



Preiswürdiger Auftritt

Eines der bemerkenswertesten Einrichtungskonzepte von Fahrradgeschäften kann man in Emsdetten erleben.

Robin und Tanja Tippkötter eröffneten ihr Geschäft Anfang 2025 neu – größer, schöner, effizienter. Ladenbau spielte bei der Errichtung eine Schlüsselrolle.



Das Einstiegssegment wird durch die Marke Tenways abgedeckt. Entsprechend hängt gleich daneben Alltagsbekleidung.

Im Fahrradbusiness ist die Familie Tippkötter seit 1933. Robin Tippkötter führt das Unternehmen in vierter Generation, seit elf Jahren zusammen mit seiner Frau Tanja. In der Innenstadt von Emsdetten wurde es zu eng, daher liegt der neue, erheblich größere Standort am Stadtrand an einer stark frequentierten Kreuzung, die viele Autofahrer dort vorbeiführt; er wurde Ende 2024 fertig.

Auf das Gelände hatte der Inhaber schon früher ein Auge geworfen, da kam man noch nicht zusammen. Dann aber war der Grundstückseigentümer bereit, ein altes Autohaus abzureißen und auf der Fläche ein neues Gebäude zu errichten – nach den Vorstellungen von Robin Tippkötter und seiner Frau Tanja, die dort Mieter sind.

Der Gestaltungsansatz für das neue Gebäude besteht aus einer grundlegenden Raumaufteilung und der Innenarchitektur. Bei der Errichtung wurde auch ein außenliegender Testparcours mit rauer Ober-



Die Übergabe des gekauften Fahrrades wird zur Zeremonie – in einem abgetrennten Raum. Dort kann noch passendes Zubehör mitverkauft werden und wurde deshalb eigens für diese Zone zusammengestellt.

Eigener Bereich für den Helmverkauf.



fläche eingeplant, der realistische Fahrbedingungen simulieren soll. Innen befinden sich Werkstatt und Verkaufsfläche, darüber Büro- und Lagerräume.

Hinter dem großen Eingang ist ein großzügiges Foyer mit zwei Zugängen. Geradeaus gelangt man zum Verkaufsbereich, einem Paradies für Entdecker. Linkerhand geht es zur Dialogannahme mit dahinterliegender Werkstatt, auf welche wir noch zurückkommen.

Käuferlebnis und Steigerung

Ein emotionaler Effekt im Verkaufsraum wäre nicht denkbar ohne die Innenausstattung, die Ladengestaltung. Im RadMarkt wurden schon einige Leuchttürme des Ladenbaus gezeigt, deren Grundprinzip eine andere Sichtbarkeit von Fahrrädern ist. Anstelle einer Lenkerparade gibt es Podestlandschaften, wo weniger Fahrräder besser zu betrachten sind, auch durch

Höhenunterschiede und Anordnung im 90-Grad-Winkel zueinander. Das Ganze wird angereichert durch Bildmotive, breite Gänge und Sitzecken, um Ambiente und Aufenthaltsqualität großzuschreiben. Die Gliederung der Ausstellung und die Wegeführung tun ein Übriges.

Das funktioniert oft besonders gut, wenn man Ladenausstatter beauftragt, die bereits Erfahrung mit Fahrradläden haben.

Robin und Tanja Tippkötter führen das Familienunternehmen zu neuen Ufern.

Ein Standardsortiment an Möblierung und Gestaltungselementen reicht manchmal schon aus, um überhaupt eine angenehme Atmosphäre zu schaffen.

Der von Tippkötter ausgewählte Laden- einrichter geht aber noch einen Schritt weiter. Bei Schemberg beginnt der ganze Prozess mit der Frage nach der Identität oder nach besonderen Merkmalen des Geschäfts. Daran orientiert sich dann der



Hinter dem großzügig gestalteten Foyer mit hervorgehobenen Sortimentshighlights, schließt sich eine schmalere Zone im Stile eines Spielertunnels an.



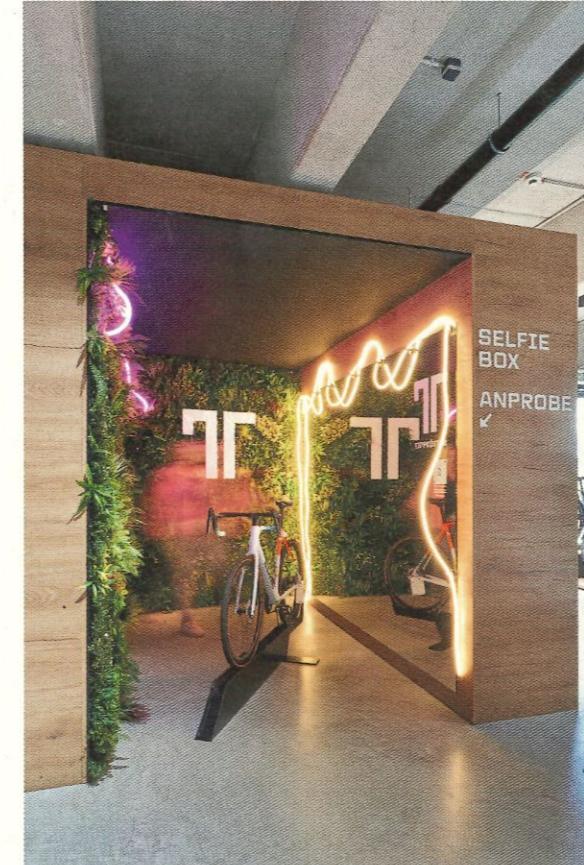
Aufwendige und edle Ladengestaltung durch Schemberg Einrichtungen.

Entwurf einer individuellen Gestaltung – jedes von Schemberg eingerichtete Fahrradgeschäft ist ein Unikat.

Typenbandbreite widerspiegeln

»Bike as you are«, also fahre, wie du bist, lautet das Motto von Tippkötter. Das soll heißen: Jeder Mensch soll das Fahrrad auf die Weise nutzen, wie es ihm bequem und gefällt. Dementsprechend wird eine große Bandbreite von Fahrradtypen geführt, vom Alltagsrad über das Lastenrad bis hin zum Gravelbike, und in der Verkaufsfläche werden die zugehörigen Lebenswelten mit abgebildet.

Auf der 1.100 Quadratmeter großen Verkaufsfläche wurde die Individualität auf die Spitze getrieben; hier finden sich besonders viele einzigartige Gestaltungselemente. Es ist kaum möglich, sich die Highlights zu merken, so viele sind es; und Robin Tippkötter gibt zu, dass er den Kundenbetreuer von Schemberg, Benedikt Starke, besonders gefordert hat mit seinem



Die Lounge auf der Galerie soll noch zu einem Café aufgewertet werden.

In der Selfie Box kann man mit seinem neuen Rad oder neuem Helm ein Selfie in schöner Atmosphäre machen, um es im Netz zu teilen.

Perfektionismus, seiner Liebe zum Detail und seiner Ideenflut. Starke macht aber den Eindruck, als hätte ihn die Herausforderung eher beflügelt als bedrückt.

Vom Spielertunnel ins Stadionrund

Aus Tippkötters Sicht wäre eine einzige riesige Halle die schlechteste aller Lösungen gewesen, da unübersichtlich und wenig behaglich. Stattdessen ist die Verkaufsfläche durch geschickte Raumgestaltung vielfach untergliedert.

Die Deckenhöhe des Verkaufsraums variiert. Nach dem großzügigen Foyer mit hoher Decke setzt sich die Verkaufsfläche schmäler und mit einer niedrigeren Decke fort – als käme man durch einen Stadioneingang oder Spielertunnel, so des Inhabers Absicht. Dann öffnet sich das quasi Stadioninnere als lichter Raum mit hoher Decke – ein Wow-Erlebnis.

Dieses Grundkonzept bildet den großen Rahmen, in den viele spannende kleinere Zonen integriert wurden, gerade im Mittel-

teil. Dazu gehören ein separater Raum für Helme, eine Selfie Box, wo man sich mit seinem neuen Fahrrad ablichten kann, und ein abgetrennter Bereich für die Übergabezeremonie.

Neuradübergabe als Ereignis

Dort steht das erworbene Fahrrad bereit, die Funktionen werden erläutert, und eine kleine Zubehörwand wird genutzt, um Zusatzverkäufe von nützlichen Accessoires zu realisieren. Die Zeremonie dauert mindestens 20 Minuten und gibt den Käufern und Käuferinnen ein Gefühl der Bestätigung, sich richtig entschieden zu haben.

Als weitere separate Zone beherbergt ein Wellblechcontainer den Lastenradbereich. Hier besteht die Auswahl insbesondere aus Riese und Müller und Urban Arrow sowie Hasebikes und Pautec fürs Spezialradsegment, während sonst KTM, Cube, Gazelle und Bulls das Bild prägen. Tenways deckt den Einstiegsbereich ab, denn alle Preisbereiche sollen vertreten

sein. Individualisten werden beim Custom-made-Programm von Velo de Ville fündig. Auch für Riese und Müller gibt es eine eigene ruhige Zone.

Beim Kinderrad setzt Tippkötter ausschließlich auf Woom, die Jugend wird mit Bulls und Cube versorgt. Auf einer Galerie im Obergeschoss ist eine Lounge zum Entspannen. Hier soll im Winter noch ein Café entstehen, in dem auch Kleinigkeiten wie Bagels oder Brownies angeboten werden könnten. Angedacht sind auch Veranstaltungen, beispielsweise Lesungen.

Iconic Award für Emsdetten

Das Konzept ist selbst in einer Fahrradhändlerschaft, in der mittlerweile viele Betriebe auf moderne Ladengestaltung setzen, noch herausragend. Nicht zufällig, hat es jüngst auch den Iconic Award in der Kategorie Interior gewonnen.

Der German Design Council hat mit den Iconic Awards einen Architektur- und Designwettbewerb ins Leben gerufen.



Separate Zone für Riese und Müller.



Der in den Verkaufsraum eingebaute Wellblechcontainer vermittelt urbanes Feeling, passend zu den ausgestellten Lasten- und Spezialrädern.



Dabei geht es um die Zusammenarbeit der verschiedenen Bereiche. Mit dem Award werden seit über zehn Jahren wegweisende Projekte und nachhaltige Lösungen ausgezeichnet. Das können visionäre Stadt- und Landschaftskonzepte, intelligente Umbauten, Neubauten, Innenarchitektur, Produktgestaltung, Wohn- und Arbeitswelten, Materialinnovationen und Kommunikationskonzepte sein aus allen Bereichen der Architektur-, Bau- und Immobilienbranche. Außerdem war Tippkötter nominiert zum Store of the Year 2025 des HDE und schaffte es dabei in die Top 3 der Kategorie »Out of Line«.

Professionell auch die Werkstatt

Wie sehr Tippkötter auf Professionalität setzt, zeigt sich auch in der Werkstatt mit ihrer klaren und modernen Struktur. Von fünf Annahmeplätzen wird einer noch für den Quick Service ausgebaut. Dahinter reihen sich neun bestens ausgestattete Montagearbeitsplätze auf.

Vier weitere Arbeitsplätze sind für die Arbeitsvorbereitung und die Qualitätsicherung eingerichtet. Das gläserne Büro des Werkstattleiters gibt dem Bereich ein fast fabrikartiges Gepräge; von seinem Platz aus überblickt er alle drei Bereiche.

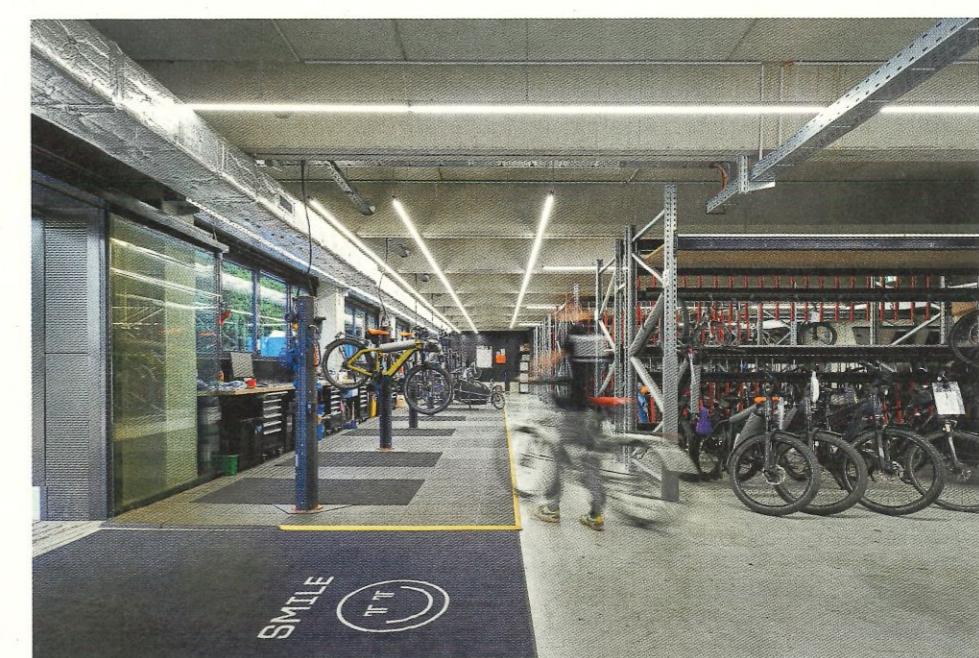
»Wir sind keine Fietzenflicker.« In diesem schlichten Satz bündelt Robin Tippkötter seine Philosophie. Er findet, der Fahrradfachhandel solle etwas darstellen. Wer Kunden erreichen wolle, die in Autohäusern gehobener Marken ein- und ausgingen, der müsse Professionalität an jeder Stelle

zeigen. Das beherzigen viele Händler, doch scheint Tippkötter an der ein oder anderen Stelle noch etwas draufzusetzen.

Nachwuchs gefördert

Das Unternehmen bietet 55 Arbeitsplätze, davon einige auch im Marketing, mit einem eigenen Foto- und Videografen. Nicht über eine Agentur, sondern über eigene Leute wird die Außenwirkung der Marke Tippkötter gestaltet, weil diese nah dran sind am Betrieb und authentische Inhalte ausspielen. Der Instagram-Account hat über 8.000 Follower.

Natürlich wird auch ausgebildet. Ein Dutzend junger Menschen ist hier auf dem Weg in den Beruf; das Spektrum reicht von Bürokaufleuten über Zweiradmechatroniker bis hin zu Fahrradmonteuren. Der Inhaber betont, von aktuell neun Auszubildenden habe nur einer einen Führerschein – und das



Blick in die moderne Werkstatt.



Professionelle Dialogannahme in der Werkstatt.



◀ Der Testparcours hinter dem Haus ist eingezäunt.