

Marktbulletin

Velohandel

Schweiz



Marktbulletin Velohandel Schweiz 2023

dynaMot Kommunikation GmbH
Urs Rosenbaum

6. Jahrgang, 1. Auflage

Impressum

Titel:	Marktbulletin Velohandel Schweiz 2022
ISSN:	2624-7666 (Print) 2624-7674 (Digital)
Preis	85.00 CHF / 85.00 EUR (Print) 135.00 CHF / 135 EUR (Print & Digital)
Herausgeber:	dynaMot Kommunikation GmbH, Talackerstr. 16, CH-8404 Winterthur www.dynamot.ch
Erscheinung:	Juli 2023
Autor:	Urs Rosenbaum, rosenbaum@dynamot.ch
Cover:	filter.ch, Zürich
Foto:	Foto Hunziker, Schaffhausen
Grafiken:	dynaMot Kommunikation GmbH, Winterthur
Gestaltung:	Filter.ch, Zürich
Lektorat:	Elisabeth Kiss-Beerli
Druck:	BC Medien AG / onlinedruck.ch, Münchenstein

klimaneutral gedruckt in der Schweiz auf FSC-zertifiziertem Papier



Copyright

Rechtlicher Vorbehalt:	Alle Inhalte der vorliegenden Publikation sind urheberrechtlich geschützt. Sie dürfen mit vollständigem Quellennachweis zitiert werden. Eine Weiterverbreitung der Inhalte komplett oder auszugsweise ist nur mit Genehmigung des Herausgebers erlaubt.
Zitervorschlag:	Marktbulletin Velohandel Schweiz 2023; dynaMot Kommunikation GmbH www.dynamot.ch

Unterstützer

Das vorliegende dynaMot Marktbulletin Velohandel Schweiz 2023 wurde mit der Unterstützung folgender Markenanbieter, Dienstleister und Interessensgruppen realisiert:

Branchenpartner:



2radschweiz.ch



bikeprofi.ch



SWISS
PRIMEBIKE
GROUP

primebike.ch



Fuchs-Movesa

bike parts, outdoor & sport

fuchs-movesa.ch

intercycle

intercycle.com

BERGSTROM

bergstrom.bike

VELOK

velok.ch

Medienpartner:



Druckpartner:



A long-exposure photograph of a highway at night, showing vibrant light trails from cars in shades of red, orange, and blue against a dark sky with a hint of sunset or sunrise.

**DAS ABC FÜR
PERFEKTE LOGISTIK
FÄNGT MIT Z AN ...**

Z wie Zibatra Logistik.

Zibatra Logistik AG Industriestrasse West 24 CH-4613 Rickenbach
info@zibatra.ch www.zibatra.ch

Über den Autoren

Buchstaben und Velos haben Urs Rosenbaum seit seinen Jugendjahren geprägt und ihm ermöglicht, die Welt zu entdecken. Nach seinem beruflichen Einstieg in die Velobranche im Jahr 1998 arbeitete er im Vertrieb und im Einzelhandel bei namhaften Unternehmen. Ab 2003 nutzte er die Chance, seine beiden Leidenschaften beruflich zu verbinden und über Velothemen zu schreiben.

Parallel zur Arbeit für Fachzeitschriften und B2B-Magazine im Velobereich studierte er Journalismus und PR an der Fachhochschule Winterthur und schloss diese Hochschule mit Schwerpunkt auf Wirtschafts- und Wissenschaftskommunikation erfolgreich ab. 2010 gründete er mit Cyclinfo das erste unabhängige und umfassende Fachmagazin für die Schweizer Velobranche. Seit 2016 stellt Urs Rosenbaum der Velobranche mit seinem Fachbüro dynaMot Kommunikation GmbH seine Dienste hauptberuflich als Marktbeobachter, Kommunikator und Berater zur Verfügung. Seit 2017 veröffentlicht er jährlich Studien zum Marktgeschehen im Schweizer Velohandel.



Urs Rosenbaum

Inhaltsverzeichnis

1.	Einführung.....	7
1.1	Vom Ketchup, dem perfekten Sturm und einer vorteilhaften Zukunft	7
1.2	Die wichtigsten Kennzahlen in Kürze.....	9
2.	Velomarkt 2022: Keine Saison für einfache Antworten	10
2.1	Entwicklungen im Marktumfeld	10
2.1.1	Wieder mehr Freizeitalternativen.....	10
2.1.2	Zukunftsängste bremsen die Kauflust.....	10
2.1.3	Positive Wetter-Effekte verpuffen	11
2.1.4	Velonutzung steigt mit geringem Einfluss auf die Branche.....	12
2.2	Entwicklungen Velomarkt.....	12
2.2.1	Lieferketten jenseits aller Berechenbarkeit	13
2.2.2	Preisentwicklung bremst Nachfrage zusätzlich.....	15
2.2.3	Saisonverlauf Velohandel.....	15
2.2.4	Branchenumsatz geht auf hohem Niveau zurück	16
2.2.4.1	Preise auf Rekordniveau	18
2.2.5	Inlandanlieferung steht quer zum Branchenerfolg.....	19
2.2.6	Dramatischer Rückgang beim Absatz.....	20
	Fokus 1: Unschärfen in der Erfolgsmessung: «sell in» vs. «sell out»	21
2.2.7	Lagerbestände zum Saisonende auf kritisch hohem Niveau.....	21
2.2.8	Zahlen im internationalen Vergleich	22
2.2.9	Zahlen im Vergleich zu verwandten Branchen.....	23
2.3	Entwicklungen Marktsegmente.....	24
2.3.1	Zwischenhalt für Elektrovelo-Boom.....	25
2.3.1.1	Antriebe: Vormarsch des Mittelmotors gebremst.....	28
2.3.1.2	Elektrovelos bauen Vorsprung in Alltagsmobilität aus.....	29
2.3.1.3	Lieferengpässe bremsen E-Mountainbikes aus	30
2.3.1.4	Schnelle E-Bikes leiden unter Markt, Kosten und Stimmung.....	31
2.3.1.5	Cargobikes erfolgreich in der Nische der Elektro-Spezialvelos.....	32
2.3.2	Das motorlose Velo schlägt sich tapfer trotz Verlusten	34
2.3.2.1	Covid-Effekte beim Mountainbike sind verpufft	35
2.3.2.2	City- und Trekkingbikes leiden weniger unter Kaufzurückhaltung.....	36
2.3.2.3	Rennvelos rollt weiter Richtung Massenmarkt.....	37
2.3.2.4	Preise und Lieferzeiten machen Kindervelos zu schaffen.....	38
2.3.2.5	Nischensegmente auf dem Rückzug.....	39
2.3.3	Zubehör und Teile profitieren von der Servicewerkstatt	40
2.3.4	Werkstatt dank Veloboom der Vorjahre auf Rekordniveau.....	42
2.4	Umbruch im Einzelhandel beschleunigt sich	44
2.4.1	Fachhandel verliert Volumen, bleibt aber Umsatzriese.....	45
2.4.2	Veloboom wirkt nach bei spezialisierten Velogeschäften.....	47
2.4.3	Filialisierung des Handels schreitet voran.....	49
2.5	Ketchup-Effekt auch bei Importeuren und Herstellern	50
2.5.1	Veloproduktion rückt etwas näher an den Markt.....	51
2.5.2	China reiht sich bei Elektrovelo-Lieferanten ganz vorne ein.....	52
3.	Zwischenbilanz 2023: Auf dem Weg in den perfekten Sturm	54
3.1	Volle Lager, leere Kassen	54
3.2	Wetter drückt Saisonserfolg in Richtung der Zahlen vor 2020.....	56
3.3	Angespanntes Verhältnis zwischen Handel und Lieferanten.....	57

1. Einführung

1.1 Vom Ketchup, dem perfekten Sturm und einer vorteilhaften Zukunft

Wer je das Ketchup aus einer Flasche mit verstopfter Öffnung zu drücken versuchte, kennt es: Erst kommt gar nichts, dann viel zu viel. Dieser Effekt lässt sich auch in der Wirtschaft und in den Lieferketten des globalisierten Handels feststellen. 2022 traf er die Velobranche nahezu weltweit. Die Schweiz war besonders betroffen, weil die Veloproduktion im Inland im Vergleich zu anderen europäischen Ländern sehr klein ist. Und wie bei der beliebten Pommes-Sauce sorgte der Ketchup-Effekt auch in der Velobranche für ein ordentliches Schlamassel und hartnäckige Spuren.

Zuerst kam so wenig Ware in den Markt, dass die Branche in der ersten Saisonhälfte kaum etwas verdiente. Dann wurde so viel aufs Mal geliefert wie noch nie zuvor, bis die Lagerböden ächzten. 2023 wurde die Lage noch schwieriger, weil sich wegen dem misslichen Wetter und der kritischen Konsumentenstimmung viel zu wenig Leute dafür interessierten, dass Velos und E-Bikes wieder in guter Auswahl zu kaufen waren. Die Bankkonten der Velobranche wurden in kurzer Zeit gleich dreifach strapaziert. Aus den einzelnen Herausforderungen der letzten anderthalb Jahre wuchs ein so genannter «Perfekter Sturm», bei dem sich verschiedene ungünstige Umstände gegenseitig hochschaukeln und verschlimmern. Hätte die Branche nicht zwei brillante Jahre hinter sich, wären sehr wahrscheinlich schon zahlreiche Unternehmen in die Pleite gerutscht.

Das wiederum hätte in naher Zukunft zu weiteren Schwierigkeiten geführt. Denn es ist absehbar, dass die Nachfrage im Velomarkt sich bald wieder erholen wird. Noch nie wurde der Veloverkehr in der Schweiz so stark gefördert wie gerade jetzt. Und zahlreiche weitere Massnahmen stehen kurz vor der Umsetzung, von flächendeckendem Tempo 30 innerorts bis zu neuen Veloschnellrouten, von gesicherten Parkstationen an Bahnhöfen bis zu gesetzlichen Erleichterungen für Cargobikes und schnelle Elektrovelos. Das alles wird den Nutzungskomfort und die Sicherheit auf dem Velo und dem Elektrovelo erhöhen. Je sicherer Menschen sich auf dem Velo fühlen, desto mehr nutzen sie es. Darum wird sich der Velo- und Elektrovéloverkehr weiter erhöhen. Die Velobranche wird es dann brauchen, um die dazu passenden Fahrzeuge zu liefern und den Service sicher zu stellen. Denn damit Schweizerinnen und Schweizer gerne in die Pedale treten, brauchen sie auch ein Velo oder Elektrovelo, auf dem sie sich wohl fühlen, und das im Falle einer Panne schnell wieder fahrbereit ist. Wie hoch hier die Ansprüche sind, kann sich die Velobranche beim Autoservice anschauen.

Das Potenzial ist noch lange nicht ausgeschöpft. Die jüngste Mobilitätsstudie «Mikrozensus Schweiz» zeigt, dass erst einer von fünf in der Schweiz ein oder mehrere Elektrovelos besitzt. Drei von fünf Haushalten besitzen aber Velos, beinahe drei von fünf Haushalten besitzen Abos des öffentlichen Verkehrs und beinahe vier von fünf Haushalten besitzen Autos. Selbst wenn sich der Elektrovélobesitz in den nächsten 10 Jahren verdoppeln würde, wäre das Potenzial im Vergleich zu anderen Verkehrsmitteln noch nicht ausgeschöpft. Und trotzdem würde der Velohandel jedes Jahr im Schnitt rund 150'000 neue Elektrovélo Käufer hinzugewinnen – von den Ersatzkäufern und denen, die mehr als ein E-Bike besitzen, ist dabei noch nicht einmal die Rede. Der Velobranche und ihren Produkten steht eine vorteilhafte Zukunft in Aussicht.

Zuerst gilt es nun aber, den Sturm möglichst schadlos zu überstehen, der gerade über die Schweizer Velobranche zieht. Denn dieser ist noch nicht ausgestanden. Vor Ende 2025 dürfte es für Hersteller, Importeure und Händler schwierig werden, Lager und Liquidität wieder ins Lot zu bringen. Die Covid-Pandemie, die ganz am Anfang dieser Entwicklung stand, hinterlässt dann während sechs Jahren in Folge ihre Spuren im Schweizer Velohandel.

Urs Rosenbaum, im Juli 2022

Mehr lesen?

Das ganze Marktbulletin Velohandel Schweiz 2023 kann online beim Herausgeber bestellt werden:

www.dynamot.ch/marktbulletin



dynaMot Kommunikation GmbH
Fachbüro für Fahrradthemen

Talackerstr. 16
CH-8404 Winterthur
Schweiz

+41 78 835 11 91
rosenbaum@dynamot.ch
www.dynamot.ch