

Das Coronavirus hat der Fahrradbranche einen Boom beschert, der bis in den Spätsommer hinein anhält. Die extreme Nachfrage hat allerdings auch dazu geführt, dass die Lager vieler Hersteller und

Händler in den vergangenen Monaten leergekauft wurden. Nicht jeder findet derzeit noch sein Wunschfahrrad. Zu den Profiteuren von Corona gehören in Deutschland auch Dienstrad-Leasing-Anbieter.



FOTOS: KATSYARINA (STOCK.ADOBE.COM)

Verdreht

In dieser Saison ist alles anders – Corona hat den Fahrradmarkt gründlich auf den Kopf gestellt / Von Stephanie Streif

Markus Kollmer hatte in den vergangenen Wochen mehr zu tun als sonst. Rekordumsätze erzielt der Lahrer Fahrradladenbesitzer trotzdem nicht, obwohl der Fahrradbranche seit Monaten nachgesagt wird, sie boome durch Corona wie verrückt. Denn um virenfrei zur Arbeit oder zum Einkaufen zu kommen, schwingen sich viele Leute lieber aufs Rad als in Bussen oder Straßenbahnen Platz zu nehmen. Wie die Pandemie das Fortbewegungsverhalten der Deutschen verändert hat, dokumentiert eine aktuelle Online-Umfrage des Marktforschungsinstituts Yougov: Danach setzen sich 18 Prozent der Deutschen häufiger aufs Fahrrad als noch vor der Krise. Tendenz steigend.

Trotzdem – die Nachfrage kam bei vielen Händlern nicht als gewaltiger Boom an, der ihnen drei-, vier- oder fünffache Umsatzsteigerungen bescherte. Auch weil dem Fahrrad-Fieber Wochen vorausgingen, in denen gar nichts mehr ging. Kollmer erzählt, wie er sein Geschäft Mitte März erst komplett zumachte und drei, vier Wochen später wieder die ein oder andere Reparatur in seiner Werkstatt erledigte. Mit dem Ende des Lockdowns in der zweiten Aprilhälfte kamen die Kunden – und ja, so Kollmer, der Andrang sei extrem gewesen, sowohl im Laden als auch in der Werkstatt: „Vor Corona mussten meine Kunden maximal zwei Wochen auf einen Reparaturtermin, Notfälle ausgenommen, warten.“ Aktuell seien es sieben Wochen. „Der Peak“, so Kollmer, „ist jetzt aber erreicht. Die Wartezeiten werden langsam wieder kürzer.“

Der Handel bestellt seine Räder immer im Herbst des Vorjahres. Geliefert wird zu Jahresbeginn, so dass die Räder im Laden stehen, bevor es Frühling wird. Nur – diesen Frühling kaufte wegen Corona erst einmal keiner. Dann standen Ende April die Leute plötzlich Schlange und kauften, was ging. Verrückt sei das gewesen, so Kollmer. Manche Kunden hätten noch nicht einmal eine Probefahrt gemacht. Sie kamen, bezahlten und fuhren davon.

Der Zweirad-Industrie-Verband (ZIV) rechnet damit, dass im ersten Halbjahr rund 3,2 Millionen

Fahrräder und E-Bikes verkauft wurden. Das wären 9,2 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. „Es ist somit davon auszugehen, dass auch der Umsatz mit Fahrrädern, E-Bikes, Komponenten und Zubehör in den ersten beiden Quartalen signifikant gestiegen ist“, teilt ZIV-Sprecher David Eisenberger mit. Zahlen nennt er keine. Doch die Stimmung unter den Händlern ist gut: Nach einer Umfrage des Münchner Wirtschaftsforschungsinstituts Ifo sind fast alle Händler mit ihrer aktuellen Geschäftslage zufrieden. Das Barometer liegt bei 95 von 100 möglichen Punkten.

Nach dem großen Ansturm sind die Lager vieler Händler jetzt leergekauft. Und Nachschub lässt sich in Corona-Zeiten nicht ohne Weiteres ordern. Die Branche leidet durch Produktions- und Ausfuhrbeschränkungen unter gestörten Lieferketten. Die Folge: Auch die Hersteller haben keine Räder mehr auf Lager – und Mühe, neu zu produzieren. Tatsächlich ist laut ZIV die Fahrradproduktion in Deutschland im ersten Halbjahr um 1,1 Prozent auf 1,39 Millionen Stück zurückgegangen. Die Importe brachen laut Statistischem Bundesamt um 14,4 Prozent ein. „Kaum ein Fahrradhändler wird aktuell schnell an Räder kommen, da die Produktion oftmals restlos ausverkauft sind“, sagt Roman Heim, Hausleiter der Hild Radwelt in Freiburg. Nur Händler, die

früh reagiert und rechtzeitig nachbestellt haben, können die Nachfrage noch bedienen. Hild hat reagiert. Kollmer auch.

Eine, die bei dem Wort Boom einen – so sagt sie selber – „dicken Hals bekommt“, ist die Freiburgerin Tanja Knöfel, Besitzerin einer mobilen Fahrradwerkstatt. Ihr Ein-Frau-Betrieb bietet unter anderem Firmen-Aktionstage an: Wird sie gebucht, fährt sie mit ihrem Werkstattbus auf den Hof ihres Auftraggebers und repariert die Räder seiner Angestellten. 15 Aktionstage seien im Frühjahr ausgefallen. Das lasse sich nicht ohne Weiteres aufholen, dabei habe sie auch im Lockdown gearbeitet. Konnte sie ja, weil sie keinen Laden hat und im Freien repariert. Knöfel erzählt, dass es mitunter immer noch schwierig sei, Ersatzteile zu bekommen:

„Wenn ein deutscher Zulieferer plötzlich keine Platinen mehr aus Asien bekommt, dann kann der seine Lampen nicht mehr bauen.“ Allmählich werde es besser.

Wie es weiter geht? Eisenberger meint, dass Hersteller wie Händler 2020 auf ähnlich hohem Niveau wie 2019 abschließen werden. Heim hält Umsatzeinbrüche aufgrund vorgezogener Verkäufe für denkbar. Gut möglich, dass die Kaufkraft – und damit die Entscheidung für ein Rad – nächstes Jahr sinkt. Erst einmal hat die Branche aber durch Corona neue Kunden gewonnen – und wird weiterhin an ihnen verdienen, falls sie dem Rad treu bleiben.

Ende April standen die Leute Schlange und kauften, was ging



„Keiner wusste, wie tief es runter geht“

BZ-INTERVIEW mit Holger Tumat, Geschäftsführer von Jobrad, über den Run aufs Rad, der unmittelbar nach dem Lockdown eingesetzt hat

Immer mehr Deutsche setzen sich statt in ihren Dienstwagen auf ihr Dienstrad – auch wegen Corona. Im Gespräch mit Stephanie Streif erzählt Holger Tumat, Geschäftsführer des Dienstrad-Leasing-Anbieters Jobrad, wie sein Unternehmen den Run aufs Rad erlebt hat.

BZ: Seit Corona in der Welt ist, schwingen sich mehr Menschen aufs Rad. Ist dieser Trend auch bei Ihnen angekommen?

Tumat: Definitiv. Wobei Corona anfangs auch uns zugesetzt hat. Während des Lockdowns musste der Einzelhandel schließen. Damit konnte auch der überwiegende Teil unserer Fahrradhändler keine Ware mehr ausliefern. Einzige Ausnahme: die großen Online-Distributoren. 80 Prozent des Umsatzes waren im April weg. Und keiner wusste, wie tief es runter geht und wie lange das Tief dauert. **BZ:** Und dann kam der Boom?

Tumat: Mit der Öffnung der Läden hat ein regelrechter Run eingesetzt. Plötzlich gab es so viel Traffic auf unseren Arbeitgeber-Websites, wie wir ihn noch nie hatten. Umsatzzahlen nennen wir keine. Nur so viel: Vor Corona hatten wir einzelne Tage, an denen wir über 1000 bestellte Räder bei uns abgerechnet haben. Ab Mitte April hatten wir viele Tage, an denen wir deutlich über dieser Marke lagen. Leider konnten wir diese Nachfrage trotz Kapazitätsaufbau – seit März haben wir 40 neue Kolleginnen und Kollegen eingestellt – nicht in einer ordentlichen Zeit bearbeiten. Bei einigen Kunden hat das zu Frustration geführt, weil sie ihr bestelltes Rad nicht sofort bekamen, sondern rund zwei Wochen warten mussten.

BZ: Fahrrad-Leasing war schon vor Corona trendy. Lässt sich das von Corona ursache Plus quantifizieren?

Tumat: Nein, quantitativ lassen sich die Effekte nicht isolieren. Diensträder wur-



Holger Tumat

den schon vor Corona immer beliebter, eben weil man sich damit fit hält und etwas für die Umwelt tut. Das kam, wenn auch sehr langsam, irgendwann auch in der Politik an. Mit dem Ergebnis, dass 2018 und 2019 neue Steuererlasse Fahr-

rad-Leasing attraktiver gemacht haben. Das hat uns mehr Arbeitgeberkunden beschert: Ende 2018 waren es rund 20 000, inzwischen sind es über 30 000. Corona hat das Interesse am Rad weiter verstärkt. Für viele wurde es zu einer logischen Alternative: Fitness-Studios hatten zu, der Vereinssport kam zum Erliegen – und auf dem Fahrrad lässt sich nun mal besser Abstand halten als in Bus und Bahn. Zu Pfingsten gab es einen weiteren Effekt, der uns alle überrascht hat: Deutschland erlaubt in Deutschland und entdeckt das Fahrrad als Urlaubsgefährt. Statt in Fernreisen haben viele in Fahrräder und E-Bikes investiert.

BZ: Ist das, was auf den Lockdown folgte, nicht einfach nur ein Nachholeffekt?

Tumat: Nein, es wurden nicht nur sechs Wochen ausgefallener Konsum nachgeholt. Wir haben es mit einem substanziellen Boom zu tun. Die Bestellungen blieben sehr lange auf hohem Niveau. Erst

ERKLÄR'S MIR

Wie funktioniert eine Lieferkette?

Ein Fahrrad besteht aus vielen verschiedenen Teilen. Ein Fahrradhersteller – das ist die Firma, die das Fahrrad baut – stellt allerdings nicht alle Teile selber her, sondern lässt sich von anderen Firmen Teile zuschicken – die Gangschaltung zum Beispiel oder das Rücklicht oder den Akku für ein E-Bike. Diese Firmen heißen Zulieferer und sitzen überall auf der Welt. Sie schicken dem



B. Zetti

Hersteller die Teile, die er für seine Fahrräder braucht. Und natürlich brauchen auch diese Firmen Material von anderen Firmen in anderen Ländern. Ihr merkt: Ein Unternehmen hängt am anderen. Sie sind wie die Glieder einer Kette. Corona hat viele dieser weltweiten Lieferketten unterbrochen. Wie das? Um zum Beispiel zu vermeiden, dass sich noch mehr Menschen mit dem Virus infizieren, mussten viele Firmen wochenlang schließen. Und viele Länder haben aus Angst vor dem Coronavirus ihre Grenzen geschlossen, so dass das Material gar nicht mehr dort ankam, wo es gebraucht wurde. Vielen Firmen haben diese unterbrochenen Lieferketten geschadet. **st**

► Alle bisher erschienenen Erklär's-mir-Texte findet ihr unter www.bzetti.de.

jetzt sehen wir einen abflachenden Saisonverlauf. Was normal ist, denn das Fahrradgeschäft ist ein Saisongeschäft.

BZ: Woraus speist sich der Boom? Aus bereits bestehenden oder neuen Arbeitgeberbeziehungen?

Tumat: Sowohl als auch. Aber bei einer Massengewichtung kommen mehr Neukunden aus bestehenden Arbeitgeberbeziehungen.

BZ: Einige Branchen wurden durch Corona stark getroffen. War das für Jobrad spürbar?

Tumat: Wir vermitteln Leasingverträge – und natürlich findet vor Vertragsabschluss eine Bonitätsprüfung statt. Corona macht eine Vorhersage in einigen Branchen schwierig. Das stimmt. Interessiert sind die Unternehmen trotzdem.

Holger Tumat (47) wohnt mit seiner Familie in der Nähe von Freiburg und ist seit neun Jahren Geschäftsführer bei Jobrad.