

Waarom Media Markt e-bikes verkoopt

05-04-2016 10:46

Een aanfluiting of een logische stap? Die twee benamingen liggen nogal ver uit elkaar, maar toch zijn ze allebei genoemd bij de stap van Media Markt om elektrische fietsen te verkopen. De nieuwe productcategorie, sinds deze week in zes pilotwinkels, doet nog al wat stof opwaaien.

Een diversificatie waar Media Markt nog wel eens spijt zou kunnen krijgen. Zo omschrijft retailplanoloog Reinder Koornstra de opvallende nieuwe productgroep van Media Markt. Alleen maar omdat er een batterij in zit? Een andere logica zie ik niet, zegt ook een andere reageerder op RetailNews. Een andere logica is er ook niet, daar is Marcel Capitein duidelijk over. Hij is initiatiefnemer van de fietsenverkoop en vestigingsdirecteur van de winkel in Rotterdam Centrum. Het is voor ons eigenlijk een hele vanzelfsprekende stap. De waarde van e-bikes zit voor zeventig procent in de motor en de accu. Bovendien heeft de retailer verstand van alles met een stekker, aldus Capitein. Daarnaast duurt het niet lang meer totdat het normaal is om je smartphone op de e-bike aan te sluiten om te kunnen navigeren, handsfree te bellen of je telefoon op te laden, voorziet de retailer.

Fietsfabrikanten denken daar anders over. Gazelle, Batavus, Giant en Sparta, het zijn niet de minste merken die niets van verkoop via Media Markt willen weten. De verkoop via de elektronicaretailer voegt weinig toe volgens Wouter Jager, algemeen directeur van Accell, de eigenaar van Batavus en Sparta. "De fietsenmarkt gaat niet groeien door Media Markt. Het is niet zo dat we ineens meer gaan fietsen doordat daar fietsen in de winkel staan, zegt hij tegen de [NOS](#). Gazelle en Giant zijn misschien nog wel uitgesprokener tegen de gang van zaken. Zo heeft Giant al een contract met een dealer opgezegd die zonder toestemming fietsen doorverkocht aan Media Markt. Ook alle andere distributeurs hebben de duidelijke boodschap gekregen: doorverkoop aan Media Markt mag niet.



**GEEN AFBEELDING
BESCHIKBAAR**

Zeventig procent van een e-bike bestaat dus uit elektronica, waar Media Markt veel meer verstand van heeft dan een fietsenhandelaar. Hoe zit het met die resterende dertig procent? Die hebben we ondervangen door al in een vroegtijdig stadium, in april vorig jaar, met de voorbereidingen te beginnen, zegt Capitein. Daarbij zijn volgens hem een paar dingen noodzakelijk. Allereerst de kennis van het personeel. Accell-topman Jager is daar namelijk niet gerust op.

„Elektrische fietsen vereisen specialistische service en onderhoud“, zegt hij tegen het [Algemeen Dagblad](#). „Wij verkopen ze via fietsvakhandels die daarin zijn getraind.“

De bezwaren zijn ongegrond, meent Capitein. Zo heeft hij in zijn Rotterdamse winkel ervaren en getraind personeel aangenomen, speciaal met het oog op deze stap. „We hebben voor meer dan zestien aan jaar e-bike-ervaring aangenomen.“ Hoewel hij alleen voor zijn eigen vestiging kan spreken, is de afspraak om getraind personeel aan te nemen volgens hem voor alle pilotwinkels gemaakt. Verder werkt de retailer samen met partners om alle service die bij de e-bikes komt kijken te kunnen leveren. Pech onderweg, service aan huis, reparaties in de winkel: Media Markt heeft aan alles gedacht, zegt Capitein.



**GEEN AFBEELDING
BESCHIKBAAR**

Dat de belangrijkste fietsmerken niet met Media Markt willen samenwerken maakt het er niet eenvoudiger op, erkent Capitein. Wat hem betreft gaan de partijen zo snel mogelijk om tafel om alsnog tot een samenwerking te komen. „Wij zijn heel benieuwd naar de eisen die de A-merken stellen aan het dealerschap. Ik kan beloven dat wij die kunnen invullen.“ De argumenten over de kwaliteit van service en personeel zijn volgens Capitein allemaal weerlegbaar.

Capitein begrijpt ergens wel waar de weigerachtig houding van de producenten vandaan komt. „Er is de afgelopen decennia niet zo veel gebeurd binnen de fietsenretail. De markt zit op slot.“ Die situatie maakt veranderingen zoals Media Markt die teweeg wil brengen ingewikkeld, denkt hij. De opstelling van de fabrikanten zal de plannen van de retailer hoe dan ook niet belemmeren. Zeker niet voor de pilotfase, die „in fietsseizoen duurt, tot oktober.“ „We hebben voor dit seizoen genoeg fietsen staan“, aldus Capitein. „En we hebben ook genoeg kanalen die ons op de achtergrond helpen.“



GEEN AFBEELDING BESCHIKBAAR

Ook voor de geplande landelijke uitrol ziet Capitein geen gevaren, zelfs niet als de grote fietsmerken bij hun standpunt blijven. Maar dat is een scenario waar wij niet van uitgaan. In oktober wordt gekeken of de doelstellingen met de pilot zijn behaald. Media Markt wil met zijn fietsenverkoop een realistisch marktaandeel behalen, zegt Capitein zonder precieze cijfers te willen noemen. Binnen twee jaar moeten de e-bikes in alle 49 vestigingen van Media Markt staan. Intussen blijft de retailer in gesprek met de fabrikanten. Nog meer van dit soort verrassende toevoegingen met een stekker aan het assortiment staan overigens niet op de planning.