

zialistenfahrräder, da die ohne Motor unterwegs sind. Selbstverständlich kann man jedes Fahrrad leasen, abgesehen von Kinderrädern und Eindrädern. Man kann sich beim Wunschhändler das Wunschfahrrad von der Wunschmarke aussuchen, egal ob das ein Lastenrad, ein Liegerad, ein Mountainbike, ein Rennrad oder E-Bike ist.

medianet: *Der stationäre Handel klagt über mangelnde Nachfrage, obwohl die Lager voll sind. Spüren Sie auch einen Geschäftsrückgang?*

Gerhardinger: Der Markt ist gesättigt, was die Lagerbestände betrifft, das darf man aber nicht auf den Umsatz und den Vertrieb umlegen. Wir haben im April den stärksten Monat der Unternehmensgeschichte verzeichnet und im Vergleich zum vergangenen Kalenderjahr ein Plus von 15 Prozent. Aber alle Händler haben die Lager voll. Aus Kundensicht bekomme ich in diesem Jahr einen besseren Preis als im vergangenen.

medianet: *Ein Firmenradl ist nicht an die direkte Verwendung im Arbeitsalltag gekoppelt?*

Gerhardinger: Wichtig ist, dass ich es für die Arbeit oder den Weg dorthin verwenden kann. Das ist in der Grunddefinition so geregelt, genauso wie die Möglichkeit zu einer privaten Nutzung von 100 Prozent.

medianet: *Das Angebot ist an ein Anstellungsverhältnis, bei dem über dem Kollektivvertragsniveau bezahlt wird, gebunden. Ein Hemmnis?*

Gerhardinger: Das ist das größte Problem, mit dem wir zu kämpfen haben und wir wollen unbedingt eine Ausnahmeregelung finden, denn das betrifft sehr viele Mitarbeiter in der Privatwirtschaft und alle im öffentlichen Dienst, denn sie sind

an ein Gehaltsschema gebunden, das dem Kollektivvertrag gleichzusetzen ist. Wir versuchen aber auch jener Gruppe, und das sind an die 800.000 Menschen, unser Angebot zugänglich zu machen. Wir setzen uns seit Jahren bei den zuständigen Stellen für eine Lösung ein.

Aktuell läuft ein Pilotprojekt, und ich bin optimistisch, dass es hier zu rechtlichen Anpassungen kommen wird.

medianet: *Selbstständige sind von Ihrem Angebot aber ausgeschlossen?*

Gerhardinger: Nein, denn wir haben auch viele EPU's als Kunden, die das System nutzen. Man kauft das Fahrrad nicht, sondern es wird geleast, und der wirtschaftliche Eigentümer bleibt die Bank. Die monatlichen Beiträge, die man für ein voll versichertes Fahrrad bezahlt, kann man abschreiben, was auch für EPU's interessant ist. Natürlich funktioniert unsere Standard-Gehaltsumwandlung hier nicht.

medianet: *Fördern Arbeitgeber das Firmenradl-Konzept und haben sie auch Vorteile?*

Gerhardinger: Es hängt natürlich immer davon ab, wie proaktiv ein Arbeitgeber das Thema angeht. Immer mehr Unterneh-



Marc Gerhardinger ist seit März 2021 Geschäftsleiter bei Firmenradl.at.

men erkennen die Vorteile von Fahrradleasing für das betriebliche Gesundheitsmanagement und für das Recruiting. Der Arbeitnehmer bekommt ein Fahrrad günstiger, das er sich sonst nicht leisten würde und bewegt sich damit. Wir tun ihm also durch die Bewegung und dem Umweltgedanken etwas Gutes. Zudem kostet der Benefit eine Firma nichts. Manche Unternehmen sparen sich auch Parkplatzkosten, wenn die Arbeitnehmer mit dem Rad zur Arbeit kommen.

medianet: *Ist jemand, der etwa die Pendlerpauschale in Anspruch nimmt, vom Firmenradl ausgeschlossen?*

Gerhardinger: Nein, das geht beides parallel.

medianet: *Wird ein Firmenradl geleast, reduziert das auch Sonderzahlungen und die Pensionshöhe ...*

Gerhardinger: Wir haben auf unserer Homepage Musterkalkulationen, wo wir darstellen, in welcher Dimension sich das bewegt. Wir können nur darauf verweisen, dass sich die Ersparnis aus der Reduktion der Steuer ergibt. Zahle ich weniger in das System ein, bekomme ich auch weniger heraus.

medianet: *Was passiert mit dem Firmenradl, wenn man gekündigt wird?*

Gerhardinger: Wer aus einem Unternehmen ausscheidet, kann, ähnlich wie bei einem Pkw, das Rad zurückgeben, und das Thema ist erledigt. Es besteht auch die Option, das Fahrrad aus dem Vertrag herauszukaufen. Unser Ziel ist es, dass der Mitarbeiter am Ende sein Fahrrad behält. Es ist zudem alles durch Versicherungen abgebildet und man bleibt auf keinen Kosten sitzen. Deshalb ist bei uns die Versicherung, wie der Ausfallschutz, inklusive und verpflichtend. Das schützt auch den Arbeitgeber.

GASTKOMMENTAR

Pitchen, aber richtig!



© VBC/Sabine Klimpt

Niklas Tripolt
VBC-Founder

Agenturen verkaufen „Luft in Flaschen“. Ihre Dienstleistung kann man nicht testen, riechen oder schmecken. Kunden kaufen, wenn sie Vertrauen haben und sich verstanden fühlen.

Das erreicht man in der Regel nicht durch minutiös vorbereitete Konzeptpräsentationen, bunte Bilder, Videos und Versprechungen. Ich will damit nicht sagen, dass eine coole Präsentation nichts nützt, aber sie verliert ihre PS, wenn sie nicht punktgenau in das Mindset Ihrer Kunden passt und die Gedanken (Ängste, Wünsche, Hoffnungen ...) der Menschen im Buying Center adressiert.

Hier ist die Zauberformel: Finden Sie vor dem Pitch heraus, was Ihren Kunden wirklich wichtig ist, wie sie denken, fühlen, handeln und entscheiden.

Starten Sie den Pitch nicht mit Ihrer Präsentation, sondern aktivieren Sie Ihr Publikum, zum Beispiel mit der Frage: „Was muss heute passieren, damit dieser Termin für Sie ein voller Erfolg wird?“

Unabhängig davon, wie freibleibend Sie selbst sind, sollten Sie immer eine Agenda mitbringen (die nicht zu langweilig sein sollte). Diese sollte den Ablauf Ihres Termins vorgeben, quasi vorwegnehmen und *muss* am Ende eine „Handlungsaufforderung“ enthalten, einen guten nächsten Schritt, und den vereinbarten Sie jetzt gleich, mit Datum und Uhrzeit. Sie wollen ja nicht in den nächsten Tagen und Wochen als Bittsteller nachhaken müssen, oder?

PS: Am 12. Juli lesen Sie: Angebote, die verkaufen!

PPS: Wir freuen uns auf Ihre Fragen: service@vbc.at