ecanis stärkt Hersteller im Aftermarket

Artikel vom **8. September 2026**
Hilfsstoffe / Schmierstoffe

ecanis stellt auf der Automechanika 2026 neue Ansätze für Hersteller und Marken im Independent Aftermarket vor. Im Fokus stehen digitale Vertriebskanäle, E-Commerce-Strategien, eBay-Marktplatzvertrieb und flexible Logistikmodelle.



Ganz neu im Sortiment ist das 5W-30-Motoröl »ecanis« (Bild: ecanis).

Auf der Automechanika Frankfurt vom **8. bis 12. September** richtet sich der Messeauftritt gezielt an Hersteller und Marken, die ihre Vertriebsstrategie im Independent Aftermarket weiterentwickeln möchten. Nach dem Ausbau des Angebots für freie Werkstätten rückt nun ein weiteres Geschäftsfeld in den Mittelpunkt: die Zusammenarbeit mit Herstellern, die neue Absatzpotenziale erschließen und ihre Marken im freien Ersatzteilmarkt digital sowie vertrieblich stärker positionieren wollen. Im Zentrum steht die Frage, wie Produkte im freien Teilemarkt besser platziert werden können. Der Ansatz verbindet E-Commerce, Marktplatzvertrieb und den Zugang zu

freien Werkstätten. Dazu zählen der Aufbau neuer Vertriebsmöglichkeiten im Independent Aftermarket, die Entwicklung individueller E-Commerce-Strategien und zusätzliche Absatzmärkte über eBay. Ein weiterer Baustein ist der »Dropshipment light«-Ansatz. Damit sollen Hersteller ihre Produkte im Markt platzieren können, ohne dafür umfangreiche eigene Logistikstrukturen aufzubauen. Ergänzend geht es um flexible Lösungen, die digitale Reichweite, Angebotsqualität und vertriebliche Prozesse miteinander verbinden. **Vom Ersatzteilhandel zum Plattformpartner** Die Geschäftsentwicklung der vergangenen Monate zeigt die strategische Ausrichtung. Mit einer eigenen Motoröl-Reihe wurde das Portfolio erweitert. Gleichzeitig soll der »B2B-EASY-CLUB« die Zusammenarbeit mit freien Werkstätten durch planbare Konditionen und strukturierte Partnerschaftsmodelle stärken. Parallel entwickelt sich die Rolle als digitaler Vermarktungs- und Vertriebspartner für Hersteller weiter. Statt nur Produkte anzubieten, werden Werkstätten, Marken und Hersteller über digitale Vertriebswege sowie E-Commerce-Prozesse zusammengebracht. Freie Werkstätten suchen wirtschaftliche und leistungsfähige Lösungen, Hersteller neue Wege zur Positionierung ihrer Produkte im freien Markt. **eBay als Vertriebskanal** Als »eBay House of IAM Premium Brands« unterstützt das Unternehmen Hersteller dabei, ihre Marken im digitalen Ersatzteilhandel zu positionieren. Der Fokus liegt dabei nicht allein auf kurzfristigem Verkauf, sondern auf einer Vertriebsstrategie, die Markenpräsenz, Angebotsqualität und Kundenzufriedenheit berücksichtigt. Zum Leistungsspektrum gehören die Optimierung der Angebotsqualität, Fahrzeug- und Fitment-Daten, eine markenkonforme Darstellung der Produkte sowie fachliche Inhalte für die Zielgruppe. Hinzu kommen dynamische Preissteuerung, Advertising-Maßnahmen, Gutscheinaktionen und CRM-Instrumente wie Newsletter, um Wiederkäufe und Kundenbindung zu fördern. **Gespräche auf der Messe** Auf der Automechanika möchte das Unternehmen vor allem mit Herstellern ins Gespräch kommen, die ihre Präsenz im Independent Aftermarket ausbauen oder neue Vertriebsmodelle entwickeln wollen. Im Fokus stehen individuelle Strategien für den digitalen Vertrieb, zusätzliche Reichweite über etablierte Marktplätze und flexible Logistiklösungen.

Hersteller aus dieser Kategorie

© 2025 Kuhn Fachverlag