

18.06.2021 - 10:20 Uhr

Rose Bikes ruft 360-Grad-Mobilitätswende aus und kündigt umfassende Wachstumsprogramme an



Bocholt (ots) -

Straight Forward. Customer Focused. Sports Minded. - Diese Mission steht auf der ambitionierten Agenda des Fahrradherstellers und Omnichannel-Händlers Rose Bikes aus Bocholt. Auf einer digitalen Live-Pressekonferenz stellte das Unternehmen gestern seine Visionen und Ziele für die Zukunft vor: Um weiteres Wachstum sicherzustellen, fokussiert sich Rose Bikes in Zukunft auf die 360-Grad-Mobilitätswende, wird zur Plattform für Marken, treibt die Flächenexpansion und Handelsintegration voran, steigt in die Bike-Fashion ein und vereinfacht die Kaufprozesse für den Kunden.

Etappe 1: Visionen und Ziele 2022

Zum Start der Pressekonferenz verkündet Marcus Diekmann, Geschäftsführer von Rose Bikes eine Erfolgsmeldung: "Wir werden im kommenden Geschäftsjahr zum ersten Mal die 200-Millionen-Euro-Marke beim Umsatz knacken und planen den Verkauf von 60.000 Bikes." Damit läutet das Unternehmen eine neue Ära ein und führt mit der Erklärung "Connect & Reduce to the Max" eine 360-Grad-Mobilitätswende im Unternehmen ein.

"Ziel ist es, Deutschland zum Fahrradpendlerland zu machen und so klimaneutral wie möglich zu agieren. Dafür arbeiten wir weiterhin an Lösungen für Recycling und Versand und investieren massiv in die Produktentwicklung", so Geschäftsführer und Familienunternehmer Thorsten Heckrath-Rose. Dazu kündigt der Geschäftsführer an, Städte auf dem Weg zur Fahrradfreundlichkeit und Klimaneutralität zu beraten und ihnen Hilfe für den Umbruch anzubieten. Marcus Diekmann ergänzt: "Wir wandeln uns vom Händler zur Marke und schließlich zur Plattform für Marken. Wir werden neue Wege einschlagen und neue Sparringspartner finden, um unsere Wachstumsziele zu erreichen und zur bekanntesten Bike Brand zu werden."

Etappe 2: Biketrends der 2020er und die Evolution von Rose Bikes

Wie Rose Bikes der Wandel von engineer-driven zu design-driven gelungen ist und wie er immer weiter forciert wird, erzählen Anatol Sostmann, Director Product & Brand und Gerrit Walter, Head of Design bei Rose. Außerdem geben sie einen Ausblick auf zukünftige Bike-Trends und sind sich sicher, dass die Zukunft der Bike-Branche elektrisch ist und das Zauberwort "Vielseitigkeit" lautet. Ein Fahrrad diene nicht länger nur einem Zweck, das habe sich schon im Gravel-Trend herauskristallisiert. Stattdessen soll ein Bike sportlich, schick, gleichzeitig mit Motor und nicht zu schwer sein und sowohl für den kurzen Ride durch die Stadt als auch das Bikepacking-Abenteuer taugen.

Auch beim Thema Bekleidung geht Rose Bikes nach dem Launch der eigenen Bekleidungsline "Rose Dropbar Cycling Fashion" eine Partnerschaft ein. Gemeinsam mit Drykorn wird das Unternehmen die "#AllCyclistsAreBeautiful"-Linie herausbringen. Der Verkauf soll im Frühjahr 2022 starten. Ziel ist es, den Kunden alltagstaugliche und gleichzeitig stylische Bekleidung zu bieten. "Man muss morgens auf dem Weg zur Arbeit so bekleidet sein, dass das Outfit die Funktion einer Bike-Bekleidung erfüllt und trotzdem nach Business aussieht", sagt Anatol Sostmann, Director Product & Brand.

Etappe 3: Retail & Media Expansion

Tim Böker, Director Retail, spricht über den Ausbau der stationären Flächen und Touchpoints von Rose Bikes. Bis Ende 2020 wird das Netz von heute 14 auf 32 Flächen ausgeweitet. Dazu geht Rose Bikes eine Kooperation mit der ECE Group ein und wird in deren Einkaufszentren "Ankermieter" - allein dort sind zehn bis zwölf Flächen geplant. Darüber hinaus wird Rose Bikes in die Niederlande und nach Österreich an die Standorte Wien, Klagenfurt und Innsbruck expandieren. Auch das Filialnetz in Deutschland und der Schweiz wird erweitert und der Ausbau der Fachhandelsintegration mit innovativen Shop-in-Shop-Konzepten vorangetrieben.

Der Rose Onlineshop hat im letzten Jahr bereits ein starkes Umsatz- und Nutzer-Wachstum erzielt. "Wir haben aktuell 18 Millionen und arbeiten im nächsten Geschäftsjahr auf 25 Millionen Besucher auf unserem Online-Shop hin. Dort werden wir unseren Partnern dabei helfen, ihre Produkte zu verkaufen", so die Expertin. Entlang der Customer Journey gebe es dabei fünf Fokusthemen: Onlinemarketing, Personalisierung, Content Commerce, Retail Onlinemarketing und Internationalisierung. Außerdem entwickelt Rose den Onlineshop zu einer Plattform weiter. Damit sich die Plattform-Partner gezielt entlang der Customer Journey platzieren können, ist das Unternehmen vor Kurzem die Partnerschaft mit Seeding Alliance (Ströer Gruppe) eingegangen, um ein Retail Media Tool zu integrieren. "Mit unserer Hilfe und dem Retail Media Tool von Ströer können unsere Partner selbstständig Marketing auf unserer Plattform buchen, ausspielen und entsprechend der Kennzahlen weiterentwickeln."

Etappe 4: Mit Customer Experience Fortschritt erzeugen

Nach erfolgreicher Transformation der Digitalagentur Kommerz zu Rose Digital und Verdreifachung des Tech-Teams setzt Rose Bikes weiter auf digitale Kompetenz und Tech-Ownership. "In den letzten zwei Jahren haben wir in einer unglaublichen Geschwindigkeit Features wie Chatbot, Versandtracking, mehr Produktcontent und -Inszenierung sowie Produktberatung weiterentwickelt", so Sebastian Bomm, Director Business Intelligence & Customer Experience.

In Zukunft versteht sich Rose als Connector zwischen Marke und Kunden und fokussiert sich auf die Kuration für Kunden und D2C-Service für Markenpartner. Darauf werden alle Prozesse ausgerichtet und so einfach wie möglich gestaltet. Die IT-Systemlandschaft und -Infrastruktur werden auf Kundenbedürfnisse und Verschlinkungsprozesse angepasst. "Wir arbeiten dabei in interdisziplinären Teams", erklärt Daniel Vollmer, Director IT. "UX-Designer und IT-Entwickler arbeiten in einer agilen Netzwerkorganisation. Das wollen wir auch auf andere Bereiche ausweiten. Wir fördern Eigenverantwortung und Selbstorganisation, um unsere ambitionierten Ziele zu erreichen."

Zum Ende der Pressekonferenz hat die Rose Crew eine weitere Produktankündigung gemacht. Um die Sicherheit des eigenen Bikes in Zukunft noch zu erhöhen, wird es voraussichtlich ab Spätsommer/Herbst 2021 eine smarte Nachrüst-Lösung für nahezu jedes Fahrradmodell geben. Der "Rose Bike Alarm" ist gleichzeitig digitales Schloss, Diebstahlsicherung, Live-Tracker und unauffälliger Flaschenhalter. Verknüpft mit der passenden App und ausgestattet mit Features wie einer lauten Alarmanlage, ist es der "Bike Alarm" eine logische Ergänzung zum herkömmlichen Fahrradschloss.

Die Videos der Pressekonferenz inklusive aller Details sind auf www.rosebikes.live gespeichert und jederzeit einsehbar.

Über die ROSE Bikes GmbH

ROSE Bikes ist eine vertikale Performance- und Lifestyle-Fahrradmarke aus Bocholt (NRW), die seit 1907 zum Radfahren bewegt. Der Fokus des 480 Mitarbeiter starken Familienunternehmens liegt auf eigens entwickelten Rennrädern, Mountainbikes und E-Bikes in Premiumqualität, die am Hauptsitz montiert und europaweit vertrieben werden. Im Onlineshop findet der Kunde zusätzlich ein 45.000 Artikel umfassendes Sortiment aus Fahrradteilen, -Bekleidung und -Zubehör. Stationär ist die Produktpalette in Bocholt, München, Berlin, Posthausen, Mannheim sowie in Meilen am Zürichsee (CH) erlebbar. Das mehrfach prämierte Unternehmen ist Vorreiter im Multichannel-Handel und vernetzt die on- und offline Touchpoints wie kein Zweiter.

Pressekontakt:

Bei Rückfragen kontaktieren Sie bitte

Vera Vaubel
Vaubel Medienberatung GmbH
E-Mail: medienberatung@vaubel.de
Tel.: +49 (0) 160 84 72068

Sarah Terweh
Rose Bikes GmbH
E-Mail: sarah.terweh@rosebikes.com
Tel.: +49 (2871) 2755 - 373

Medieninhalte



Connect & reduce to the max: Rose Bikes kündigt 360-Grad-Mobilitätswende an, wird zur Plattform für Marken, treibt die Flächenexpansion und Handelsintegration voran, steigt in die Bike-Fashion ein und vereinfacht die Kaufprozesse für den Kunden. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/102534 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100067840/100872882> abgerufen werden.