers in jedem Fall marktgerecht, da sie sich dynamisch an die aktuelle Marktsituation anpassen. Steige die Nachfrage nach einem Reifen, so steige der Verkaufspreis und umgekehrt, denn Einkaufs- und Verkaufspreis stehen ja über die selbst einstellbare Aufschlagskalkulation in Beziehung zueinander. „Die dynamische Preisfindung gestaltet sich nach einem einfachen Prinzip. Als Kalkulationsbasis dient der günstigste Preis des Großhandels", so die Allportal GmbH unter Verweis darauf, dass auf den Plattformen des Unternehmens im Gegensatz zu solchen von Wettbewerbern kein Preisvergleich mit anderen Händlern erfolge und auch zukünftig nicht geplant sei. In Hameln vertritt man eigenen Aussagen zufolge die Meinung, dass so etwas „nur den ruinösen Preiswettbewerb der Reifenhändler vorantreibt", ein moderner Reifenhändler jedoch vielmehr mit seiner Fachkompetenz überzeugen sowie Vertrauen zu seiner Kundschaft aufbauen und halten sollte. *cm*

BSS.tire® – Branchensoftware für den Reifen- und Autozubehörhandel

REIFEN NO.1 IN TIRES AND MORE
Essen
1.–4. Juni 2010
Halle 3, Stand 339

- *Einfache Artikelsuche über Matchcode*
- *Schneller Thekenverkauf mit Warenkorb-Funktion*
- *Topaktuelle Artikeldaten aller Hersteller*
- *Übersicht über Lager und Filialen*
- *Boxenbelegung (BAYBooking)*
- *Blitzschnelle Online-Preis- und Lieferabfragen bei Herstellern (sog. Ad-hoc-EDI)*
- *Bonuskontrolle im Ein- und Verkauf*
- *Reifen- und Felgenberatung*
- *Webshop für BSS.tire*

Microsoft GOLD CERTIFIED Partner | Microsoft Dynamics

Speed up your business!
BSS.tire ist das moderne, modulare Warenwirtschaftssystem für mittelständische Unternehmen auf Basis von Microsoft Dynamics NAV. BSS.tire deckt sämtliche betriebswirtschaftlichen Standardfunktionen ab und bietet viele branchenspezifische Erweiterungen.

NEU Auf der **Reifen 2010** präsentieren wir das **Mietmodell** für kleinere Unternehmen.

KUMAvision AG Tel. 0800 5862876 www.kumavision-tire.de

KUMA vision
Business-Lösungen für den Mittelstand