

Foto: Shutterstock / pikselstock

Sicherheitsprodukte verkauften sich wieder gut

Der Verkauf von Zubehör ist trotz sinkenden Umsatzanteils weiter wichtig für den Fahrradhandel. Der Blick zurück auf 2018 zeigt eine gemischte Bilanz für die unterschiedlichen Produktgruppen.

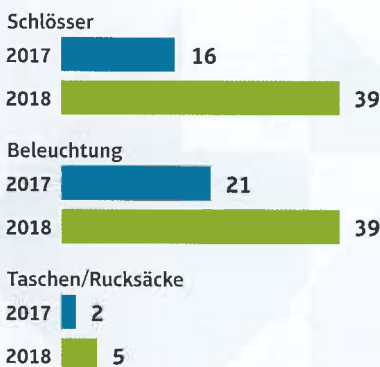
Exakt 16,5 Prozent ihres Umsatzes erwirtschafteten Fahrradhändler 2018 mit dem Verkauf von Zubehör und Teilen laut der aktuellen SAZbike-Umsatzstatistik (SAZbike 1/2019 vom 28.1.2019). Das war zwar etwas weniger

als im Vorjahr, doch dennoch bleibt Zubehör eine wichtige Einnahmequelle aufgrund der teilweise deutlich besseren Margen als bei Rädern.

Besonders zufrieden zeigten sich Händler 2018 mit dem Verkauf von

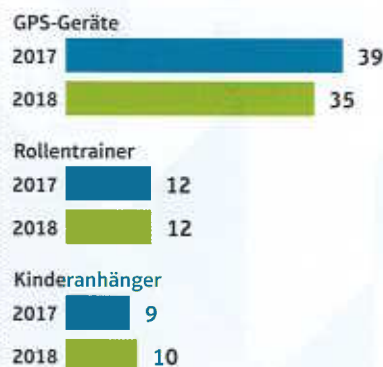
Schlössern. 39 Prozent gaben an, dass diese Produktgruppe bei ihnen die erfolgreichste war. 2017 waren es noch 16 Prozent. Bei diesen und allen anderen Werten muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass Reifen und Schläuche in die-

Welches Produkt hat sich am besten verkauft?



Angaben in Prozent

Welches Produkt hat sich am schlechtesten verkauft?



Angaben in Prozent

Bei welchem Produkt war die Unterstützung im Verkauf von Ihren Lieferanten am besten?

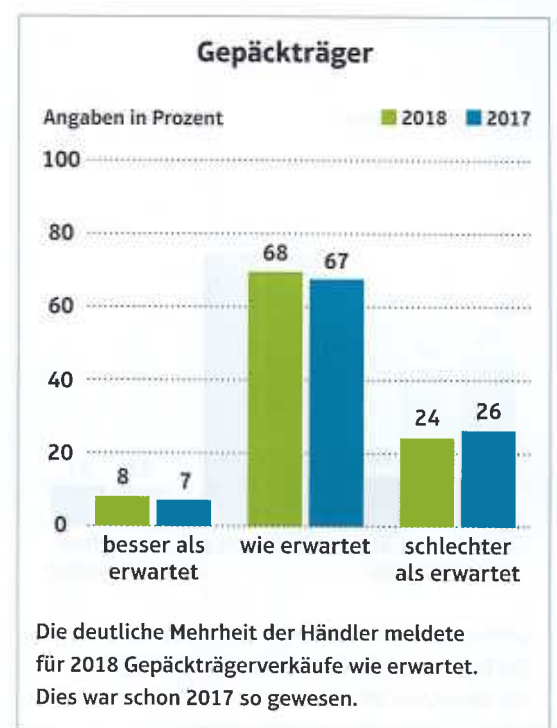
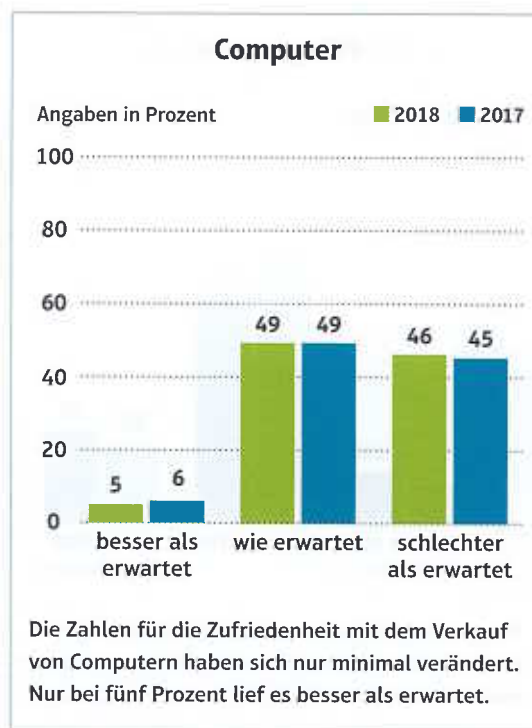


Angaben in Prozent

Bei welchem Produkt wünschen Sie sich mehr Unterstützung im Verkauf von Ihren Lieferanten?



Angaben in Prozent



ser Statistik den Teilen zugeordnet wurden. In der Vergangenheit waren nämlich diese immer unter anderem der Verkaufschlager Nummer eins im Fahrradhandel. Ebenfalls sehr zufrieden war eine große Zahl der Händler mit dem Verkauf von Beleuchtung, 39 Prozent (2017: 21 Prozent) gaben an, dass Lampen, Dynamos & Co. die am besten verkauften Zubehörprodukte bei ihnen seien. Hingegen waren Taschen und Rucksäcke bei fünf Prozent (2017: zwei Prozent) der Händler die Produktgruppen, die sich am besten verkaufen ließen.

Während die drei genannten Produktgruppen bei mehr als 80 Prozent der Händler für große Zufriedenheit sorgten, trieben drei andere Produktgruppen bei etwas mehr als der Hälfte der Händler die Sorgenfalten auf die Stirn. So meldeten 35 Prozent der Händler GPS-Geräte als die Produktgruppe, die sich am schlech-

testen bei ihnen verkaufte. Immerhin waren es damit einige weniger als 2017, als 39 Prozent sehr unzufrieden mit GPS-Geräten waren. Wie 2017 gaben auch 2018 wieder zwölf Prozent der Händler an, dass Rollentrainer bei ihnen das Produkt mit den größten Verkaufsschwierigkeiten waren. Zehn Prozent ihrer Kollegen taten sich dagegen mit dem Absatz von Kinderanhängern schwer. 2017 hatte sich dieses Produkt bei neun Prozent am schlechtesten verkauft.

Händler wollen mehr Hilfe für Verkauf von GPS-Geräten

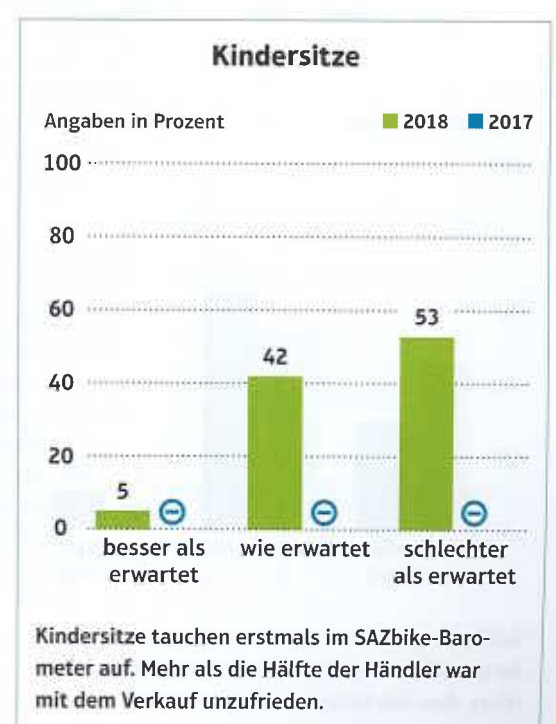
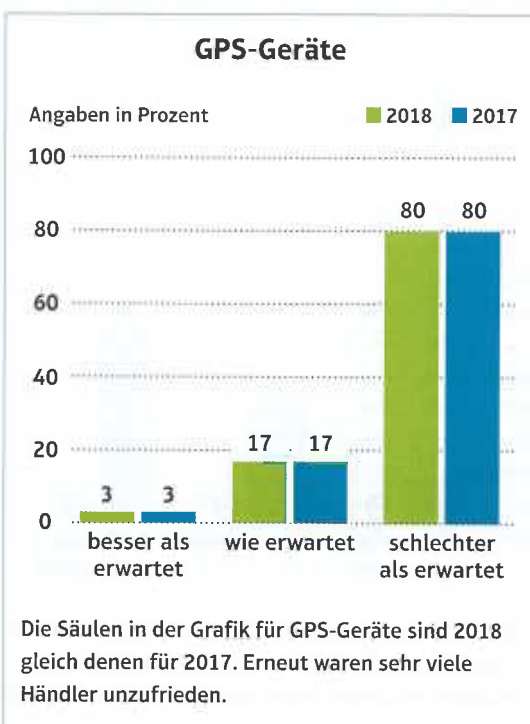
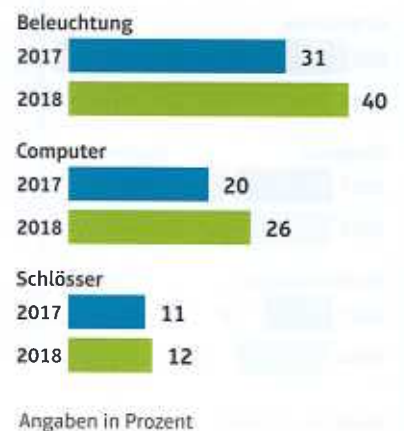
Durch ihre Unterstützung können auch die Lieferanten dazu beitragen, dass sich Zubehörprodukte gut verkaufen lassen. Besonders gut taten sich 2018 hier offenbar Hersteller und Lieferanten von Fahrradbeleuchtung hervor, denn 38 Prozent

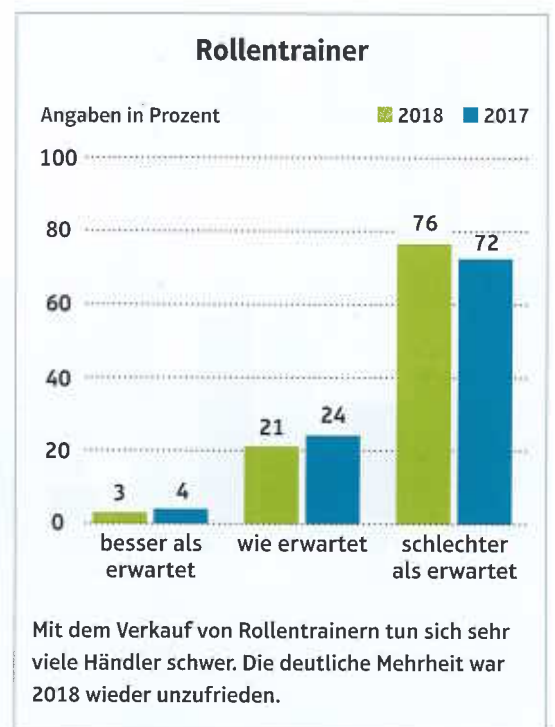
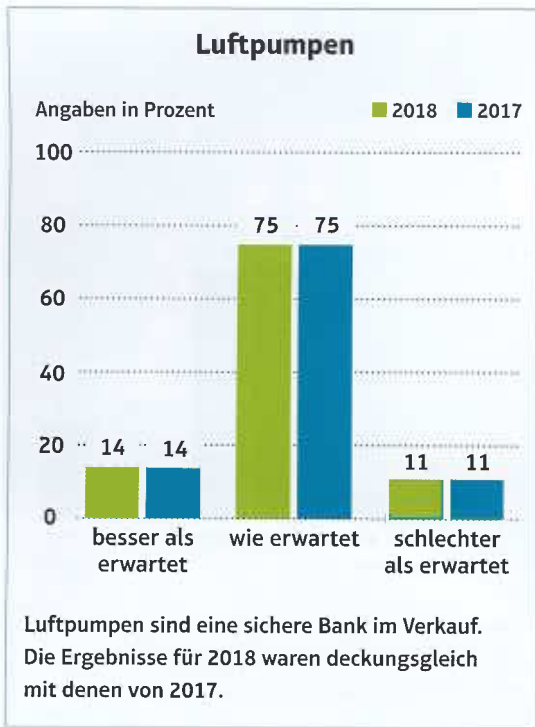
(2017: 26 Prozent) der Händler gaben an, dass deren Unterstützung am besten war. In 23 Prozent (2017: 14 Prozent) der Fachgeschäfte war wiederum die Verkaufsunterstützung der Lieferanten von Schlössern am besten. Bei neun Prozent (2017: vier Prozent) der Händler konnten vor allem die Lieferanten von Kinderanhängern mit ihrer Hilfe für den Verkauf im vergangenen Jahr punkten.

Umgekehrt wünschen sich die Händler weiterhin vor allem bei GPS-Geräten mehr Unterstützung im Verkauf. 19 Prozent (2017: 26 Prozent) nannten GPS-Geräte als Produkte, bei denen mehr Hilfe benötigt werde. Jeweils 13 Prozent der Händler brauchen offenbar mehr Verkaufsunterstützung für Kinderanhänger (2017: 16 Prozent) und Computer (2017: neun Prozent).

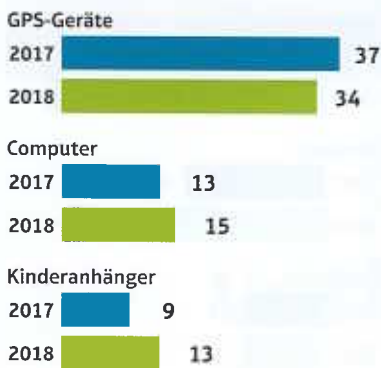
Wie bereits anfangs erwähnt, lief der Verkauf von Beleuchtung in 2018 »

Bei welchem Produkt hatten Sie die meisten Reklamationen?





Bei welchem Produkt war der Preisverriss durch stationäre und Online-Wettbewerber am größten?



Angaben in Prozent

sehr gut. Der Blick auf das zugehörige Barometer bestätigt dies: 41 Prozent der Händler gaben an, dass der Verkauf von Lampen & Co. 2018 ihre Erwartungen übertraf. 2017 waren es noch 33 Prozent. Bei 53 Prozent (2017: 57 Prozent) lief der Verkauf wie erwartet. Dementsprechend ärgerten sich nur sechs Prozent (2017: zehn Prozent) der Händler über schlechtere Verkäufe als erwartet.

Mit der Beleuchtung hatten die Händler aber auch in Bezug auf Reklamationen am meisten zu tun. 40 Prozent (2017: 31 Prozent) der Händler nannten Lampen, Dynamos etc. als häufigstes Produkt in der Reklamation. 26 Prozent (2017: 20 Prozent) ihrer Kollegen wickelten am häufigsten Reklamationen mit Computern ab. Schlösser wurden von zwölf Prozent (2017: elf Prozent) der Händler als häufigstes Reklamationsprodukt genannt.

Vor dem Siegeszug von Elektrorädern gehörten Computer zu den Bestsellern im Fahrradhandel. Das hat sich mittlerweile deutlich geändert. Nur bei fünf Prozent (2017: sechs Prozent) der Händler wurden diesbezüglich die Erwartungen im Verkauf in den letzten zwölf Monaten übertroffen. Während der Verkauf erneut bei 49 Prozent so lief wie erwartet, wurden bei 46 Prozent (2017: 45 Prozent) weniger Fahrradcomputer als erhofft verkauft.

Gleiche Ergebnisse für GPS-Geräte und Kinderanhänger

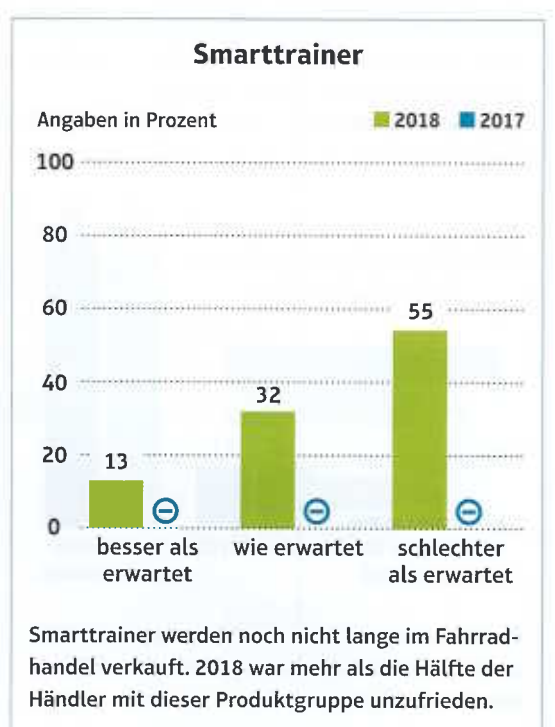
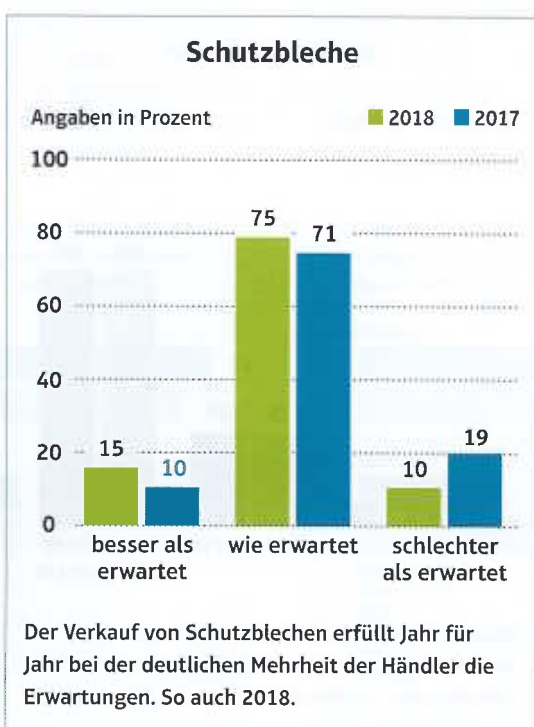
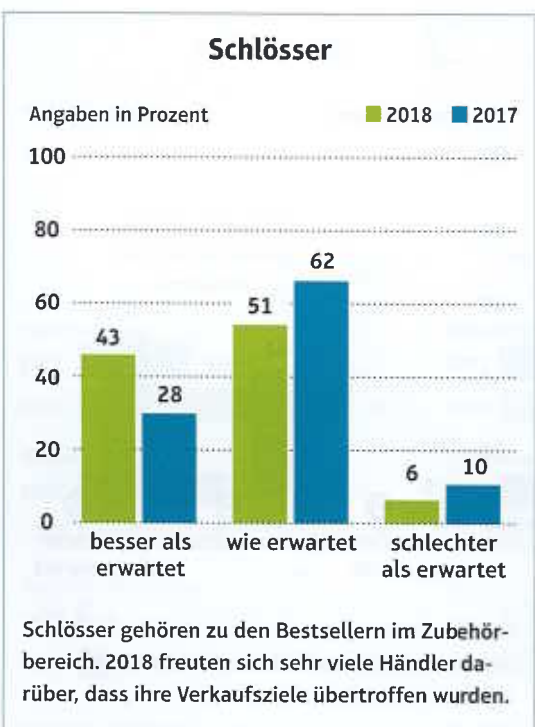
Der Verkauf von Gepäckträgern übertraf 2018 bei acht Prozent (2017: sieben Prozent) der Händler die Erwartungen. Bei der deutlichen Mehrheit von 68 Prozent (2017: 67 Prozent) lief der Verkauf hingegen wie erwartet, während 24 Prozent (2017: 26 Prozent) mit den Verkaufsergeb-

nissen bezüglich Gepäckträger unzufrieden waren.

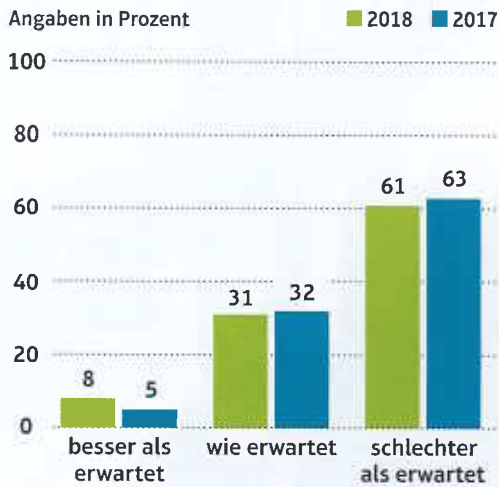
Die Antworten für den Verkauf von GPS-Geräten lassen sich schablonen-gleich übereinanderlegen: Wie in 2017 wurden 2018 nur bei drei Prozent der Händler die Erwartungen übertroffen. Bei erneut 17 Prozent lief es wie erwartet, während die deutliche Mehrheit von wieder 80 Prozent unzufrieden mit dem Verkauf von GPS-Geräten war.

Auch bei Kinderanhängern fielen die Ergebnisse für 2018 genauso aus wie für 2017: Sechs Prozent der Händler freuten sich darüber, dass sie mehr Kinderanhänger als erhofft verkaufen konnten. Bei 25 Prozent der Händler lief der Verkauf genau wie erwartet, während die Mehrheit von 69 Prozent sich über schlechtere Verkäufe als erwartet beklagte.

Erstmals abgefragt wurde die Zufriedenheit mit dem Verkauf von Kindersit-

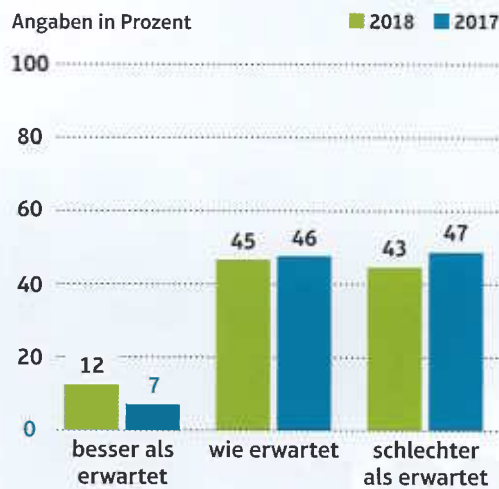


Sporternährung



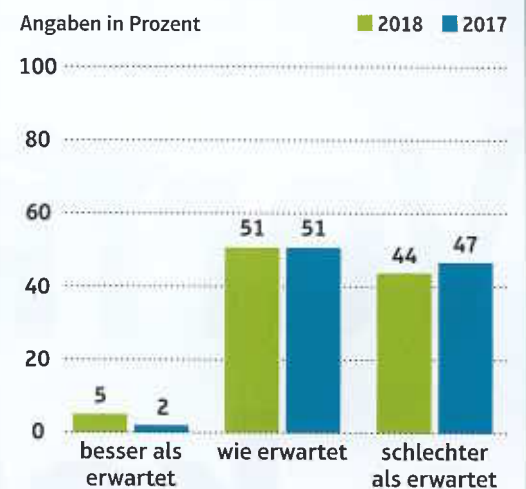
Sporternährung erfüllte 2018 erneut bei einer deutlichen Mehrheit der Händler nicht die Erwartungen im Verkauf.

Taschen / Rucksäcke



Einige Händler mehr als 2017 meldeten für Taschen und Rucksäcke bessere Verkaufsergebnisse als erwartet.

Werkzeuge



Der Verkauf von Werkzeugen läuft bei mehr als der Hälfte der Händler immer wie erwartet. Dies wurde 2018 bestätigt.

zen. Dieser lief 2018 in fünf Prozent der Fachgeschäfte besser als erwartet. Bei 42 Prozent der Händler wurden die Erwartungen erfüllt, 53 Prozent waren hingegen unzufrieden mit den Absatzzahlen von Kindersitzen im letzten Jahr.

Preisverriss betraf 2018 vor allem GPS-Geräte

Preisverriss ist ein Problem, das viele Händler ärgert. Wie in 2017 waren auch 2018 vor allem GPS-Geräte davon betroffen. 34 Prozent (2017: 37 Prozent) der Händler nannten diese Produktgruppe als besonders problematisch in Bezug auf stabile Preise. Für 15 Prozent (2017: 13 Prozent) ihrer Kollegen waren vor allem Computer das Produkt mit dem größten Problem diesbezüglich. 13 Prozent (2017: neun Prozent) der Händler nannten hingegen Kinderanhänger bei der Frage nach dem Produkt mit dem größten Preisverriss als Antwort.

Der Verkauf von Luftpumpen stellte erneut die deutliche Mehrheit von 75 Prozent der Händler zufrieden. Da erneut bei 14 Prozent der Kollegen die Erwartungen übertroffen und bei elf Prozent diese nicht erfüllt wurden, hat sich an der Verkaufszufriedenheit von Luftpumpen nichts geändert.

Elf Prozent der Händler gaben an, dass der Verkauf von Pflegemitteln in 2018 ihre Erwartungen übertroffen hat. 2017 waren es noch 14 Prozent. Bei der deutlichen Mehrheit von 67 Prozent (2017: 61 Prozent) wurden die Erwartungen in Bezug auf den Verkauf von Pflegemitteln genau erfüllt. 22 Prozent (2017: 25 Prozent) ihrer Kollegen waren eher unzufrieden.

Rollentrainer gehören zu den Zubehörprodukten, mit denen sich viele Händler schwertun. So übertraf der Verkauf von Rollentrainern nur bei drei Prozent (2017: vier Prozent) der Händler die Erwartun-

gen. Bei 21 Prozent (2017: 24 Prozent) lief es wie erwartet, während die große Mehrheit von 76 Prozent (2017: 72 Prozent) unzufrieden war.

Im Gegensatz zu Rollentrainern gehören Schlösser zu den erfolgreichsten Produkten im Zubehörverkauf. Dementsprechend gaben 43 Prozent (2017: 28 Prozent) an, dass ihre Erwartungen bezüglich des Verkaufs von Schlössern in 2018 übertroffen wurden. Bei weiteren 51 Prozent (2017: 62 Prozent) lief es wie erwartet. Nur sechs Prozent (2017: zehn Prozent) waren unzufrieden mit dem Schlossverkauf in 2018.

Ein solides Produkt im Verkauf sind Schutzbleche. Diese These wird durch das aktuelle SAZbike-Barometer bestätigt, denn die deutliche Mehrheit von 75 Prozent (2017: 71 Prozent) meldete Verkäufe wie erwartet. Bei 15 Prozent (2017: zehn Prozent) lief es sogar noch besser, bei zehn Prozent (2017: 19 Prozent) eher schlechter.

Smarttrainer stellten mehr als die Hälfte nicht zufrieden

Eine eher junge Produktgruppe im Fahrradhandel sind Smarttrainer, die erstmals im SAZbike-Barometer erfasst werden. Der Verkauf von diesen übertraf 2018 bei 13 Prozent der Händler die Erwartungen. Weitere 32 Prozent waren zufrieden mit ihren Ergebnissen, während 55 Prozent der Händler unzufrieden mit dem Verkauf von Smarttrainern waren.

Sporternährung ist für viele Händler kein einfaches Produkt im Verkauf. Für 2018 gaben acht Prozent (2017: fünf Prozent) von ihnen an, dass ihre Erwartungen übertroffen wurden. Bei 31 Prozent (2017: 32 Prozent) ihrer Kollegen lief es wie erwartet, während die deutliche Mehrheit von 61 Prozent (2017: 63 Prozent) erneut unzufrieden war.

Zwölf Prozent (2017: sieben Prozent) der Händler freuten sich darüber, dass sie 2018 mehr Taschen und Rucksäcke verkauften, als sie vorher erwartet hatten. Jene Erwartungen wurden bei 45 Prozent (2017: 46 Prozent) genau erfüllt. Hingegen ärgerten sich 43 Prozent (2017: 47 Prozent) der Händler über schlechtere Verkaufsergebnisse von Taschen und Rucksäcken als vorher erwartet.

Die Mehrheit von erneut 51 Prozent der Händler gab an, dass der Verkauf von Werkzeugen in 2018 genauso die Erwartungen erfüllte wie in 2017. Fünf Prozent (2017: zwei Prozent) ihrer Kollegen freuten sich über bessere Ergebnisse als erwartet, während 44 Prozent (2017: 47 Prozent) eher unzufrieden waren.

Beratungsaufwand: Stärke oder Schwäche des Produkts?

Kompetente Beratung ist eine der Stärken des Fachhandels. Dabei gibt es jedoch Produkte, bei denen der Beratungsaufwand höher ist als bei anderen. Dies muss nicht immer ein Nachteil sein, sondern kann sich auch als Vorteil herausstellen, weil es eben für die Kompetenz des Händlers sprechen kann.

In Bezug auf den Zubehörverkauf für das Jahr 2018 gaben 31 Prozent (2017: 39 Prozent) der Händler an, dass sie für GPS-Geräte den höchsten Beratungsaufwand hatten. Kinderanhänger wurden von 25 Prozent (2017: 22 Prozent) ihrer Kollegen als das Produkt mit der höchsten Beratungsintensität in den letzten zwölf Monaten bezeichnet, während der Bereich Beleuchtung diesbezüglich wie im Vorjahr von elf Prozent der Händler genannt wurde.

Bei welchem Produkt war der Beratungsaufwand am größten?



Angaben in Prozent

So wurde bewertet

Mehr als 400 Händler nahmen an der SAZbike-Händlerumfrage im Dezember 2018 und im Januar 2019 teil. Sie bewerteten ihre Verkäufe in verschiedenen Produktgruppen.

Weitere Barometer

In der nächsten Ausgabe von SAZbike folgen die Barometer zu Fahrrädern, Teilen und Bekleidung.



Alexander Schmitz
schmitz@saz.de