



Spezialradhersteller Wulfhorst:

**Gewerbliche Kunden in der Nebensaison**

Hempelmann Lippe-Bikes ganz neu:

**Beste Lage und neue Größe**

Fuhrpark im Betrieb:

**Das vermaledeite Fahrtenbuch**

Smartbike-Lösungen auf der Eurobike:

**Das intelligente Fahrrad**

# Verlängerte Ladentheke

Digitalisierung im  
Handel:

**International Taipei Cycle show 2018**  
vom 31. Okt - 03. November 2018  
**Neco Stand I 1130**

**neco**

Neco Technology Industry Co. LTD (Taiwan R&D base)

[www.necoparts.com](http://www.necoparts.com)



# Maximieren Sie Ihren Umsatz: unsere Magazine beraten Ihre Kunden!



**Testen Sie  
die ersten  
5 Hefte  
gratis!**

Sie erhalten auf den jeweiligen VK 45% Rabatt! Sie gehen kein Risiko ein: Nicht verkaufte Exemplare können Sie einmal im Jahr an uns zurückschicken.

**RadMarkt-Abonnenten erhalten 5% Rabatt zusätzlich.**

**Wählen Sie Ihren Favoriten! Je 5 Exemplare pro Ausgabe.**

- Aktiv Radfahren (erscheint 8mal jährlich plus Sonderausgaben, VK pro Heft 5,20 €/Ihr Preis: 2,86 €\*)
- RennRad (erscheint 10mal jährlich, VK pro Heft 4,90€/Ihr Preis: 2,70€\*)
- ElektroRad (erscheint 4mal jährlich plus Sonderausgaben, VK pro Heft 5,40€/Ihr Preis: 2,97€\*)

\*Bruttopreise zzgl. 2,20 € Versandkosten

Firma:.....	Ansprechpartner:.....
Straße/Hausnr. ....	PLZ/Ort:.....
E-Mail: .....	Telefon:.....
IBAN.....	BIC .....
Datum/Unterschrift.....	

Das Angebot gilt zunächst für ein Jahr und ist danach jederzeit kündbar. Preis ist inkl. MwSt, zzgl. Porto & Versand, Preise für Ausland auf Anfrage. Widerrufsrecht: Innerhalb 2 Wochen nach Abgabe meiner Bestellung kann ich diese ohne Begründung in Textform (Brief oder per Mail) widerrufen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung.

Michael Bollschweiler  
Chefredakteur



## Bewölkt in der Cloud

**W**as heißt eigentlich Digitalisierung? Zunächst einmal ist das ein Schlagwort, das derzeit sehr in Mode ist. In einer Konversation erntet man sicherlich ein beifälliges Nicken, wenn man dieses Wort benutzt und das alles wahnsinnig wichtig findet. Um die Zuhörer in den Bann zu ziehen, streut man am besten weitere Trendbegriffe, wie »disruptiv« und »Influencer« ein. Aber was bedeutet Digitalisierung konkret, zum Beispiel für die Geschäftsprozesse im Handel?

Die Fahrradbranche ist bei digitalen Themen in einer Übergangsphase, in der viele Wege erst beim Gehen entstehen. Das Thema löst in Teilen des Handels Unsicherheit und Skepsis aus, so viel ist sicher. So berichtete der für Digitales zuständige Mitarbeiter eines Fahrradunternehmens von abwehrenden Reaktionen einiger Besucher; einer unterband einen zaghaften Erklärungsversuch, das Wort abschneidend: Er wolle nichts hören. Als wir in unserem Fachhandelsbarometer nach der Bedeutung diverser Dienstleistungen im Kundenkontakt fragten, standen handfeste Services, wie Reparaturen über Nacht oder Hol- und Bringdienst, hoch im Kurs, während sich für Click and Collect niemand erwärmte.

Die Ursachen für die Zurückhaltung könnten sein:

- Das Fahrrad ist ein mechanisches Produkt, dessen Charme auch in seiner Einfachheit besteht. Doch haben das E-Bike und elektronische Schaltungen dieses Bild verändert und weitere Komponenten, wie etwas Schlösser, werden »smart«.
- Digital wird hauptsächlich assoziiert mit Internet – insbesondere dort angesiedelten Vertriebsformen. Wenn ein Händler zum Beispiel sagt, er wisse nicht mehr, wann er seinen letzten Faltreifen verkauft habe, so wird klar, dass Webshops als gefährliche Konkurrenz wahrgenommen werden.
- Oft erscheint unklar, wie sich das Verhältnis Hersteller – Handel unter digitalen Vorzeichen entwickeln wird, ob also der Handel künftig noch gebraucht wird – insbesondere wenn Kundendaten bei Herstellern zusammenlaufen.
- Der kleinere und mittlere Unternehmer kann sich vielleicht nicht vorstellen, wie er mit begrenzten finanziellen und personellen Ressourcen neue Anforderungen erfüllen soll.

Die Antwort darauf lautet kurzgefasst: Eine »Customer Journey« kann man wohl kaum vollkommen abseits der Verkaufsfläche organisieren, solange wir über ein so komplexes Produkt sprechen wie das Fahrrad (zumal mit Motor). Auch bisherige Pure Player der Branche entdecken die Fläche. Ebenso sind die Aktivitäten der Hersteller ausgerichtet. Sie wissen, dass man den Endkunden auch im Netz abholen und dort genauso stringent auftreten muss wie auf der Fläche – das nennt man »Kanalexzellenz«.

Die Mehrzahl der Händler kann das nicht leisten, der Ball liegt in der Hälfte der Hersteller und Verbände. Die Konzepte, die diese entwickeln, beziehen den Point of Sale ein, kommen gar nicht ohne ihn aus. Dies führt eher zu einer engeren Bindung der Händler an ihre jeweiligen Kernlieferanten. Ein kluger Branchenteilnehmer, der einen Einkaufsverbund führt, lässt alle Anforderungen auf ein Begriffspaar zusammenschnüren: »Marke und Service«. Tatsächlich: Alle Aktivitäten auf der Fläche und im Netz passen in diesen begrifflichen Rahmen.

Im Wesentlichen beziehen sich die Konzepte im aktuellen Gründungsfieber auf:

- das Sammeln und Aggregieren von Daten der Kunden mit Blick auf Produktoptimierung, Kundenbindung und Marketing, indem man beispielsweise über Apps Kunden Angebote macht oder an Inspektionen erinnert;
- das Vermitteln von Produkten wie Gebrauchträdern auf Plattformen (sozusagen Tinder für Bikes);
- und vor allem Webshops nach dem Prinzip Click and Collect.

Gerade aus dem letztgenannten Punkt ist etwas herauszuholen, fungiert damit doch das Zentrallager des Lieferanten als verlängerte Ladentheke. Man kann nicht jedes Produkt in jeder Abmessung und Farbe vor Ort haben, aber mit Verfügbarkeitsanzeige und Online-Bestellmöglichkeit holt man den Kunden dort ab, wohin ihn Amazon und Zalando geführt haben. Jedenfalls kann man es versuchen. Die Verknüpfung mit Custom-made-Konfiguratoren und Vermessungstools verspricht eine Expansion dieses Ansatzes, wodurch die Bedeutung der Fläche nochmals zunimmt. Hat man den Kunden aber erst einmal im Laden, dann entscheidet der gute Verkäufer oft noch selbst, was der Kunde am Ende kauft.

*Michael Bollschweiler*

# BELEUCHTUNG

**CON-TEC**  
Professional Bike Components

NEUHEITEN  
2019



Entdecke jetzt die neue  
CONTEC Beleuchtung auf unserer Website.

contec-parts.de



Vertrieb durch die Hermann Hartje KG: info@hartje.de · www.hartje.de



Dein Velohändler von nebenan ist jetzt überall.

### Schweizer Modell

Der Schweizer Fahrradhandel kann neuerdings die Unterstützung der Plattform Veloplace in Anspruch nehmen. Im Rahmen unseres Sonderteils zur Digitalisierung zeigen wir, wie der Onlinemarktplatz als verlängerte Ladentheke funktioniert. **Seite 28**



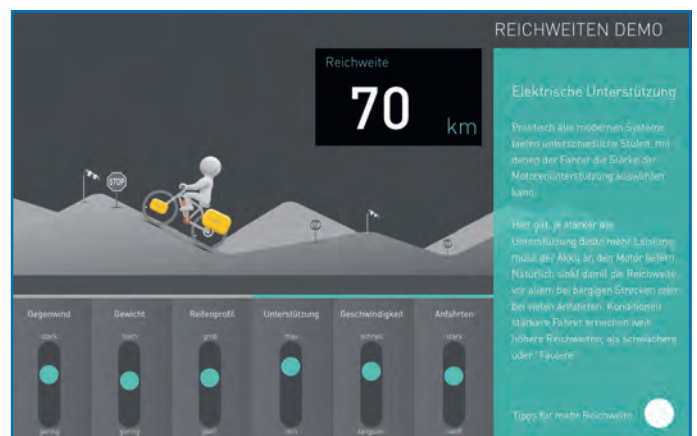
### Garmin mag den Handel ...

... aber mag der Handel Garmin? Im Interview erklärt die neue Garmin-Marketingleiterin Simone Weber, wie die Handelsunterstützung ausgebaut wird und warum die Produkte auch in der Fläche wieder Spaß machen sollen. **Seite 36**



### Beste Lage in Lippe

Der typische mittelgroße Betrieb Hempelmann Lippe-Bikes geht einen großen Schritt mit seinem neuen Ladenlokal: 2.000 statt 1.100 Quadratmeter Verkaufsfläche, rechteckig angeordnet, ohne Pfosten, von einem branchenaffinen Ladenbauer eingerichtet, abgestimmt auf das Portfolio: von Brot und Butter bis Riese und Müller. **Seite 32**



### Digital zum Verkauf

Das Internet und digitale Prozesse sollen idealerweise den stationären Handel stärken, nicht ersetzen. Aber wie? Durch konkrete Unterstützung seitens der Hersteller. Wir zeigen eine Reihe von Best-Practice-Beispielen, wie der Verkaufsprozess am Point of Sale optimiert werden kann. **Seite 12**

**Editorial**

Bewölkt in der Cloud 3

**News**

ZIV: Vorsicht bei Reparaturangeboten für Akkus 6  
 Pexco eröffnet B-to-B-Shop und Stützpunkt in Italien 6  
 ZIV: Sommerwetter stärkt Branchenumsätze 6  
 Fahrrad XXL online: Geschäftsführung erweitert 7  
 Start-up Flexini: Werkstatt online buchen 7  
 Fox-Gründer draußen 7  
 Inter-Union tritt Zweirad-Industrie-Verband bei 7  
 Decathlon: 13 weitere Deutschland-Filialen 8  
 Rebike1: Start-up für Gebrauchträder 8  
 Felt-Gründer Duehring draußen 9  
 Avis: Partnerschaft mit Nextbike 9  
 Teasi-Hersteller Baros insolvent 10  
 Ghost-Gründer Kalliwoda draußen 10  
 Personalien der Branche 11

**Sonderteil Digitalisierung**

Wie sich die Branche digitalisiert 12  
 Bikecrowd: Plattform für Connected Bike 13  
 Bikecenter steigert Effizienz bei Beratung 15  
 Consors: Millennials suchen Shopperlebnis 16  
 Deuter und KED: Produktinfos per QR und NFC 17  
 Hartje initiiert Portal Mein Fahrradhändler 18  
 Cycle Union will Kundenkontakt digital 20  
 Derby: Focus führt zum Fachhändler 22  
 Fahrradkenner: Von Kunden empfohlen 24  
 Leitfaden für Händler zum digitalen Point of Sale 26  
 Leserbrief Behring: Abgestufte Nutzerrechte 26  
 Mit Simplon und Body Scanning zum Abschluss 27  
 Veloplace: Onlinekompetenz im Laden 28

**Markt**

Hempelmann Lippe-Bikes in neuen Räumen 32

**Messe**

Fahrradnavigation: Smart Biking auf der Eurobike 36  
 Regionale Ordermessen: Grenzen der Euphorie 40  
 Bico-Ordermesse: Feste Größe 48  
 Batavus Bäumker: Hausmesse exklusiv für Greens 51  
 Eurobike: Neuheiten aus Taiwan 52

**Neue Produkte**

Ausrüstung und Zubehör: Komfortabel und durchdacht 54  
 Wulfhorst: Transportrad nach Wunsch 58

**Betriebsführung**

Fahrtenbuch: Nutzung von Firmenfahrzeugen dokumentieren 60  
 Wissen kompakt: Kurze Tipps für Unternehmer

**Rubriken**

Impressum 65  
 Inserentenverzeichnis 65  
 Branchenticker 66

Titelfoto:  
 © DealerCenter Digital GmbH, © Rui Vale de Sousa, ghoststone - stock.adobe.com



www.mirandabikeparts.com

Cofinanziado por:  
**COMPETE 2020** **PORTUGAL 2020** União Europeia  
 Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional