

PRESSEMITTEILUNG

Reifen-vor-Ort feiert zehnjähriges Bestehen

Kaiserslautern, den 24.03.2017: Die Reifenhändler-Preis-Suchmaschine Reifen-vor-Ort, eine Marke der SAI TOW AG, feiert runden Geburtstag. Vor zehn Jahren startete die Erfolgsgeschichte des Endkundenportals, über das jeder, bei der B2B-Plattform Tyre24 angeschlossene Fachhändler, Angebote direkt an die Autofahrer richten kann. Dahinter steht das Ziel, als Konkurrenz zu Onlineshops, Reifenhändlern, Autohäusern und freien Werkstätten die Möglichkeit zu geben, Reifen selbst mit eigenen Kalkulationen zu vermarkten und nicht als Montagestation degradiert zu werden. So kann sich die Werkstatt durch ihren Service im Wettbewerb hervorheben. Zusammengefasst gab es auf Reifen-vor-Ort in den letzten zehn Jahren mehr als 500 Millionen Seitenaufrufe, Millionen von Reifen- und Felgen wurden an die teilnehmenden Händler vermittelt und Beiträge im zweistelligen Millionenbereich in die Vermarktung investiert.

Ein toller Erfolg, den Reifen-vor-Ort mit einer besonderen Aktion feiert: Mit einer Preisersparnis von 50 Prozent bei einer Profilstung auf den beiden Endkundenplattformen reifen-vor-ort.de und Autoreparaturen.de bedankt sich Reifen-vor-Ort bei den Händlern. Damit können die Händler am boomenden Onlinemarkt für Reifen, Ersatzteile und Autoservice kostengünstig teilnehmen und neue Endkunden gewinnen.

Zweijährige Vorbereitungszeit vor Start

Begonnen hat alles am 01. März 2007. Nach zweijähriger Programmierarbeit ging die Endkundenplattform des Unternehmens aus Kaiserslautern damals an den Start. Nachdem der Online-Reifenhandel zur damaligen Zeit immer mehr Fahrt

aufnahm und der klassische Reifenhandel mehr und mehr zur Montagestation verkümmerte, entwickelte die SAITOW AG für die auf der B2B-Onlineplattform www.tyre24.de gelisteten Händler mit reifen-vor-ort.de ein neues Geschäftsmodell: Mit einer kostenlosen Listung auf der Plattform sollte es den Händlern ermöglicht werden, am boomenden Onlinereifenmarkt teilzunehmen, ohne dabei jedoch das Ursprungsgeschäft - den klassischen Reifenhandel vor Ort - zu vernachlässigen. Ziel war es, dass der Endkunde seine Reifen zu marktgerechten Preisen und gewohnter Servicequalität wieder vermehrt vor Ort kauft. Um das neue Konzept bei den Autofahrern bekannt zu machen, wurden schon im ersten Jahr 2,5 Millionen Euro in die Vermarktung investiert. Schwerpunkt des damaligen Marketingmixes bildeten Sportsponsoring, Eventmarketing und Radio & TV-Spots. Und das zeigte Wirkung. Das neue Geschäftsmodell, bei welchem der Kunde auf der Plattform die Reifenhändler in seiner Region hinsichtlich des Preises, der angebotenen Leistung und der Entfernung zum Wohnort vergleichen kann, wurde sowohl von den Endkunden als auch den Händlern sehr positiv angenommen. Bereits nach einem halben Jahr zählte die B2C-Plattform schon täglich bis zu 10.000 Kunden und hunderte Bestellungen bei den teilnehmenden Händlern. Im Laufe der Jahre entwickelt sich Reifen-vor-Ort immer weiter und zählte Ende 2011 ca. 5.000 teilnehmende Händler.

Anpassung an Kundenbedürfnisse durch zwei große Relaunches

Anfang 2012 erfolgte der erste große Relaunch und es ging eine optisch und technisch überarbeitete Seite an den Start. Mit einem revolutionären Händlerkonzept wurden die Weichen für eine noch erfolgreichere Zukunft der Plattform gestellt: Das Portal bietet seither den Händlern zwei Möglichkeiten an, die Reifenhändler-Preis-Suchmaschine gewinnbringend zu nutzen. Zur Auswahl stehen eine kostenfreie Basislistung sowie eine kostenpflichtige Profillistung, bei der eine erweiterte Funktionalität der Plattform zur Verfügung steht. Neben den beiden Listungsoptionen steht den Händlern seit 2012 unabhängig von der Art der Listung eine Umkreisfunktion zur Verfügung. Der Händler kann individuell den Radius

festlegen, in dem er für Endkunden bei der Reifensuche angezeigt werden möchte. Im September 2016 folgte schließlich der zweite große Relaunch, bei dem Reifen- vor-Ort den veränderten Bedürfnissen angepasst wurde. Um noch näher am Verbraucher zu sein und den Händlern den Einstieg in die digitale Welt des Ecommerce noch leichter zu gestalten, wurde das Webdesign unter dem Stichpunkt "responsive" angepasst. Der grafische Aufbau der Website richtet sich seither danach von welchem Gerät die Seite angefordert wird.

Geändert hat sich in den vergangenen zehn Jahren nicht nur das Design und die Funktionalität der Plattform, sondern auch die Art der Vermarktung. Nach einem klassischen Marketingmix in den Anfangsjahren, wird heutzutage erfolgreich komplett auf ein intensives Suchmaschinenmarketing gesetzt. Diese Form des Marketings sorgt dafür, dass die Online-Präsenz der aktuell mehr als 6.500 teilnehmenden Händler deutlich gesteigert wird.

Unternehmensprofil

Die SAIOW AG ist ein international agierendes IT-Unternehmen mit 300 Mitarbeitern an mehreren europäischen Standorten. Das Kerngeschäft ist Herstellung, Vertrieb und Betrieb von eCommerce Systemen. Seit 15 Jahren entwickeln hier Spezialisten Software, Web-Applikationen und Online-Plattformen, die zu den erfolgreichsten ihrer Branche zählen. Alle Elemente – von der Webseite, den Anbindungen an Warenwirtschaftssysteme, der Schnittstellen zum Datenaustausch unterschiedlichster Datenbankstrukturen bis hin zu eigenen Bezahlssystemen werden inhouse programmiert, getestet und gehostet. Die SAIOW AG wickelt über 100.000 Transaktionen täglich über die Server ab, genießt dabei das Vertrauen von rund 75.000 Kunden. Der Geschäftsbereich Tyre24.com ist der größte Marktplatz der Reifenbranche mit etwa 2.000 Lieferanten in ganz Europa. Mehr als insgesamt 40.000 Reifenhändler, Autohäuser und Werkstätten nutzen in Europa die Plattform zur Beschaffung von Reifen, Felgen und Verschleißteilen.

Pressekontakt

Torsten Kühne
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
SAITOW AG
Gewerbegebiet Sauerwiesen
Technologie-Park I & II
67661 Kaiserslautern, Germany
Mail: torsten.kuehne@saitow.ag
Telefon: +49 6301-600 1005