

Swiss-Moto: E-Scooter kommen

Während bei den Elektrovelos seit Jahren die Post abgeht, konnten die E-Scooter von diesem Boom bislang überhaupt nicht profitieren. Nun scheint ihre Zeit aber langsam zu kommen, wie die Swiss-Moto gerade bewies.

Gründe für den bislang ausbleibenden Erfolg der Elektroroller finden sich etliche. Im Vergleich zum E-Bike gibt es auf den ersten Blick keine handfesten Vorteile – dafür eine Reihe von Nachteilen: E-Scooter haben weniger Reichweite und verursachen höhere Kosten. Finanziell waren sie auch für Händler nicht interessant: Der Beratungs- und Serviceaufwand ist hoch, die Margen sind gering und der Support ist meistens schlecht.

Der Absatz an Private stagniert in der Schweiz seit Jahren bei wenigen hundert Stück. Dass die Verkaufstatistik gleichwohl kontinuierlich steigt, hat mit der wachsenden Flotte der Post zu tun: Sie hat im Zustellbereich bereits über 5.000 Elektrozei- und -dreiräder im Einsatz. Für Urs Schwegler, Projektleiter beim nationalen Förderprogramm New Ride, ist das ein ganz wichtiger »Tatbeweis«: »Die zunehmende gelbe Flotte zeigt dem breiten Publikum, dass die E-Scooter im Alltag und bei jedem Wetter funktionieren.«

Wie Schwegler glaubt auch Daniel Büchel, Leiter des Programms »Energie Schweiz«, an den mittel- bis langfristigen Durchbruch der E-Scooter. Er misst ihnen eine wichtige Rolle bei, weil sie erheblich mehr Autokilometer ersetzen könnten als E-Bikes. Energie Schweiz unterstützt deshalb die E-Scooter-Förderung verstärkt – wie jüngst mit dem Testparcours auf der Swiss-Moto.

Dort gab es auch zwei Highlights zu sehen: BMW zeigte den endlich serienreifen Cevolution, der seit Mai erhältlich ist. In der Branche gilt er als Meilenstein, lanciert damit doch erstmals eine große Marke einen »fertigen« E-Roller, der vom Styling wie von der Technik her überzeugt (gleiche Batterie wie BMWs Elektroauto i3). Der Preis von 17.000 Schweizer Franken scheint für solch einen Trendsetter angemessen.



BMW will mit dem Cevolution Stau- und Smogprobleme in den Städten lösen.
Foto: BMW

Optisch noch eins draufzusetzen vermag der Johammer: Achsschenkel lenkung, Vollverschalung, Display im Rückspiegel. Was auf den ersten Blick wie ein Spleen des österreichischen Maschinenbauunternehmers Johann Hammerschmid anmutet, ist in der Tat ein verblüffend hochwertiges Nischenprodukt, das ein engagiertes kleines Team in Eigenentwicklung realisiert hat (ab 28.000 Schweizer Franken). Für Otto Normalverbraucher war ein gutes halbes Dutzend weitere Produkte im vierstelligen Preisbereich zu sehen.

www.newride.ch

Text: Peter Hummel

Nomen est omen: Johammer beeindruckt optisch und technisch.

Foto: Hummel



50 Jahre Partner: Niemann und Frey und Piaggio

Seit 50 Jahren sind der italienische Fahrzeughersteller Piaggio und der Krefelder Großhändler für Motorrad- und Scooterzubehör Niemann und Frey erfolgreiche Partner.

»Im Wirtschaftswunder der Nachkriegsjahre entwickelte sich insbesondere die Vespa rasant. Dies und weitere Faktoren gestalteten die Liefersituation für den deutschen Handel zunächst schwierig«, blickt Firmeninhaber Gerd Frey zurück. Niemann und Frey sieht sich als Lösungsanbieter: Die umfassende und zentrale Lagerhaltung ermöglicht dem Handel die direkte Verfügbarkeit von rund 200.000 Artikelpositionen. »So erhalten die Händler in Deutschland jedes erdenkliche Piaggio-Ersatzteil ohne Probleme – und das sogar über Nacht«, heißt es aus Krefeld.

Niemann und Frey nimmt das Jubiläum zum Anlass, sich mit einem aufwendig gestalteten Bildband zu bedanken. Das Ergebnis sei nicht nur eine gelungene Hommage an die Vespa – das Buch gewähre auch spannende Einblicke hinter die Kulissen des Unternehmens und lasse einige Händler selbst zu Wort kommen. »Mit dem Jubiläumsbildband bedanken wir uns in erster Linie bei unseren Partnern im Handel, von denen uns viele schon seit Jahren die Treue halten«, betont Gerd Frey.

»Unser Dank gilt auch unserem Partner Piaggio. Und natürlich unseren Mitarbeitern, ohne die unsere zuverlässige Lieferperformance nicht möglich wäre.«

Das Jubiläumsbuch »50 Jahre Partnerschaft mit Piaggio« von Niemann und Frey steht als Download zur Verfügung oder es kann unter der Telefonnummer 0 21 51/55 54-0 angefordert werden.

www.niemann-frey.de





Der Sieger Daniel Pleikies mit seinem faltbaren Expeditionsrad.

Bike Lovers Contest: Würdiger Handmade-Ersatz

Zum ersten Mal wurde der Bike Lovers Contest in Zürich international ausgeschrieben; damit avancierte er nach dem Ende der European Handmade Bicycle Exhibition in Schwäbisch Gmünd zur inoffiziellen Europameisterschaft der Handmade-Rahmenbauer. Erfreulicherweise gingen gleich Gold und Bronze nach Deutschland.

Um den europäischen Rahmenbauern eine neue Plattform zu bieten, wurde die siebte BLC-Austragung erstmals international ausgeschrieben. Nach Singlespeedern, E-Bikes, Rennrädern und Stadtvelos wurden dieses Jahr die schönsten handgemachten »Geländesporträder« gesucht. Eine Definition, die natürlich weitreichende Interpretationen zuließ – vom komfortablen Expeditionsrad über den sportiven Cyclocrosser bis zum reinrassigen Mountie. Entsprechend versuchte die Fachjury, diese verschiedenen Facetten bei der Prämierung gebührend zu berücksichtigen: Bronze holte sich Mathias Scherer mit der puristischen Titan-Schönheit Nico – bestehend schlicht, aber mit fetter Lefty-Gabel. Scherer ist einer von nur drei Handmadebuildern in Deutschland, die Titan verarbeiten.

Silber ging an Bernhard Leu mit seinem topaktuellen 29-Zöller Bikecross. Leu gehört seit Jahren zu einer Hand voll Schweizer Rahmenbauer, die knapp von ihrer Passion leben können. Die goldene Auszeichnung gewann verdient Daniel Pleikies aus Berlin: Sein Weltenbummlerrad Rastifari – ebenfalls aus Titan – war das aufwendigste Exponat und überzeugte mit wunderbaren Details, wie den Gepäckträgeraufnahmen oder den gerundeten Holzschutzblechen für seine trendigen Fat Tires; obendrein ist es sogar faltbar.

Text/Fotos: Peter Hummel



Mathias Scherer von Mawis-Bikes holte sich mit Nico Bronze.

Neu in der Schweiz: SRAM Sales Point beim Händler



SRAM will sein Vertriebsnetz in der Schweiz engmaschiger stricken. »Nachdem mit den Tech Points ein für die Endverbraucher kompetentes und breites Netzwerk von technischen Anlaufstellen in Sachen SRAM geschaffen wurde, setze der Schweizer Distribuent Amsler und Co weitere Akzente«, heißt es in einer Pressemitteilung. Mit dem Sales-Point-Konzept könne sich jeder Fachhändler SRAM als Markenzeichen in den Laden holen.

Im Unterschied zu den Tech Points liege die Kompetenz der Sales Points bei der Vielfältigkeit der Auswahl von Produkten, in der Beratung und im Verkauf. Ziel sei es, »dem Endverbraucher eine optimale Produktpräsentation zu bieten«. Die Verfügbarkeit der Waren sei entscheidend für das Verkaufsergebnis des Fachhandels.

Amsler stellt interessierten Händlern Wandsysteme für den Aufbau eines SRAM Sales Point zur Verfügung, um Flächen optimal nutzen zu können. Diese »stillen Verkäufer« setzten aktiv weitere Verkaufserfolge.

Außerdem erklärt Amsler: »In der Abgrenzung zum Versandhandel und den Onlineanbietern bietet das Konzept der SRAM Sales Points dem stationären Händler die Möglichkeit der Schärfung des eigenen Profils und die Erhöhung der Attraktivität mit dem Blick auf den Endverbraucher.« Für den wirtschaftlichen Erfolg bedürfe es heute mehr als nur ausgeprägten technischen Verständnisses: »Wir von Amsler entwickeln für unsere Partner Marketingstrategien und auch Verkaufsförderungen, weil dies mitentscheidend wird, wo sich der Endkunde eindecken wird.«

Jeder Schweizer Fachhändler kann am Marketingkonzept SRAM Sales Point teilnehmen.

www.amslershop.ch (Händler-Log-in)

jb

Bosch-Schulung für Hartje-Händler erfolgreich beendet

Von Anfang Februar bis Mitte März 2014 veranstaltete Hartje 18 Bosch-Schulungen unter der Leitung von Produktmanager Ralf Dreher. Teil nahmen insgesamt 662 Fachhändler, die die (Hartje-)Marken E Victoria, Conway und/oder Isy mit dem neuen Bosch-Antrieb führen. Dabei ging es unter anderem um den Umgang mit dem neuen Diagnosesystem, dem Bosch-Display Intuvia sowie die Montage und Demontage der Bauteile. Jede Schulung war für einen halben Tag angesetzt und auf 45 Teilnehmer begrenzt.

jb

Schulungsobjekt: Elektroräder der Hartje-Marke Victoria mit Bosch-Antrieb.

