

VERKAUFSPRÄSENTATION IM FACHHANDEL

# Familienmobilität zur Schau stellen

Die Mobilität der Menschen hat sich in den vergangenen Jahren – insbesondere beschleunigt durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie – deutlich verändert. Diese Entwicklung wird sich weiter fortsetzen, das zeigen sowohl die Einschätzungen von Verkehrsexpertinnen und Stadtplanern als auch die Pläne der Bundesregierung. Das Fahrrad und vor allem das E-Bike eröffnen in diesem Zuge neue Mobilitätsoptionen über alle Altersgruppen und Hausstände hinweg. Die Aufgabe des Fachhandels wird es in Zukunft auch sein, diese neue Mobilität in den stationären Ladengeschäften zu repräsentieren sowie greifbar und erlebbar zu machen.

## Gesamtpräsentation ist noch ausbaufähig

Familienmobilität ist bei dieser Entwicklung ein zentraler Baustein und sollte im stationären Handel entsprechend an Bedeutung gewinnen. Coolmobility-Geschäftsführer Axel Böse sieht die Themen Produktpräsentation und gesamtgesellschaftliches Käuferlebnis im Handel im Bereich der Familienmobilität zum Teil noch als ausbaufähig an: „Uns ist bewusst, dass Kinderanhänger im Zuge der Produktvielfalt von Fahrrädern und E-Bikes im Verkaufsraum mehr und mehr ‚an den Rand‘ gedrängt wurden. Um den Zielgruppen den Nutzen sowie die Vorteile von Kinder- und Transportanhängern zu visualisieren, empfehlen wir ansprechende Kombinationspräsentationen auf der Verkaufsfläche. Im Gegensatz zu Online-Angeboten hat der stationäre Fachhandel die Möglichkeit, ‚Testen & Fühlen‘ zum Käuferlebnis zu machen.“ In vielen Fahrradgeschäften gehen Produkte wie Kindersitze oder Kinderanhänger unter oder werden so unauffällig präsentiert, dass Kundinnen und Kunden diese nicht wahrnehmen, wenn sie nicht gerade gezielt danach suchen. Hier müssen Händler und Händlerinnen ansetzen, um als Anlaufstelle für ganzheitliche Mobilitätslösungen – besonders für Familien – wahrgenommen zu werden. Die Mobilitätswende steht erst am Anfang und vielen Familien ist noch nicht bewusst, wie viele nützliche und einfache Lösungen es für den Kindertransport auf dem Fahrrad oder E-Bike gibt. Eine starke Positionierung in diesem Bereich kann Fachhändlerinnen und Fachhändlern in

Zukunft aussichtsreiche Möglichkeiten für den erfolgreichen Verkauf eröffnen.

Zudem sind gerade auch Themen wie Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz oder mangelnder Parkraum in Großstädten für viele Menschen in dieser Zielgruppe von großer Bedeutung und damit weitere Argumente für die Produktsegmente im Bereich Fahrradtransport. Dabei lohnt sich auch der Blick über die Familienmobilität hinaus, findet Stefanie Marosz von der Andersen Shopper Manufaktur: „Uns ist aufgefallen, dass das Thema Transport im Fachhandel teilweise noch nicht ausreichend fokussiert wird. Systeme für den Transport von Kindern oder kleinere Fahrradtaschen oder Fahrradkörbe werden stärker beworben als Möglichkeiten zum autofreien Einkauf. Gerade vor dem Hintergrund der Mobilitätswende und der steigenden Nachfrage nach klimafreundlichen Alternativen wie E-Bikes sehen wir großes Potenzial beim Thema Transport. Unser ‚Kofferraum fürs Fahrrad‘ ist da eine flexible Lösung.“ Man sehe bei vielen Endkunden den Wunsch, das Fahrrad als Alternative zum Auto in den Alltag, die Freizeit und das Reiseverhalten zu integrieren. Mit diesem Wunsch dürfte auch der Bedarf an Transportlösungen weiter steigen.

## Verkaufsunterstützung und Serviceangebote

Die Hersteller unterstützen Händlerinnen und Händler im Verkauf mit verschiedenen Maßnahmen – sei es direkt im Laden oder online. So werden beispielsweise im Fall der Marke Kids Ride Shotgun Händlerinnen und Händlern durch Geotargeting in Social Media potenzielle Kunden angezeigt, wenn sich diese in der Nähe des Ladengeschäfts befinden. Auch Infobroschüren, Poster, Rollwände und Displays zur Vorführung des Systems werden von den meisten



Das Alu-Gestell von Bobike erleichtert die Präsentation im Laden.



Foto: Andersen Shopper Manufaktur

Anhänger lassen sich vielfältig auch abseits vom Kindertransport einsetzen.

Herstellern angeboten. Die Marke Bobike bietet dem Fahrradfachhandel zudem ein Alu-Gestell in Fahrradform an, damit Händlerinnen und Händler ihren Kundinnen und Kunden die Kindersitze sowie die verschiedenen Montagesysteme direkt vor Ort im Laden vorführen können.

Auch in den Bereichen Service und Werkstatt eröffnet sich mit Zubehörartikeln wie Kindersitzen und Kinderanhängern sowie gewöhnlichen Anhängern für den Fachhandel ein wachsendes und vielversprechendes Geschäftsfeld: „Im Bereich Service ist das Thema Reparatur aktuell sehr präsent: Mit kürzeren Videos und Schulungen möchten wir unsere Händlerinnen und Händler dazu befähigen und ermuntern, selbst Hand anzulegen – so verringern wir im Sinne der Nachhaltigkeit auch zu viele Reklamationen“, erklärt Croozergeschäftsführer Markus Krill. Darüber hinaus arbeite das Unternehmen gerade an einem Zertifizierungsprogramm, mit dem spezielle Reparaturwerkstätten ausgewiesen und der Service für Kundinnen und Kunden nochmals verbessert werden soll. In regelmäßigen Ab-

ständen möchte man nun Videos mit Reparaturanleitungen für den Fachhandel bereitstellen und so auf Unternehmens-, Handels- und Verbraucherseite nachhaltiger werden. Das bestehende B2B-Serviceportal „Smartview 360 Orderbook“ werde neben den Medieninhalten, Produktinfos und Werbematerialien auch Anlaufstelle für die Reparaturvideos sein. Noch in diesem Frühling sollen zudem Online-Produktschulungen veröffentlicht werden.

## Chance auf Umbruch nicht verpassen

Mobilität ist im Wandel und auch Familienmobilität verändert sich derzeit schnell. Der Fahrradfachhandel sollte diesen Umbruch nicht verpassen und sich mit den vielfältigen Produkten im Segment des Fahrradtransports entsprechend zukunftsfähig aufstellen. Der Themenbereich Familienmobilität sollte im Laden mehr Bedeutung erhalten und online auf der eigenen Website sowie auf Social Media aktiv beworben werden. Mit Argumenten wie Flexibilität, Alltags-tauglichkeit und insbesondere Nachhaltigkeit und Umweltschutz dürfte der erfolgreiche Verkauf nicht lange auf sich warten lassen. (mh)