

Die Marke spielt beim E-Bike-Kauf keine große Rolle

Die meisten Kundinnen und Kunden, die sich für ein E-Bike interessieren, haben keine klare Markenpräferenz. Das zeigt eine Untersuchung von fahrrad.de gemeinsam mit dem Startup Neocom, dessen digitaler Kaufberater bei Deutschlands größtem Online-Bike-Händler zum Einsatz kommt.

Fahrrad.de nutzt die so genannte Guided-Selling-Technologie von Neocom als einen von mehreren Wegen zum gewünschten Fahrrad. Kundinnen und Kunden beantworten Fragen – etwa zum Einsatzzweck, zur gewünschten Farbe oder eben zur Marke – und bekommen darauf basierend die passende Produktauswahl angezeigt. Genutzt wird dieses Angebot vor allem von Menschen mit wenig Vorwissen. Deren Antworten zeigen, dass es noch keinem Hersteller gelungen ist, für ein starkes Markenbewusstsein zu sorgen. Für 38 Prozent dieser Kundinnen und Kunden ist es unwichtig, welche Marke das gewünschte E-Bike hat. Für sie spielen Kriterien wie die Ausstattung, die Reichweite und das Design des Rades eine größere Rolle.

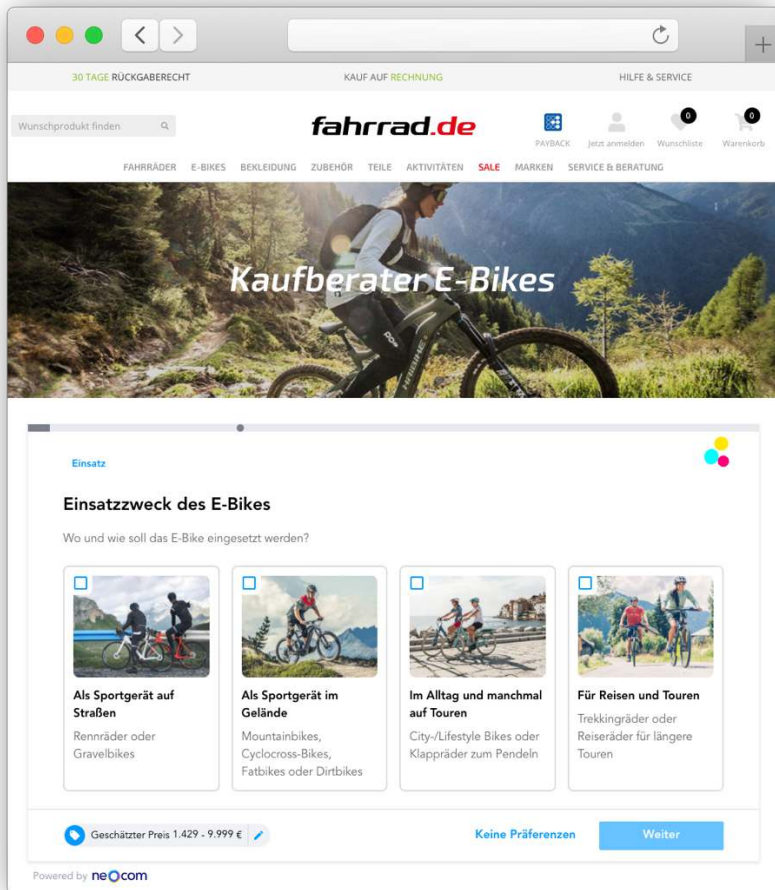
Unter den Kundinnen und Kunden, die bereits mit einer Markenpräferenz in den Shop von fahrrad.de kommen, interessieren sich jeweils 8 Prozent für E-Bikes der Hersteller Giant, Kalkhoff und Ortler. Knapp dahinter die Marken Cannondale und Winora, die von jeweils 6 Prozent nachgefragt werden. Vervollständigt werden die Top Ten durch Räder der Hersteller Cube (5%), Rabeneick (4%), Haibike (4%), Serious (2%) und Diamant (2%). Dr.

Bosch ist die am stärksten nachgefragte Motormarke

Auch bei der Frage nach der gewünschten Motormarke ist die Anzahl der Kundinnen und Kunden ohne Markenpräferenz mit 38 Prozent gleich hoch. Allerdings gibt es hier unter den gewünschten Herstellermarken einen klaren Favoriten: 35 Prozent möchten ein E-Bike mit einem Bosch-Motor. Die Marken Shimano und Yamaha werden von jeweils 10 Prozent präferiert. Bafang mit 3 Prozent und Ebikemotion (Mahle) mit 2 Prozent vervollständigen die Top Five.

„Die Bereitschaft von fahrrad.de, innovative technologische Ansätze zu testen und für Neuerungen offen zu bleiben, zahlt sich in einem detaillierten Wissen über die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden aus. Im digitalen Kaufberater werden eine Reihe von Fragen zu den persönlichen Präferenzen und der geplanten Nutzung beantwortet, sodass sich wie im klassischen Verkaufsgespräch immer klarer eingrenzen lässt, welches das am besten geeignete E-Bike ist“, erklärt Dana Nedamaldeen, Gründer und Co-CEO von Neocom die im Shop von fahrrad.de eingesetzte Guided-Selling-Technologie des Start-ups. „Wir sind froh, dass wir mit fahrrad.de zusammenarbeiten, das mit dem Schwerpunkt auf Beratung im Onlinehandel eine Vorreiterrolle einnimmt.“

Der digitale Kaufberater für E-Bikes findet sich unter: <https://www.fahrrad.de/productfinder-ebikes.html>



Der digitale Kundenberater von neocom.ai ist eine der Möglichkeiten, um auf fahrrad.de das richtige Fahrrad oder Elektrofahrrad zu finden. [Screenshot: Fahrrad.de] <https://www.fahrrad.de/productfinder-ebikes.html>

Pressekontakt:

Heldenmood
 Christian Bölling
 christian@heldenmood.de
 0151-24047900