

## Quickfinder

### **Tyre24 will mit Reifen-vor-Ort Nummer eins im B2C-Bereich sein**

Das E-Commerce-Center (ECC) Handel des Institutes für Handelsforschung der Universität Köln hat ein Interview mit Michael Saitow, Geschäftsführer der Tyre24 GmbH, veröffentlicht, wonach das Unternehmen mit der von ihm betriebenen Endkundenplattform [www.reifen-vor-ort.de](http://www.reifen-vor-ort.de) im Jahr 2010 die „Nummer eins im B2C-Bereich“ sein will. Wie Saitow weiter sagt, schätzt er, dass der Onlineanteil im Reifenhandel bis dahin auf zehn Prozent bezogen auf das gesamte deutsche Pkw-Reifenersatzgeschäft gestiegen sein wird. Im B2B-Bereich könne man mit der Plattform [www.tyre24.de](http://www.tyre24.de) mittlerweile bereits „einen sehr hohen Marktanteil“ für sich reklamieren, wobei Saitow in diesem Zusammenhang die Zahl von 15 Prozent nennt.

Über die Endkundenplattform würden derzeit dauerhaft über 3.500 Anbieter online Reifen anbieten, zitiert das ECC Handel Aussagen von Saitow, für den im Geschäft Handel an Verbraucher die Signale bezüglich des Nebeneinanders von stationärem Reifenfachhandel und Onlineanbietern nach wie vor bislang eher noch auf Konfrontation denn auf Kooperation stehen. „Der Handel hat es meiner Meinung nach zu weit kommen lassen. Reifen werden nach Hause geliefert, und der Handel darf diese dann montieren, reklamieren und Garantien übernehmen, ohne einen Cent an dem Reifen bzw. der Felge verdient zu haben. Lediglich die Montage wird berechnet und das schon oft für fünf Euro pro Rad“, begründet er seine Sicht der Dinge, ohne die durch das Internet gegebene Preistransparenz in Abrede zu stellen.

Doch eigenen Auswertungen zufolge – so der Tyre24-Geschäftsführer weiter – würden mitnichten alle Verbraucher nur bei dem billigsten Anbieter kaufen, sondern zumindest bezogen auf diejenigen, die ihre Reifen über [www.reifen-vor-ort.de](http://www.reifen-vor-ort.de) erwerben, seien es lediglich knapp 20 Prozent. Bestellt werde vielmehr bei dem Anbieter, der die meisten positiven Bewertungen hat bzw. der sich am seriösesten präsentiert oder dessen Werkstatt sich in unmittelbarer Nähe zum Kunden befindet. „Reifenkauf ist schließlich Vertrauenssache und wegen zwei oder drei Euro Ersparnis pro Reifen fährt doch keiner 25 Kilometer weiter“, ist Saitow überzeugt, wobei er einschränkt, dass „aber auch hier der Preis gegenüber den Mitbewerbern in der Region nicht überdurchschnittlich hoch ausfallen“ dürfe.