

## PRESSE-INFO

**Neue Kurzstudie „Branchen-SPIEGEL Fahrräder 2016“ erschienen**

### **Gute Stimmung**

**Köln.** Der deutsche Konsument liebt sein Fahrrad und lässt es sich gern richtig etwas kosten. Für 2015 errechnet Marketmedia24 eine durchschnittliche Konsumausgabe von 29,78 Euro. Damit generierte die deutsche Zweiradbranche ein Gesamtvolumen von 2.422 Millionen Euro. Entsprechend ist die Stimmung: „Das Fahrrad ist als Mobilitätspartner so beliebt wie schon lange nicht mehr“, gab sich der Zweirad-Industrie-Verband (ZVI) auf der Eurobike 2016 positiv. Mit entsprechendem Nachfragepotenzial liegen Deutschland und Österreich in der europäischen Spitzenliga. In beiden Ländern kommen die wichtigsten Rahmenbedingungen zusammen: hohe Kaufkraft, die Fahrradinfrastruktur vor allem in den Städten plus sportliche Angebote.

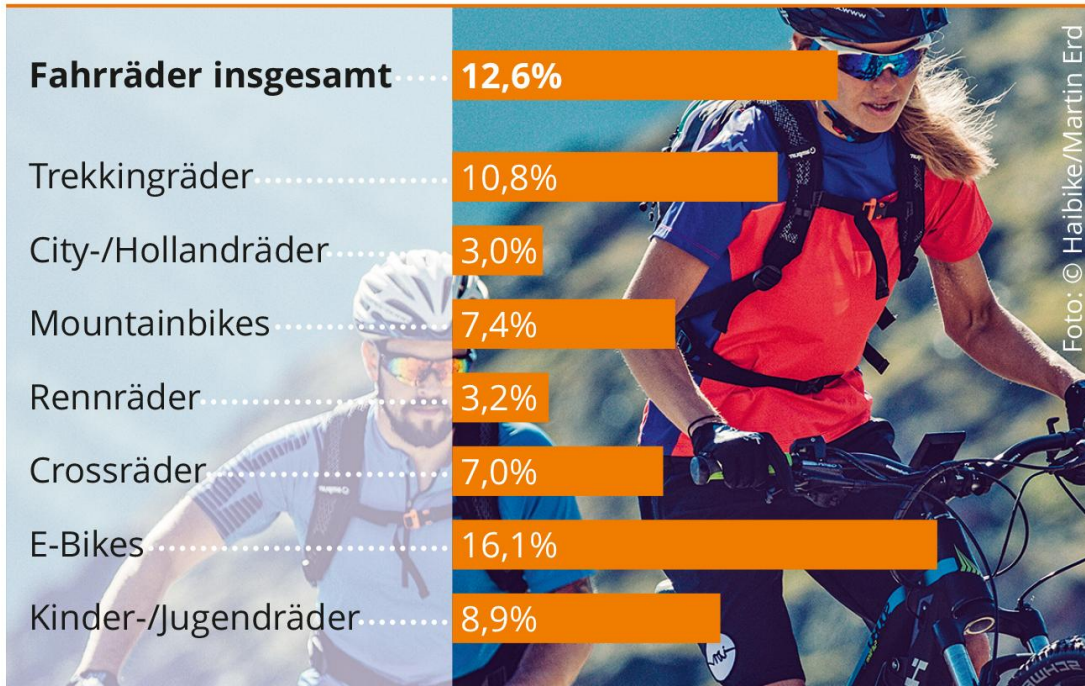
Das Fahrrad gewinnt als Alternative zum Auto immer mehr an Bedeutung. Hauptsächlich wird das Zweirad im Alltag für Erledigungen, Einkäufe und für die Fahrt zur Arbeit genutzt. Aber natürlich darf der Faktor Freizeit und Gesundheit nicht vernachlässigt werden. Denn das Rad bietet optimal die Voraussetzungen für ein schonendes Ausdauertraining, mitunter auch in naturnahen Lebensräumen. Gleichzeitig erobert das Fahrrad immer mehr die kaufkraftstarken älteren Zielgruppen, insbesondere seitdem die Räder einen Elektromotor bekommen haben.

Dieser Antrieb ist auch der sprichwörtliche Motor der Branche. Die steigende Nachfrage lässt den Markt für E-Bikes weiter stark wachsen (plus 16,1 Prozent im Vorjahresvergleich). Jochen Fendt, Autor und Partner von Marketmedia24: „Allerdings sind erste leichte Sättigungstendenzen im E-Bike-Markt zu beobachten. Die Vielfalt und Komplexität der Produkte nehmen zu, die Technologie wird besser und aufwändiger.“ Und wenn, wie im zum Sommerstart 2016 Petrus nicht mitspielt, bremst auch selbst der E-Bike-Boom ab. So geht der ZVI davon aus, dass der Absatz von Fahrrädern und E-Bikes im 1. Halbjahr 2016 um 5 bis 8 Prozent zurückgegangen ist.

Aber nicht nur die Nachfrageentwicklung beschäftigt die Branche, auch die Optimierung der Wertschöpfung steht auf der Agenda. Das Thema Industrie 4.0 und damit die nachhaltige Wandelung des Produktionsprozesses werden immer bedeutender. So investieren schon heute die großen Fahrradhersteller in den Produktionsstandort Deutschland. Mifa-Geschäftsführer Heinrich von Nathusius stellt im Interview mit Marketmedia24 fest, dass sich der Markt aufgrund wesentlich kürzerer Performancezeiten die Überseeproduktionen mit 12- bis 16-monatigen Produktionszyklen nicht mehr leisten könne. „Handel und vor allem der Direktabsatz im stetig wachsenden Online-Geschäft fordern viel kürzere Liefertermine. Ein weiterer Standortvorteil wird aber bei gleichem Preis der höhere Qualitätsstandard sein. Hierbei können wir von der Autoindustrie lernen.“

# Deutsche lieben ihr Fahrrad

Umsatzentwicklung 2015 im Vergleich zum Vorjahr



Der deutsche Konsument liebt sein Fahrrad und lässt es sich gern richtig etwas kosten. Für 2015 hat Marketmedia24 für die deutsche Zweiradbranche einen Umsatz von 2.422 Millionen Euro ermittelt.

**Quelle: Marketmedia24 (Köln)**

Mit imposanten 74 Prozent Marktanteil behauptet sich der Fahrrad-Fachhandel in Deutschland. Der hohe Informationsbedarf sowie die steigende Servicenachfrage aufgrund wachsender Technologiesierung der Fahrräder treiben die Kunden in die Fachgeschäfte, die ganz offensichtlich ihre Hausaufgaben gemacht haben. Trotzdem profitieren Fachgeschäfte nicht per se vom anhaltenden Boom, insbesondere der E-Bikes. Vielmehr geraten kleine und mittlere Fachhändler zunehmend unter Druck. Ihnen fehlen Kapital und Fläche für kundenorientierte Auswahlmöglichkeiten, gleichzeitig müssen sie auf der Preisebene mit der aggressiven Online-Konkurrenz mithalten. Im Ergebnis treibt die Technologiesierung den Konzentrationsprozess im Handel weiter voran, wovon die Großfilialisten profitieren.

Ähnlich dynamisch wie in Deutschland verläuft die Branchenentwicklung in Österreich, weiß Wolfgang Richter, Geschäftsführer der RegioData Research GmbH, München/Wien. Allerdings schwanken die spezifischen Ausgaben für Fahrräder in den europäischen Ländern extrem. Verantwortlich dafür sind das allgemeine Kaufkraftniveau und die „Fahrradfreundlichkeit“ eines Landes, sprich der Nutzungsgrad des Rades als Fortbewegungsmittel. Die touristische Infrastruktur ist der dritte Faktor, der das Fahrrad als Sportgerät betrifft und den Absatz beflügelt. In Deutschland und Österreich stimmen alle drei Faktoren, darum liegen beide Länder eindeutig in der europäischen Spitzenliga, so Richter weiter: „Gerade im Sportbereich wird bei uns für die Fahrräder oft sehr viel Geld ausgegeben. Eine derartige Anschaffung von bis zu mehreren Tausend Euro wäre wohl das Jahreseinkommen eines durchschnittlichen Albaners oder Bulgaren.“

Die neue Kurzstudie „Branchen-SPIEGEL Fahrräder 2016“ liefert belastbare Fakten und Zahlen für alle Teilmärkte und relevanten Vertriebskanäle. Sie ist zum Preis von 295 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter [studien@marketmedia24.de](mailto:studien@marketmedia24.de) oder steht zum direkten Download im Studienshop unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

4.814 Zeichen inkl. Leerzeichen | 621 Wörter

#### Ihr Kontakt

Sonja Koschel  
Telefon +49(0)2236 3316931  
[koschel@marketmedia24.de](mailto:koschel@marketmedia24.de)

Der Abdruck ist honorarfrei.  
Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.



Die Markt- und Handelsspezialisten von **Marketmedia24** halten mit Methoden der Primär- und Sekundärforschung für Sie die Konsumgütermärkte und Handelskanäle im Blick und liefern Ihnen punktgenaue und belastbare Analysen für Ihre Unternehmensstrategie. Die Kommunikationsprofis von Marketmedia24 sorgen dafür, dass Sie mit Ihrer Identität und Botschaft am Markt sichtbar werden. Dafür nutzt Marketmedia24 die gesamte Bandbreite konzeptioneller, redaktioneller und visueller Kommunikation.