

»The Team, the Machine«

Shop-in-Shop-Systeme sollen Marken präsentieren. Giant Store Inside ist ein besonders anspruchsvolles Konzept. Der RadMarkt hat den ersten Laden gesehen, der das Konzept umsetzt.



Marco Mayer (l.), Gebietsleiter von Giant, und Michael Klikar, Geschäftsführer von MK Bikes.

Treppe abwärts. »Now you are fast« – die Aufschrift auf einem Transparent wenige Treppenstufen höher ist noch im Gedächtnis. Ein Schritt in einen ansehnlichen Raum, bestückt mit einem Arsenal an unterschiedlichen Fahrrädern vor und in mehreren großen silbergrauen, beleuchteten Wandmodulen, bedruckt mit abwechselnden Radmotiven. Graublau-Heizungs- und Wasserleitungsrohre schmücken die zwischen den Modulen auftauchenden orange-farbenen Wände. »The Team, the Machine« – der Blick fällt auf die gegenüberliegende Wand, auf drei schwarz-grau-weiße Stoffbänderolen mit Motiven einer Rennradlergruppe. Davor: Ein sportlicher junger Mann, abgebildet auf einem Pappschild, schreitet dem Besucher entgegen.

Und Bikes auf silbergrauem Bodenbelag. Die breiten blauen Fußbodenstreifen links und rechts davon wirken wie ein blauer, vor den Wandkästen ausgerollter Teppich. »Road sport«, »road competition«, »lifestyle«, »mountain sport« und »mountain competition« – so die Hochkant-Beschriftung der Module. Kunstleuchten benötigt dieser Raum, denn nur wenig Tageslicht dringt durch das ehemalige, nun dezent graublau gestrichene Kellerfenster. Davor hängt ein blaues Leuchtdisplay, ebenso wie die Module übertitelt mit der weißen Aufschrift »Giant« – Bikes zum Anfassen, zum Fahren!«

Der Fahrradladen MK Bikes in Karlsruhe integrierte als erster in Deutschland einen Giant Store Inside (GSI), der im Juli 2006 seine Pforten öffnete.

Den etwa 120 Quadratmeter großen einstigen Lagerraum unter der Werkstatt ließen sie in den Giant-Farben Blau, Orange und Grau anpinseln und verliehen ihm so einen Charakter, der vergleichbar ist mit einem Subway- oder Jeans-Store.

Die Konzeption des GSI

Das Konzept des Giant Store Inside (GSI) sieht ein Shop-in-Shop-System vor, das bereits von niederländischen Händlern seit etwa einem Jahr erfolgreich praktiziert wird. In einem exklusiven Ladenbereich sollen sich Händler und Marke mit vorgefertigten Modulsystemen profilieren können. Die Module sind leicht zu montieren und mit jährlich änderbaren Folien versehen. Finanziert wird über Raten, im ersten Jahr entrichtet Giant die Gelder, im zweiten und dritten Jahr der Laden. Die Module amortisieren sich über den höheren Verkauf. Nach einer deutschlandweiten Giant-Schulung im Januar und Februar 2006 (RM 4/2006) gingen 30 Anmeldungen für das Shop-in-Shop-System ein. 15 GSI sollten auf jeden Fall in Deutschland errichtet werden, erklärte Oliver Hensche, Marketingmanager bei Giant Deutschland.

Der GSI befindet sich in den Hinterhofmöglichkeiten des Ladens und ist somit nicht direkt einzusehen. Daher findet die Bewerbung im eigentlichen Hauptladenteil statt, dem Verkaufsraum zur Straße hin, etwa in der Schaufensterfront. Die Resonanz beschreibt Michael Klikar als bisher sehr gut. Die Präsentation sei viel professioneller als die vorherige Bewerbung der Giant-



Lust auf mehr: In und vor den Wandmodulen des GSI präsentieren sich hochpreisige Lieblinge für jeden Geschmack.

Räder. »Wir hatten schon immer ein familiäres Verhältnis zu Giant, das wollen wir weiter pflegen«, erläutert Michael Klikar.

Das Karlsruher Wochenblatt (Auflage 990.000) vermittelte übrigens, dass MK Bikes den Karlsruher Bürgermeister Harald Denecken im August 2005 mit T-Mobile-Rädern von Giant ausstattete und berichtete über seine Radtour zur Partnerstadt Nancy. Auch der ehemalige Box-Weltmeister Sven Ottke gehört zu den Kunden von MK Bikes.

Seit 1. Dezember 2004 ist der Karlsruher Fahrradladen MK Bikes fest in den Händen von Monika und Michael Klikar (deren Initialen auch dem Geschäftsnamen dienen). Der Betrieb jedoch hat eine 50-jährige Familientradition, denn Monika Klikars Vater war vorher der Besitzer des Ladens »Zweirad Müller«. Mittlerweile werden auf etwa insgesamt 400 Quadratmetern Fahrräder und Equipment ausgestellt und verkauft sowie Räder repariert. Zu den Räumlichkeiten gehören der etwa 100 Quadratmeter kleine Ladenbereich an der Straße, zwei Ausstellungsräume im Hinterhof, darunter auch der Giant Store Inside, und eine Werkstatt. In Letzterer wirken zwei weitere Mitarbeiter. Ein »Relikt« aus Vaters Zeiten, das Reparieren von Motorrollern und Mofas, wird noch immer praktiziert. Zudem gibt es dafür auch Ersatzteilbedarf im Laden.

MK Bikes, das Fahrradfachgeschäft in Karlsruhe – mit Kompetenz und Spaß an der Arbeit.

Neben Giant-Rädern verkauft das Geschäft Markenräder von Kalkhoff, Focus und Ghost. Diese Räder finden sich über der Werkstatt im zweiten Ausstellungsraum mit sympathischem, hellen, etwas mediterranen Flair. »Seit wir den Laden übernommen haben, verkaufen wir auch Downhill-Bikes und generell hochwertige Räder in allen Bereichen. Das hat zur Folge, dass sich eine andere Klientel eingestellt hat. In diese Idee passt auch sehr gut der GSI hinein«, sagt Michael Klikar. |

Text/Interview/Fotos: Astrid Johann



MK Bikes in Karlsruhe, mit Hinweisschild auf die Ausstellungsräume – auch den GSI.

Fragen zum GSI an Oliver Hensche, Marketingmanager Giant Deutschland

RM: Warum haben Sie MK Bikes als Pilotprojekt ausgewählt?

Hensche: Das erste Gespräch und der erste Ortstermin fanden während der Giant-Schulungstour im Februar dieses Jahres in Karlsruhe statt. Schnell wurde klar, dass die langfristige Ausrichtung von MK Bikes sehr gut zu Giant passt. Das heißt konkret: Beschränkung auf wenige, aber zugstarke Marken, Akzentuierung des gehobenen Preissegmentes, hochwertige Präsentation der Ware.

RM: Welche Intention verfolgen Sie mit GSI?

Hensche: Zum einen eine stärkere Präsenz der Imageprodukte, Transport der Giant-Markendwerte zum Endverbraucher und eine enge Partnerschaft zum Fachhandel zur Bündelung der Ressourcen, sprich Werbe-Allianzen, außerdem gemeinsame Veranstaltungen und mehr.

RM: Wie betreuen Sie diesen GSI? Mit dem entsprechenden Gebietsleiter oder läuft es über die Zentrale Deutschland?

Hensche: Die Betreuung des laufenden Geschäftes geht über die Gebietsleitung. Besondere Aktivitäten, Shop-Erweiterungen sowie die regelmäßigen Feedback-Gespräche laufen über die Giant-Deutschland-Zentrale in Erkrath.

RM: Gibt es bereits erste Erfolge mit dem GSI-Shop?

Hensche: Die Resonanz ist äußerst positiv. Generell führte das hochwertige Erscheinungsbild des Shops zu einem leichteren Abverkauf speziell im hochpreisigen Segment. Im Rahmen der Preisverhandlungen hat nun der Fachhandel eine wesentlich stärkere Ausgangsposition. Auch konnte nachweislich der Warenumsatz gesteigert werden. Zusätzlich erwarten wir positive Folgen für die Wiederkaufquote.



Oliver Hensche

RM: Wo sind weitere GSI geplant und wann?

Hensche: Der Schwerpunkt liegt in Bayern und Baden-Württemberg. Es sind aber auch Stores in Nordrhein-Westfalen und den neuen Bundesländern geplant. Die Fertigstellung ist bis Jahresende beabsichtigt. |