

Beim kalifornischen Kult-Mountainbike-Hersteller Marin Bikes gibt es zum Jahreswechsel zwei wichtige Neuerungen.

Zum einen wurde der Hauptsitz ins bayerische Voralpenland nach Geretsried im Süden von München verlegt, eine wesentliche Verbesserung des Serviceangebots. Zum anderen kann ab 2017 auf ein neues Logistikzentrum in Holland zurückgegriffen werden, dass dem Vertrieb in der D-A-CH-Region sehr viel mehr Flexibilität und kürzere Lieferzeiten ermöglicht. Der neue Hauptsitz verfügt über einen großzügigen Showroom für Produktpräsentationen für Handel und Presse, außerdem befinden sich alle Marin-Demobikes direkt vor Ort und können dort auch vom Endverbraucher beziehungsweise Handel getestet werden. Testräder aus der Vorsaison können auch bereits erworben werden.



Jörn Gersbeck

Jörn Gersbeck, Sales- und Marketingmanager von Marin Bikes Germany kommentiert: „Der neue Standort in der Nähe von München bringt uns ziemlich viele Vorteile: Zum einen die Nähe zu den bayerischen Voralpen, dem idealen Terrain für unsere Bikes. Die Isartrails liegen direkt vor der Haustür und so können sowohl Händler, Presse als auch Endverbraucher unsere Demobikes vor Ort angemessen testen und nicht nur auf dem Asphaltparkplatz eine Runde drehen,“ so Gersbeck. „Außerdem haben wir hier viel mehr Platz als zuvor, es gibt mehr Optionen für Testevents und wir können dementsprechend unseren Servicebereich in der D-A-CH-Region weiter verbessern. Natürlich spielt uns da auch das

neue Logistikzentrum in den Niederlanden in die Hände.“

Denn Marin Bikes vertraut ab sofort seine gesamte europäische Logistik JCL an. Die Logistik-Spezialisten mit Sitz in Heerenberg in den Niederlanden, nahe der deutschen Grenze haben sich exklusiv auf Fahrrad-Marken spezialisiert und wickeln auch den Warenverkehr für weitere namhafte internationale Bike-Brands ab. Inneuropäische Lieferungen können nun innerhalb von 48 Stunden zugestellt werden. Für Marin Bikes vergrößern sich dadurch die Lieferkapazitäten, Laufzeiten verkürzen sich und das Unternehmen wird operativ weitaus flexibler agieren können: „Die europäische Expansion verschafft uns nicht nur mehr Platz und Flexibilität, sondern fördert in großem Maße die Transparenz gegenüber unseren Kunden. Somit haben wir nicht nur in eine Verbesserung der Logistik investiert, sondern auch in die Verbraucherfreundlichkeit“, so Gersbeck.