

Der Fahrradfachhandel 2018/19

Der „Supersommer“ 2018 und der verkehrspolitische Trend zu Gunsten des Fahrradverkehrs haben dem Fahrradmarkt im Jahr 2018 wieder einen kräftigen Umsatzschub bei vergleichsweise stabilen Preisen beschert. Das Fahrrad gewinnt damit nicht nur bei der Freizeitgestaltung, sondern immer mehr auch als Verkehrsträger im Berufs- und Wirtschaftsverkehr an Bedeutung. Die positive Umsatzentwicklung des Fahrradhandels übertrifft damit ein weiteres Mal deutlich den allgemeinen Trend im Handel.

Der Fahrradhandel berichtet über Umsatzzuwächse, die zwischen 2% und 30 % liegen.

Bezogen auf die gesamte Branche dürfte der Umsatzzuwachs im vergangenen Jahr bei ca. 8 – 10 % liegen.

Wie immer gab es erhebliche Unterschiede in der Entwicklung, je nach örtlicher Wettbewerbssituation und Liefer- und Leistungsfähigkeit der Unternehmen.

Die Nachfrage war anhaltend stabil. Vor diesem Hintergrund hing die Entwicklung der einzelnen Unternehmen von der individuellen Angebotsbreite und Lieferfähigkeit ab. Zudem spielte die Servicebereitschaft der Händler vor Ort eine wichtige Rolle.

Bei halbwegs stabilem Preisniveau konnten zufriedenstellende Renditen erwirtschaftet werden, die zur Stabilisierung der Kapitalausstattung vieler Unternehmen beigetragen haben.

Probleme gab es bei der Gewinnung ausreichend qualifizierter Mitarbeiter. Das hat sich in einer Steigerung der Personalaufwendungen bemerkbar gemacht.

Die gute Nachfrage und die breiter werdenden Sortimente haben viele Händler veranlasst, ihre Warenbestände aufzustocken. Das könnte sich auf das Orderverhalten auswirken.

PRESSE
EINFORM

Der Trend zu größeren Anbietern hielt an und auch die Umsätze im Internet haben, wie in allen Handelsbranchen zugenommen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Fahrradfachhandel in 2018 auf der „Sonnenseite“ in der Handelslandschaft gestanden hat und froh sein dürfte, wenn auch in 2019 ein annähernd so gutes Ergebnis erwirtschaftet werden kann.

Beratung und Service

Die immer hochwertiger werdenden Produkte des Fahrradmarktes bringen steigende Erwartungen an Beratung, Präsentation und Service im Handel mit sich. Das sichert dem Fachhandel Marktanteile, bringt aber auch mit sich, dass ständig an der Qualität von Beratung und Service gearbeitet werden muss. Mitarbeitergewinnung und -Schulung erfordern somit als wesentliche Erfolgsfaktoren wachsende Aufmerksamkeit. Der enger gewordene Arbeitsmarkt führt in diesem Zusammenhang zu steigenden Aufwendungen für qualifizierte Mitarbeiter.

Die Erwartungen der Fahrradkäufer an die Präsentation der Produkte ist weiter gestiegen. Das erfordert Investitionen in Ladeneinrichtung und Sortimentsgestaltung. Der stationäre Fachhandler sieht seine Stärken gegenüber anderen Vertriebswegen im direkten Kontakt zum Kunden und der Möglichkeit, durch Präsentation, Beratung und Service zu punkten.

Elektromobilität

Der steigende Anteil der e-bikes am Gesamtumsatz des Fachhandels war auch in 2018 wieder die Basis der guten Umsatzentwicklung. Bei vielen Unternehmen erreichten die Umsatzanteile der Elektroräder inzwischen die Größenordnung aller anderen Fahrradgruppen zusammen.

Der Umsatzanteil der e-bikes am **Fahrradumsatz** entwickelte sich 2018 in Richtung 45 %. Der Handel berichtet über ein vergleichsweise stabiles Preisniveau. Vor allem hochwertige Produkte standen im Vordergrund des Interesses, wobei vielfach Leasingverträge die Finanzierung erleichterten. Die technische Entwicklung bei den e-bikes hat nach Auffassung vieler Händler inzwischen ein Niveau erreicht, das eine gewisse Beruhigung des Innovationstempos sinnvoll erscheinen lässt. Das könnte die „Halbwertszeit“ dieser Produktgruppe verlängern und das im Warenbestand ruhende Risiko verringern. Nicht wenige Fachhändler würden es begrüßen, wenn die Produktzyklen auch bei den e-bikes ein wenig langlebiger würden. Nur echte Innovationen stoßen bei den Verbrauchern auf nachhaltiges Interesse.

Der Online-Handel

Der Internet-Handel gewinnt nach wie vor überproportionale Zuwächse, auch im Fahrradmarkt. Interessant war dieser Vertriebsweg aber vor allem für die Fachhändler, die sich hierauf spezialisiert haben und sich intensiv darum kümmern. Der übrige Handel nutzte e-Commerce besonders zum Abverkauf von Überbeständen durch preisaggressive Angebote.

Da Kaufinteressenten sich vor einem Fahrradkauf und Besuch eines Geschäftes oft intensiv im Internet vorinformieren, kommen auch stationäre Händler nicht ohne einen attraktiven und informativen Internetauftritt aus. Der muss ständig gepflegt und erneuert werden, um interessant zu bleiben.

Fahrrad - Leasing

Fahrradleasing vor allem im Berufsverkehr hat nicht zuletzt wegen der damit verbundenen steuerlichen Vorteile nach wie vor Konjunktur. Es hat sich auch in 2018

erwiesen, dass das mit dem Leasing verbundene „Service-Paket“ gern angenommen wird und eine intensive Kundenbindung ermöglicht. Nach Ablauf des ersten Leasing-Vertrages gab es nicht selten schon den Kauf eines weiteren Rades auf diesem Wege und das vor allem im hochwertigen Bereich.

Entwicklungstrends im Fahrradfachhandel (ohne Discount- und SB-Vertrieb)

<u>Fahrräder(ohne e-bikes)</u>	nach Wert. +/- 0 %
<u>E-bikes</u>	nach Wert + 25 %
<u>Zusammen</u>	nach Wert + 15 %
<u>Bekleidung, Helme, Zubehör</u>	+ 10 %
<u>Werkstatt</u>	+ 12 %

Zusammenfassung

- Der Fahrradfachhandel kann auch in 2018 wieder auf eine außerordentlich positive Entwicklung zurückblicken. Zurückzuführen ist das auf die Zuwächse bei den e-bikes.
- Die Nachfrage nach gutem Service wächst. Das ist verbunden mit Investitionen in die Ausstattung der Geschäfte und die Mitarbeiterqualifikation.
- Die größeren Handelsbetriebe und der Internethandel wachsen überproportional.

Bielefeld im Februar 2019

VDZ Verband des Deutschen Zweiradhandels e.V.
Thomas Kunz, Geschäftsführer

Tel.: 0521/965 10 0
Fax: 0521/965 10 20
info@vdz2rad.de
www.vdz2rad.de