

DIGITALISIERUNG: DER STATIONÄRE HÄNDLER PROFITIERT

Nachdem in den Medien bisher meist die Entwicklung der Onlineshops betrachtet wurde, zeigen sich inzwischen sehr deutlich die Vorteile des Händlers vor Ort. Auch wenn bisher vorwiegend die Herausforderungen für den lokalen Handel durch die Digitalisierung erörtert wurden, ergeben sich auch enorme Chancen für die stationären Einzelhändler, wie BikeLocal von Bidex zeigt. Kunden wollen nicht „online“ oder „stationär“ kaufen, sondern die Vorteile aus beiden Welten haben.

TEXT: ANDREAS BURKERT

Nahezu alle Kunden, die sich für ein Produkt interessieren, informieren sich vorab online und gelangen auf die Herstellerhomepages. Durch eine gute Darstellung kann der Kunde hier oft auch schon eine Vorentscheidung treffen. Viele Produkte will er vor einem Kauf aber erstmal anschauen, anfassen, eventuell Probe fahren. Bisher kam der Interessent an dieser Stelle nicht weiter, da das vorhandene Händlerverzeichnis alle Händler auflistet - auch die, die das Wunschprodukt oder einzelne Produktgruppen mitunter gar nicht führen. Der potenzielle Käufer hatte bisher keine Möglichkeit zu sehen, welcher Shop vor Ort das gewünschte Produkt tatsächlich vorrätig hat. Die sogenannte Customer Journey brach an dieser Stelle ab und der Interessent musste das Medium wechseln, griff zum Telefon, suchte in Onlineshops weiter oder vertagte den Kauf. Mit BikeLo-

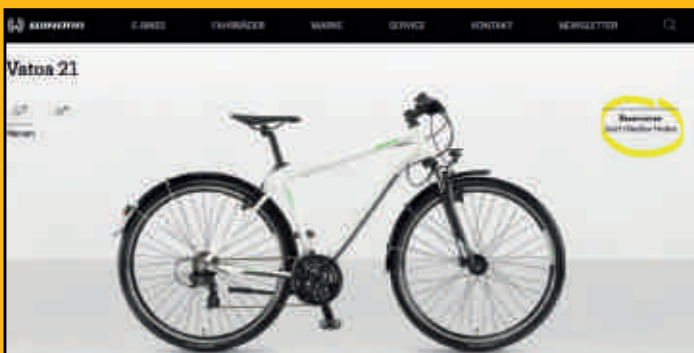
cal von Bidex sieht der Endkunde auf der Hersteller-Homepage direkt beim Produkt, das ihn interessiert, welcher Händler das Produkt vor Ort vorrätig hat und kann diesen direkt kontaktieren. Er kann es auf Wunsch für einen der nächsten fünf Werktage unverbindlich reservieren. Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde den Shop aufsucht und dieses (oder ein ähnliches) Modell kauft deutlich. So wird der interessierte Endkunde mit jenem Händler zusammengebracht, der das gewünschte Produkt auf Lager hat.

Investitionen amortisieren sich nach kurzer Zeit

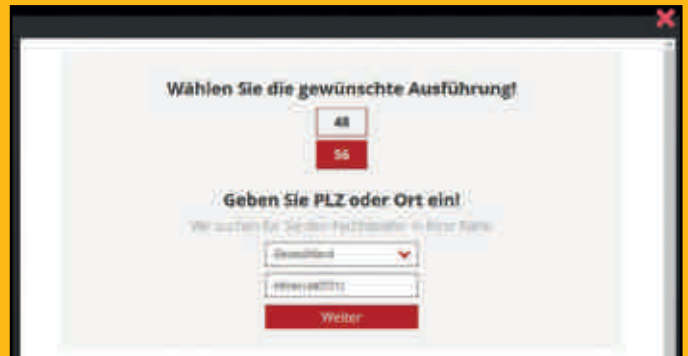
Für Hersteller, die Ihren Endkunden eine runderes Einkaufserlebnis bieten und die Partnerschaft zu ihren Händlern vertiefen wollen, fallen nur einmalige Projektkosten an, die von den gewünschten Funktionen

und dem eingesetzten ERP-System abhängen. Thomas Schwerdtner, der Projektleiter der Bidex GmbH, betont, dass es sich hier um Einmalkosten handelt. Händler haben die Chance auf Zusatzumsätze. Außerdem profitieren auch sie von der Transparenz: mit BikeLocal können sie sehen, welcher Händler ein Modell, das ihm beispielsweise zum Verkauf eines Pärchens fehlt, auf Lager hat und können diesen gezielt kontaktieren. Dadurch findet eine Marktberreinigung, ein Ausgleich zwischen überzähligen Rädern beim Einen und fehlenden Modellen beim Anderen statt. „Durch die geringe Jahresgebühr amortisiert sich die Investition für Shopbetreiber schon beim Verkauf von nur einem Drittel E-Bike pro Jahr“, so Schwerdtner.

Wichtigste Anforderung: möglichst kein Zusatzaufwand für die Händler:



Mit einem Klick bringt das Internetportal Kunde und Händler zusammen.



Der lokale Händler vor Ort wird einfach über die Postleitzahl gefunden.

Händler, die keine Warenwirtschaft nutzen, finden eine komfortable Online-Lagerverwaltung vor, in der alle Modelle bereits angelegt sind. Die Wareneingänge und Verkäufe können per Knopfdruck eingepflegt werden. Händler, die eine Branchen-Warenwirtschaft im Einsatz haben, können sich hingegen nach der einmaligen Einrichtung zurücklehnen. Mit einer Ausnahme ist es der Bidex GmbH gelungen, zu allen Branchen-Warenwirtschaften Schnittstellen aufzubauen, die

automatisiert die Bestände des Händlers an BikeLocal übermitteln. Sogar eine Warenwirtschaft des Motorradhandels wurde mit der Bidex-Standard-Schnittstelle angeschlossen, nachdem auch etliche Motorradhändler inzwischen eBikes im Programm führen. Und auch mit der letzten fehlenden Warenwirtschaft gibt es Gespräche, die hoffen lassen, dass auch deren Händler die Vorteile von BikeLocal demnächst nutzen können.

Häufig können auch individuelle Warenwirtschaften über die Bidex-Standard-Schnittstelle angebunden werden. Laut Schwerdtner hat sich innerhalb von nur eines Jahres das Protal quasi zu einem Branchenstandard entwickelt, den bereits 15 Marken nutzen. Neben den zahlreichen Fahrradmarken geht mit Endura demnächst auch der erste Zubehör beziehungsweise Bekleidungshersteller an den Start.



BikeLocal bietet dem Handel vor Ort, detaillierte Informationen zu veröffentlichen.



Ein Terminkalender erlaubt die sorgfältige Planung.

FAHRRÄDER · RADSPORT · ZUBEHÖR · RADTOURISTIK



Mit TREND-ARENA & 3.000 m² Testparcours

**PRÄSENTIEREN.
INFORMIEREN.
PROFITIEREN.**



27.2. – 1.3.2020

Informieren und Standplatz sichern unter:
www.fahrrad-essen.de

MESSE
ESSEN