

# Logistik im Reifenhandel

Ideen für heute und morgen



# Thesen

- Durch die Digitalisierung verändert sich das Informations- und Kaufverhalten der KundInnen. Der klassische Großhandel verliert an Bedeutung. Dadurch verändern sich die physischen Wege der Ware.
- Die Industrie wird über eigene Montagebetriebe und verschiedene Plattformen verstärkt direkt an den/die KundInnen verkaufen. Der Händler wird zum Montagebetrieb, welcher die Reifen auf das Auto des Endverbrauchers montiert. Der Händler/Montagebetrieb wird von der Industrie (Verkäufer) für die Dienstleistung bezahlt.
- Die Ware kommt physisch näher zu den KundInnen. Da logistische Zwischenschritte wegfallen, werden diese Vorteile in höhere Lieferbereitschaft und Liefergeschwindigkeit investiert.

# Logistik / Supply-Chain-Management

Die Logistik ist allgemein als Querschnittsfunktion zu betrachten. Das bedeutet, dass sie nicht auf einen spezifischen Bereich oder eine Abteilung begrenzt ist, sondern betrifft alle Unternehmensbereiche. Ein Unternehmen besteht im Aufbau aus Einkauf, Produktion und Vertrieb. Sie haben die Aufgaben der Beschaffung, Produktion und Absatz. In jeder Abteilung wird es notwendig, die 6 R anzuwenden - also die richtige Ware zur richtigen Zeit am richtigen Ort in der richtigen Qualität und richtiger Menge zu den richtigen Kosten bereitzustellen.

**Supply-Chain-Management (SCM)** ist die auf das Gesamtsystem ausgerichtete strategische Koordinierung zwischen den traditionellen Geschäftsfunktionen und den taktischen Entscheidungen zwischen diesen Geschäftsfunktionen, mit dem Ziel der Verbesserung der langfristigen Leistungsfähigkeit der einzelnen Unternehmen und der Lieferkette als Ganzes.

# Reifenhandel - Die Situation heute

- In Österreich gibt es rund 1.800 – 2.000 Fachhändler, Discounter und Montagestationen.
- Entgegen dem internationalen Trend, sind viele Bereiche des Marktes noch nicht im direkten wirtschaftlichen Einfluss der Industrie.
- ÖsterreicherInnen nutzen kaum den Ganzjahresreifen und kaufen überproportional im Fachhandel, wo sie eine Beratung für ihre Winterreifenwahl erhalten.
- Österreich als für sich bezogener Markt ist zu klein für eigenständige B2C-Plattformen - noch dazu für Produkte mit einer geringen Kaufhäufigkeit.

# Reifenlogistik - Die Situation heute

- Wie man auch an anderen Waren sieht, werden Zentralläger nicht mehr länderbezogen betrieben. Logistische Netzwerke orientieren sich nach internationalen wirtschaftlichen, geografischen und politischen Einflüssen.
- Beinahe alle Industrieunternehmen haben in der Vergangenheit ihre Reifenlager in Österreich aufgelassen, um Österreich vom benachbarten Ausland aus zu beliefern. Dieser Trend ändert sich gerade.



# Wie sind wir hierhin gekommen?

- Nachdem Semperit 2002 die Produktion in Traiskirchen geschlossen hat, wird die gesamte Ersteinlagerungsmenge aus dem Ausland bezogen und in Form von Containerlieferungen und Komplett-LKW zeitig vor der Saison angeliefert und eingelagert.
- Jede Industrie hat hier für sich entschieden, wo der ideale Standort für die Bevorratung für den österreichischen Markt ist. Das kann in Ungarn (Hegyeshalom, Mosonmagyaróvár, Vac), die Slowakei (Senec), Tschechien (Ejpovice, Bor) oder Deutschland (Landau, Fulda, Philippsburg) sein
- Ansatz hierfür war oftmals die LKW-Fahrzeit vom Lager zum logistischen Zentrum von Österreich (Raum Wels).

# Logistische Versorgung Österreich

- Heute: Mindestens 2/3 des Volumens geht via komplette LKW (FTL) oder Container-Lieferung direkt an den Handel (Ersteinlagerung).
- Aus den zumeist rund um Österreich platzierten Lägern werden die wenigen Logistikspezialisten oftmals direkt in ihre Transshipmentpoints angefahren für lose Zustellungen am Folgetag.
- Kleinere Bestellungen gehen immer öfter den Weg über eine der Paketdienstleister. Dies führt dazu, dass in der Saison oftmals bis zu 7 LKW-Fahrer mit Anlieferung den Montagebetrieb stören, wodurch unnötige Prozesskosten auf Seiten der Betriebe entstehen.

# Digitalisierung – Top10 online Shops in Österreich

- Die großen digitalen Player in Österreich haben entweder eigene Transshipmentpoints, Abholstationen oder Läger mit Schnelldrehern in Österreich.
- Das Sortiment kommt größtenteils aus deutschen und tschechischen Lägern bzw. über Marktplätze.
- Wir sind in einer extrem starken Marktkonzentrierungsprozess – „Amazonisierung“. Online-Handel ist 2017 um 14,2% gewachsen – der stationäre um 1,4%. Dabei wachsen nur die großen Shops.



# Die Top 10 Online-Shops in Österreich

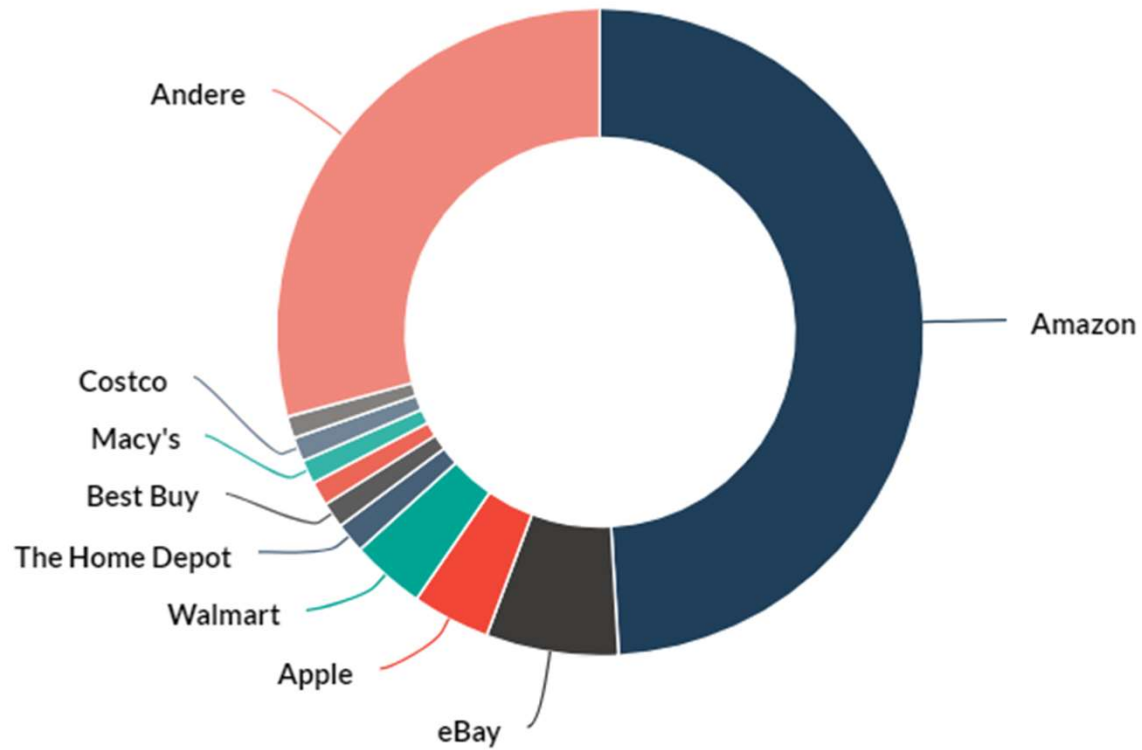
In Österreich erwirtschaftete Umsätze 2017 (in Mio. Euro)\*



\* Umsatzangaben beruhen überwiegend auf Statista-Hochrechnungen

## Onlinehandel in den USA

Marktanteile der zehn größten Wettbewerber in Prozent



Gründerszene / Quelle: VisualCapitalist

## Österreich: Durchschnittliche Umsatzentwicklung der Top-250-Onlineshops nach Ranking-Gruppen

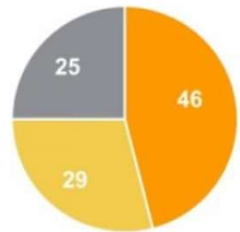


# Amazonisierung Produktsuche: Amazon statt Google

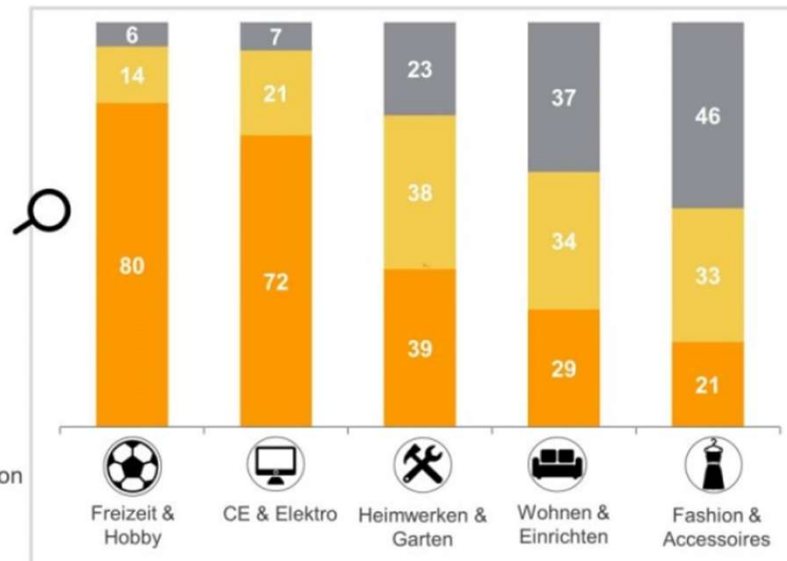
Einfluss von Amazon auf Onlineumsätze nach Branchen

IFH KÖLN

Nur ein Viertel der Onlineumsätze ist noch unabhängig von Amazon, Situation unterschiedlich je Branche: Teils nur noch wenig Onlineumsatz ohne „Beeinflussung“.



- Onlineumsatz von Amazon
- von Amazon "beeinflusster" Onlineumsatz
- Onlineumsatz unabhängig von Amazon



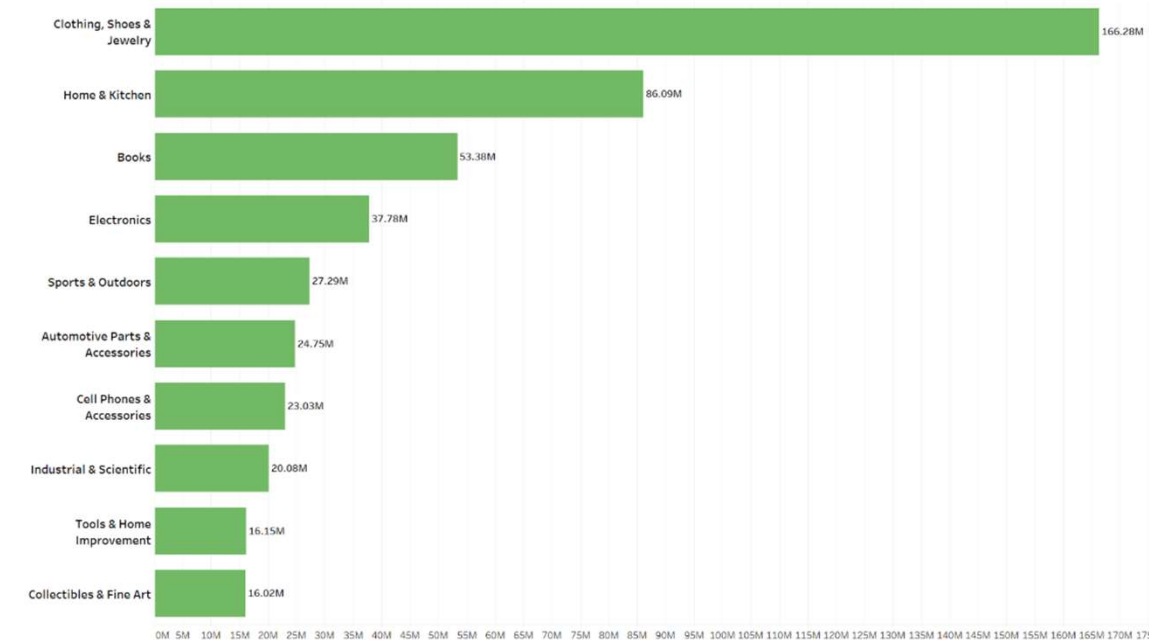
i Angaben in %

Quelle: IFH Köln: Amazonisierung des Konsums, Köln, 2018.

# 24,75 Millionen Artikel im Bereich Autoteile und Zubehör

Amazon has a total of 562,382,292 products as on Jan 10th, 2018

## Top 10 Categories

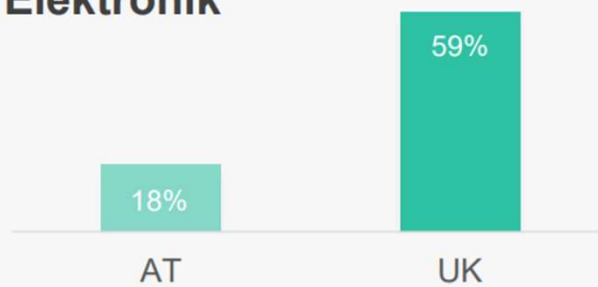


# Digitalisierung – Vergleich mit Elektronik

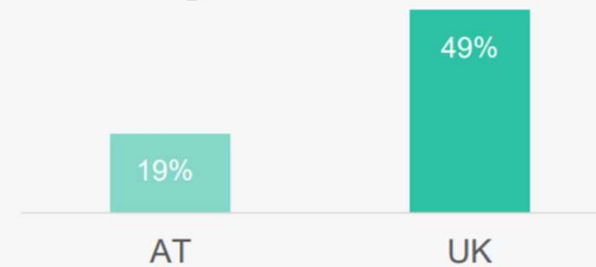
- Elektronik mit den klaren Produktbezeichnungen sind Produkte, die in Österreich bereits zu 18 % online gekauft werden. (In UK liegt man hier bereits bei 59%!)
- Der/die EndverbraucherIn informiert sich im Fachhandel und online über die Produkte, sucht dann oft über die Suchmaschinen „Geizhals“ oder „Idealo“ nach dem für ihn/sie bekanntesten/günstigsten Anbieter und kauft dort.
- „Delivery on Demand“ hat hier in den letzten Jahren zu einem weiteren Boom geführt, da man sich nun bereits in vielen Shops den Wunschlieferstag und das Zeitfenster auswählen kann. Wenn man heute einen Geschirrspüler bestellt, kann man online auswählen, dass dieser nächste Woche Freitag Nachmittag geliefert und angeschlossen wird.
- Reifen haben einen verschwindend geringen Online-Anteil, obwohl die Produkte leicht vergleichbar sind. Ohne dem Service der Montage kaufen nur wenige PrivatkundInnen direkt.

## Online Shift: Großbritannien vs. Österreich

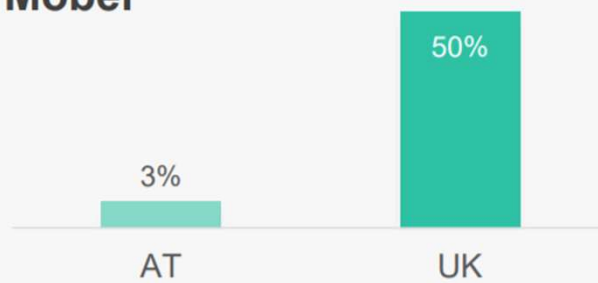
### Elektronik



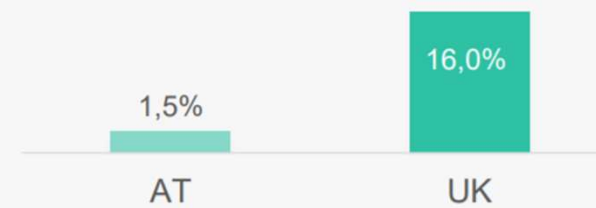
### Kleidung



### Möbel

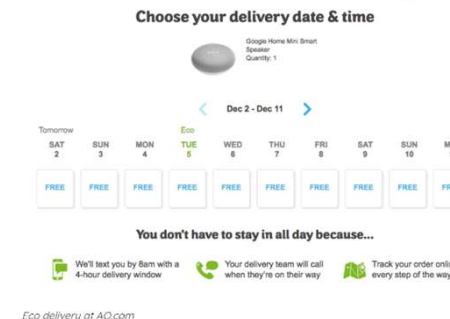


### Lebensmittel



# 5 wichtige Trends bei E-Commerce Lieferungen

- Urbane oder ländliche Lieferung: Der neue Unterschied
- Lieferungen ins Haus: Sind wir bereit, die Grenzen unserer Privatsphären zu überschreiten?
- Die Auslieferungsfahrer sind die Helden unserer neuen Wirtschaft.
- Abonnements für kostenlose oder Premium-Lieferungen
- **Lieferungen an einem ausgewählten Tag / Zeitfenster mit Zusatzdienstleistungen: Convenience!**





# Fazit

- Der Markenhersteller sucht über verschiedene digitale Wege Zugang zu KundInnen und versucht diesen an sich zu binden.
- Die Anforderungen der KundInnen gehen stärker in die digitale Welt. Für so manche/n KundIn wäre es sehr bequem, würde ihm/ihr das vernetzte Auto einen Termin in seinem/ihrem Reifenbetrieb zum Umstecken vorschlagen und nach Bestätigung diesen in seinem Kalender eintragen.
- Convenience ist der Wachstumsmotor im E-Commerce. Das Einkaufs- und das Serviceerlebnis sind maßgeblich für den wirtschaftlichen Erfolg in der Zukunft. WLAN und ein guter Espresso reichen für viele Zielgruppen nicht mehr aus.
- Wer den Zugang zum/r KundIn und seinen/ihren Bedürfnissen hat, steuert in der Zukunft die Supply Chain Kette. Eine physische Warenlieferung erfolgt dann im urbanen Bereich Same Day, alleine schon aufgrund der hohen Immobilien- und Handlingkosten.

# Quellen

- <https://www.logistik-info.net/basics-1/querschnittsfunktion/>
- <https://de.wikipedia.org/wiki/Supply-Chain-Management>
- <https://www.nachrichten.at/nachrichten/wirtschaft/Nur-mehr-der-Online-Handel-waechst-rasant;art15,2897404>
- [https://www.handelsverband.at/fileadmin/content/Presse\\_Publikationen/presseaussendungen/20180927\\_PA\\_Standort-Markt/Praesentation\\_PK\\_Standort-Markt\\_20180926.pdf](https://www.handelsverband.at/fileadmin/content/Presse_Publikationen/presseaussendungen/20180927_PA_Standort-Markt/Praesentation_PK_Standort-Markt_20180926.pdf)
- [https://infographic.statista.com/normal/infografik\\_12411\\_prognostizierten\\_reallohnuwachs\\_in\\_ausgewaehlten\\_oecd\\_laendern\\_n.jpg](https://infographic.statista.com/normal/infografik_12411_prognostizierten_reallohnuwachs_in_ausgewaehlten_oecd_laendern_n.jpg)
- <https://orf.at/stories/3106122/>
- <https://www.moebelmarkt.de/beitrag/ifh-koeln-amazon-dominiert-onlineumsatz-im-bereich-wohnen-einrichten>
- <https://www.scrapehero.com/many-products-amazon-sell-january-2018/>
- <https://www.paazl.com/de/blog/die-5-wichtigsten-trends-bei-e-commerce-lieferungen/>
- <https://www.gw-world.com/at/endkundenzustellung/>