

Strategie statt Stereotyp

Das Potenzial von Frauen im Fahrradhandel

Ein paar Fragen an Sie...



Wer von Ihnen hat Verkäuferinnen im Team?

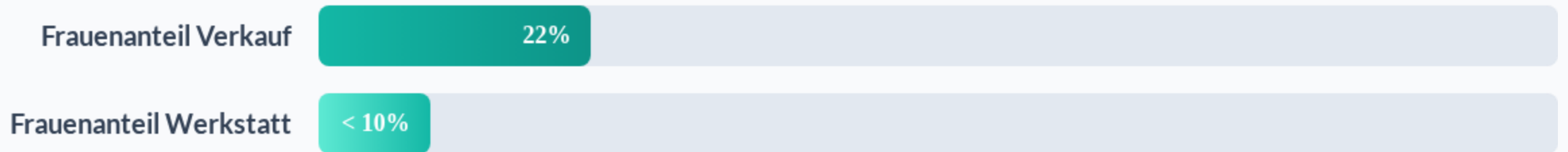


Wer hat Mechanikerinnen in der Werkstatt?



Und wer von Ihnen hat diese weiblichen Fachkräfte ganz gezielt eingestellt?

Status Quo: Geschlechterverteilung



Ein deutliches Ungleichgewicht in einer „Männerdomäne“ – obwohl die Kundschaft mindestens zur Hälfte weiblich ist.

Frauen als Kundinnen



Soziale Orientierung

Starke Orientierung an Empfehlungen, Freundeskreis & Communitys. Mundpropaganda ist entscheidend.



Vertrauen & Recherche

Gründliche Information vorab, suchen ehrlichen Austausch und bauen auf Vertrauen zur beratenden Person.



Das Käuferlebnis

Der Wohlfühlfaktor & ein positives, wertschätzendes Erlebnis sind oft wichtiger als rein technische Details.

Warum Frauen bei Frauen kaufen

- ✓ **Vertrauen:** „Von Frau zu Frau fallen die Hemmschwellen“ – es entsteht oft sofort eine gemeinsame Ebene.
- ✓ **Empathie:** Echte Beratung auf Augenhöhe statt "Mansplaining" oder das Gefühl von Herablassung.
- ✓ **Komfort:** Angenehmer bei sensiblen Themen wie Ergonomie, Körpermaße oder Sattelanpassung.
- ✓ **Atmosphäre:** Weibliches Personal kann das gesamte Ladenklima positiv beeinflussen und entspannen.

Typische Fehler im Umgang

- ✘ **Stereotype Ansprache:** "Pink it, shrink it" statt einer echten, individuellen Bedarfsanalyse.
- ✘ **Unterschätzte Kompetenz:** Pauschal wird Frauen technisches Unwissen unterstellt.
- ✘ **Ignorieren:** Das Verkaufsgespräch richtet sich an den männlichen Begleiter statt an die Kundin.
- ✘ **Weniger Service:** Frauen werden nachweislich seltener Zusatzleistungen (Versicherung, Zubehör) angeboten.

Handlungsempfehlungen (1/2)



Sortiment & Laden

Vielfalt integriert präsentieren,
keine "Frauenecke". Inklusive
Bildsprache und Deko nutzen.



Personal & Rekrutierung

Frauen aktiv anwerben
(Ausbildung, Quereinstieg). Role
Models im Team schaffen und
fördern.



Faire Bedingungen

Faires Gehalt, flexible
Arbeitszeiten und
familienfreundliche Optionen
bieten – ein Plus für das ganze
Team.

Handlungsempfehlungen (2/2)

- 📅 **Events:** Spezielle Serviceformate (Ladies Rides, Schrauberkurse) schaffen Vertrauen und binden Kundinnen.
- 🏠 **Community:** Den Laden als Treffpunkt etablieren und einen Raum für Austausch (offline & online) fördern.
- 🤝 **Atmosphäre:** Eine offene Willkommenskultur für alle schaffen, die keinen "Technik-Elitedünkel" pflegt.



Was der Handel davon hat

Mehr

Umsatz

durch stärkere Kundenbindung & Loyalität.

Nachhaltiger Erfolg

Ein positives Image, eine klare Differenzierung vom Wettbewerb und ein besseres Teamklima durch mehr Vielfalt sind weitere handfeste Vorteile einer strategischen Ausrichtung.

Fazit: Strategie statt Stereotyp

Frauen gezielt ansprechen & einbinden. Vielfalt nutzen statt Klischees bedienen.

Jetzt bewusst für eine einladende Zukunft entscheiden.

Danke!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Jetzt diskutieren wir!

Image Sources



https://static.wixstatic.com/media/6c771d_3a47b443b85e4192bfe2fb179bc7ab93~mv2.jpg/v1/fill/w_824,h_640,fp_0.50_0.50,q_85,usm_0.66_1.00_0.01,enc_auto/6c771d_3a47b443b85e4192bfe2fb179bc7ab93~mv2.jpg

Source: www.molokocycling.com