

GRÜNDER IM BLICKPUNKT

Gebrauchte Reifen: Von der Halde auf die Plattform

Sie schlummern bis zum Verfallsdatum in Lagerhallen: Fast neue Autoreifen. Händler verlieren durch die Lagerung Millionen an Euro. Die Internet-Plattform Orbix aus dem Landkreis München will helfen, diese Schätze zu heben.

VON MARTIN BECKER

Riemerling – Der Markt für gebrauchte Autoreifen wäre riesig. Allein für Deutschland schätzt Jürgen Benzinger ihn auf 203 Millionen Euro – pro Jahr. Vorausgesetzt, die Reifen werden zügig aufs passende Auto montiert, statt endlos zu lagern. „Wenn ein Händler pro Monat hundert Gebrauchtreifen verkauft, statt sie teuer zu lagern, hat er einen spürbaren Benefit“, sagt Benzinger. Dort setzt der Unternehmensgründer aus Hohenbrunn an: Seine Plattform www.orbix.de fungiert als Vermittler zwischen Händ-

lern und Endverbrauchern. Eine Art Ebay für Autoreifen, nur spezifisch auf diesen Markt ausgerichtet.

Benzinger betrachtet Gebrauchtreifen auch als ein für Endverbraucher hochattraktives Angebot. Neureifen haben eine Profiltiefe von sieben bis acht Millimeter, bei den von Händlern angebotenen Gebrauchtreifen sechs bis sieben Millimeter. „Immer noch ein hervorragender Wert“, sagt der 45-Jährige. Und der Abschlag vom Neupreis ist weit größer als der Teil des Profils, der vom Reifen schon heruntergefahren ist.

Es handle sich, so Benzinger, in der Regel um Reifen von Leasing- oder Mietfahrzeugen sowie von Vorführautos. In der Branche spricht man von „Demo-Rädern“. Sie sind nur wenige Kilometer gefahren. „Der Händler verdient, der Kunde profitiert“, sagt Benzinger und spricht von einer Win-win-Situation.

Gebrauchte Reifen gibt es auch auf anderen Plattformen. „Wir bedienen einen Ni-



Orbix-Gründer Jürgen Benzinger will Autohändler und Käufer zusammenbringen.

FOTO: MARTIN BECKER

schensmarkt, denn alle anderen Lösungen am Markt agieren eher als Gemischtwarenläden und bieten von allem etwas“, sagt Benzinger. „Bis dato gab es keine geeignete Transaktionsplattform, die Händler dabei unterstützt, aus ihren Gebrauchtreifenlagern ein weiteres Profitcenter zu formen.“

Große Autoverkäufer wie die Tiemeyer-Gruppe aus Bochum, Senger aus dem Münsterland oder die Koch AG aus Berlin sind schon angedockt. Es gehe darum, die fast neuen Reifen für Preisbewusste auch wirklich auf den Markt zu bringen. Die bislang oft praktizierte Alternative: Containerweise werden Reifen, de-

ren Verfallsdatum abgelaufen ist, nach Osteuropa verschickt. Das System von Orbix bietet Händlern, die bislang händisch ihr Bestände prüfen, eine entsprechende Software, mit der sie ihre Reifenlager managen.

Kaufinteressenten müssen lediglich gewünschte Parameter (Reifengröße, Marke etc.) eintippen, können die Reifen in ihre Wunschwerkstatt liefern lassen und sie dort, je nach Verkaufspaket, vergünstigt montieren lassen.

Ein Bezahlungssystem mit Treuhandfunktion gewährleistet, dass der Verkäufer erst nach einer Freigabe durch den Käufer seinen Verkaufserlös – abzüglich der Vermittlungsgebühr – erhält, die an Orbix geht. Ein entscheidender Unterschied zu anderen Verkaufsplattformen ist, dass Reifenkäufer bei Orbix online testen können, ob der gewünschte Radsatz auch wirklich aufs eigene Auto passt. „Fehlkäufe“, betont Benzinger, „werden ausgeschlossen.“ Auch eine Kooperation mit Montagepartnern sowie einen Versand

bietet das Start-up-Unternehmen aus Riemerling.

Um die Anschubfinanzierung über Crowdfunding kümmert sich Levin Bronner von der darauf spezialisierten österreichischen Plattform Conda mit einer Dependence in München, die Investoren und Gründer zusammenbringt. Der Mindestbetrag, der dabei zusammenkommen muss, die sogenannte Funding-Schwelle, liegt bei 50 000 Euro und ist über eine Reihe von Investoren schon beinahe erreicht.

„Viele Autohäuser wissen gar nicht, wie viel totes Kapital bei ihnen lagert und in großem Stil vernichtet wird, sagt Bronner. Ihm kommt es vor allem darauf an, mögliche Konkurrenten gar nicht erst zum Zug kommen zu lassen. Nach dem Vorbild anderer Internet-Pioniere wie Facebook, Google oder WhatsApp sei es wichtig, „am Anfang mit hoher Markenpräsenz in kurzer Zeit viel Markt zu machen“. So sollen etwaige Nachahmer von vornherein ausgebremst werden.