Werkstattumfrage Velohandel

Schweiz



dynamot

2026

Werkstattumfrage 2026
Rentabilität & Organisation Velofachhandel Schweiz

dynaMot Kommunikation GmbH
Urs Rosenbaum

5. Ausgabe, 1. Auflage

Impressum

Publikationstitel	Werkstattumfrage - Rentabilität und Organisation Velofachhandel Schweiz
Ausgabe	2026
ISSN-Nummer	2673-4869 (Druckausgabe) 2673-4877 (Digitalausgabe)
Herausgeber:	dynaMot Kommunikation GmbH, Talackerstr. 16, CH-8400 Winterthur www.dynamot.ch
Erscheinung:	Oktober 2026
Autor:	Urs Rosenbaum, rosenbaum@dynamot.ch
Titelbild:	filter.ch, Zürich
Grafiken:	dynaMot Kommunikation GmbH, Winterthur
Lektorat:	Elisabeth Kiss-Beerli
Druck:	BC Medien AG, 4142 Münchenstein klimaneutral gedruckt in der Schweiz

Copyright

Rechtlicher Vorbehalt:	Alle Inhalte der vorliegenden Publikation sind urheberrechtlich geschützt. Die Inhalte dürfen mit vollständigem Quellenverweis zitiert werden. Eine Weiterverbreitung der Inhalte komplett oder auszugsweise ist nur mit Genehmigung des Herausgebers erlaubt.
Zitiervorschlag:	Werkstattumfrage Velohandel Schweiz 2026; dynaMot Kommunikation GmbH www.dynamot.ch

Unterstützer

Die vorliegende Werkstattumfrage 2026 wurde mit der Unterstützung folgender Dienstleister und Interessensgruppen realisiert:

Branchenpartner

exzellente-werkstatt.ch

amslervelo.ch

belimport.ch

bikeprofi.ch

bosch-ebike.ch

raymon-bicycles.com

tds-velo.ch

0811.ch

Medienpartner:

Über den Autoren



Urs Rosenbaum

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 Publikumszeitschriften und B2B-Magazine im Velobereich studierte er Journalismus und PR an der Fachhochschule Winterthur und schloss diese Studiengänge 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 er der Velobranche mit seinem Fachbüro dynaMot Kommunikation GmbH sein Wissen als Marktforscher, Berater und Kommunikationsfachmann zur Verfügung.

Inhaltsverzeichnis

1. Intro: Neuer Blick auf alte Herausforderung ... 12
1.1 Die wichtigsten Kennzahlen in Kürze ... 15
1.2 Gastkommentar CYCLY: Digital, aber richtig ... 16
1.3 Gastkommentar Fuchs-Movesa: Die Werkstatt verdient unsere Wertschätzung – und unsere Unterstützung ... 19
1.4 Kommentar Herausgeber: Ohne Verdienst keine Zukunft ... 21
2. Rentabilität Velowerkstätten Schweiz ... 23
2.1 Bedeutung der Rentabilität ... 23
2.2 Messung der Rentabilität ... 23
2.3 Auswertung Rentabilität Velowerkstatt ... 24
2.3.1 Strategische Rolle der Velowerkstatt ... 24
2.3.2 Rentabilität der Werkstatt im gesamten Handel ... 26
2.3.3 Vergleich Anspruch und Praxis der Rentabilität ... 27
2.3.4 Rentabilität nach geografischen Kriterien ... 28
2.3.5 Rentabilität nach betrieblichen Merkmalen ... 31
3. Einnahmen Werkstatt Velohandel Schweiz ... 33
3.1 Anteil der Werkstatt am Gesamtumsatz ... 33
3.2 Basistarif ... 35
3.2.1 Definition Basistarif ... 35
3.2.2 Aktueller Basistarif ... 36
3.2.3 Entwicklung Basistarif ... 36
3.2.4 Letzte Anpassung der Tarife ... 39
3.2.5 Vielfalt Basistarif ... 40
3.2.5.1 Streuung Tarife ... 40
3.2.5.2 Populärste Tarife ... 42
3.2.5.3 Niedrigster / höchster Tarif ... 43
3.2.6 Abstufung Tarife nach geografischen Kriterien ... 43
3.2.6.1 Abstufung Tarife nach Sprachregionen ... 44
3.2.6.2 Abstufung Tarife nach Kantonen ... 45
Fokus 1: Ein deutlicher Röstigraben in der Werkstatt ... 46
3.2.6.3 Abstufung Tarife nach Siedlungsgebiet ... 47
3.2.7 Abstufung Tarife nach betrieblichen Merkmalen ... 48
3.2.7.1 Abstufung Tarife nach strategischer Rolle der Werkstatt ... 49
3.2.7.2 Abstufung Tarife nach Rentabilität der Werkstatt ... 49
3.2.7.3 Abstufung Tarife nach Anteil am Unternehmensumsatz ... 50
3.2.7.4 Abstufung Tarife nach Betriebsgrösse ... 52
3.2.7.5 Abstufung Tarife nach weiteren betrieblichen Merkmalen ... 53
3.2.8 Abstufung Tarife nach produktspezifischen Kriterien ... 53

3.3 Tarifmodelle 55
3.4 Zuschläge 58
3.5 Servicepauschalen 61
3.6 Auslastung der Werkstatt 62
3.7 Serviceaktionen 63
3.8 Einfluss von Einnahmequellen auf die Rentabilität 65
4. Kosten Werkstatt Velohandel Schweiz 67
4.1 Personalsituation Werkstatt Velohandel Schweiz 67
4.1.1 Grösse der Servicewerkstatt 68
4.1.2 Personalbedarf in der Servicewerkstatt 70
4.1.2.1 Personalbedarf allgemein 70
4.1.2.1 Personalbedarf nach geographischen Merkmalen 72
4.1.2.2 Personalbedarf nach betrieblichen Merkmalen 73
4.2 Lohn-Niveau in der Servicewerkstatt 75
4.2.1 Letzte Anpassung der Löhne 76
4.2.2 Streuung Lohn-Niveau Werkstatt-Mitarbeitende 77
4.2.3 Lohn-Niveau nach geografischen Kriterien 79
4.2.4 Lohnniveau nach betrieblichen Merkmalen 80
4.3 Mitarbeiter-Benefits zusätzlich zum Lohn 81
4.4 Einfluss Personalausgaben auf Rentabilität 83
5. Organisation 85
5.1 Organisation im Betrieb 85
5.1.1 Verbreitung von Arbeitswerten 85
5.1.2 Digitalisierung der Servicewerkstatt 87
5.1.2.1 Verbreitung von Betriebsprogrammen allgemein 87
5.1.2.2 Verbreitung von Betriebsprogrammen nach geografischen Kriterien 89
5.1.2.3 Übersicht der eingesetzten Betriebsprogramme 90
5.1.2.4 Nutzung Teilfunktionen von Betriebsprogrammen 93
5.1.2.5 Warenbestellungen via Veloconnect 94
5.2 Organisation gegenüber der Kundschaft 95
5.2.1 Online-Anmeldung von Serviceaufträgen 96
5.2.2 Abhol-/Lieferservice 97
5.2.3 Ersatzvelo 98
5.3 Einfluss Organisation auf Rentabilität der Werkstatt 99
6. Datenerhebung 102
6.1 Zeitpunkt und Form der Umfrage 102
6.2 Teilnehmer der Umfrage 102
6.2.1 Einladung zur Umfrage 102
6.2.2 Umfrageteilnehmer 102

1. Intro: Neuer Blick auf alte Herausforderung

Sind wir ehrlich: Die Werkstatt im Velohandel ist schon seit längerem ein Sorgenkind. Aus wirtschaftlicher Sicht ist sie seit zu vielen Jahren in zu vielen Fachgeschäften keine Erfolgsgeschichte mehr. Ihre starke Stellung verdankt sie der Quersubventionierung über den Verkauf von Neuvelos und dem Herzblut, das viele Geschäftsinhaber in ihre Werkstatt stecken. Denn obwohl der Verkauf in den meisten Geschäften den Löwenanteil des Ertrags erwirtschaftet, verstehen sich viele Händler als Mechaniker, und die Werkstatt ist das stolze Zeugnis dieser Haltung.

Die Werkstattumfrage Velohandel Schweiz hat seit der ersten Ausgabe die Absicht, die Rentabilität der professionell geführten Werkstätten im Velohandel zu verbessern. Bisher standen die verrechneten Stundenansätze im Vordergrund. Der Gedanke dahinter war, dass viele Geschäfte zu wenig verrechnen für einen rentablen Betrieb der Werkstatt. Das war auch lange richtig so, denn die Stundenansätze bewegten sich zu lange auf einem Niveau, das kaum die Kosten zu decken vermochte. Die Werkstattumfrage schuf die Transparenz und das Selbstbewusstsein, um die verrechneten Stundenansätze branchenweit zu erhöhen. Unterdessen ist das Tarif-Niveau für Reparaturen und Servicearbeiten so hoch, dass es einen rentablen Betrieb der Werkstatt problemlos ermöglichen könnte. Trotzdem verdienen so wenige Velofachgeschäfte wie noch nie zuvor seit dem Covid-Boom kein Geld mit ihrer Werkstatt.

Diese Umstände sind der Antrieb dafür, dass die Auswertung der diesjährigen Werkstattumfrage einen neuen Schwerpunkt erhalten hat: Nicht mehr die Tarife stehen im Vordergrund, sondern die Rentabilität der Werkstatt ganz allgemein. Daraus lassen sich direkt kaum einfache Erfolgsrezepte ableiten. Dafür spielen zu viele individuelle und schwer messbare Faktoren in den teilnehmenden Velogeschäften mit. Die Auswertung der Werkstattumfrage zeigt aber sehr präzise Muster auf, die den Erfolg der Werkstatt gefährden können. Die Ergebnisse dienen somit der Standortbestimmung. Sie regen dazu an, die eigene Strategie zu überdenken, hin zu einer erfolgversprechenderen Organisation, die auch exakt auf den eigenen Betrieb massgeschneidert ist.

Im Kern führt die Werkstattumfrage damit das fort, was sie von Anfang an zum Ziel hatte: Dass der Schweizer Velofachhandel seine Werkstätten mit Gewinn und in der Folge auch mit mehr Freude und Stolz betreiben kann. Der neue, erweiterte Blickwinkel auf die Rentabilität trägt den Entwicklungen der letzten 15 Jahre Rechnung, in denen sich die Arbeit in den Werkstätten des Velohandels stark verändert hat. Und das ist auch nur gut so, denn auch Lieferanten, Kundschaft, Mitarbeitende und Velotechnik haben sich in dieser Zeit ebenfalls deutlich weiterentwickelt. Die Werkstattumfrage bleibt damit ein Instrument zur Optimierung des Betriebes in einem sich wandelnden Markt.

Urs Rosenbaum
Initiator / Herausgeber Werkstattumfrage

November 2026

1.2 Gastkommentar CYCLY: Digital, aber richtig

Der Schweizer Velohandel hat die Zeichen der Zeit erkannt: Die vorliegende Werkstattumfrage zeigt, dass zuletzt in die Digitalisierung investiert wurde wie noch nie zuvor. Das ist wichtig, denn Geschäftspartner und Kundschaft sind heute auch immer mehr digital unterwegs. Die Frage ist heute nicht mehr, ob ein Velogeschäft sich digital für die Zukunft rüsten soll, sondern in welcher Form und mit welcher Priorität.

Wichtig ist, dass die Digitalisierung des Betriebs als strategisch abgesichertes Gesamtpaket verstanden wird und nicht als Ansammlung einzelner, voneinander unabhängiger Tools. Denn Velofahrende erwarten in ihrer Customer Journey im Velohandel heute eine zusammenhängende Vernetzung von Online- und Offline-Welt, und war von der ersten Produktrecherche vor dem Kauf bis zum wiederkehrenden Service nach vielen Fahrkilometern. Dafür braucht es eine enge Vernetzung der betrieblichen Systeme mit dem Auftritt nach aussen.

Ein modernes ERP bildet das organisatorische Rückgrat eines digital aufgestellten Fachbetriebs. Speziell auf die Anforderungen des Velohandels zugeschnittene Systeme wie CYCLY unterstützen die zentralen Prozesse – von der Artikel- und Lagerverwaltung über die Werkstattplanung bis hin zu Kundenmanagement und Fakturierung. Relevante Informationen liegen nicht irgendwo, sondern stehen automatisch dort bereit, wo sie benötigt werden, beispielsweise bisherigen Aufträge in der Kundenverwaltung oder Servicerapports beim einzelnen E-Bike. Der grosse Vorteil branchenspezifischer Lösungen ist Nähe zur betrieblichen Praxis. Typische Abläufe im Velohandel, saisonale Schwankungen, Serviceprozesse oder komplexe Produktdaten werden systemseitig berücksichtigt. So lassen sich administrative Arbeiten automatisieren und spürbar straffen.

Parallel dazu hat sich der Onlineshop vom ergänzenden Vertriebskanal zu einem strategischen Element des Geschäftsmodells entwickelt. Kundinnen und Kunden informieren sich online, vergleichen Angebote und erwarten zunehmend auch digitale Kaufmöglichkeiten – selbst wenn der finale Entscheid im Geschäft fällt. Für Händler bedeutet das: Verfügbarkeiten sollen in Echtzeit einsehbar sein, Serviceleistungen digital buchbar, Produkte jederzeit recherchierbar. Ohne direkte Verbindung zu Warenbestand, Auftragsabwicklung und Kundendaten entstehen rasch Widersprüche, doppelte Datenpflege oder fehlerhafte Informationen – mit entsprechenden Auswirkungen auf Arbeitseffizienz und Glaubwürdigkeit.

Dank einer Kombination aus branchenspezifischer ERP-Lösung und integriertem Onlineshop kann der Fachhändler seine Kundschaft dort abholen, wo sie sich digital bewegt und zugleich die eigenen Stärken der persönlichen Fach- und Beratungskompetenz ausspielen. Wer seine Systeme integriert, verringert Komplexität, steigert Effizienz und schafft die Grundlage für ein schlüssiges Kundenerlebnis. Die Verbindung von ERP und Onlineshop entwickelt sich dabei vom optionalen Wettbewerbsvorteil hin zu einem neuen Branchenstandard.

Christian Rüegg
Projektleiter CYCLY ERP & CYCLYshop
www.cycly.ch

1.3 Gastkommentar Fuchs-Movesa: Die Werkstatt verdient unsere Wertschätzung – und unsere Unterstützung

Wer sein Velo oder Elektrovelo in die Werkstatt bringt, übergibt mehr als ein technisches Produkt. Es geht um den täglichen Arbeitsweg, die geplante Ferientour oder die Freude an der nächsten Ausfahrt. Die Kundinnen und Kunden vertrauen darauf, dass jemand genau hinschaut, eine verständliche Empfehlung gibt und ihr Zweirad wieder zuverlässig auf die Strasse bringt. Dieses Vertrauen erarbeiten sich die Menschen im Velofachhandel jeden Tag neu.

Die vorliegende Werkstattumfrage Velohandel Schweiz zeigt, wie bedeutend der After Sales Service für unsere Branche geworden ist. Der gesamte Umsatz mit Werkstattarbeit erreichte in der Saison 2025 einen neuen Höchststand. Für mich steht hinter dieser Entwicklung vor allem eine erfreuliche Botschaft: Die Menschen fahren Velo und schätzen den Service vor Ort. Damit verfügt der Fachhandel über eine Stärke, auf der sich auch in einem anspruchsvollen Marktumfeld aufbauen lässt.

Die Zukunft der Branche entscheidet sich auch in der Werkstatt

Wer den Werkstattalltag kennt, weiss allerdings auch, was dafür geleistet wird. Ein voller Terminkalender trifft auf dringende Reparaturen, anspruchsvolle Fehlersuche und den verständlichen Wunsch, möglichst rasch wieder unterwegs zu sein. Gleichzeitig entwickelt sich die Technik weiter. Mechanische Erfahrung, elektronische Diagnose und laufende Weiterbildung gehören heute selbstverständlich zusammen. Diesen unterschiedlichen Anforderungen gerecht zu werden, verlangt Fachwissen, Organisation und viel persönlichen Einsatz.

Deshalb verdient die Werkstatt einen festen Platz in der Diskussion über die Zukunft des Velofachhandels. Hier entstehen Sicherheit, Werterhalt und Kundenbindung. Eine sorgfältig ausgeführte Reparatur und ein verständlich erklärter Service schaffen Vertrauen. Dieses Vertrauen trägt oft über viele Jahre und bildet eine wertvolle Grundlage für die gesamte Kundenbeziehung.

Als Lieferant in der Pflicht

Zu dieser Wertschätzung gehört für mich auch die wirtschaftliche Seite. Gute Werkstattarbeit braucht qualifizierte Mitarbeitende, zeitgemässe Ausrüstung und Zeit für Weiterbildung. Das muss sich für einen Betrieb rechnen. Fachhändler dürfen ihre Leistung mit Selbstvertrauen vertreten und nachvollziehbar erklären, welchen Nutzen sie schafft. Wer Verantwortung für die Sicherheit und Zuverlässigkeit eines Velos übernimmt, erbringt eine wertvolle professionelle Dienstleistung.

Als Grosshändler sehe ich dabei auch uns in der Verantwortung. Wenn Ersatzteile fehlen, technische Informationen schwer zugänglich sind oder eine Serviceabwicklung unnötig Zeit beansprucht, entstehen die Folgen unmittelbar in der

Werkstatt. Unser Beitrag muss deshalb im Alltag spürbar sein: durch eine zuverlässige Versorgung, kompetente technische Unterstützung, praxisnahe Schulungen und unkomplizierte Abläufe. Wie gut uns das gelingt, zeigt sich daran, ob der Fachhändler und seine Angestellten in der Werkstatt ihre Arbeit für die Kundschaft besser, einfacher und verlässlicher erledigen können.

Besonders wichtig sind die Menschen, die dieses Wissen tragen und weitergeben. Lernende auszubilden und Mitarbeitende fachlich zu entwickeln, kostet im Tagesgeschäft Kraft. Es ist zugleich eine Investition in den eigenen Betrieb und in die Zukunft unserer Branche. Dafür verdienen die Ausbildungsbetriebe und ihre Teams grosse Anerkennung. Auch hier sind Hersteller, Lieferanten und Handel gemeinsam gefordert, gute Voraussetzungen zu schaffen.

Danke für das grosse Engagement!

Bei allen Herausforderungen gibt es deshalb gute Gründe für Zuversicht. In den Werkstätten sind täglich Erfahrung, Einsatzbereitschaft und Nähe zur Kundschaft erlebbar. Darauf können wir aufbauen. Mein Dank gilt den Händlerinnen und Händlern und ihren Teams, die mit ihrer Arbeit dafür sorgen, dass Menschen Freude am Velofahren haben und mobil bleiben. Unsere gemeinsame Aufgabe ist es, diese Leistung zu stärken und die Voraussetzungen dafür weiter zu verbessern.

Richard Merz
Geschäftsführer Fuchs-Movesa AG
www.fuchs-movesa.ch

1.4 Kommentar Herausgeber: Ohne Verdienst keine Zukunft

Wer arbeitet schon gerne ohne Lohn? Wer steckt gern Herzblut in eine Sache ohne Anerkennung? Wenn Verdienst und Wertschätzung fehlen, ist das Ende eines Engagements meistens nicht weit. Ich will nicht den Teufel an die Wand malen, aber wenn ich aus den Rückmeldungen der Umfrageteilnehmer herauslese, wie ihre Werkstätten vor sich hindümpeln, mache ich mir schon Sorgen.

Denn die Werkstatt hat eine Bedeutung für den einzelnen Betrieb, für die Velobranche und für die Velonutzung an sich. Für Fachgeschäfte ist die Werkstatt eines der stärksten Argumente, um sich von Mitbewerbern abzuheben. Dank der Werkstatt können Fachgeschäfte ihrer Kundschaft die einwandfreie Endmontage und perfekte Einstellung zusichern. Dank der Werkstatt können sie ihr Serviceversprechen einhalten und dadurch eine langfristige Beziehung zur Kundschaft aufbauen. Ohne die Werkstatt zählen nur noch einfache Auffindbarkeit, schnelle Verfügbarkeit und tiefer Preis. Und hier hat das kleine, lokal verwurzelte Fachgeschäft eher schlechte Karten im Vergleich zu Direktvertreibern, Onlinehändlern und Ladenketten.

Die Werkstatt ist auch ein wesentliches Argument, dass Menschen sich ein hochwertigeres, teureres Velo oder Elektrovelo leisten. Denn wenn sich diese Fahrzeuge nach einem gewissen Gebrauch nicht wieder in Stand stellen lassen, warum soll man dann so viel Geld dafür ausgeben? Ein wesentlich billigeres Velo hält auch ein, zwei Jahre durch, und mit dem gesparten Geld lässt sich leicht wieder ein Ersatz beschaffen. Ohne die Werkstatt fehlen der Velobranche die Argumente, ihre Highend-Produkte einer breiteren Bevölkerung verkaufen zu können. Die Folgen davon für Hersteller und Händler sind sichtbar in verschiedenen europäischen Velomärkten, wo der Preis wichtiger ist als die Qualität.

Und nicht zuletzt sichert die Werkstatt die Verkehrswende ab. Das Velo und das Elektrovelo sind nur ebenbürtige Alternativen zum Auto und zum öffentlichen Verkehr, wenn sie genau so zuverlässig funktionieren. Eine Panne kann es überall geben. Entscheidend ist, in welcher Frist diese behoben wird, damit ein Fahrzeug als berechenbares Hilfsmittel die alltäglichen Routinen erlaubt. Ohne professionelle Werkstätten, die Probleme schnell und zuverlässig lösen, können kaum neuen Zielgruppen für die Velomobilität erschlossen werden. Und genau diese Kundschaft benötigt die Velobranche, damit sie weniger abhängig ist von den Höhen und Tiefen von schwankender Nachfrage durch gesellschaftliche Trends, Modeerscheinungen und konjunkturellen Schwankungen, wie diese in den letzten Jahren seit dem Covid-Boom die Branche durchgeschüttelt haben.

Urs Rosenbaum
dynaMot Kommunikation GmbH



dynaMot Kommunikation GmbH
Fachbüro für Fahrradthemen

Talackerstr. 16
CH-8404 Winterthur
Schweiz

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