

Schweiz 2004: Individualisierung des Marktes bei steigenden Ansprüchen

Effretikon/CH (ur) – „Trotz des verregneten Frühlings kein miserables Jahr“, so lautet der häufig gehörte Kommentar des Schweizer Fachhandels zur diesjährigen Saison. Ließ das nasskalte Wetter zu Beginn der Saison die Umsätze noch nach unten durchsacken, so kehrten die Kunden mit dem schönen Wetter rasch in die Fahrradgeschäfte zurück und glichen die größten Löcher des Frühlings wieder aus. Je nach Positionierung im Markt und der individuellen Situation des Geschäfts konnte ein Teil der Händler seine Umsätze gegenüber dem Vorjahr sogar steigern.

Dass dem durchschnittlichen Schweizer trotz sich langsam erholender Konjunktur der Franken immer noch nicht locker in der Tasche sitzt, kriegt auch die Fahrradbranche zu spüren. Der Markt scheint sich dabei aber immer mehr aufzuteilen: Während die einen Radfahrer, hauptsächlich Käufer des unteren Preissegments, verstärkt einzig auf den Verkaufspreis achten, denken immer mehr Kunden langfristig und investieren in ein dauerhaftes Rad, wofür sie auch gerne tiefer in die Tasche zu greifen bereit sind. Die Vorteile eines teureren Velos müssen dem Kunden jedoch einen spürbaren Nutzen bringen – sonst verzichtet er darauf. Besonders im Bereich der Sporträder sind Interessenten immer weniger bereit, alleine für einen wohlklingenden Namen und das Prestige mehr Geld auszugeben. Oft muss es vor einer Neuanschaffung das alte Rad noch eine Weile tun. Die

Auslastung der Werkstätten ist deshalb so hoch wie selten zuvor. Selbst die Sommerferien, welche früher etwas Ruhe in den Laden brachten, ließen in diesem Jahr kaum eine Verschnaufpause zu. Entsprechend konnten Händler mit einem gut organisierten Reparaturservice die Rückstände beim Verkauf mindestens teilweise wieder aufholen.

Preisnachlass? Nein danke!

Obwohl bei manchem Händler die Verkäufe noch nicht die gewünschte Höhe erreicht haben, greifen nur wenige zum Rotstift. Abgesehen von den üblichen verkaufsfördernden Vergünstigungen sind hohe Rabatte bei aktuellen Modellen weiterhin kaum ein Thema im Schweizer Fahrradgeschäft. Der Teufelskreis von rasch gewährten Preisnachlässen zur Umsatzförderung und der entsprechenden Erwartungshaltung der Käuferschaft hat in der Schweiz noch nicht Einzug gehalten.

Fachhandelsanteil bleibt stabil

Ersten Einschätzungen zufolge wird sich das Verhältnis zwischen Fachhandel und branchenfremden Anbietern auch in diesem Jahr nur unwesentlich verändern. Wieder kann mit einem Fachhandelsanteil von rund 75% am gesamten Fahrradabsatz gerechnet werden. Ob der letztjährige Absatz von rund 270.000 Neurädern wieder erreicht werden kann, hängt aber noch stark von der Marktentwicklung im Herbst ab. Unabhängig davon wird der durchschnittliche Verkaufspreis von rund 1100 CHF (rund 690 EUR) seine steigende Tendenz wohl auch in diesem Jahr fortsetzen. Auffällig ist der Trend in grenznahen Gebieten, dass Fahrräder immer häufiger von einer Einkaufstour jenseits der Grenze mitgebracht werden. Da es sich dabei aber meist um Billig-Angebote handelt, spüren dies in erster Linie die Großverteiler. Weil der Neukauf eines Fahrrads aus finanziellen



In der Werkstatt läuft's rund: Alte Velos müssen oft noch als Bahnhofsrad oder anstelle eines Neukaufs weiter ihren Dienst verrichten. Fotos: Urs Rosenbaum

Gründen bewusster angegangen wird, sucht der interessierte Käufer auch immer mehr exakt das Rad, welches genau seinen Bedürfnissen entspricht. Ein Fehlkauf, der nach kurzer Zeit mit Verlust weiterverkauft oder teuer umgebaut werden muss, ist das letzte, was sich ein Radfahrer momentan leisten will. Viele Hersteller haben dies erkannt und versuchen, für möglichst jede persönliche Geschmacksnuance das passende Rad anzubieten. Es wäre somit falsch, jede dieser neu lancierten Unterkategorien von Fahrradtypen auch gleich als Trend zu bezeichnen – der Trend ist die Diversifikation. Eine Einteilung der Nachfrage in die drei wichtigsten Hauptkategorien Alltagsvelo, Gelände- und Straßensportrad wird durch die Diversifikation, die zahlreiche Mischformen hervorbringt,

zusätzlich erschwert. Tendenziell scheinen aber in diesem Jahr vor allem alltagstaugliche 28-Zoll-Räder mit benutzerfreundlicher Technik weiter auf dem Vormarsch zu sein. Innerhalb des Mountainbike-Sortiments konnten vollgefederte Modelle dank der neuen dämpfungstechnisch unterstützten Antriebsneutralität gegenüber den Hardtails weiter punkten. Beim jungen urbanen Publikum sind bullige Bikes mit Funsport-Image ungebrochen beliebt. Im Rennradbereich konnte sich die Unterkategorie der Fitnessbikes in ihrer Nische behaupten, was ihre Berechtigung auf dem Markt bestätigt. Ihren Platz auf dem Markt gefunden haben unterdessen auch die Elektroräder. Nachdem der prophezeite Boom ausgeblieben war und der Kater davon verdaut ist, verkaufen sich die motorunterstützten



Die meisten in der Schweiz gekauften Fahrräder sind im Alltagsverkehr unterwegs. Geschätzt sind immer mehr anforderungsgerechte Citybikes.

Bikes mit neuer Ausrichtung zufrieden stellend.

Gewinner und Verlierer bei Teilen und Zubehör

Auch im Zubehörbereich ist die bewusstere Kaufhaltung der Schweizer deutlich spürbar. Entsprechend der hohen Werkstatt-Auslastung liegen die Umsätze von Ersatzteilen vielerorts über dem Vorjahresniveau. Zubehör und Accessoires unterliegen beim Kunden oft einer strengen Prüfung – gekauft wird nur, was gebraucht wird. Offensichtlich zu schätzen weiß der Kunde ein breites Angebot im Bekleidungsbereich: Größere Shops mit umfangreichem Sortiment und entsprechenden Kenntnissen zu den Produkten melden zufrieden stellende Umsätze auf Vorjahresniveau, während Geschäfte mit einer kleineren Auswahl eher einen Rückgang der Verkäufe beobachten. Ungebrochen hoch ist hingegen praktisch überall die Nachfrage nach Helmen. Das Sicherheitsbewusstsein hat in den letzten Jahren stetig zugenommen, was auch auf die seit Jahren erfolgreichen Förderkampagnen von Staat und Verbänden zurückzuführen ist.

Höhere Diebstahlquote trifft auch den Handel

Bereits letztes Jahr spürten viele Händler die deutliche Zunahme der Fahrraddiebstähle, indem oft Kunden ins Geschäft kamen, die Ersatz für ein entwendetes Fahrrad kauften. In diesem Jahr sind nun auffällig viele Händler selbst von den Langfingern betroffen. Die Klauer nutzen dabei gezielt die besten Momente und suchen sich edle Perlen im Sortiment heraus. Während die einen in der Mittagspause vor dem Shop Schlösser knacken, nutzen andere keck den Trubel eines Ausstellungstages um zuzuschlagen. Auch um sich bei einer vermeintlichen Probefahrt mit einem Bike davonzumachen, werden immer frechere Methoden eingesetzt. So geschehen in Zürich: Ein junger Interessent fährt mit seinem eigenen Bike vor, lässt sich das

edle Nachfolgemodell erklären und fragt nach einer Probefahrt. Ausweis hat er keinen dabei, doch das Bike und der Rucksack bleiben im Laden. Als die Probefahrt kein Ende nimmt, ergibt die Untersuchung, dass der Rucksack leer und das Bike ziemlich wertlos war.

Branchenfremde scheitern im Hochpreissegment

In den letzten Jahren versuchten praktisch alle größeren branchenfremden Fahrradanbieter, die relativ starke preisliche Trennung des Marktes zu durchbrechen und ins höherpreisige Segment des Fachhandels vorzustoßen. Offenbar weiß die Käuferschaft diese Bemühungen aber wenig zu schätzen. Athleticum senkte die Preisspanne seines Bike-Programms deutlich und lancierte zudem die Billiglinie Smash. Die Jumbo-Baumärkte wechselten in dieser Saison ebenfalls wieder vermehrt zu günstigen Modellen, und aus den schon früh gewährten Preisreduktionen ist zu schließen, dass auch Ochsner

Sports neu lancierte Eigenmarke Strokes nicht so richtig auf Touren kommt. Einzig Carrefour scherte sich bislang wenig um das hochpreisigere Fahrradsegment und trieb den tiefsten Preis, für den ein Mountainbike in der Schweiz zu haben ist, in einer Aktion diesen Frühsommer auf noch nie da gewesene 129 CHF herunter.

Ein härteres Klima 2005?

Ein Blick in die Zukunft lässt der Schweizer Fahrradbranche wenig Raum, auf der faulen Haut liegen zu bleiben. Nach einem zahlenmäßigen Rückgang des Absatzes seit den Boomjahren der 90er und einer Stagnation in den letzten Jahren braucht es nicht viel, um Opfer der Marktberreinigung zu werden. Gewappnet sein muss die Branche auch für die zunehmende Hinterfragung des Preises und sie muss sich entscheiden, ob sie darauf mit Kompetenz oder Rabattkrieg reagieren will. Die aktuelle Individualisierung des Marktes bringt jedoch auch neue Chancen für den Fahrradhandel. Die Diversifikation bietet die Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben und dank des breiten Angebotes bestehen gute Chancen, neue Kunden für das Fahrrad gewinnen zu können und diese mit der Vielseitigkeit des Fahrzeugs als Verkehrsmittel, Sportgerät und Spaßobjekt vertraut zu machen.