

Microsoft Branchenblogs (<https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/>)

„Wir wollen das Amazon für Ersatzteile werden“

12. October 2022



[Petra Haas \(https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/author/petra-haas/\)](https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/author/petra-haas/)

Senior Industry Marketing Manager Manufacturing, Microsoft Deutschland GmbH

[Industrie 4.0 \(https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/content-type/industrie-4-0/\)](https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/content-type/industrie-4-0/),
[Kundenreferenz \(https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/content-type/kundenreferenz/\)](https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/content-type/kundenreferenz/),
[Fertigung \(https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/manufacturing/\)](https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/manufacturing/).

SPAREPARTSNOW ist gerade in einen Milliardenmarkt eingestiegen: Seit dem 11. Oktober 2022 können Unternehmen Ersatzteile für ihre Maschinen über die Plattform *SPAREPARTSNOW* direkt bei den Zulieferern der Hersteller bestellen – ohne Zwischenhändler. Auch manche OEMs planen bereits, auf der Plattform ihr Produktportfolio anzubieten. Das Unternehmen ist ein neuer Spieler auf dem riesigen Ersatzteilemarkt und hat nicht weniger vor, als ihn umzukrempeln. Denn wer glaubt, es gäbe bereits ähnliche Lösungen, liegt falsch. Wir haben das Management-Team von *SPAREPARTSNOW* wenige Tage nach dem Go-Live der Plattform getroffen und über ihr Geschäftsmodell gesprochen, die Vorteile für Kunden und Zulieferer, und darüber, ob es ihre Plattform ohne die Microsoft Azure Cloud überhaupt geben könnte.



Dr. Christian Hoffart
CEO



Sebastian Kleinschmager
CTO



Michael Mauerhoff
Head of Marketing & Sales

Langsam sinkt das Stresslevel bei allen Beteiligten wieder, erzählt uns Dr. Christian Hoffart, CEO und Co-Gründer von SPAREPARTSNOW. Der Go-Live der Plattform ist ganz nach Plan verlaufen. Die vielen Stunden der Vorbereitung, Akquise, Entwicklung der Plattform – das alles hat sich zu 100 Prozent gelohnt. Beim Stichwort „Entwicklung“ atmet Sebastian Kleinschmager, CTO und einer der Gründer, einmal kurz und spürbar erleichtert durch.

Herr Kleinschmager, ist Ihnen ein großer Stein vom Herzen gefallen, als am Tag X technisch alles geklappt hat?

[Sebastian Kleinschmager]: Ja, absolut. Wir haben schließlich anderthalb Jahre darauf hingearbeitet. Das ist schon ein besonderer Moment, wenn dann die ersten Bestellungen unserer Kunden reinkommen und alles funktioniert. Wir sind alle sehr stolz, wissen aber auch: Jetzt geht es erst richtig los.

Sie wollen SPAREPARTSNOW zur universellen Ersatzteilplattform für alle Branchen des Maschinenbaus machen. Ersatzteile für meine Maschinen, egal ob in der Landwirtschaft oder in der Produktion, kann ich als Unternehmen aber auch jetzt schon kaufen. Worin liegt der Mehrwert Ihrer Plattform?

[Christian Hoffart]: Da haben Sie Recht, niemand sitzt gänzlich auf dem Trockenen, wenn mal ein Teil kaputtgeht. Aber aktuell funktioniert der Ersatzteilmarkt noch wie der B2C-Einzelhandel vor 20 Jahren. Wenn sie neue Gläser brauchten, sind sie beispielsweise in ein Kaufhaus gegangen und haben dort welche gekauft. Aber das Kaufhaus war nur ein Zwischenhändler, der beim Originalhersteller eingekauft, seine Marge oben draufgeschlagen und die Produkte dann weiterverkauft hat. Im Ersatzteilmarkt ist die Situation noch heute so. Viele Unternehmen treten als Händler von Ersatzteilen auf, die sie

aber nicht selbst produzieren, sondern von den Originalherstellern zukaufen und weiterverkaufen. Rund 90 Prozent der originären Hersteller haben gar keinen Zugang zum Endkunden. Genau dafür sorgen wir mit unserer Plattform...

...so wie Onlineplattformen das im Einzelhandel getan haben.

[Christian Hoffart]: Genau. Wir hatten schon zum Go-Live in etwa 5.000 Artikel von 40 Hidden Champions und Weltmarktführern gelistet. Das ist sehr ordentlich und wir bauen das Angebot jetzt sukzessive aus. Ein Kunde nannte uns letztes "Das Amazon für Ersatzteile". Auch wenn es bis dahin noch ein gewisser Weg ist, gefällt und ehrt uns dieser Vergleich und zeigt zudem auf, worauf wir hinarbeiten.

Der Erfolg von SPAREPARTSNOW entscheidet sich also daran, wie viele Hersteller von Originalersatzteilen Sie überzeugen können, ihre Artikel über Ihre Plattform zu vertreiben. Wie kommen Sie an diese Zulieferer?

[Christian Hoffart]: *(lacht)* Das ist gar nicht so schwierig, ganz im Gegenteil. Wir bieten ihnen ja einen zusätzlichen Vertriebskanal an, der zu höheren Stückelösen führt, weil sie ihre Teile günstiger anbieten können als ein Zwischenhändler. Und der Preis ist im Ersatzteilmarkt der zweitwichtigste Grund für Unternehmen, wo sie kaufen. Der wichtigste ist die Verfügbarkeit, und da setzen wir mit unserer Plattform auf volle Transparenz. Kunden können sofort sehen, wie lang die Lieferzeit ist, und bei einer Bestellung ihre Lieferung jederzeit verfolgen, wie sie es aus dem Consumer-Bereich gewohnt sind. Das schafft Planbarkeit und verhindert, dass Maschinen länger stillstehen als sie müssten. Alles in allem sind unsere Anbieter von dem Ansatz total begeistert und wir mussten nach einer kurzen Vorstellung der Plattform keine Überzeugungsarbeit leisten sich SPAREPARTSNOW anzuschließen.

[Sebastian Kleinschmager]: Wir machen es unseren Anbietern auch technisch so einfach wie möglich. Über APIs können wir sie an unsere Plattform anschließen, sodass ihre Artikeldaten ganz einfach aus ihren Warenwirtschaftssystemen auf unserer Plattform landen.

SPAREPARTSNOW setzt technisch auf die Cloudplattform Microsoft Azure. Damit hat er bisher einfach sehr viele und sehr gute Erfahrungen gemacht, erzählt Sebastian Kleinschmager, auf die Frage nach den Gründen. Auch die User-Experience war entscheidend für ihn und sein Team.

Gab es überhaupt Überlegungen, nicht auf Cloudlösungen zu setzen?

[Sebastian Kleinschmager]: Das ist einfach beantwortet: Nein *(lacht)*. Allein bei der Vorstellung, dass wir ein Rechenzentrum hätten zusammenstellen oder ein Dutzend virtuelle Maschinen manuell konfigurieren müssen, wird mir ganz anders. Was das an Zeit und Geld gekostet hätte. Für uns war klar: Wenn wir unsere Plattform flexibel betreiben und schnell um neue Features erweitern wollen, geht das nur in der Cloud. Mit Azure haben wir auch einen riesigen Korb an Azure Services, die uns helfen, solche Features schnell

umzusetzen. Wenn wir uns beispielsweise entscheiden, künftig für einfache Kundenanfragen einen Bot zu nutzen, schnappen wir uns den Azure Bot Service und können loslegen. Solche Dinge funktionieren nur in der Cloud.

Sie haben das Thema Zeit angesprochen. War Microsoft Azure für Sie ein Beschleuniger für den Markteintritt?

[Sebastian Kleinschmager]: Ohne Azure wären wir im Prozess erheblich weiter hinten. Zum Vergleich: Um unsere komplette Azure-Infrastruktur für eine neue Umgebung hochzufahren, brauchen wir knapp eine Stunde, und innerhalb von Minuten ist die auch wieder weg, wenn ich das will. In einer On-Premises-Welt müsste ich Rechner bestellen, Serverracks aufbauen, oder zumindest virtuelle Maschinen provisionieren. Das allein dauert schon Wochen bis Monate. Und dann noch weitere Tage oder Wochen, um das alles einzurichten, zu konfigurieren und zu warten. Also ja, die Cloud war ein irrer Beschleuniger für uns. Und ist es nach wie vor für alles, was noch kommt.

[Christian Hoffart]: Das hilft uns natürlich im Business. Schneller zur Marktreife zu kommen, schnell neue Features bereitstellen zu können, das will – oder besser – das muss ich als Start-up heute leisten, um erfolgreich zu sein.

Dieses Interview führen wir über Microsoft Teams. Das Unternehmen wurde ‚fully remote‘ gegründet, der Einsatz von cloudbasierten Lösungen ist deshalb auch bei der Zusammenarbeit selbstverständlich. Am Tag des Interviews ist das Management-Team, wie so oft, über ganz Deutschland verteilt: Essen, Recklinghausen und südlich von München. Das vierte Mitglied der Führungscrew, Benedikt Moser, Head of Vendor Management, ist gerade im Regenwald in Malaysia unterwegs. Für Microsoft Teams kein Problem, aber es scheitert in dem Fall schlicht am Empfang.

Das Thema hybrides Arbeiten ist ein viel diskutiertes in diesen Tagen. Wie nehmen Sie das als wachsendes Start-up wahr, das neue Mitarbeitende gewinnen will?

[Christian Hoffart]: Also für Gründer*innen ist das doch erstmal Gold wert. Früher hätte eine solche Gründung Umzüge von A nach B bedeutet oder wäre gar nicht zustande gekommen, wenn man sich auf keinen Standort hätte einigen können. Cloudlösungen wie Teams machen uns erheblich flexibler. Für Start-ups sehe ich hier nur Vorteile.

[Michael Mauerhoff]: Außerdem erwarten die Mitarbeitenden heute solche cloudbasierten Lösungen für hybrides Arbeiten einfach von ihren Arbeitgebern. Ich will doch nicht irgendwelche Festplatten oder USB-Sticks durch die Gegend tragen, um von zu Hause oder von wo auch immer aus arbeiten zu können. Mal ganz abgesehen vom Sicherheitsrisiko, das solche veralteten Methoden mit sich bringen. Wenn ich als Entwickler*in in Ruhe Code schreiben oder als Marketer konzentriert eine Kampagne planen will, dann möchte ich das vielleicht lieber zu Hause machen als im Großraumbüro. Diese Flexibilität wollen wir und bieten sie allen, die bei uns arbeiten.

Sie setzen bei Ihrer technischen Infrastruktur und allen Lösungen also komplett auf die Cloud. Würde es ohne die Cloud *SPAREPARTSNOW* gar nicht geben?

[Christian Hoffart]: Das ist etwas hart formuliert, und wo ein Wille ist, da ist meistens auch ein Weg. Aber wir wären bei weitem nicht so schnell zum Go-Live der Plattform gekommen, das steht außer Frage.

[Sebastian Kleinschmager]: Gerade für Start-ups spielen die Ausgaben eine erhebliche Rolle. Wir liegen bei unseren Kosten für Azure pro Monat aktuell im niedrigen vierstelligen Bereich, das ist schon sehr beeindruckend. Wenn man das on-premises oder anderweitig aufsetzen und warten müsste, wären wir eher fünfstellig unterwegs. Auch weil man viel mehr Mitarbeitende braucht und höhere Lizenz- und Hardwarekosten hat. Neben den vielen weiteren Vorteilen von Azure kann man also schlicht sagen: Es rechnet sich!

Herr Hoffart, Herr Kleinschmager, Herr Mauerhoff, vielen Dank für das Gespräch!

Mehr zu *SPAREPARTSNOW* und dem Konzept erfahren Sie unter www.sparepartsnow.de (<https://nam06.safelinks.protection.outlook.com/?url=http%3A%2F%2Fwww.sparepartsnow.de%2F&data=05%7C01%7Cv-julianbla%40microsoft.com%7C20d2bf911c5c496be56208daadb9b10%7C72f988bf86f141af91ab>)

Schlagwörter

Azure (<https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/tag/azure/>)

Cloud (<https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/tag/cloud/>)

Älterer Beitrag (<https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/government/2022/10/11/hawa>)

Related blog posts

Microsoft Manufacturing Newsletter | Der News-Überblick im Dezember 2022 > (<https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/manufacturing/2022/12/20/microsoft-manufacturing-newsletter-der-news-ueberblick-im-dezember-2022/>)

Microsoft Manufacturing Newsletter | Der News-Überblick im Dezember 2022 Highlights:

Jetzt den aktuellen Trendradar herunterladen [Weiterlesen](#)

(<https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/manufacturing/2022/12/20/microsoft-manufacturing-newsletter-der-news-ueberblick-im-dezember-2022/>).

Aftersales und Aftermarket als Umsatzmotor: Neue Ansätze für Unternehmen in der Fertigungs- und Automobilindustrie > (<https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/manufacturing/2022/12/20/aftersales-und-aftermarket-als-umsatzmotor-neue-ansaetze-fuer-unternehmen-in-der-fertigungs-und-automobilindustrie/>)

Ob High-Tech-Fertigungsunternehmen, Fahrzeughersteller oder Zulieferer: Der Sektor Aftersales beziehungsweise Aftermarket gewinnt immer mehr an Bedeutung. [Weiterlesen](#)

(<https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/manufacturing/2022/12/20/aftersales-und-aftermarket-als-umsatzmotor-neue-ansaetze-fuer-unternehmen-in-der-fertigungs-und-automobilindustrie/>).

Herausforderungen & Chancen in der Fertigungsindustrie – Ein Zukunftsausblick mit Christoph Berlin > (<https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/manufacturing/2022/12/15/herausforderungen-chancen-in-der-fertigungsindustrie-ein-zukunftsausblick-mit-christoph-berlin/>)

Auf einer der größten internationalen Fachmessen der industriellen Automation, der SPS, ging es auch 2022 [Weiterlesen](#) (<https://cloudblogs.microsoft.com/industry-blog/de-de/manufacturing/2022/12/15/herausforderungen-chancen-in-der-fertigungsindustrie-ein-zukunftsausblick-mit-christoph-berlin/>).

Folgen Sie Microsoft



(<https://www.facebook.com/MicrosoftinBusinessDE/>).



<https://twitter.com/msenterprisede>



<https://www.youtube.com/user/MicrosoftBusiness>