

Man will näher an den Kunden

Online-Teilehandel | Das Ranking AA-Stars der umsatzstärksten Endkunden-Shops für Kfz-Teile belegt erneut, dass sich die großen Anbieter den Markt untereinander aufteilen. Der Markt bietet aber auch Chancen für Newcomer mit neuen Geschäftsideen.

Der Software-Entwickler Speed4Trade hat die Ergebnisse der zweiten Ausgabe des Online-Rankings „AA-Stars“ veröffentlicht. Der Index, der zweimal jährlich erscheint, ermittelt die umsatzstärksten B2C-Online-Shops für Autoersatzteile in Deutschland. In der aktuellen Ausgabe wurde neben dem Segment Kfz-Ersatzteile (Parts) auch das Segment Tyres & Rims aufgenommen.

Mehr als 1.800 Shopadressen (URLs) wurden im Automotive Aftermarket Deutschland bisher für die Studie identifiziert. Letztlich wurden für das Segment Parts 316 Online-Shops in den Index aufgenommen, für den Bereich Reifen 202 Online-Shops. Große Veränderungen im Ranking der umsatzstärksten Shops gegenüber der ersten Auflage gab es nicht (siehe Tabelle).

Bei den Autoteile-Shops teilen sich die Großen den Markt unter sich auf: Die Top-5-Shops erwirtschaften mit 46,5 Prozent fast die Hälfte des gesamten Umsatzes des Marktsegments. Die ersten drei Shops bieten sich dabei ein Kopf-an-Kopf-Rennen um die Spitze.

Bei den Reifenshops ist das Bild ähnlich: Mit 43,4 Prozent Marktanteil konzentriert sich das Tyres-&-Rims-Segment auf die Top-5-Shops. Bei den Top 20 ergibt sich mit 71,4 Prozent Marktanteil ebenfalls ein fast identisches Bild zum Autoteile-Segment.

Das haben Amazon und Ebay vor

Spannend ist immer die Frage, was die großen Marktplätze wie Ebay oder Amazon im Kfz-Teilehandel planen. Wenn diese huschen, zittert der Markt. Torsten Bukau, Ex-

perte bei Speed4Trade, hat eine Einschätzung: „Für Ebay in Deutschland ist der Kfz-Teilehandel eine der umsatzstärksten Kategorien. Für Ebay funktioniert das Geschäft, und daher wird man das aus meiner Sicht weiter ausbauen“, glaubt er E-Commerce-Experte.

Marktplätze hätten das Ziel, Anbieter und Abnehmer zusammenzubringen, und suchten daher die Nähe zu beiden Seiten. Für Ebay heißt das: Man will nicht nur an den Großhändler, sondern auch noch näher an den Hersteller ran. Auf der anderen Seite suchen Marktplätze die Nähe zum Kunden – über Services, die noch mehr Convenience bieten. Der Amazon-Sprachassistent ist nichts anderes als die konsequente Kundenbindung in den Alltag hinein – mit maximaler Convenience und größter Käufersnähe. Dietmar Winkler |

Top 10 Online-Teleshops B2C

Platz	URL	Veränderung
1	kfzteile24.de	0
2	atu.de	1
3	pkwteile.de	-1
4	Autodoc.de	0
5	atp-autoteile.de	0
6	autoteiledirekt.de	0
7	leebmann24.de	0
8	bandel-online.de	0
9	autoersatzteile.de	0
10	motointegrator.de	0

Quelle: Speed4Trade

Im Internet kommen Verkäufer und Käufer zusammen – künftig wird man ganz neue Anbieter sehen.

