

Mit den Kundenansprüchen gewachsen

*Immer wieder nahm Veloplus in den letzten 30 Jahren eine **Pionierrolle** ein und wurde so zum grössten Schweizer Velohandelsunternehmen. Radfahrer spielten dabei nicht nur als Kunden eine entscheidende Rolle.*

5



T E X T : U R S R O S E N B A U M

Am Anfang standen eine ideologische Überzeugung und die materielle Not. Mitte der 80er-Jahre gehörten Theo Weilenmann und Martin Wunderli zu einer jungen Generation, die sich ernsthafte Gedanken zur Zukunft der Mobilität machte. Das Auto betrachteten sie mit kritischem Blick nicht als ideales Fortbewegungsmittel für jeden Zweck, sondern als Belastung für Mensch und Umwelt. Als überzeugte Freizeit-Radfahrer erkannten die beiden das Potenzial des Velos als alternatives Fortbewegungsmittel im alltäglichen Verkehr. Dabei stiessen sie in der persönlichen Nutzung an Grenzen, die man sich heute kaum noch vor-

stellen kann. «Das Problem für Alltags- und Tourenfahrer in den 80er-Jahren war, dass gute Ausrüstung, die das Velofahrerleben im Alltag bequemer und sicherer hätte machen können, kaum erhältlich war», erinnert sich Weilenmann. Innovative Hersteller gab es nur wenige, und die wenigen brauchbaren Teile wurden in den Velogeschäften kaum angeboten. Bestellwünsche blieben meist unerfüllt. Die Händler wollten sogar verhindern, dass die jungen, enthusiastischen Velofahrer ihre Fahrzeuge selbst flicken konnten, erinnert sich Martin Wunderli: «Sie weigerten sich, uns Velowerkzeug zu verkaufen. So wollten sie sich das Servicegeschäft sichern.» »

**EIGENE ERFAHRUNGEN
IN DEN GESCHÄFTSZIELEN**

Weilenmanns und Wunderlis Ehrgeiz war geweckt. Aus internationalen Fachzeitschriften wussten die beiden Studienfreunde, dass es durchaus mehr und bessere Veloteile und Zubehör gab als die von Schweizer Händlern angebotenen. Daraus entwickelten sie über zwei Jahre eine Geschäftsidee. «Wir hatten drei Ziele vor Augen. Wir wollten für uns und andere Velofahrer den Spass am Velofahren erhöhen, das Velo als Verkehrsmittel fördern und ein Geschäft aufziehen, das uns ein Einkommen ermöglichte», blickt Martin Wunderli zurück. Eines war den beiden frischgebackenen Unternehmern gemäss Wunderli besonders wichtig: «Was wir damals beim klassischen Velohändler erlebten, wollten wir unseren Kunden nicht zumuten. Ihre Bedürfnisse und Wünsche sollten ernst genommen werden.»



Das Logo von 1987 signalisierte bereits, dass Naturverbundenheit und Nachhaltigkeit Kernwerte des Unternehmens sind.

Der offizielle Start von Veloplus erfolgte schliesslich Anfang 1987, als die beiden Jungunternehmer ihre Geschäftsstrategie in einem Firmenleitbild festhielten, das in den Grundzügen heute noch gilt. Wenige Wochen später standen der Businessplan und das Sortiment für den geplanten Veloteileversandhandel. Der Anfang war noch bescheiden: Vom ersten Katalog mit 48 Seiten wurden nur einige Hundert Exemplare gedruckt. Die Vorbereitungen inklusive Verhandlungen mit Lieferanten fanden noch in einer Privatwohnung in Zürich statt, das erste Lager hatte in der Ecke eines Gewerberaums beim Hallenstadion Platz. Doch der Erfolg liess nicht lange auf sich warten: Der Umsatz war am Ende des ersten Geschäftsjahres bereits doppelt so hoch wie budgetiert. ▶

1987

**VELOPLUS
MEILENSTEINE**

**IN DER
UNTERNEHMENS
GESCHICHTE**

Budget 1987

A	E
Wdr. Einzahlung	48 000
Abschreibung	1 000
Verkaufserlöse	500
Verkaufserlöse	500
Verkaufserlöse	1 000
Büro- und Verord.	1 000
Werbung	8 000
Werbung	3 000
Kapitalgewinn	4 000
Werbung	67 000
Werbung	40 000
Werbung	77 000
Werbung	8 000
Werbung	84 000
Werbung	84 000

DAS ERSTE BUDGET:
Veloplus startet mit 160 Artikeln, die beiden Gründer arbeiten tagsüber noch in einer Festanstellung.



1987 startet Veloplus durch –
und die Firmengründer machen ihre
Passion fürs Velo zum Beruf.



1988

DER ERSTE ARBEITSVERTRAG:
Beatrice Rimml unterstützt die
beiden Veloplus-Gründer.

1989



Das Aben-
teuer geht
weiter auf
Seite 8.



Nach drei Stationen
in der Stadt Zürich
**ZIEHT VELOPLUS NACH
PFÄFFIKON/ZH** und
bedient dort erstmals
Kunden im Ausstel-
lungsraum.

HINTERGRUND



«Jung und dynamisch sucht ... Kundschaft“ – Martin Wunderli und Theo Weilenmann gönnen sich anlässlich eines Messe-Auftritts eine Pause.»

Der neu entwickelte Velosattel Heureka sorgt für ein breites Presse-Echo (im Bild: Tages-Anzeiger).

Hit: Ein Velosattel für Fraue

Der neue Sattel erweitert die Komponenten-Verkäufe der Veloplus in Wetzikon um einiges



Nachhaltigkeit ist bei Veloplus keine Modeerscheinung – bereits vor 30 Jahren gaben sich die Firmengründer strenge Leitlinien.



weiter geht's in den 90ern!

1991



DER UMZUG an den heutigen Hauptsitz in Wetzikon deckt für lange Zeit den rasant wachsenden Platzbedarf.



Wasserdichte, atmungsaktive Velogamaschen sind **DIE ERSTEN SELBST ENTWICKELTEN PRODUKTE**.

1993

DAS PIONIER-GEN

Trotz des raschen Erfolgs gingen die beiden Gründer anfangs noch anderen Beschäftigungen nach, um ihren Lebensunterhalt zu bestreiten. Die Erträge der ersten beiden Geschäftsjahre flossen vollumfänglich in den Ausbau des Geschäfts. Erst im dritten Geschäftsjahr konnten sich Weilenmann und Wunderli einen Lohn auszahlen. Veloplus wuchs damals so rasant, dass bereits nach kurzer Zeit der zweite Umzug in grössere Geschäftsräume bevorstand. Gleich neben dem Bahnhof Pfäffikon/ZH wurde der erste Laden eröffnet. Weilenmann relativiert mit einem Schmunzeln auf der Lippe: «Eigentlich war es ein Schaulager. Wir hatten jeden Artikel einmal ausgestellt, und wenn jemand etwas kaufen wollte, holten wir das gewünschte Produkt aus dem Versandlager.» Dass es überhaupt so weit kam, war den Kunden zu verdanken. «Wir hatten ursprünglich nicht die Absicht, ein Ladengeschäft zu eröffnen, weil wir an der Rentabilität zweifelten. Aber unsere Kunden wünschten die persönliche Beratung und die Möglichkeit, ein Produkt anzuschauen oder auszuprobieren, bevor sie es kauften», erzählt Wunderli.

Heute erzielen die acht Ladengeschäfte von Veloplus zusammen deutlich mehr Umsatz als der Distanzhandel. Der erste Schritt dazu war ein weiterer Umzug von Pfäffikon nach Wetzikon an den heutigen Firmensitz. Hier fand Veloplus erstmals den Platz vor, um ein kundenfreundliches Verkaufslokal einzurichten. Die nächste grosse Etappe war 1999 die Eröffnung der ersten Filiale in Basel. 2016 wurde in Biel der neueste von aktuell acht Standorten eröffnet. Sie entstanden überall dort, wo sich besonders viele Veloplus-Kunden einen Laden wünschten. Um Kundenbedürfnisse zu befriedigen, nutzte Veloplus schon sehr früh die Möglichkeiten des aufkommenden Internets: Bereits 1996 ging die erste Website online, seit 1997 können Produkte direkt über den Webshop bestellt werden. Mit der Rolle des Onlinehandelspioniers wollte sich Veloplus aber nicht zufrieden geben: 2013 verknüpfte der Velospezialist seinen Webshop mit den Filialen. Click ‚n‘ pick gehörte zu den ersten Angeboten im Schweizer Handel, Onlinebestellungen in stationären Filialen abzuholen. ▸



ILLUSTRATION: FREEPIK / WWW.FLATION.COM (COMPUTER)

1996



Im Herbst gehen die **WEBSITE** mit Produkteinfos und die digitale Pinwand für Velofahrende **ONLINE**. Die ersten Bestellungen werden per E-Mail platziert.

1997



Das Abenteuer geht weiter auf Seite 10.

10
JAHRE

Zum **ZEHNJÄHRIGEN JUBILÄUM** zählt Veloplus 16 Mitarbeitende, das Angebot ist auf über 5000 Produkte gewachsen.

ENTWICKLUNGEN FÜR UND MIT KUNDEN

Von Anfang an hörten die beiden Firmengründer aufmerksam zu, wenn ihre velofahrenden Kunden Wünsche für die Sortimentsgestaltung platzieren. Wenn die gesuchten Produkte in der Schweiz nicht lieferbar waren, organisierten Weilenmann und Wunderli diese schon in den ersten Jahren im Ausland. War ein besonders oft nachgefragtes Produkt überhaupt nicht oder nicht in der gewünschten Qualität erhältlich, stiessen sie die Fertigung kurzerhand selbst an. So entstand auch der Damensattel Heureka – bis heute eines der erfolgreichsten Produkte von Veloplus. Über 400 Rückmeldungen von Frauen gingen ein, als Veloplus gezielt fragte, wie denn ihr Wunschsattel beschaffen sein soll. Diese Ergebnisse flossen in die Entwicklung ein. Das fertige Produkt war ein Volltreffer, erinnert sich Theo Weilenmann: «Als wir den Heureka 1996 vorstellten, war das Echo enorm. Tageszeitungen und sogar das Radio berichteten über den Sattel, der in der Schweiz zusammen mit Frauen entwickelt

wurde. Und die Kundinnen rannten uns beinahe das Geschäft ein. Im ersten Jahr verkauften wir über 10'000 Stück unseres Damensattels.»

Nach dem gleichen Rezept entwickelt und realisiert Veloplus bis heute ganz unterschiedliche weitere Produkte wie beispielsweise Velohosen und -jacken, Rucksäcke, Lenker und Griffe. Und die nächste Stufe der Produktentwicklung mit Kunden wird voraussichtlich 2018 erreicht, wenn die ersten selbst konzipierten Velos in die Läden rollen. Workshops mit engagierten Velofahrern haben dazu bereits stattgefunden, die Produktmanager arbeiten nun mit Hochdruck an der Umsetzung der Ideen. Dass sich Veloplus übrigens vor fünf Jahren entschieden hatte, nicht mehr nur Velozubehör und Ersatzteile zu verkaufen, geschah übrigens auch auf Kundenwunsch. Mit der Veloclinic reagierte der Velospezialist 2012 auf die grosse Nachfrage nach Servicearbeiten und seit 2014 ergänzen Velos das Angebot. ▶

10
—
●

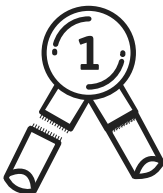


weiter geht's
Richtung
Jahrtausend-
wende

1998



Veloplus Basel setzt als ZWEITER LADEN den Grundstein für das heutige Filialnetz.



WELTPREMIERE:
Auf Anregung eines Kunden versieht Veloplus die Velo- und Trekkinghose Piemont mit abnehmbaren Beinen.

1999



Steht zwar nirgends geschrieben, ist aber so: Eine Passion für Zweiräder ist bei Veloplus Anstellungsbedingung. Geschäftsführer Dominique Metz beispielsweise ist stolzer Besitzer von sechs Velos.

FOTOS: ARCHIV VELOPLUS; ALEX BUSCHOR/APIX (OBEN)

2004



In der selbst gebauten Wind- und Regenkammer «**MONSUN LABOR**» entwickelt Veloplus eigene Wetterschutzbekleidung.

2007



Das Abenteuer geht weiter auf Seite 12.

**20
JAHRE**

NACH 20 JAHREN arbeiten 45 Velobegeisterte für Veloplus, in den Läden werden 7000 Produkte angeboten.

HINTERGRUND



Veloplus im Jubiläumsjahr 2017: Die Beratungskompetenz ist unverändert hoch, verändert hat sich hingegen die Warenpräsentation – der Einkauf soll dank emotionalen Produktwelten zum gesamtheitlichen Erlebnis werden.



Ab ins Heute
und in die
Zukunft

2011



Auf vielfachen Wunsch der Kunden führt Veloplus in jedem Laden erstmals Veloreparaturen in der **VELOCLINIC** aus.



Theo Weilenmann und Martin Wunderli übergeben die Geschäftsleitung an **DOMINIQUE METZ**, bleiben aber als Teilhaber im Unternehmen.

2012

**VERTRAUEN IST GUT,
TESTEN IST BESSER**

Bei der Auswahl und Entwicklung neuer Produkte stützte sich Veloplus schon früh auch auf systematische Tests. Bereits Mitte der Neunzigerjahre baute Martin Wunderli einen eigenen Prüfstand, um die Pannensicherheit von Reifen zu ermitteln. «Von unseren Kunden hörten wir oft die Frage, welches denn nun das hellste Licht, die wärmsten Handschuhe, die zuverlässigste Regenjacke oder das beste Kettenöl ist. Darauf wollten wir ihnen nicht einfach mit einer persönlichen Meinung oder der Marketingbotschaft eines Herstellers antworten, sondern mit zuverlässigen Fakten.» Wenn sie gerade nicht von den Produktmanagern gebraucht werden, stellt Veloplus viele dieser Testeinrichtungen den Kunden in den Läden zur Verfügung, um eigene Eindrücke von den verschiedenen Produkten sammeln zu können. So beispielsweise die Dunkelkammer für Beleuchtung, der Windsimulator für die Brillen- und Helmprobe oder das einzigartige Monsun-Testlabor, in dem Regenbekleidung unter härtesten Bedingungen auf ihre Wasserfestigkeit geprüft werden kann. ▸

Bei allem kommerziellen Erfolg verlor Veloplus die anderen beiden Gründungsziele nicht aus den Augen. Für den Fahrspass und den Zusammenhalt der Velofahrer-Gemeinde schafft das Unternehmen immer wieder geeignete Plattformen – vom Reisebericht in der Kundenzeitschrift, von Reparatur-Workshops oder Test-Tagen in den Filialen bis zur Onlinebörse für Tourenbegleitung und Secondhand-Teile. Und nach wie vor setzt sich Veloplus auch für das Velo als Verkehrsmittel ein, beispielsweise als Sponsor der Initiative Bike to work, als fleissige Unterschriften-sammler für die nationale Veloinitiative oder als Initiatorin der bewachten Velostation am Bahnhof Wetzikon. Obwohl es schlecht messbar ist, sind es genau diese Dinge, die für Martin Wunderli für den Erfolg von Veloplus verantwortlich sind, denn sie hielten die Motivation hoch, sich weiterzuentwickeln: «Vom ersten Tag bis zum heutigen ist es der Enthusiasmus fürs Velofahren, der mich mit unseren Kundinnen und Kunden verbindet.» ◦



2014

Dank der Veloclinic kann Veloplus nun auch selbst verkaufte Velos warten und erweitert das Sortiment mit Velos und E-BIKES.



FOTO: SPECIALIZED/BROSE

2017

Und das Abenteuer geht weiter ...



Zum 30. GEBURTSTAG zählt Veloplus über 100 Mitarbeitende. In den Shops werden rund 8000 Artikel angeboten, online sind es gegen 40'000.