

Vital-Bike Fachhändler-Schulung in Lauda mit ergotherapeutischer Lektion

Ertrag-reich „verbandelt“

Der Name ist Programm – auch der Eigene: Vital bedeutet aktiv, lebendig, lebensfroh. Genau so stellte Geschäftsführer Erhard Mott von Vital-Bike GmbH in Lauda in seinen Geschäftsräumen am 3. und 4. Dezember 2007 sowie am 21. und 22. Januar 2008 als Verkäufer, Produkt- und Konzeptentwickler nicht nur neue Pläne für seine Elektroräder vor. Seine vergnügte, kompetente ergotherapeutische Fahrradfachhändlerschulung umfasste auch die praktische Umsetzung von Problemlösungen.

„Der Weg ist das Ziel“, füreinander da sein und „Qualität entsteht durch Achtsamkeit“ – so Motts „Motten“. ;-) Also sprach der Vital-Bike-Initiator von den Chancen und Risiken der Saison 2008, vom Marktpotential der Pedelecs, seinem Vital-Bike-Zentrum- und dem entsprechenden Vorführ- und Marketing-Konzept, den Einkaufskonditionen und gab Beispiele für erfolgreiche Vital-Bike-Zentrum-Händler.

Mammuts mit hoher Kaufkraft und Vermögen

Für 2008 empfiehlt Mott den Fahrradhändlern, Risiken wie eine mögliche Konjunkturabflachung, die durch gestiegene Energiekosten entstehen könnte, einzuplanen. So werden womöglich vermehrt Reparaturen im Frühjahr 2008 anstehen und weniger Fahrradkäufe. Jährlich hören 100.000 Personen in Deutschland auf, Rad zu fahren. Lösungen bieten hier auch Trends und der zusätzlich entstehende Markt mit der neuen Produktgruppe Elektrofahrräder für Motts Zielgruppe: Zu 80 Prozent die kaufkräftigen aktiven Senioren, die vernachlässigten „Mammuts“ 60plus. Auch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend weiß: „Industrie, Handel und Dienstleister müssen lernen, stärker auf die Wünsche und Bedürfnisse alter Menschen (Ü60) einzugehen, denn diese verfügen über ein Drittel der jährlichen Kaufkraft“, insgesamt 380 Mrd. Euro in Deutschland. Und sie gehören zu den Qualitäts- und Beratungsbewussten, geben ihr Geld gezielt aus, sodass auch die Wirtschaft „stärker mit dem Wirtschaftskraft Alter rechnen und sich mit ihrem Angebot auf ältere Menschen einstellen“ sollte. Auch werden die mächtigen „Mammuts“ mehrheitlich darüber bestimmen, bei wem sie sich wohl fühlen und einkaufen und wer auf Grund unreifer Leistung im Einzelhandel aus dem Wettbewerb verschwinden wird.“ so das genannte Bundesministerium weiter. Als „reife Leistung“ bezeichnet Mott beispielsweise eine Sitzbank oder Kundentoilette für Senioren.

Kunde mit Verständnis, Zeit und Anstand

Daher wendet sich Mott an die ehrlichen, fleißigen, meist konservativen Senioren. Sie haben Verständnis und Zeit, mit ihnen kann man Termine ausmachen, denn sie erfordern ein individuelles Verkaufsgespräch mit deutlich höherem Zeitaufwand, gegebenenfalls eine gemeinsame viertelstündige Probefahrt. Nicht selten testen Sie auch das Rad für ein, zwei Tage auf ihrer Hausstrecke aus. Allerdings: „die haben noch Anstand“, weiß die teilnehmende Fahrradhändlerin



Judith Horst von Bike Treff aus Simmerath in der Eifel. „Und sie machen für uns effektive Werbung“, ergänzt Mott.

Ergotherapeutische Zertifizierung jährlich erneuern

Ein Vital-Bike-Zentrum (VBZ)-Händler ist ein solcher, der nicht nur wie ein einfacher Vital-Bike Händler zwei Vorführäder im Laden stehen hat, sondern fünf Vital-Bike-Varianten. Hier sieht der Vital-Bike Geschäftsführer ein Konzept mit ergotherapeutischer Zertifizierung eines VBZ-Händlers durch den Therapeuten vor. Die beglaubigten Händler werden auf der Webseite aufgelistet mit Aussagen wie „Vertrauen Sie unserem zertifizierten VBZ-Händlern“. Ein Zertifizierungslogo mit Äskulapstab unterstützt die Seriosität. Jeweils für ein Jahr werden sich diese mit einem entsprechenden Seminar zertifizieren. Danach müssen sie wieder eine neue Schulung besuchen, um weiterhin ihre Zertifikation zu bewahren. Dafür nennt Mott folgenden Grund: „Wir entwickeln uns weiter und möchten neue Erkenntnisse vermitteln.“

Denn mit seinen Alterskrankheiten wie beispielsweise Herz-, Atmungs-, Hüft- oder Knieproblemen, Diabetes und Übergewicht braucht der Kunde ein individuelles, Verkaufsgespräch, bei dem zuerst seine Wünsche und Bedürfnisse erkannt werden sollen. Dann erst erfolgt die lösungsorientierte Beratung. Dafür ist es wichtig, dass der Verkäufer sich in die Rolle seines Kunden versetzen kann. „Wenn jedoch ein Verkäufer ein Einfühlungsvermögen entwickelt hat, welches auch mit Respekt und Liebe zu seinen Mitmenschen zu tun hat, dann muss er nicht mehr im üblichen Sinne „verkaufen“, der Kunde möchte von selbst das Produkt und ist auch bereit, dafür einen fairen Preis zu bezahlen. Natürlich möchte ich nicht karitative Kaffeekränzchen halten, schließlich soll an einem Verkauf auch etwas verdient werden. In der Fahrrad-Branche wird nämlich nicht die Beratungszeit bezahlt, sondern das Produkt!“ verdeutlicht Mott.

Rollenspiele mit Ergotherapeuten zeigen Potentiale auf

Ziel des Seminars war es, die Empathie der Vital-Bike Händler zu entfalten. Dafür gewann Mott zwei hervorragende ReferentInnen: Thomas Egger, Chef der krankengymnastischen Praxis „In Balance“ aus Tauberbischofsheim, und Eva-Maria Vial, Ergotherapeutin aus Werbachhausen. Beide entwickelten für die Vital-Bike Händler eine einmalige Idee: Mit praktischen Übungen und Rollenspielen konnten sich diese zumindest für eine Weile in die Welt der durch Rheuma, Arthrose, Schlaganfall oder ähnliche Krankheiten gehandicapten Kunden einfühlen, spüren, was ihm wichtig ist. Dies simulierten Halskrause, Brust- und Rückengurt oder Bandagen und Gewichte an Schultern, Armen und Beinen oder je ein miteinander „verbandeltes“ Bein von zwei unterschiedlichen Personen.

„Magst du mir mal helfen? Ich bin behindert und kann net!“, rief ein Schulungsteilnehmer beim Bandageanlegen. Und „Kann mir jetzt jemand hier runter helfen?“, so der humorvolle Hilferuf eines auf einem Vital-Bike mit Stützrädern sitzenden Mitspielers. Erfolgreich den Vital-Bike Tiefeinsteiger erklimmen und zur Abfahrt bereit, hieß es: „Kommt jetzt ein Auto? Ich seh' das nicht!“ – Alle Umstehenden lachten. Wie hilfreich erweist sich da ein Rückspiegel.

Auch die Verkaufs-Rollenspiele mit den Therapeuten und Kollegen lösten bei den Händlern einige Aha-Effekte aus. „Ich will schließlich nicht ins Altersheim!“ kam da über die Lippen eines geplagten, in die Rolle eines Mammuts geschlüpften Fahrradhändlers - mit auferlegten Bürden an Knie, Brust, Wirbelsäule, Schulter und Bein. Der Kunde ist vom Beschwerdebild wegzubringen, so Eggers Tipp. Zeigen Sie ihm seine Stärken, das ermöglicht nicht nur den Aufstieg aufs Rad, sondern auch den Einstieg zum Verkauf. Durch Lösungsmöglichkeiten wie ein Spiegel, Sattellift oder eine

Tretkurbelverkürzung werden beim Patienten Energie frei. Am mitgebrachten Wirbelsäulen- und Beckenmodell veranschaulichte Egger, auch Referent für rückengerechte Verhältnisprävention des Aktion Gesunder Rücken e.V. (AGR), die sinnvolle Sattelbreite, -Weiche oder Härte für beschwerdefreies Fahren. „Achsgerechte Sättel sind wichtig“, denn es wirke auch beim Radeln ein hoher Druck auf das Nervengeflecht in der Wirbelsäule.

„Auf ängstliche Kundinnen gehen Sie am Besten in Ruhe ein“, so der Tipp von Vial. Zeigen Sie ihr alle Funktionen, lassen Sie diese ausprobieren, so nehmen Sie ihr feinfühlig die Angst. Treten Sie einen Schritt zurück, damit der Kunde das Rad in die Hand nehmen muss. Und stellen Sie ihm W-Fragen. (Was wünschen Sie sich? Warum möchten Sie dieses Fahrrad – oder diesen Sattel?) Bedenken Sie allerdings: Weniger Technik, mehr Mensch! Denn Fachidiot schlägt Kunde tot! Fragen Sie lieber gezielt, wofür er das Gefährt einsetzen will, wo der Kunde wohnt, ob er sein Rad in den Keller hieven muss und ähnliches. Entsprechend suchen Sie den Rahmen, Motorstärke und verschiedene Zusatzoptionen aus: „Schauen Sie mal, mit dem Sattellift / der Tretkurbelverkürzung können Sie Ihre Einschränkung in der Beinbewegung kompensieren, und es erleichtert Ihnen das Aufsteigen.“ „Ich empfehle Ihnen...“ und „Sie können wählen zwischen einem 5- oder 9 Ah-Akku und so mit ihrem Freund wieder in den Wald rausfahren.“ Schaffen Sie Bilder mit Wohlgefühl. Bieten Sie den Golgen Ager stets zwei bis drei Lösungen für ihr Problem an. Und wenn ein Pärchen erscheint: Frauen entscheiden meistens über den Kauf! Auch weiß Mott: Die Freundlichkeit des Verkäufers ist wesentlich. Das kann auch Harald Jeske von Fahrrad Klaus aus Wiesbaden berichten: „Ich bin auch schon mal am Abend zum Kunden nach Hause gefahren und habe das Rad dort verkauft, war alles viel gelassener“. Sie können auch einen auf den Verkauf geschulten, sich mit der Materie auskennenden Opa im Betrieb integrieren. Geben Sie den Kunden unbedingt Vorab-Infos mit, und machen Sie ihn auf die Vital-Bike Internetseite aufmerksam, wo er sich ein individuelles Angebot erstellen lassen kann. Gerade wenn viel Betrieb im Laden ist, erleichtert das seine Kaufentscheidung. Und Tanja Seidt von Vital-Bike fordert auf: Telefonieren Sie nach einer Woche mit dem Interessenten, kümmern Sie sich um ihn.“ Sie bietet dem Händler an, diese Aufgabe bei Bedarf zu übernehmen.

Marketingmaßnahmen 60plus

Generell ist das Vital-Bike an Personen gerichtet, die aus eigener Motivation fitter werden wollen. Impulse sind zu geben auf Veranstaltungsabenden zum Elektrorad für aktive Senioren, was eine hohe Erfolgsquote verspreche. Touren-Events für Kunden 50+ seien zu nutzen wie zum Beispiel Radtouren – auch von Radvereinen wie dem ADFC. Vial hält es für sinnvoll, auch in Reha-Kliniken zu gehen. Auch beispielsweise ein sich drehendes Rad im Schaufenster, Werbewände, Poster und Aktions-Rabattgutscheine sind neben dem obligatorischen Rentnerbänkchen und dem angebotenen Tee, Wasser oder Kaffee empfehlenswert. Die Autobranche gibt viele Anstöße, wie nicht mit Technik, sondern mit Emotionen zum Kauf angeregt wird.

Überzeugt ist Mott, dass „ich durch die Impulse, die ich mit diesem Seminar bewirke, etwas Wichtiges erreichen werde: Die Welt wird etwas menschenfreundlicher werden und der Fahrrad-Händler wird durch Erfüllung seiner ureigenen Aufgabe, eine gute Beratung zu führen, auch das entsprechend Geld verdienen.“

Statements von Erhard Mott und Vital-Bike-Händlern zur Schulung:

„Es waren sehr gute Händler da, die das Konzept verstehen und auch was unternehmen und wagen wollen“, so freute sich Erhard Mott, Geschäftsführer von Vital-Bike über das Vertrauensverhältnis. Die Gemeinschaft in vielen Dingen – auch auf persönlicher Ebene wie die am ersten Abend bei Sauna und Weinprobe – schaffte Berührungspunkte. Und „ich wurde bestätigt durch die Rückmeldungen.“ Dies zeige ein Übernehmen von Verantwortung für Lob und Kritik auch von Seiten der Händler. Der Tag mit den Ergotherapeuten habe ihn freudig überrascht und wie die „Händler an die Übungen rangegangen sind und die Rollenspiele umgesetzt haben, wie sie sich in den Kunden einspüren können, ohne sich in technische Details zu verlieren. Das gehört zu einer höheren Beratungskompetenz, derer sie sich angenommen haben.“

„Die ältere Kundschaft will jung sein. Vital-Bike ist die richtige Ansprache für diese Menschen“, weiß Klaus Kastner von Rathaus Kastner in Kuppenheim. Für ihn „war wichtig, wie man an das Thema rangeht“, die Argumentation - welche „Knöpfe zu drücken“ sind beim Kunden, „damit er im Wohlfühlbereich fahren kann“. Vielleicht sollte man mehr Technik und Stärken des Vital-Bikes gegenüber anderen Herstellern mit reinbringen.“ (Foto)

Seit drei Jahren hat Judith Horst vom Bike Treff in Simmerath ihr Fahrradgeschäft, seit einem Jahr Vital-Bike. Letztere „haben maßgeblich zur Umsatzsteigerung beigetragen“. Sie hat Spaß am Verkauf an diese Kunden gefunden: „Ich stehe nach wie vor dahinter, denn es ist richtig, was Mott sagt, dass du für ein Vital-Bike acht Kinderräder verkaufen müsstest.“ Auch der Austausch während der Schulung war ihr „wichtig, weil man selber im eingefahrenen Denken ist. Der Kunde steht im Mittelpunkt und nicht, dass ich mein Ding durchziehe! Die Art wie Mott das vermittelt ist wirklich gut!“ (Foto)

Rudi Spielmann von Rudis Vehikel Shop aus Bellheim ist spezialisiert auf Elektro- und ergonomisch geprägte Räder. Nicht nur das „super Wellness-Programm und Hotel“, gefiel ihm. Sondern auch die „super Idee,“ und wie Mott die ganze Sache angehe. Es bestehe ein großer Trendmarkt, den jeder Händler mitnehmen sollte. „Das Modell ist einzigartig und hat Vorreiterfunktion. Mott ist Profi, auch was die Werbung angeht – ein starkes Konzept“. Spielmann sieht den sich entwickelnden Trendmarkt. (Foto)

Für Peter Benz von Radhaus Schulz aus Ettenheim ist der Mensch wichtig, „der hinter der Theke steht, sich für ihn zu sensibilisieren, ihn wahrzunehmen und dies umzusetzen.“ Er wird nächstes Jahr wieder kommen, denn ihm ist die Ergo-Schulung sehr bedeutsam. Für ihn war es eine völlig neue Erfahrung, „in der Zwangsjacke des behinderten Kunden zu stecken.“ (Foto)

Rainer Grimmer von Fahrrad Weindel in Speyer trägt nicht nur einen Pullover mit Mammot-Motiv. Ebenso nimmt er von den Tagungen „immer was mit, danach musst du schauen, dass du das Beste rausholst.“ (Foto)

Harry Waldmann von Schön Fahrräder aus Gau-Algesheim ist sich nicht ganz so sicher, ob das Vital-Bike für alle Mammuts das richtige Rad ist. „Dem Kunden besser zuhören!“ ist seine Erkenntnis.

Den Vorteil sieht Peter Gromer, Geschäftsführer und Produktionsleiter von Campus Fahrräder GmbH aus Forst bei Bruchsal, Produzent von Vital-Bikes, in der individuellen Zusammenstellung der Räder: „Für uns als Firma war es nicht so ergiebig. Nichts, was wir nicht schon gewusst hätten.“

Wichtig jedoch ist uns der Kontakt zu den potentiellen Campushändlern herzustellen und zu pflegen.“ (Foto)

Übersicht - Vorteile von Vital-Bike für den Vital-Bike Händler:

- Geringe Lagerhaltungskosten – hohe Liquidität
- Geringe Verkaufsfläche
- Gezielte Werbung mit Vorentscheidungsqualität
- Vermittlung von kaufinteressierten Kunden an Vital-Bike-Händler
- Händlerbezogene Verkaufsunterstützung
- Hoher Deckungsbeitrag
- Trendprodukt

Zusätzliche Vital-Bike-Neuheiten für 2008:

Hinsetzen und wohlfühlen? - Den Air Seat als derzeitige Standardausstattung, wird es in Zukunft bei Vital-Bike als Option geben, da dieser bei Rücken-, Hüftproblemen und Dammschnitt Vibrationen aufnimmt. Eine zusätzliche „Airwings Evolution und Revolution Federgabel sind empfehlenswert, und ein gepolsterter Sattel wird zukünftig zum Vital-Bike Standard-Komfort-Sattel. Auch plant Mott für die Internetseite Produktbeschreibungen der Tretkurbelverkürzung, jeweils für die Stahl- und Alukurbel.

Ein eigenes Vital-Bike Display mit speziellen Vital-Bike-Funktionen, Lithium-Akkus und neue Ladegeräte werden ab Frühjahr in die laufende Serie einfließen.

Infos:

Mehr über Vital-Bike-Händler-Konditionen und Vital-Bike-Modelle bei:

Mott Vital-Bike GmbH
Tel: 09343-627057-50
www.vital-bike.de

weitere Infos:

Thomas Egger: www.in-balance-praxis.de
Eva Vial: www.ergopraxisvial.de

In Balance

Pestalozziallee 13 -15
97941 Tauberbischofsheim

Telefon 09341 600980
Telefax 09341 600981

E-Mail kontakt@in-balance-praxis.de
Internet www.in-balance-praxis.de