Werbung macht Spaß – wenn sie **erfolgreich** ist

Der „World of Bike“-Marketing-Profi Dieter Schneider über Anzeigenwerbung von Motorradhändlern im Medium Tageszeitung.

Seite 6 | Kassel | Mittwoch, 15. Februar 2017

Termine

Amputation
Die Selbsthilfegruppe „Läuft bei uns“ für Arm- und Beinamputierte trifft sich am Donnerstag, 16. Februar, ab 18.30 Uhr zum Erfahrungsaustausch im Kiss-Treffpunkt, Wilhelmshöher Allee 32a, (neuer Ort, Haus der Awo, Fahrstuhl vorhanden, rollstuhlgerecht). Infotel. 0172/5 69 10 57.

Vortrag Gotteswahn
Der Arbeitskreis „Anstöße“ der Freien ev. Gemeinde Kassel-Ost, Sandershäuser Str. 19, lädt für Donnerstag, 16. Februar, ab 20 Uhr zu dem Vortrag „Gotteswahn – Die Argumente der neuen Atheisten unter der Lupe“ ein. Referent ist Dr. Alexander Fink, Leiter des Instituts für Glaube und Wissenschaft, Marburg. Der Eintritt ist frei. (ria)

Senioren-Treff
Das Evangelische-Seniorenwerk der Region Kassel veranstaltet am Donnerstag, 16. Februar, ab 15 Uhr im Gemeindesaal der Unterneustäder Kirche, Hafenstr. 13, einen außergewöhnlichen Nachmittag. Jette Stockholm aus Kassel zeigt Fotos ihrer Reise unter dem Motto „Schweden – Atemberaubende Natur und Kultur“. Der Eintritt ist frei. (ria)

Vortrag über Luther
Johannes Roth spricht am Donnerstag, 16. Februar, 20 Uhr, in der Tenne der Christengemeinschaft, Pfeifferstr. 4, über Martin Luther. Der Eintritt ist frei, Spenden willkommen. (ria)

Achtsamkeitswandern
Naturparkführer Otto Hartmann leitet am Freitag, 17. Februar, die Achtsamkeitswanderung im Bergpark Wilhelmshöhe, dabei können die Teilnehmer den Stress des Alltags hinter sich lassen. Treffpunkt ist um 13 Uhr am Wanderparkplatz Sandweg im Druseltal. Die Teilnahme kostet fünf Euro. Infos und Anmeldung unter Tel. 0 56 06/53 32 66. (ria)

Bilderbuchtheater
Das Bilderbuchtheaterstück „Schneewittchen“ mit Kinderzeichnungen zur scheintoten Prinzessin von und mit Stefan Becker vom Spielraumtheater wird am Samstag, 18. Februar, ab 15.30 Uhr im Museum für Sepulkralkultur, Weinbergstr. 25, aufgeführt. Die Vorstellung eignet sich für Kinder ab vier Jahren, der Eintritt kostet für Kinder fünf Euro, für Erwachsene sechs Euro. Anmeldung unter Tel. 91 89 30.

Drei Vorträge
Prof. Dr. Peter Selg, Kinder- und Jugendpsychiater, ist am Samstag, 18. Februar, zu Gast im Anthroposophischen Zentrum, Wilhelmshöher Allee 261. Er hält drei Vorträge: 9.30 Uhr, Friedrich Hölderlein, Kaspar Hauser und das andere Deutschland, 11.30 Uhr, Zum Widerstand der weißen Rose: Alexander Schmorell, 15 Uhr: Zum Widerstand der weißen Rose: Christoph Probst. Jeder Vortrag kostet acht Euro, Kaffee und Mittagessen nach Anmeldung, Tel. 6 81 80 möglich. www.az-kassel.de

Transident
Transident Nordhessen, Selbsthilfegruppe für Menschen vor und nach Geschlechtsangleichung, lädt für Sonntag, 19. Februar, 18 Uhr in den Kiss-Treffpunkt, Wilhelmshöher Allee 32a, zum Erfahrungsaustausch ein. Infotel. 9 20 05 53 99. (ria)

Kindertheater
Die fantastischen Abenteuer eines kleinen Mammuts auf seinem Weg durch den Mittelpunkt der Erde erzählt das Kindertheater-Stück „Der Mamufant“ am Sonntag, 19. Februar, ab 11 Uhr im Naturkundemuseum, Steinweg 2. Die Teilnahme kostet sechs Euro, für Kinder vier Euro. Anmeldung erforderlich unter Tel. 7 87 40 66. (ria)

Motorrad-Fachmesse

Eine „Harley“ zum Treten: Besucher Iraj Amiri (rechts) aus Frankfurt bewundert das Elektro-Fahrrad von „The Ruff“, das ihm Mark Ngauv erklärt. Das Fahrrad im Stil der 1950er-Jahre aus Aluminium hat einen starken Elektromotor im Rahmen verbaut. Fotos: Konrad

Alte Marken leben wieder auf

60 Aussteller zeigten bei Motorrad-Fachhändlermesse in dem Kasseler Messehallen die Trends

Von Mirko Konrad

KASSEL. Retro liegt bei Zwei-, Drei- und Vierrädern voll im Trend. Etwa 60 Aussteller aus Deutschland, der Schweiz, Österreich und den Niederlanden zeigten bei der „World of Bike Moto Trade“ am Wochenende in der Messe Kassel die Trends bei Motorrädern, Motorrollern, Quads, Elektro-Pedelecs (Fahrräder) und Zubehör wie Helmen, Kleidung und Tuning-Accessoires. Rund 1700 Besucher informierten sich vor dem Saisonstart auf der Fachmesse, die zum zweiten Mal in Kassel stattfand.

Was liegt für die Saison 2017 im Trend? Wir haben uns auf der Messe umgeschaut. Eine Auswahl:

RETRO

Motorrad-Fans dürfte die Marke „FB Mondial“ ein Begriff sein. Eine Hochzeit hatten die Modelle beispielsweise von den 1950er-Jahren, unter anderem beim „Giro d'Italia“, bis in die 1970er-Jahre. Nach Jahren des Stillstands lebt die Marke jetzt mit Modellen im Retro-Stil der 1970er-Jahre wieder auf. Ein Modell präsentierte das Unternehmen MSA mit dem FB Mondial „HPS 125 Hipster“. Das Besondere: Das Motorrad sieht aus wie eine schwere, PS-starke Maschine, hat aber nur 125-„Kubik“ und 15 PS. Zielgruppe sind Jugendliche ab 16 Jahren und Retro-Liebhaber. Ab März ist das Modell im Handel. Preis: 3400 Euro. Die Traditionsmarke Zündapp war vor allem in der 1970er- und 1980er-Jahren in den kleinen Kubik-Klassen von 50 bis 125 beliebt. Jetzt lebt die Marke wieder auf. Viele der neuen Modelle sind gekennzeichnet vom Design der 1970er- Jahre bei den Motorrädern und den 1950er-Jahren bei den Motor-Rollern.

E-CALL-SYSTEM

Das Modul „deguard“ des Herstellers Digades erkennt einen Unfall und holt automatisch Hilfe. Das zigarettenschachtelgroße Teil ist unter dem Sitz verbaut und hat zwei Steuerknöpfe am Lenker. Bei einem Unfall erhält die Rettungsleitstelle eine Sprachnachricht in der jeweiligen Landessprache mit den GPS-Koordinaten. Gleichzeitig bietet das System eine Diebstahlwarnung: Wird das Motorrad bewegt, gibt's eine Nachricht per App aufs Handy inklusive der GPS-Koordinaten. Das Modul kann in alle gängigen Motorräder einbaut werden. Preis: 570 Euro.

HELME

Bei den Helmen liegen leichte Modelle aus Karbon, Fiberglas oder Kevlar im Trend: Sie bieten nicht nur mehr Tragekomfort, gerade bei langen Touren, sondern auch durch ein geringeres Gewicht mehr Sicherheit bei einem Unfall. Das sagt Joachim Beck von der Firma MSP. Mit der Traditionsmarke Marushin hat das Unternehmen für 2017 eine extra leichte Modellpalette ab 1,25 Kilogramm aufgelegt, im Schnitt etwa 500 Gramm leichter als konventionelle Helme (ab 300 Euro). Generell empfiehlt Beck Helme mindestens aus Fiberglas, die preislich bei etwa 220 Euro beginnen.

Alte Marken leben wieder auf: Paul (links) und Tim Haferkorn sehen sich eine Zündapp an. Die Traditionsmarke hat neue Modelle auf den Markt gebracht.

TUNING

Auch beim Tuning spielt neben der Optik das Gewicht eine wichtige Rolle. Besonders gefragt sind laut Frank Seiler von Alpha Technik OZ-Felgen aus Aluminium. Damit lässt sich pro Satz bis zu sechs Kilogramm Gewicht einsparen. Das Gewicht ist außerdem in der Mitte der Felge zentriert. Die Vorteile: besseres Fahrverhalten, leichtere Seitenlage mit weniger Aufstellmomenten. Geliefert wird einbaufertig inklusive Bremsscheiben und Kettenradträger: Preis: 2000 bis 2500 Euro pro Satz.

EURO-4-NORM

Ein beherrschendes Thema war außerdem die seit diesem Jahr geltende Euro-4-Norm. Neben verschärften Lärm- und Abgasvorschriften müssen laut Stephan Krückel von Organisationsteam der Messe beispielsweise technische Fehler elektronisch auslesbar sein. Außerdem ist für Zweiräder ab 125 Kubikzentimetern Hubraum ein Antiblockiersystem für die Bremsanlage Vorschrift. Für die 125er-Klasse ist auch noch ein kombiniertes Bremssystem zulässig. Eine Herausforderung vor allem für Werkstätten, weil zusätzliche elektronische Komponenten verbaut sind und zum Teil neue elektronische Auslesegeräte notwendig sind.

Automatische Unfallerkennung. Im Spiegel: Vertriebsleiter Erwin Van Hoof.

Gutes Design, wenig Gewicht: Frank Seiler präsentiert die OZ-Felgen.

Retro-Look: Die FB Mondial „HPS 125 Hipster“. Sieht stark aus, hat aber nur 15 PS.

Leicht und sicher: Joachim Beck zeigt der Marushin-Motorradhelm.

Werbung im Medium Tageszeitung kann sinnvoll sein – wenn es für das Thema Motorrad aufgeschlossen ist und ihm entsprechend Raum gibt, gerade in der redaktionellen Berichterstattung.

Dieter Schneider ist unser Experte, wenn es um das Thema Marketing geht. Fragen an ihn? redaktion@world-of-bike.de

Moped fahren macht Spaß – meistens. Werbung machen kostet Geld – fast immer. Keine Gemeinsamkeit also zwischen Motorrad fahren und Werbung machen. Wer gibt sein Geld schon gerne nur so zum Spaß aus? Beim Kauf eines Motorrads sagt mir der Verkäufer, wie viel PS und Drehmoment ich für den Kaufpreis bekomme. Welcher Anzeigenverkäufer hat Ihnen schon mal annähernd präzise sagen können, wie viele neue Kunden Sie für Ihr Werbegeld bekommen oder wie viel Umsatz die Annonce einfährt?
Nehmen wir den armen Anzeigenverkäufer in Schutz. Woher soll er das auch wissen? Von Henry Ford stammt der Satz: „Die Hälfte meines Werbebudgets ist zum Fenster hinausgeworfen – ich weiß nur nicht, welche Hälfte.“

„Was also bringt eine Anzeige in der Tageszeitung?“

Seit einigen Jahren lässt sich der Auflagenschwund bei den Tageszeitungen nicht mehr bremsen. In 2016 waren es über 7 Prozent weniger an verkauften Exemplaren.

Nur wenn die Printmedien dem Leser Mehrwert bieten, haben sie eine Überlebenschance. Das gleiche gilt auch für die potenziellen Werbekunden – also Ihnen als Werbung treibender Zweiradhändler. Welchen Mehrwert bietet Ihnen Ihr Anzeigenverkäufer? Bringt sein Blatt Geschichten, Reportagen und Berichte rund ums Motorrad? Ein Umfeld also, in das Ihre Anzeige passt, weil sie dort auf Ihre Zielgruppe stößt. Weiß er auf die Frage nach der passenden Zielgruppe für Sie keine Antwort, droht der teure Wurf aus dem Fenster. Bietet er Ihnen jedoch eine Plattform, auf der sich Ihre aktuellen und potenziellen Kunden tummeln, ist er Ihr Mann.
Jetzt aber sind Sie gefordert. Das Thema „Werbung in Tageszeitungen“ läuft schließlich auf zwei Zylindern. Der eine wird von der Performance der Tageszeitung angetrieben und der andere von Inhalt und Form Ihrer Anzeige. Unterziehen Sie Ihre Werbung einem Leistungs-Check: „Spricht der Inhalt und die Form der Annonce den Motorrad-interessierten Leser an?“
Entscheiden Sie sich; wollen Sie knallhart Stückzahlen rausverkaufen oder die Bekanntheit und das Image Ihres Unternehmens pushen? Achtung: Alles auf einmal ist zu viel des Guten und funktioniert nicht. Fokussieren Sie sich.
Folgende Erfolgs-Komponenten (siehe Kasten unten) helfen Ihnen dabei: IMAGE, PROFIL, ALLEINSTELLUNG, POSITIONIERUNG im Markt und IDENTITÄT. Der Hersteller liefert Ihnen Produktmarke und Preisempfehlung frei Haus. Für Ihr regionales Marken-Profil sind Sie selbst verantwortlich. Und da kann die Anzeige in der Tageszeitung nur dann helfen, wenn sie mit der richtigen Botschaft auf die passende Zielgruppe stößt. Sie werden staunen, was passiert, wenn Sie die fünf Erfolgs-Komponenten konsequent anwenden. Der Werbeerfolg wird spürbar, Sie erreichen die richtigen Leute und die Werbekosten sinken, weil es weniger Streuverluste gibt. Wenn Ihre Werbung am Ende mehr bringt, als sie kostet, werden Sie genauso viel Freude dabei empfinden wie beim Mopedfahren. Viel Spaß!

Beantworten Sie folgende Fragen und Sie fahren auf der richtigen Spur:

IMAGE:	Wie werden Sie von Ihren Kunden und „Noch-nicht-Kunden“ wahrgenommen?
PROFIL:	Wofür steht ihr Unternehmen? Werte, Ziele, Haltung ...
ALLEINSTELLUNGSMERKMAL:	Was unterscheidet Sie vom Wettbewerb und macht Ihre Marke einzigartig?
POSITIONIERUNG im Markt:	Wo stehen Sie im Vergleich zum Wettbewerb bzgl. Preis, Service, Qualität, Beratung, Zuverlässigkeit etc.?
IDENTITÄT:	Wie nehmen Sie und Ihre Mitarbeiter das eigene Unternehmen wahr? Deckt sich die eigene Wahrnehmung mit dem Image?