

Hipper Hackenporsche

Andersen will mit dem einst biederen Einkaufstrolley jetzt auch jüngere Zielgruppen überzeugen.

Wer seine Einkäufe zu Fuß nach Hause trägt, kennt das Problem: Die schwere Tüte zerrt an der Schulter, der Plastikgriff des Sechserträgers Wasser gräbt sich in die Hand ein. Doch die Lebensmittel mit einem Trolley nach Hause rollen? Das ist was für alte Leute, finden jedenfalls viele Jüngere. „Wir kennen das Problem sehr gut“, sagt Sven Andersen. Er ist Inhaber des Familienunternehmens Andersen Shopper. Mit modernem Design und angesagten Materialien wie Lkw-Planen will er jüngere Käufergruppen locken. 2012 sei ein neues Modell mit einer Tasche aus Segeltuch geplant, der Verkaufspreis soll rund 300 Euro betragen. Das Sortiment umfasst momentan 15 verschiedene Gestelle mit unterschiedlichsten Taschen, die sich alle kombinieren lassen.

Wie sehr es selbst bei einem reinen Funktionsartikel auf die Gestaltung ankommt, zeigt der Erfolg des durchgestylten Unus Shopper. Der höhenverstellbare Trolley mit kugellagerten Niederquerschnittsreifen und Aluminiumoptik hat sich einen Umsatzanteil von etwa 10 Prozent erobert. „Wenn sie den Unus sehen, sagen viele: Damit würde ich auch einkaufen gehen“, erklärt Sven Andersen. Für ihn ist es nur eine Frage der Zeit, bis rollende Einkäufe mehr

Akzeptanz finden: Schließlich sei der Rollkoffer als Reisegepäck schon lange akzeptiert.

Neben der Optik könnte eine ganz andere Entwicklung den Einkaufstrolley zum Verkaufsschlager machen: In großen Städten ist das Einkaufen zu Fuß im Laden um die Ecke wieder stärker gefragt. Das spart nicht nur die Zeit der Autofahrt, sondern ist auch noch umweltfreundlich. Andersen wirbt damit, dass man auf Strecken bis zu einem Kilometer zu Fuß schneller sei als mit dem

Andersen sieht sich als Marktführer

Auto. „Wir verkaufen einen funktionalen Artikel, der das Leben erleichtert“, erklärt Andersen. Zusätzlich neben ökologischen Gedanken seien Gesundheitsaspekte zu berücksichtigen: Ein Shopper schone den Rücken.

Pünktlich zur Ambiente will Andersen eine etwas abgespeckte Unus-Variante vorstellen. Die Rollen haben zwar kein Kugellager und der Standfuß ist nicht faltbar, optisch sind die Trolleys jedoch fast identisch. Im Laden soll die neue Variante etwa 75 Euro kosten, etwa ein Drittel weniger als das Vorbild.

Der Preis entspricht dem Durchschnittsverkaufspreis, den Andersen erzielt. Zwar verkauft er bei Discountern schon mal abgespeckte Modelle für etwa 30 Euro. Doch insgesamt versucht die Firma, eher obere Preisklassen zu bedienen als auf Masse zu setzen. In den 1980er Jahren setzte Andersen zwar höhere Stückzahlen ab. Doch damals lag

der durchschnittliche Preis auch weit unter dem heutigen.

So hilft dem Geschäft mit den Einkaufstrolleys der Trend zu höherwertigen Artikeln. In den vergangenen Jahrzehnten sei das Geschäft daher sehr konstant gelaufen. „Die Krise haben wir nicht gespürt, Kurzarbeit war bei uns nicht nötig“, berichtet Andersen. Dabei habe er mit Quelle den wichtigsten Versandkunden verloren.

Den deutschen Gesamtmarkt für die oft liebevoll Hackenporsche genannten Gefährte schätzt der Geschäftsführer auf maximal 500 000 Stück. 2011 verkaufte das Satruper Unternehmen etwa 230 000 Trolleys. Davon gehen 35 Prozent ins Ausland, größtenteils in die Schweiz. Die meisten Warenhäuser stellen die Einkaufshilfen in die Lederwarenabteilung neben das Reisegepäck. Aber auch in Fahrradgeschäften sind Andersen Shopper erhältlich. Denn mittels einer Kupplung lassen sie sich bequem hinter dem Rad herziehen. So eignet sich der Trolley nicht nur für Einkäufe, sondern befördert den Proviant für das Picknick oder das Handtuch für den Ausflug zum Badesee.

Sven Andersen arbeitet seit den 1990er Jahren im Familienbetrieb mit. Übernommen hat er ihn 2001. Das Unternehmen blickt auf eine abwechslungsreiche Geschichte zurück. Als seine Eltern das Unternehmen 1958 gründeten, verkauften sie noch Eisenwaren wie Leitern und Bügeltische. Als sie die damals noch Markttroller genannten Trolleys entdeckten, sind sie zunächst nur Zwischenhändler.

Beim Anlauf der eigenen Produktion dient vorerst der elterliche Pferdestall als Werkstatt. Mehrere Jahre fertigt das Ehepaar selbst, erst 1963 wird der erste feste Mitarbeiter eingestellt. Schon im Jahr 1965 verkauft Andersen knapp 50 000 Trolleys. In den 1980er Jahren wurden dann etwa die heutigen Stückzahlen erreicht.

„Die Krise haben wir nicht gespürt.“

Moderner: Mit jüngeren Designs will Andersen neue Altersklassen für Einkaufstrolleys gewinnen.