

Die Versicherung ist ein gutes Mittel zur Kundenbindung

Im Jahr 2007 wurden deutschlandweit 372.045 Fahrräder gestohlen. 2008 dürfte die Zahl nach dem Trend der vergangenen Jahre weiter angestiegen sein. Ein optimaler Nährboden also für Fahrradhändler, um hochwertige Schlösser zu verkaufen. Wer seine Kunden für das Thema Sicherheit sensibilisiert, hat zudem die Möglichkeit, über den Verkauf von Versicherungen Kundenbindung zu erzielen.

Im Verkaufsgespräch für das Bike sollte auch das Thema Diebstahlsicherung angesprochen werden. Wo soll das Rad nachts stehen? Wofür wird das Bike in der Stadt gebraucht? Wann wird das Rad genutzt? Solche Fragen gehen auf die Bedürfnisse des Kunden ein. Um die Produkte besser erklären zu können, teilen die Hersteller ihre Schlösser in verschiedene Sicherheitsstufen ein. Die Ansprüche sind sehr unterschiedlich: Auf dem Land wird eher weniger geklaut. „Die Fehmarner kaufen nur die billigen Schlösser“, weiß Petra Marquardt (2-Rad-Marquardt, Fehmarner).

In der Stadt jedoch vergreifen sich vergleichsweise viele Diebe an neuen Rädern. „Während man gemütlich im Eiscafé sitzt, kommt einer vorbei und knackt das Schloss mit einem Seitenschneider. Das wird von Umstehenden zwar registriert, aber nicht verhindert“, beschreibt Rüdiger Schlüschen (Radsport Sonntag, Berlin) die bittere Erfahrung vieler Kunden. Für ihn ist deshalb klar: „Wer beim Fahrradverkauf kein Schloss mitverkauft, ist einfach dumm.“ Sowohl für Hersteller als auch für Händler trennt sich hier die Spreu vom Weizen. „Ein Schloss ist ein Muss-Artikel“, fordert Jo-

achim Winkler, Vertriebsleiter bei Trelock. Als Faustregel für den Wert eines Schlosses geben die Hersteller folgende Regel an: Der Wert der Sicherung sollte 10% des Neurades betragen.

Mit dem Schloss auch die Versicherung verkaufen

Schlüschen setzt schon seit einigen Jahren auf Fahrradversicherungen der Wertgarantie (Hannover). Für den Berliner verkauft ein aufgeweckter Händler zum Fahrrad und dem passenden Schloss die entsprechende Versicherung gleich mit. „Bei uns verlässt kein Neukunde das Geschäft, dem wir es nicht wenigstens angeboten haben.“ Gerade Berlin hat ein großes Problem mit Fahrrad-Kriminalität (s. SAZbike-Bericht auf der nächsten Seite). Ähnliches gilt für andere Großstädte bzw. Orte mit großer Fahrradtradition. Torsten Mendel (Abus) weiß von Händlern aus Münster, dass ein Kunde durchaus mal zwei Schlösser für ein Rad kauft. Radsport Sonntag nutzt dieses Wissen, um seine Kunden von den Vorzügen einer Versicherung zu überzeugen. Die Berliner werben mit folgender Logik auf ihrer Homepage:

Um 07:00 Uhr merken Sie, dass Ihr gutes, wertvolles Rad gestohlen wurde.



Um 08:00 Uhr machen Sie eine Anzeige bei der Polizei.
Um 10:00 Uhr kommen Sie mit der Anzeige zu uns in den Laden.
Um 10:20 Uhr verlassen Sie unseren Laden mit Ihrem neuen Fahrrad.

„Der Kunde ist einfach dankbar für die Sicherheit. Wenn er nicht sofort überzeugt ist, weise ich ihn manchmal auch daraufhin, dass nicht nur er sein Fahrrad schön findet. Das funktioniert dann meist“, weiß Schlüschen. So sei der Bonus für den Versicherungsabschluss ein hervorragendes Zubrot. Was aber noch viel wichtiger ist: Der Händler pflegt einen Kundenstamm, weil er mit Beratungskompetenz überzeugt.

Auch Mittelklasseräder werden versichert

Auch für die Versicherer sind Fahrräder ein wachsender Markt. Der Grund: „Gerade bei den teuren Rädern decken Hausratversicherungen nicht alles ab“, erklärt Monika Winterhof von Wertgarantie. Doch würden auch sehr viele Räder im mittleren Preissegment versichert. Bei Wertgarantie liegt der durchschnittliche Preis für ein versichertes Rad bei 600 EUR. Die Hannoveraner bieten sowohl einen reinen Diebstahlschutz als auch ein Komplettpaket an. Für Händler lohnt sich besonders das Komplettpaket, da die Versicherungsleistungen nur über den Fachhandel laufen.

Ein neues Versicherungspaket bieten die Versicherungsmakler P & P Pergande & Pöthe (Hamburg) an. Der „Bike-Assuranz Sofortschutz“ gilt ab dem Augenblick, wo der Kunde mit dem neuen Rad das Ladenlokal

Radsport Sonntag weist Kunden schon an der Ladefront auf Diebstahlschutz hin. In Deutschland werden jährlich fast 400.000 Fahrräder gestohlen.



Bis zu 1000 EUR von Kryptonite

Das Münchner Team von „Stilrad“ setzt für seine Fahrräder das „G-1000“-Programm von Kryptonite ein. „Jeder Kunde erhält beim Kauf eines Neurades ein Kryptonite-Schloss aus der New-York-Serie und den damit verbundenen Versicherungsschutz“, erklärt Geschäftsführer Andi Müller. Die Münchner verkaufen nur hochpreisige Lifestyle-Räder für die Stadt ab einem Wert von 1000 EUR. Kryptonite ersetzt Kunden, die sich für „G-1000“ registriert haben, beim Diebstahl des Rades bis zu 1000 EUR. Dabei wird jedoch die Schadensregulierung durch die Hausratversicherung anteilig berücksichtigt. Für die ersten beiden Jahre gilt dabei der Neuwert des gekauften Bikes und im dritten Jahr entscheidet der Händler über den Wert. „Man muss sich aber kein Neurad kaufen, um ‚G-1000‘ zu nutzen“, verdeutlicht Thomas Wilkens vom deutschen Kryptonite-Distributor Grofa. Auch mit einem gebrauchten Rad kann man das Programm nutzen, wobei der Händler vor Ort über den Wert entscheidet. Für Andi Müller von Stilrad zählt, dass der Kunde doppelt glücklich ist: über sein neues Rad und über die kostenlose Ver- und Absicherung. (as) ■

Fahren wie ein Zweirad - sicher wie ein Dreirad



OOO wulfhorst
Spezial-Dreiräder machen mobil

33263 Gütersloh Pl. 3326
Tel. 05241/98680