

TEILEPLATTFORM

Ansage an die Platzhirsche

Auf der B2B-Plattform Alzura Tyre24 können Händler und freie Werkstätten Ersatzteile online einkaufen. Besonders mit dem großen Angebot und den niedrigen Preisen stellt der Anbieter eine echte Alternative zum stationären Teilehandel dar.

von Felix Altmann



Haci Bektas ist Geschäftsführer bei Autohaus Zangberg und nutzt Alzura als Premiumkunde.

Viele Betriebe bestellen ihre Ersatzteile bei einem stationären Anbieter. Der Grund meist: weil man es schon immer so gemacht hat.

E-Commerce auf dem Vormarsch

Doch hier deutet sich ein Paradigmenwechsel an. So sieht es Daniel Reuland, Manager Support, von Alzura Tyre24: „Die neuen Entscheider der Generation Z sind Digitale Natives und gewohnt, online einzukaufen. Deshalb erwarten sie diese Möglichkeit auch im B2B-Bereich.“

Alzura funktioniert im Prinzip wie Amazon. Account anlegen, Zahlungsdaten hinterlegen – fertig. Durch die Bündelung europaweiter Anbieter ist das Angebot breiter und transparenter im Vergleich zum regionalen Anbieter. Die bestellte Ware wird dann von den Lieferanten ver-

sendet, ebenso erfolgt eine direkte Rechnungsstellung beim jeweiligen Lieferanten. Das ist nicht nur bequem für die Händler und Werkstätten, sondern bringt auch Benefits in den B2B-Handel, die nicht Standard sind. Beispielsweise fallen bei einem Premium Marketplace Account die Versandkosten weg, und die Händler profitieren von Käuferschutz und einer Bestpreis-Garantie.

Preis schlägt Geschwindigkeit

Vorteile, die Haci Bektas für sich und seine Kunden zu nutzen weiß. Der Geschäftsführer des Autohaus Zangberg in der Nähe von München bestellt einen Großteil seiner Ersatzteile bei Alzura. „Besonders das große Angebot auf Alzura ist für uns ein echter Mehrwert. Hier bekommen wir alle benötigten Kfz-Ersatz-

teile, vom aktuellen Volumenmodell bis hin zum Oldtimer.“ Auf den stationären Handel greift Bektas eher in Ausnahmefällen zurück. „Die meisten unserer Kunden achten auf den Preis und nehmen die gegenüber dem stationären Handel längere Lieferzeit in Kauf. Ein Argument für Alzura gerade im Kundengespräch. „Der Serviceleiter im Autohaus kann im Gespräch mit dem Kunden in Echtzeit ein Ersatzteil suchen und ihm noch vor Ort ein Angebot machen oder ihm mitgeben. Dazu ist kein zusätzliches Programm notwendig“, ergänzt Daniel Reuland.

Digitalkompetenz erhöhen

Alzura hilft dem Handel aber auch in anderen Bereichen, ihr digitales Angebot auszubauen. Mit reifenvorort.de und autoreparaturen.de sind B2C-Portale eingebunden, auf denen die Händler und Werkstätten sich für weitere Services listen lassen und so ihre Sichtbarkeit im Netz für Autofahrer erhöhen können. Und sogar eine eigene Website oder ein Onlineshop ist über Alzura in Eigenregie umsetzbar. „Durch unser System kann jeder ohne Programmierkenntnisse eine Website erstellen oder Produkte online verkaufen. Wir haben die nötige Datenqualität dafür und stellen ein einfaches System zur Verfügung. Das sorgt bei den Händlern und Autofahrern für mehr Zufriedenheit“, so Daniel Reuland.

Ein Angebot, von dem alle Händler oder Servicebetriebe profitieren, unabhängig davon, wie sehr sie sich mit dem Thema Digitalisierung bereits auseinandergesetzt haben oder digitale Prozesse integriert haben. Anbieter wie Alzura werden in Zukunft immer wichtiger werden, denn für viele Unternehmen im Autohandel wären solche Herausforderungen allein kaum zu bewerkstelligen. ■