

Digitalisierung verändert Beschaffung

Ein Trendreport analysiert 20 Jahre E-Commerce im Automotive Aftermarket. Seit zwei Jahrzehnten begleitet und gestaltet Speed4Trade die digitale Vermarktung von Reifen und Kfz-Teilen.

Foto: Spryker/Adobestock



Werkstätten schrauben nicht nur an Fahrzeugen, sondern auch an eigenen Bestellprozessen.

E-Commerce-Anbieter waren für viele Servicebetriebe lange Zeit nicht attraktiv, wenn es um die Bestellung von Ware ging. Doch seit den ersten Schritten im E-Commerce-Business im Automotive Aftermarket und Reifenhandel ist einiges geschehen, die Akteure haben an Professionalität zugelegt und passen ihr Angebot immer mehr an die Bedürfnisse der gewerblichen Ersatzteile, Reifen- und Zubehörkäufer an. Die Speed4Trade GmbH begleitet diese Prozesse seit 20 Jahren. Daran erinnert das Unternehmen im Trendreport „20 Jahre digitaler Wandel im Kfz-Aftermarket“.

„Damals war der Automotive Aftermarket ein anderes Spielfeld. Bestellt wurde überwiegend per Telefon oder Fax“, erklärt Sandro Kurz, einer der beiden CEOs und Gründer von Speed4Trade, im Vorwort des Reports. Dieser startet mit der Geschichte eines Autoteilehändlers „irgendwo im Ruhrgebiet“, wie es heißt. In dessen Regalen stapeln sich Ersatzteile. Kataloge liegen griffbereit. Das Faxgerät glüht. Kunden rufen an oder bestellen per Telefax. Von Onlinehandel keine Spur. 20 Jahre später laufen die Dinge anders: „Werkstätten bestellen rund um die Uhr im Serviceportal. Endverbraucher bestellen ihre Bremsbeläge direkt per Klick im Online-Shop. Die Logistik ist ange-

„Wer sich nicht mit jedem einzelnen Bestellschritt auseinandersetzen muss, gewinnt Zeit.“

Trendreport Speed4Trade, zum 20-jährigen Jubiläum des Unternehmens

bunden, die Lagerhaltung automatisiert. Schnittstellen liefern Daten in Echtzeit. Der Umsatz? Hat sich verdreifacht.“

Praxisbeispiele von Branchengrößen

Das Whitepaper liefert digitale Erfolgsrezepte aus 20 Jahren Speed4Trade. Auf insgesamt 28 Seiten nimmt es die Leser mit auf eine Zeitreise durch die letzten zwei Jahrzehnte des Autoteile-Online-Handels.

Darüber hinaus serviert Speed4Trade sehr konkrete Trends und Tipps, um Kunden digital besser zu erreichen. Sieben praxiserprobte Impulse zeigen aktuelle Chancen und Herausforderungen für Anbieter auf und geben Orientierung. Mit Praxisbeispielen von Branchengrößen wie zum Beispiel PneuHage Fleet Solution oder Euromaster möchte der E-Commerce-Softwareprovider andere Aftermarket-Akteure inspirieren, eigene digitale Meilensteine zu setzen. Ein Zukunftsausblick beleuchtet, wie KI, Personalisierung und Automatisierung den Autoteilemarkt umkrempeln.

Der im Whitepaper beschriebene Wandel ist längst Realität. Die Plattformökonomie verändert Handelsstrukturen und Kunden fordern digitale Services auf Augenhöhe. Wer hier nicht mithält, verliert Marktanteile. Das Whitepaper zeigt, wie es Schnittstellen, Daten und Middleware strategisch zu nutzen gilt. Damit können Anbieter ihre Prozesse automatisieren, Kunden mit relevanten Services binden und somit ihre E-Commerce-Strategie zukunftssicher aufstellen.

Der Report schließt mit einem Appell: Automatisierte Prozesse senken nicht nur Kosten, sondern erweitern die Servicemöglichkeiten der Anwender, heißt es. „Wer sich nicht mehr mit jedem einzelnen Bestellschritt auseinandersetzen muss, gewinnt Zeit, um Kunden fundiert zu beraten.“ Laut den Autoren ein klarer Vorteil in einem Markt, der sich „über Preiskämpfe oft selbst zerfleischt“, so der O-Ton. Hier könne der persönliche Service einer der Gründe sein, warum Kunden bleiben. (MAS) ■