

# RadMarkt

07/2004  
www.radmarkt.de

## BIKE SHOP NEWS

**Übersichten Helme,  
Brillen und Schlösser:**  
Da geht noch was

**Sugoi:**  
Damenoberbekleidung  
aus Kanada

**Bedienungs-  
anleitungen:**  
Anleitung zur  
Anleitung

**Schaufenster:**  
Lieber schockierend  
als langweilig



### HUMPERC

**AHS 1**  
Multifunktionaler  
Lenkerbügel

360°  
bis 90°

Top in Form  
und Funktion!

**X-FACT**  
by HUMPERC  
www.humpert.com

RadMarkt interviewte Aldi-Käufer:

# Innenansichten eines Kunden

Neues Handelsmarketing und Service-Tool bei Iko in Raubling:

## Prinzip der Schriftlichkeit bringt Service-Abwicklung auf Trab



Ulrich Weiss

**U**lrich Weiss, Vertriebsleiter von Iko/Corratec, äußerte sich gegenüber dem RadMarkt zu modernem Handelsmarketing, Kundenbindungs-Maßnahmen und einem neuartigen Service-Tool seines Unternehmens.

**RM:** Welche Maßnahmen hat Iko in letzter Zeit eingeführt, um die Position im und gegenüber dem Handel zu intensivieren?

**Ulrich Weiss:** Corratec ist stets bemüht, vor allem die Bereiche Marken-Attraktivität und Handelsspanne auszubauen. Unter

dem Begriff Mastershop wurde ein besonders umfangreiches Handelsmarketing-Programm eingeführt und intensiv beworben.

Einerseits wird der Mastershop mit der derzeit größten Kampagne im MTB-Bereich in allen führenden Titeln massiv beworben. Dabei wird jedes Inserat mit einem ausführlichen Händlerverzeichnis versehen. Dies erhöht nachhaltig die Frequenz beim Händler und dessen Bekanntheit. Am POS selbst betreiben wir ein enormes Engagement mit einer Reihe von neuen Verkaufshilfen.

**RM:** Mit welchem Ziel werden diese Maßnahmen durchgeführt?

**Weiss:** Mit dem Ziel, die Verkaufs- und Überzeugungsleistung des Händlers im Laden zu unterstützen und den Abverkauf zu stimulieren. In der Summe steigert sich der Markenwert von Corratec. Daraus ergibt sich für den Händler ein besserer Abverkauf zu höheren Preisen.

**RM:** Wie begegnet Iko der andauernden Service-Problematik,

die aus der Händlerschaft immer wieder sehr vehement zu hören ist?

**Weiss:** Diese Stimmung hat Iko ebenfalls wahr und natürlich sehr ernst genommen. Daraus resultierte dann eine intensive Ursachenforschung; Zusammen mit der FH in München wurden deshalb alle aktiven Kunden von Iko befragt. Das Ergebnis: Dem Händler sind drei Dinge beim Service besonders wichtig: Erreichbarkeit, Schnelligkeit, Kulanz.

Daher haben wir unseren Kunden vor knapp einem halben Jahr ein neuartiges Service-Tool vorgestellt, den so genannten Iko-Priority-Service. Er führt zum blinden Austausch aller Corratec- und zzyx-Produkte, in der Regel innerhalb von 48 Stunden.

Vor Einführung des Iko-Priority-Service wurden die gesamten Abläufe rund um die Service-Abwicklung kritisch unter die Lupe genommen. Eine Reihe struktureller Veränderungen wurden vorgenommen, mit dem Ziel, die Service-Performance zu optimieren. Das Service-Personal wurde verdoppelt, die Lagerkapazität verdreifacht und die

Reaktionsgeschwindigkeit vervielfacht. Wichtig ist jedoch, dass alle Reklamationen schriftlich bei uns eingehen, diese einzige Voraussetzung (Onlinebasis) mussten wir einführen.

**RM:** Welche positiven Konsequenzen hat diese Fixierung auf eine web-basierte Abwicklung?

**Weiss:** Das Prinzip der Schriftlichkeit ist die Voraussetzung dafür, dass Falschlieferungen vermieden werden. Mit der Onlinefunktion können die Service-Anträge zudem sekunden-schnell weitergeleitet und ausgeführt werden. So kann Iko nach dem Vorbild der globalen Versand-Dienstleister sogar jeden einzelnen Vorgang nachverfolgen und den Kunden jederzeit punktgenau über den Status der Reklamation informieren. Heute verfügt Iko über eine beinahe tagesfertige Ausführung. Jede Reklamation, die vor 12 Uhr per E-Mail im Priority-Service eintrifft, kann zu mehr als 90 Prozent am selben Tag ausgeliefert werden, ist also innerhalb 24 Stunden beim Kunden ausgeführt. ■

Fragen: mb

## Bicycle China 2004 in Kanton

In **Guangzhou**, der Hauptstadt der Provinz Guangdong (auch Kanton genannt) wird vom 24. bis 26. November 2004 die internationale Fachmesse Bicycle China 2004 stattfinden. Die Themenbereiche sind: Fahrräder und Elektrozweiräder, Teile, Zubehör und Werkstattausrüstung sowie Fahrradbekleidung und Service.

Organisator der Messe sind die China Foreign Trade Centre Group und das Ministry of Commerce. Die Hamburger Merebo Messe Marketing ist für die europäischen Aussteller zuständig. Diese können sich im Rah-

men eines Europa-Pavillons auf der Bicycle China beteiligen und haben so die Möglichkeit, sich dem chinesischen Fachpublikum zu präsentieren. ■

### RM-Kontakt:

Merebo Messe Marketing  
Jakobikirchhof 9  
20095 Hamburg  
Tel. 0 40/60 87 69 26  
Fax 0 40/60 87 69 27  
kontakt@merebo.de  
www.merebo.de/Bicycle

## Velotech testet Karbonteile

**Die Schweinfurter Prüffirma** Velotech hat zusammen mit einem Prüfinstitut aus der Luftfahrtbranche ein Testverfahren für Karbonteile entwickelt. Bei der Impuls-Thermographie wird ein Wärmebild erstellt, um schad-

hafte Stellen im Gefüge zu entdecken. Damit kann man der für laminierte Karbonteile typischen Serienstreuung begegnen: Man erreicht eine hundertprozentige Serienüberwachung. ■

