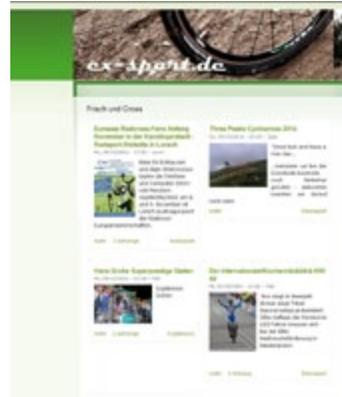


# Die vermeintliche Nische als Hauptgeschäft nutzen

Crossräder liegen im Trend. Das bestätigen nicht nur Hersteller, sondern auch Händler. Ein erfolgreiches Beispiel ist Elmar Schrauth. Im Gegensatz zu manchem Kollegen setzt der Cochemer in seinem Geschäft schon seit Jahren auf die vermeintliche Nische, die sich bei ihm längst zum Hauptgeschäft entwickelt hat.

„Vom Umsatz her etwa die Hälfte, vom Volumen etwa ein Drittel.“ Cross dominiert den Verkauf bei Radsport Schrauth bzw. dem dazugehörigen Online-Shop Crossladen.de ganz klar. Inhaber Elmar Schrauth hat sich bereits vor Jahren auf diese Nische konzentriert und erntet jetzt die Früchte seiner Arbeit. „Die Räder sind heutzutage viel besser als früher und wesent-

Vielleicht gerade deshalb gibt es aber auch Trittbrettfahrer in Industrie und Handel. Schrauth ärgert sich z.B. über Räder mit schlechten Zugverlegungen, falschen Hinterbauten oder schlicht zu schmalen Konstruktionen für breitere Reifen. Es kommen aber auch Kunden zum ihm, denen Händler nicht mal die passende Übersetzung einstellen konnten.



Im Internet bietet er in seinem Webshop Konfigurationen für die Räder an. Zudem betreibt er die Cross-Infoseite Cx-sport.de.



le Kunden gut informiert und testen erst den nichtsahnenden Verkäufer. Wenn sie dann merken, dass er nichts weiß, dann sind sie

## Online preisstabil Crosser verkaufen

Ein weiteres wichtiges Kaufargument ist der Online-Konfigurator. Dieser bedeutet einerseits sehr viel Arbeit, denn bei jedem Crosser müssen die möglichen Optionen (wie Schaltgruppe, Kasette, Kurbel, Lenker etc.) eingestellt werden. Andererseits wird diese Möglichkeit von „gefühl 98 % aller Kunden angenommen“, so Schrauth. Weiterer wichtiger Vorteil: Durch diesen Extraservice kommt der Händler

gar nicht erst in die Versuchung, die Räder online zu Kampfpreisen anbieten zu müssen, da seine Kunden nicht nach dem Preis, sondern nach dem Mehrwert durch die eigene Konfiguration suchen.



Elmar Schrauth ist kein gewöhnlicher Fahrradhändler: Zu seinem Shop in einer ehemaligen Gärtnerei gehört auch eine Indoor-Crossstrecke.

Foto: Velonauten/Kay Tkatzik

lich ausgereifter. Einen wichtigen Beitrag dazu haben Scheibenbremsen, vor allem hydraulische, geleistet, auch wenn es da einige Rückrufe gab. Dies ändert nichts daran, dass der Trend aktuell läuft.“

## Gut informierte Kunden testen Verkäufer

„Natürlich ist Cross als Nische für manche Kollegen interessant. Aber gerade bei diesem Thema sind vie-

ganz schnell weg“, berichtet Schrauth von Erzählungen seiner Kunden. Bei ihm fühlen sie sich dagegen gut aufgehoben, was auch mit dem zusätzlichen Engagement des Händlers zusammenhängt.

Als Betreiber der Webseite Cx-sport.de ist Schrauth der Nachrichtentexperte für Cross schlechthin. Zudem bietet er z.B. mit dem Cross-ABC interessante Informationen, die deutlich sein Wissen zu diesem Thema zeigen. Und als Veranstalter von vier Crossrennen zeichnet der umtriebige Händler ebenfalls verantwortlich. „Unsere Kunden schätzen es, dass wir so viel Ahnung von dem Thema haben und auch aus unseren persönlichen Fahrerfahrungen schöpfen können.“

Dementsprechend stehen bei Radsport Schrauth auch mehrere Crossräder aufgereiht gleich am Eingang. Das wirkt auf den ersten Blick nicht besonders schön, ist für den Händler aber ein wichtiges Signal an die Kunden: „Viele unserer Kunden fahren sehr weit, um einen Crosser in ihrer Größe zu fahren. Bei uns werden sie immer fündig, da wir stets alle Größen führen.“

Und dann bietet Schrauth noch ein einmaliges Erlebnis: Seit 2012 befindet sich sein Geschäft in einer ehemaligen Gärtnerei. Diese ist eigentlich zu groß für den Verkaufsbetrieb des Händlers, der für die freie Fläche (z.B. der Gewächshäuser) aber seine eigenen Ideen hatte. Also baute er mit seinem kleinen Team eine eigene Indoor-Crossstrecke durch Gewächshaus, den benachbarten Ausstellungsraum, einen Korridor entlang und eine lange Rampe hinunter in den Verkaufsbereich. Anlieger, eine kleine Sandgrube, Hürden und hölzerne Bodenwellen runden den Kurs ab. „Wir sind ein kleines Team und haben ständig viel zu tun, aber den Spaß wollten wir uns nicht nehmen lassen“, meint Schrauth lächelnd. Und den haben ganz sicher auch seine Kunden.

Alexander Schmitz

LEISTUNGSMESSUNG KANN SO EINFACH SEIN.

BIST DU BEREITS **STAGESPOWER** HÄNDLER?

