

Knister auf der Spoga Gafa 2019 und der Eurobike

Knister startet auf internationalen Handelsmessen durch

Als Startup in 2019 eine klassische Einzelhandelsstrategie durchziehen? Das war am Anfang gar nicht der Plan der Fima Knister. Der Online Handel boomt und klassische Einzelhändler werden oft durch den Preisdruck kaputt gemacht.

Warum haben Sie sich trotzdem für eine „altmodische“ Handelsstrategie entschieden?

Carolin Kunert, Gründerin von Knister:

Bisher wurden unsere Produkte fast ausschließlich online verkauft. Allerdings kommen immer mehr Einzelhändler auf uns zu um die Grills zu vertreiben. Schnell bemerkten wir das Wachstumspotential und die Reichweite einzelner Filialen. Der größte Vorteil des offline Handels ist, dass das Produkt „angefasst“ werden kann. Wir sind definitiv eine höherpreisige Grillmarke und punkten vor Allem durch Qualität, Verarbeitung und Funktionalität. Wenn der Kunde den Grill in echt an einen Lenker hängen oder ihn auseinanderziehen kann, ist er sofort überzeugt.

All unsere durchdachten Features sind nur schwer online zu kommunizieren. Den Grill in Realität in der Hand zu haben unterstützt den Verkauf immens.

Handelsmessen sind in der Regel mit ziemlich hohen Kosten verbunden, die vor allem für junge Unternehmen schwer tragbar sind, oder? Rentieren sich Messen für Sie?



knister

Reinvent urban life

Definitiv. Die Kosten (selbst für kleine Messestände) sind gar nicht so ohne. Allerdings gibt es oft Förderareale oder Subventionen vom Staat. Die Ergebnisse nach der Spoga und der Eurobike sind sehr überzeugend. Wir können uns innerhalb kürzester Zeit einem internationalen Publikum von Presse, Händlern und Bloggern vorstellen. Durch eine Präsenz auf großen Fachmessen nehmen uns Großkunden wie Hagebau, Obi, Globetrotter und co. überhaupt erst als relevanten Marktteilnehmer war.

Die Unterschiede zwischen Gartencentern und Fahrrad-Fachhändlern sind schon ganz schön groß. Wie schaffen Sie den Spagat zwischen zwei so unterschiedlichen Branchen?

Diese Schwierigkeit ist gleichzeitig eines der größten Potentiale von Knister. Wir können in ziemlich vielen Geschäftsfeldern unsere Produkte vertreiben: Fahrradgeschäfte, Haushaltswarengeschäfte, Baumärkte, Gartencenter, Outdoor & Camping Shops, Möbelgeschäfte – alles ist möglich. Das Absatzpotential ist riesig. Mit vernünftigen Vertriebs Strukturen schaffen wir es dieses Potential auch auszunutzen. Durch ein Netzwerk aus eigenen Vertriebsmitarbeitern und Handelsvertretern bauen wir diese Strukturen nach und nach aus.

