

Service- und Teilegeschäft

Keine Angst vorm Internet

Die Vielfalt der Online-Angebote birgt Chancen und Risiken für Werkstätten und Verbraucher



Ein Ersatzteil fürs Auto per Computertastatur zu bestellen, ist leichter gesagt als getan.

Die Stimmung in der Branche ist gut. Die meisten Inhaber von Kfz-Betrieben berichteten nach Ablauf des ersten Halbjahres über stabile Umsätze im Neuwagen-, Gebrauchtwagen- und Werkstattgeschäft. Dies ergab die Branchenindexbefragung der Redaktion »Kfz-Betrieb«. „Doch der Wettbewerb um den Servicekunden wird intensiver. Die Margen im Verkauf von Serviceleistungen und Ersatzteilen geraten zunehmend unter Druck“, sagte Eckhard Brandenburg, Senior Consultant der BBE Automotive, anlässlich des 12. After-sales-Forums der BBE in Köln.

So wilderten mittlerweile alle Marktteilnehmer in den Revieren der Konkurrenten: Mit Service-Flatrates und Garantieverlängerungen versuchten die Automobilhersteller und Importeure, den Wechsel der Kunden zu den markenunabhängigen Kfz-Betrieben zu bremsen. Auf der anderen Seite würden die Freien Werk-

stätten ins Flottengeschäft eindringen, um Kunden mit jungen Fahrzeugen in die Freie Werkstatt zu bringen.

Und seit einigen Jahren macht sich ein weiterer Wettbewerber breit: das Internet. Werkstätten, Fahrzeughersteller, Teilegroßhändler, private Anbieter – alle tummeln sich im World Wide Web und wollen Ersatzteile für Automobile verkaufen. Gibt man beispielsweise in der Suchmaschine Google den Begriff „Auto-



Eckhard Brandenburg, Senior Consultant der BBE: „Das Internet macht die Werkstattpreise transparent. So können die Autofahrer die Serviceangebote vergleichen.“

ersatzteile“ ein, dann bekommt man über sieben Millionen Internetseiten genannt, die Ersatzteile zum Kauf anbieten.

Angebote auf Marktplätzen bündeln

Weder der Verbraucher noch die Werkstatt haben bei dieser Angebotsvielfalt eine Chance, das jeweils richtige für sich zu finden. Deshalb haben sich längst spezielle Marktplätze gebildet, die Angebote verschiedener Hersteller und/oder Dienstleister bündeln – allen voran Ebay Motors. Über diesen Marktplatz wird aktuell in Deutschland alle zwei Sekunden ein Fahrzeugteil verkauft. Das Problem bei dieser Plattform: Der Käufer weiß nie, ob das eingekaufte Teil auch wirklich in sein Fahrzeug passt, wenn er kein Fachmann ist. Und selbst für diesen ist es ab und an schwierig, das Teil bei Ebay genau zu identifizieren.

Bessere Möglichkeiten bietet da der Onlinemarktplatz Daparto.de. Er listet aktuell etwa sieben Millionen Angebote aus den Bereichen freier Teilehandel, Originalteile und Gebrauchtteile auf. In der Hauptsache sind es Verschleißteile, die über die Onlineplattform ausschließlich von gewerblichen Anbietern verkauft werden. Daparto bietet dem User eine strukturierte Teilsuche an, das heißt, die Plattform sagt ihm, welches Teil in welches Fahrzeug passt.

„Der Onlineteilekanal wächst beständig“, erklärt Christian Koeper, Geschäftsführer der Magari Internet GmbH in Berlin, die den Onlinemarktplatz Daparto be-

treibt. Koeper beobachtet seit Jahren eine Verschiebung vom traditionell rein offline laufenden Teilemarkt hin zum Onlinekanal. Das habe es in anderen Industrien auch schon gegeben, beispielsweise in der Unterhaltungsindustrie.

Natürlich sei es ein gravierender Unterschied, ob sich ein Verbraucher per Internet ein neues Radio für die Küche oder Bremsenteile für sein Fahrzeug kaufe. Ähnlich einfach wie Unterhaltungselektronik funktioniere im automobilen Sektor vielleicht noch der Reifen. „Das ist ein massentaugliches Produkt – den Autoreifen kann sich jeder in der passenden Größe kaufen“, sagt Koeper. Dafür müsse der Autofahrer lediglich an seinem Fahrzeug einmal auf die Reifenflanke schauen und könne dann im Internet nach dem passenden Reifen suchen – und sei es nur, um eine Preisinformation zu erhalten, mit der er dann in die Preisverhandlungen mit seiner Werkstatt oder dem Reifendienst eintreten könne.

Letzteres ist allerdings ein Problem für die Werkstätten. Die Anfragen von sparsamen Verbrauchern nehmen zu – und zwar nicht nur nach günstigen



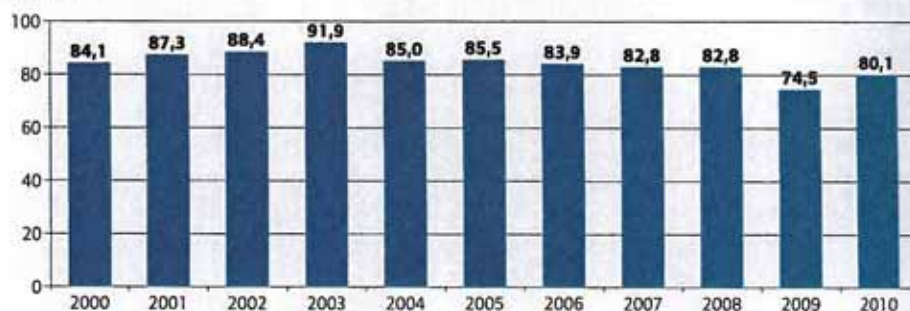
Teilen. Immer mehr Verbraucher kaufen Teile über das Internet und fragen in den Werkstätten nur noch die Dienstleistung nach. Häufig bleibt es dann bei der Anfrage, weil der Autofahrer irgendwo ein um ein paar Euro günstigeres Angebot für die Dienstleistung erhalten hat.

„Es ist problematisch und aufwendig, die Anfragen zu bearbeiten. Meist wissen wir nicht, aus welchen Kanälen das Ersatzteil kommt, und manchmal stellen wir fest, dass es einfach nicht passt“, sagt Serviceleiter Raik Lohrengel vom Autohaus Karl & Co. in Wiesbaden. Deshalb verbaut das BMW-Autohaus solche Teile nur unter Vorbehalt. „Bei sicherheitsrelevanten Teilen machen wir das gar nicht“, fügt Lohrengel an. Zudem störe es die eingespielten Arbeitsabläufe im Autohaus, wenn Kunden ihre Teile selbst mit zum Service bringen. Sein Bē-

Anzahl Wartungs- und Reparaturaufträge (= Jobs) (einschl. Unfallreparaturen)

kfz betrieb

in Mio. Jobs



Die Anzahl der Wartungs- und Reparaturaufträge nimmt auch in Zukunft weiter ab. Über Onlinebörsen versuchen die Werkstätten, zusätzliche Serviceaufträge zu akquirieren.

Quelle: BBE Automotive

trieb müsse letztlich für die geleistete Reparatur geradestehen. „Da sind die zusätzlich verkauften Arbeitswerte für uns nicht mehr so interessant, dass wir solche Arbeiten unbedingt durchführen müssen“, erklärt Lohrengel.

Auch das Autohaus Herrmann Klein in Fulda sieht die mitgebrachten Ersatzteile eher kritisch. „Es ist unsere

Aufgabe, den Kunden darüber aufzuklären, was er gekauft hat, beispielsweise, wenn ein Bremsbelag kein ECE-Prüfzeichen hat“, erklärt Serviceleiter Michael Gerlach. Zudem müsse der Betrieb dem Kunden darlegen, dass die im Autohaus gekauften Teile gar nicht so viel teurer seien als die im Internet erstandenen. „In den meisten Fällen gelingt es uns, den Kunden zu überzeugen, unsere Teile verbauen zu lassen. Wenn wir das nicht schaffen und uns das Ersatzteil des Kunden nicht sicher erscheint, müssen wir ihm unmissverständlich sagen: Wir verbauen das nicht“, fügt Gerlach an.

Werkstätten sind kritisch

Der Kunde stößt mit seinem mitgebrachten Teil also bei vielen Werkstätten auf Ablehnung. Dennoch will er auf das Internet als Einkaufsmöglichkeit offensichtlich nicht verzichten – es geht ihm um Markttransparenz und Preisvorteile. Allein das Portal Daparto nutzen monatlich bereits mehr als 600.000 User – und dieser Marktplatz ist nach Ebay nur die Nummer zwei im deutschen Onlineteilemarkt. Doch wo soll der Autofahrer mit dem im Internet gekauften Ersatzteil hin?

Christian Koeper erklärt, dass über Daparto hauptsächlich Do-it-yourselfer (DIY) ihre Ersatzteile kaufen würden. Es gebe nach wie vor sehr viele sogenannte Schrauber, die seien die Kernzielgruppe des Onlineteilemarktes. „Die kau-



Foto: Daparto

„Bei Daparto kaufen Do-it-yourselfer“, sagt Christian Koeper.

fen Teile, weil etwas an ihrem Auto kaputt ist und sie einen konkreten Reparaturbedarf haben“, so Koeper. Dazu komme aber mehr und mehr die Zielgruppe der preissensiblen Autofahrer – und die benötigten jemanden, der ihnen die Teile verbaut. Das könne ein Nachbar oder ein guter Freund oder auch einfach nur der Schwarzarbeiter sein, es könne sich dabei aber auch um eine Werkstatt handeln.

Jedenfalls lege diese Zielgruppe kaum selbst Hand an ihr Fahrzeug. „Sie suchen nach



Schier unendlich erscheint die Vielfalt der Angebote im Internet: Der Verbraucher kann die Qualität nicht einschätzen, die Werkstatt ebenso wenig.

Mitgebrachte Teile stoßen in Werkstätten auf wenig Gegenliebe. Die Dienstleistung über das Internet anzubieten, kann aber neues Servicepotenzial erschließen.



Foto: Wenz

preislichen Alternativen zu dem, was die Werkstatt anbietet", sagt Koeper. Teilepreise und Stundenverrechnungssätze seien für den Autofahrer nicht wirklich transparent. „Das heißt, wenn die Werkstatt dem Kunden sagt, dass dieses oder jenes gemacht werden müsse, weiß der Autofahrer nicht, wie er das preislich einschätzen muss“, erklärt Koeper. Dennoch glaubt er nicht an eine neue Volksbewegung „Autoschrauben“ in Deutschland.

MEINUNG

KEIN ERNSTHAFTER WETTBEWERB



Konrad Wenz, Ressortleiter Service & Technik.

Foto: Archiv

Anfangs ging es meist nur um gebrauchtes Zubehör, das über das Internet von einem Autofahrer an den nächsten weitergegeben werden sollte. Doch schnell haben die ersten Werkstätten erkannt, dass sich hier ein neuer Markt auftut – plötzlich lässt sich das vielleicht im Lager liegende gebliebene Zubehörteil einem viel größeren Käuferkreis anbieten, als ihn der eigene regionale Markt zur Verfügung stellen kann. Und warum soll

man es dann nicht auch mit Ersatzteilen versuchen? Für den Käufer ergibt sich aus dem preiswerten Teilekauf allerdings ein Problem: Wer baut ihm dieses Teil ein? Portale, über die die Dienstleistung vermarktet wird, sind wenig bekannt – und wenn sie bekannt sind, dann sind sie nicht erfolgreich. Allen voran ist hier Ebay zu nennen. Diese Internetseite dürfte inzwischen jedem bekannt sein. Dennoch ist Ebay über erste Gehversuche nicht hinausgekommen und hat aktuell in dieser Richtung nichts im Angebot. Für die Werkstätten heißt das: Habt keine Angst vor Internetportalen!

„Über Daparto verkaufen die angeschlossenen Händler regelmäßig Lenkungsgetriebe, AGR-Ventile, Stoßdämpfer, Bremsenteile (Scheiben und Beläge), Querlenker und Stabis“, sagt Koeper. Zudem sei Zubehör interessant für den Onlinemarktplatz. „Es gibt Zubehör, das identifiziert werden muss – beispielsweise Anhängerkupplungen oder Dachträger, die nur für bestimmte Fahrzeuge passen“, so der Geschäftsführer. Und diese Teile müssen verbaut werden.

Einige Internetbörsen haben sich deshalb von den reinen Teileportalen hin zu Reparaturbörsen gemausert. „Nicht nur beim Kauf von Teilen und Zubehörartikeln, sondern auch bei fälligen Wartungen oder außerplanmäßigen Reparaturen suchen die Autofahrer im Internet nach Werkstätten“, beobachtet Unternehmensberater Brandenburg.

Internet übernimmt die Akquisition

„Das Internet wird in Zukunft im Aftersales-Geschäft eine zunehmende Informations- und damit auch Akquisitionsfunktion übernehmen“, glaubt auch Prof. Willi Diez vom Institut für Automobilwirtschaft in seiner Studie „Zeitenwende im Automobilser-

vice“. Im Wesentlichen gebe es heute vier Geschäftsmodelle von Reparaturbörsen:

- ▶ Reine Werkstattübersichten
- ▶ Auftragsausschreibungen durch die Kunden und Angebotsabgaben durch die Werkstätten
- ▶ Auktionen für die günstigsten Werkstattangebote (Rückwärtsauktionen)
- ▶ Kombinationen aus den ersten drei Modellen

Beispiel www.autoreparaturen.de: Vor gut drei Jahren ging das Werkstattsuchportal online. Das Ziel des Gründers Sebastian Cyran war es, nicht

lediglich ein Adressverzeichnis der in Deutschland ansässigen Kfz-Betriebe anzubieten. Vielmehr wollte er eine Vermittlungsplattform für Werkstätten und potenzielle Kunden schaffen.

Die Autofahrer können hier kostenlos nach Werkstätten suchen und ihre gewünschte Serviceleistung beschreiben. Autoreparaturen.de vermittelt alle Anfragen an Werkstätten, die fünf bis maximal 40 Kilometer vom Wohnort der potenziellen Kunden entfernt sind. Diese erhalten dann von den Werkstattpartnern der Börse Kostenvorschläge. Mithilfe eines kostenlosen Accounts (Zugangsberechtigung) für das Suchportal kann der Interessent alle Kostenvorschläge einsehen und bearbeiten. Zusätzlich werden ihm die Serviceangebote per E-Mail und SMS zugestellt. Nach Aussagen von Autoreparaturen.de kommen mehr als 50 Prozent der Erstkunden wieder in ihre ausgewählte Werkstatt.

Im Prinzip ist das Portal vergleichbar mit den bekannten Handwerkerbörsen, beispielsweise My-Hammer.de. Der

Werkstattbörsen im Internet: Drei Geschäftsmodelle

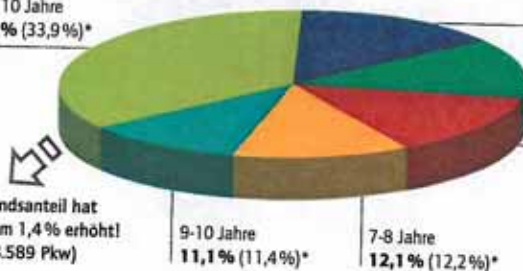
| Name, Adresse | Geschäftsmodell |
|--|---|
| www.repcar.de | Ausschreibung von Reparaturaufträgen für Unfallfahrzeuge |
| www.autoreparaturen.de | Ausschreibung von Reparaturaufträgen für alle Kfz-Arbeiten |
| www.motoso.de | Werkstattfinder (Adressdatenbank) ▶ Service-Angebote-Finder (ausgeschriebene Festpreisangebote) ▶ Ausschreibung von Reparaturaufträgen für alle Kfz-Arbeiten |
| Ebay Motors | Werkstattfinder (Adressdatenbank) ▶ Service-Angebote-Finder (ausgeschriebene Festpreisangebote) |
| www.freie-werkstatt-24.de | Werkstattfinder (Adressdatenbank) |
| reparaturFUXX | Werkstattfinder (Adressdatenbank) ▶ Service-Angebote-Finder (ausgeschriebene Festpreisangebote) ▶ Ausschreibung von Reparaturaufträgen für alle Kfz-Arbeiten (Rückwärtsauktionen) |
| www.my-hammer.de | Rückwärtsauktionen |
| www.blauarbeit.de | Rückwärtsauktionen |
| www.werkstattsuche.de | Suchmaschine nach Webseiten |

Quelle: Institut für Automobilwirtschaft (IfA)

Ältere Fahrzeuge gewinnen weiter an Bedeutung

Basis: Pkw-Bestand am 31.12.2010: 42.301.563 Pkw

Über 10 Jahre
35,3% (33,9%)*



Bestandsanteil hat sich um 1,4% erhöht! (=768.589 Pkw)

- 72,1% (70,6%)* der Fahrzeuge des Pkw-Bestands sind 5 Jahre und älter.
- 58,5% (57,5%)* der Fahrzeuge sind 7 Jahre und älter.

Kfz betrieb

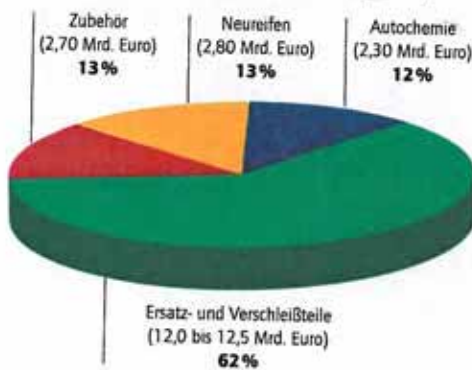
- 1-2 Jahre **14,8%** (15,4%)*
- 3-4 Jahre **13,2%** (14,1%)*
- 5-6 Jahre **13,6%** (13,1%)*

* Werte in Klammern sind die Vergleichszahlen für 2009

Quelle: KBA

Gesamtmarktvolumen auf der Materialebene

Basis 2009: 19,80 bis 20,30 Mrd. Euro (zu EVP ohne MwSt.)



→ Das Gesamtvolumen des Aftermarket für Ersatz- und Verschleißteile auf der Materialebene lag 2009 in Deutschland bei 12 bis 12,5 Mrd. Euro.

Quelle: BBE

Kunde gibt seinen Wunsch ein, die Anfrage wird an die angeschlossenen Dienstleister übermittelt und diese unterbreiten dem Autofahrer dann ein Angebot. Der Verbraucher müsse auf der Homepage einfach die Schlüsselnummern aus dem Fahrzeugschein eintragen, die Extras anklicken und den Schaden beschreiben. Wenige Tage, oder manchmal auch nur Stunden später meldeten sich Werkstätten aus der Umgebung und teilten ihm mit, was die Reparatur kostet.

„Es ist ein sehr spannender Ansatz, dem Kunden nicht nur das Teil, sondern auch die dazugehörige Dienstleistung anzubieten. Wir haben uns in meiner Zeit bei Ebay Motors

lange den Kopf darüber zerbrochen, wie man so etwas hinbekommt. Wenn es irgendwann einmal in Deutschland einen landesweit verfügbaren Servicemarktplatz geben sollte, wird das ein tolles Modell“,

Auch die Fahrzeughersteller haben inzwischen entdeckt, dass im Internet mit Ersatz- und Zubehörteilen Geld zu verdienen ist. Lexcom hat die Teileplattform Partslink 24 speziell für die Bedürfnisse der Freien Werkstätten im Auftrag der Automobilhersteller entwickelt. Die Wahl zwischen 15 Pkw- und Nfz-Herstellern, die gleiche grafische Benutzeroberfläche für alle beteiligten Fahrzeughersteller und der einfache Zugang über das Internet machen Partslink 24 zu einem „One Stop Shop“ für Originalteile. Das Informations- und Bestellportal für Originalteile ermöglicht Freien Werkstätten den Zugang zum gesamten Ersatzteilportfolio der Fahrzeughersteller. Die

führt Koeper aus. Die bisherigen Ansätze seien allerdings nicht sonderlich erfolgreich. Das Problem sei, dass die Werkstatt in der Regel nach einer gewissen Zeit feststelle: „Da tut sich leider nichts.“ Das liege daran, dass die bisherigen Plattformen den Markt nicht wirklich durchdringen würden – entweder seien sie nicht bekannt, oder die Kunden fänden dort nicht das, was sie brauchten. „Keine der Plattformen hat es bisher geschafft, eine kritische Größe in der Reichweite zu überschreiten“, fügt Koeper an.

Zusätzliches Servicepotenzial

Dennoch: Wenn die Werkstatt ihn frage, ob sie sich an eine solche Plattform anhängen solle, laute seine Antwort: „Probiert es aus – Ihr könnt nur gewinnen.“ Allerdings müsse die Teilnahme für die Werkstatt kostenfrei sein; nur im Fall einer vermittelten Reparatur sollten Kosten anfallen. Zudem dürfe die Werkstatt keine zu hohen Erwartungen haben. Auch Michael Gerlach vom Autohaus Klein glaubt: „Dem Kunden bei der Onlinevermarktung von Teilen gleich die Dienstleistung ‚Einbau‘ mit anzubieten, halte ich für einen guten Weg. Das könnte unserer Werkstatt neues Servicepotenzial eröffnen.“

Obwohl das Internet die Werkstattpreise für die Autofahrer transparent mache und somit Leistungsvergleiche ermögliche, würden zukünftig immer mehr Servicebetriebe die Reparaturbörsen für ihre Werkstattangebote nutzen, vermutet Eckhard Brandenburg von der BBE. Sein Fazit: „Das Gros der Servicekunden bleibt weiterhin seiner gewohnten Werkstatt treu.“

Dazu kommt, dass auch immer mehr Werkstätten selbst das Internet für ihren Teileein- und -verkauf nutzen. Zum einen verschaffen auch sie sich damit eine Markttransparenz, zum anderen kommen sie damit in den Genuss preiswerter Teile. Allerdings spielt bei ihnen der Zeitfaktor eine noch größere Rolle. Steht der Kunde mit seinem defekten Auto auf dem Werkstatthof, dann will er es meist sofort repariert haben. Das heißt, die Werkstatt ist auf die schnelle Teileverfügbarkeit angewiesen. „Darin besteht aus meiner Sicht keine Gefahr für bestehende Marktstrukturen. Das Internet wird nicht in der Lage sein, die großen freien Anbieter zu ersetzen, weil die nicht nur das Teil anbieten, sondern auch über die logistischen Netze verfügen. Das wird ein Internetmodell nie leisten können“, resümiert Koeper. *Norbert Rubbel/Konrad Wenz*

PARTSLINK 24: ONLINEPORTAL DER FAHRZEUGHERSTELLER

Freie Werkstatt kann mit Partslink 24 rund um die Uhr nach Originalteilen suchen und beim Händler ihrer Wahl bestellen. Die Möglichkeit, über die Fahrgestellnummer einzusteigen, verringert die Fehlerquote. Eine mehrstufige Bestandsanzeige (DMS-Bestand des Händlers sowie des angeschlossenen Depots) gibt darüber Auskunft, ob die benötigten Teile verfügbar sind. Um Partslink 24 nutzen zu können, ist eine Registrierung und die Wahl einer Tageszulassung, eines Monats- oder eines Jahresabonnements erforderlich. Weiterführende Informationen sowie ein kurzer Film und die Registrierungsmöglichkeit sind unter www.partslink24.com erhältlich.