



ABACUS Motorradfahrerschule

ABACUS
Inhaber: Urs Tobler
Tramstrasse 100
8050 Zürich - Oerlikon
Tel. 044 313 13 33
Fax 044 311 72 35
urs.tobler@datacomm.ch
www.tramstrasse100.ch

Aktueller Händler-Infobrief

New Home of «I love Töff»-Kleber

Zürich-Oerlikon, den 11. Febr. 2015

Liebe Töff-Kollegin, lieber Töff-Kollege

Einmal mehr bekommst Du Post von der «Tramstrasse 100»: Denn seit 2013 bin ich die Anlaufstelle des legendären «I love Töff»-Klebers. Hans Stalder (83), der «Erfinder» dieser Kleber hat mir altershalber alles übergeben. Leider sind meine Bemühungen, wieder etwas Schwung in die Sache zu bringen, bis jetzt ohne grossen Erfolg geblieben. Dies könnte sich aber jetzt ändern, denn in der Februar-Ausgabe 03/2015 des TÖFF-Magazin kommt an prominenter Stelle (gleich nach dem Inhaltsverzeichnis unter der Rubrik «Fokus Schweiz» ein Bericht darüber. Du findest in der Beilage einen Fax-Bestellschein, damit Deine Kunden nicht vergeblich danach fragen! Natürlich kann man ihn auch per E-Mail an urs.tobler@datacomm.ch bestellen, geliefert wird gegen Einzahlungsschein. Im Gegensatz zu den «Copy-cats» landauf, landab sind diese Kleber in einer Qualität, also lichtecht und nach Jahren auch noch ohne Spuren zu entfernen. Es gibt den Kleber klein (Format 14,5 x 3,5 cm) oder gross (29 x 7 cm), ersterer sehr diskret für das Wagenheck, der grosse eher auf Lieferwagen als Blickfang! Für Wiederverkäufer gibt es Mengenrabatt. 10% des Verkaufserlöses geht an die IG Motorrad.

Mit der Aufgabe der Mindestgrenze zum Euro von Fr. 1.20 sind für alle, aber speziell eben auch für uns kleine KMU-Betriebe grosse Herausforderungen über Nacht gekommen, deren Konsequenzen noch nicht abzusehen sind. Einige der grösseren Betriebe haben bereits gehandelt, wie das Inserat von Moto Mader auf der Rückseite der neusten Ausgabe des Schweizer Töff-«Heftlis» Moto Sport Schweiz zeigt. Was heisst das nun für uns alle? Eine Antwort darauf zu geben, wäre Kaffeesatz lesen, aber etwas kann ich sagen: Es ist Zeit, dass wir als Branche zusammenstehen – denn zusammen kann man mehr erreichen. Leider haben wir keine Lobby in Bern, die wie bei den Bauern sinkende Milchpreise mit irgendwelchen Umweltprämien ausgleichen können. Auch wird Ueli Maurers Armee kaum aus Umweltgründen auf Zweiräder umsteigen. Wir sind also selbst gefragt, irgendwelche Strategien zu finden, den Preisunterschied gegenüber den Anbietern ennet der Grenze mit besserem Service, mit höherer Kundenbindung zu rechtfertigen. Ich denke, dass einige schon ganz gut aufgestellt sind: Wer mit seinen Kunden zusammen Veranstaltungen besucht wie beispielsweise die EICMA in Mailand, wer irgendwelche Rennveranstaltungen im nahen Ausland organisiert, wird automatisch von den Kunden anders wahrgenommen. Vor allem aber muss das Gespräch gesucht und dem Kunden klar gesagt werden, was er verliert, wenn er seine Bremsbeläge, seinen Reifen in letzter Sekunde vor der Ferienreise nicht mehr in der Nähe bekommt, weil wie beim berühmten Ladensterben halt nur noch diejenigen Händler überleben, die wie ein Migroseinkaufs-Center funktionieren. Gerade das «Tante Emma»-Ladensterben aber zeigt, dass es nach ein paar Jahren wieder solche Läden gibt, einfach als kleine Familienbetriebe ohne Angestellte, die dann halt nur «kleine Brötchen backen». Ich denke, dass sich, wenn sich der Schweizer Franken erholt hat und sich, wie ich denke, von allein zwischen 1.10 und 1.20 einpendelt, sich solche Strukturänderungen automatisch ergeben. **Ich wünsche Dir, dass Du die Kraft hast, den für Dich besten Weg auszuwählen.** Das Allerwichtigste ist und bleibt, wie man mit der Kundschaft umgeht: Der Kunde muss gerne bei Dir reinschauen, man muss ihm die Kostenzusammensetzung klar aufzeigen und von ihm halt auch die Solidarität verlangen, dass, wer Schweizer Franken verdient und in Euro einkauft, sich schlussendlich ins eigene Fleisch schneidet! De Föifer und sWeggli gibt's auf lange Frist nie und nimmer ...

Mit den besten Grüssen von der «Tramstrasse 100»

Urs Tobler

Seit 1987: 28 Jahre «Töff, Töff – nüt als Töff!»