



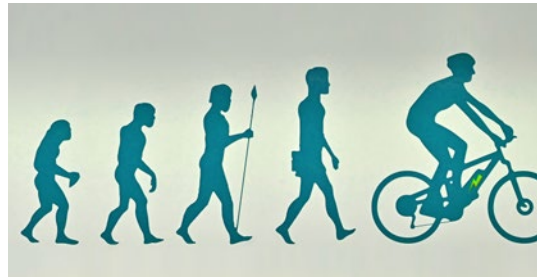
Leasing und
Versicherung:

Mit Full Service punkten

**Kundenbindung durch
Ergonomieberatung** S. 30



**Ladenkonzepte
für Quereinsteiger** S. 48, 52



**Ministerpräsident besucht
Zweirad Union** S. 42





SO EINFACH WIE FAHRRAD- FAHREN: FAHRRAD-LEASING VON BUSINESSBIKE.

Empfehlen Sie Ihren Kund:innen das locker leichte Leasing von BusinessBike – mit freier Markenwahl und unkomplizierter digitaler Abwicklung.

[BusinessBike.de](https://www.businessbike.de)

**BUSINESS
BIKE** 
LOCKER LEICHT LEASEN



Michael Bollschweiler
Chefredakteur

Leas mal

Das immer stärker verbreitete Leasing passt zu den Deutschen nachgesagten Vollkasko-Mentalität: Alles ist geregelt, alles pauschal bezahlt. Im Leasingvertrag ist nicht nur die Pflicht aufgeführt, das Fahrrad mindestens einmal im Jahr im Handel vorzuführen; es ist auch geregelt, wie mit den Kosten zu verfahren ist. Der Trend geht immer mehr zu Komplettpaketen, in denen alles oder fast alles enthalten ist.

Der Punkt Verschleiß ist immer öfter Teil des Pakets, entweder ganz ohne Wenn und Aber oder abgestuft, indem bestimmte Komponenten ausgeschlossen und in einem Plus-Paket inkludiert sind. Je kompletter die Absicherung, desto klarer der Fall. Damit werden auch leidige, ja gefährliche Diskussionen um ein Eigenverschulden des Konsumenten an einem Schaden umschifft. Übrigens gilt bei den monatlichen Rentmodellen ebenfalls der Einschluss von Diebstahl und Verschleiß als wesentliches Motiv: Man muss sich um nichts kümmern und es ist im Vorhinein alles abgegolten, egal, was passiert.

Verbraucher stellen sich also im Einzelfall selten die Frage, ob sie mit ihren monatlichen Pauschalen rechnerisch am besten gefahren sind. Es zählt die Einfachheit des Modells, die Klarheit ohne Diskussion, was übernommen wird. Zur Convenience zählt außerdem, bei den im Handel abgeschlossenen Verträgen gar nicht mehr in Vorleistung zu treten – alles wird im Hintergrund geregelt und man schiebt das aufbereitete Rad an der Kasse vorbei ins Freie.

Was für den Konsumenten besonders einfach ist, ist für den Händler umso komplizierter, denn er muss die damit verbundenen Prozesse beherrschen und Richtung Kunde, Leasinggeber und Versicherung kommunizieren. Die Annahme, ein funktionierendes Portal löse das Problem auf, erweist sich als teilweise illusorisch. Denn trotzdem müssen die erforderlichen Angaben gemacht und die unterschiedlichen Anforderungen der diversen Anbieter berücksichtigt werden. Das

kennt man bereits von der klassischen Reklamationsbearbeitung beim Lieferanten – dort ist auch nichts einheitlich oder einfach.

Diese Entwicklung gehört zu den Kehrseiten des Booms und man muss ein Stück weit damit leben. Verbesserungen, Vereinfachungen und Automatisierung der Prozesse müssen zwar als permanenter Prozess eingefordert werden. Andererseits bestreiten auch die Kritiker des ausufernden Aufwands nicht, dass gerade das Leasing wesentlich zur sehr positiven Umsatzentwicklung im Handel beigetragen hat und noch beitragen wird.

Das Aufgabenspektrum im Handel hat sich ohnehin stark verändert und erweitert. Schon durch das E-Bike wurden andere Kompetenzen erforderlich, wenn etwa ein mit der Mechanik groß gewordener Verkäufer behilflich sein soll beim Pairing zwischen E-Bike und App.

Dienstleistungen sind eine wesentliche Komponente der Differenzierung und ermöglichen es, Kunden durch wiederkehrende Kontakte mit positivem Inhalt zu binden. Neben Leasing und Payment-Lösungen sind natürlich Versicherungen zu nennen sowie Vermietung und Ergonomieberatung, also Vermessung und Anpassung des Fahrrades an den Menschen. Damit wird die am Kunden erbrachte Leistung vollständiger.

Allerdings ist auch richtig, dass die wachsende Komplexität besonders kleinere Händler herausfordert, während größere Betriebe das leichter skalieren können. Wenn also ein Betrieb mit zirka 200 Leuten drei Vollzeitkräfte für Leasingfragen abstellt, so wären dies bei einem Laden mit 20 Leuten (viele haben weniger) genau 0,3 Kräfte; es würde sich also eine Kraft drei Tage in der Woche auf Leasing konzentrieren. Dabei wird weniger Expertenwissen aufgebaut, das aber vielleicht immer noch genügen mag.

Michael Bollschweiler



Besuch vom Landesvater

Rainer Haseloff, Ministerpräsident von Sachsen-Anhalt, besichtigte das Werk von Zweirad Union in Sangerhausen. Von Tao Wang und Jens Mensing ließ er sich erklären, welche Perspektiven der Standort unter neuer Führung hat.

42

Hilfspaket für Quereinsteiger

Das E-Bike schafft eine Goldgräberstimmung und zieht viele neue Marktteilnehmer an. Doch, wer einen Laden aufmacht, der steht vor einem Berg an Herausforderungen, ohne den Überblick zu haben. Bircan Bayer in Esslingen ließ sich von einem Lizenzgeber helfen – und von Ladeneinrichter Bernd Voss.

48



Leasing mit Haken und Ösen

Leasing bringt dem Handel mehr Umsatz, aber auch mehr Aufwand – auch unnötigen? An den administrativen Prozessen wird jedenfalls weiter gearbeitet.

18

Österreich motorisiert sich

45

Kein deutschsprachiges Land hat einen so hohen E-Bike-Anteil wie Österreich. Auch dadurch wurde in der Branchenentwicklung eine Schallmauer durchbrochen.



Faltbar und robust

Falträder haben einen Nutzwert, sind aber oft filigran. Die Modelle der Marke ET von Leon Cycle sind dagegen robust, ja bullig. Damit lässt sich eine Lücke im Angebot schließen.

58

Editorial

Leas mal 3

News

Quartalsberichte über Rekordwachstum 6

Umsatzmeldungen von Marktteilnehmern 8

Autoteilegroßhändler übernimmt MTS 10

Menschen in der Branche 11

Markt

Fachhandelsbarometer erstes Quartal: Geht doch 14

Diskutiert: Leasing mit Haken und Ösen? 18

Wertgarantie: Erfolgsmodell Fahrrad 22

Businessbike schärft Markenauftritt 24

Enra: Verschleiß und Hochwasser aufgenommen 25

Versicherungslösungen: Hepster, Neodigital, Assona 26

Leasing bei Bike Mobility Services und Purobike 28

Bikefitting: RadMarkt-Webinar mit Radlabor 30

Interview Alteos: Versichern mit Alarm 32

Reyhle: Automatisiertes E-Learning entlastet 34

Tridata-Warenwirtschaft: Digital aufs Pedal 38

Lieferketten: Weiter warten auf Entspannung 41

Sangerhausen: Ministerpräsident bei Zweirad Union 42

Fahrradmarkt Österreich: Umsatz über Verkauf 45

Vitbikes-Geschäft in Esslingen eröffnet 48

E-Motion-Konzept in Erbach bei Ulm umgesetzt 52

Radlalm und Parzival: Dreiradexperten fusionieren 54

Pierer E-Bikes will Absatz verdreifachen 56

Produkte

Neues von Byschulz und Trelock 57

Leon Cycle lanciert Fatbike-Eigenmarke 58

Betriebsführung

Wissen kompakt: Kurztipp für Unternehmen 61

Rubriken

Inserentenverzeichnis 63

Impressum 65

Branchenticker 66

Foto Titel: Gazelle

Fotos Inhalt: Beckendorff, Bollschweiler, Kalkhoff, Simplan



ERGOTEC COCKPITS

PERFEKTE ERGONOMIE

HÖCHSTE SICHERHEIT

► LENKSYSTEME - ERGONOMISCH UND SICHER.

ergotec Cockpit-Bauteile sind optimal aufeinander abgestimmt. Für jeden Einsatzzweck lassen sich Komponenten mit dem jeweils gleichen Safety Level kombinieren. ergotec Lenksysteme zeichnen sich durch intelligente Integrationsmöglichkeiten und erstklassiges Design aus. Für kompromisslose Ergonomie und Sicherheit bei jeder Fahrt.



**ENTDECKEN SIE JETZT
UNSERE COCKPIT-HIGHLIGHTS**



BIKEPARTS

ERGONOMISCH UND SICHER

ergotec®

Rekordwachstum erstes Quartal 2022

Leatt

Die Leatt Corporation, Gewinner der RadMarkt-Fahrrad-Börse 2021, befindet sich 2022 weiter auf Kurs. Das soeben vorgelegte Ergebnis des ersten Quartals 2022 ist nicht nur der mittlerweile 7. Quartalsrekord in Folge, sondern auch das 16. Quartal in Folge mit Wachstum.

Die an der US-Börse über den Freiverkehr (OTC – Over-the-Counter- oder auch außerbörslicher Handel) notierten Südafrikaner erzielten einen Umsatz von umgerechnet 23,33 Millionen Euro (plus 87,9 Prozent zum ersten Quartal 2021). Der Nettogewinn lag bei 4,06 Millionen Euro (plus 104,9 Prozent). Differenziert man den Umsatz nach Produktgruppen, so ergeben sich plus 69 Prozent bei Schutzwesten und plus 269 Prozent bei Helmen.

Zugleich sieht das Unternehmen noch Wachstumspotential bei Helmen, Schuhen, Stiefeln, Bekleidung und Schutzausrüstungen. Deshalb wird vor allem in den Vertrieb in den USA investiert. In Reno/Nevada wurde ein neues Lager eröffnet. Mehr interne Vertriebsmitarbeiter sollen mehr Händler erreichen.

Die Leatt-Aktie, die 2021 mit einem Plus von 312,2 Prozent abschloss, lag am 12. Mai 2022 allerdings bei 24,62 US-Dollar; zum Jahreswechsel waren es noch 30,50 Dollar. Da schlägt die allgemeine Entwicklung durch.

leatt.com

jb

Giant

Giant hat im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres 2022 einen neuen historischen Quartalsrekord erzielt: umgerechnet 709,67 Millionen Euro (plus 8 Prozent zum ersten Quartal 2021). Verbesserte Lieferquoten an OEM-Kunden trugen dazu bei. Im Bereich der Eigenmarken (Cadex, Giant, Liv, Momentum) verzeichnete Giant USA bei E-Bikes »ein Umsatzwachstum im niedrigen Zehnerbereich«.

Die E-Bike-Verkäufe bei Giant Europe wurden durch Lieferschwierigkeiten beeinträchtigt.

Außerdem war die Vergleichsbasis zum Vorjahr viel höher. Somit ging der Umsatz in Europa um etwa 10 Prozent zurück. In China stagnierte der Umsatz.

Der E-Bike-Anteil am Konzernumsatz betrug im ersten Quartal 26 Prozent. Damit bleibt er für die Taiwaner ein starker Wachstumstreiber. Wegen stark steigender Rohstoff-, Arbeits- und Logistikkosten sowie eines höheren Umsatzbeitrags aus dem OEM-Geschäft war die Bruttomarge der Gruppe beeinträchtigt (22,9 Prozent), was sich auf das Betriebsergebnis auswirkte. Andererseits brachte die Aufwertung des US-Dollars gegenüber dem Taiwan-Dollar Wechselkursgewinne, so dass ein Nettogewinn nach Steuern von umgerechnet 57,99 Millionen Euro herauskam (plus 7,1 Prozent).

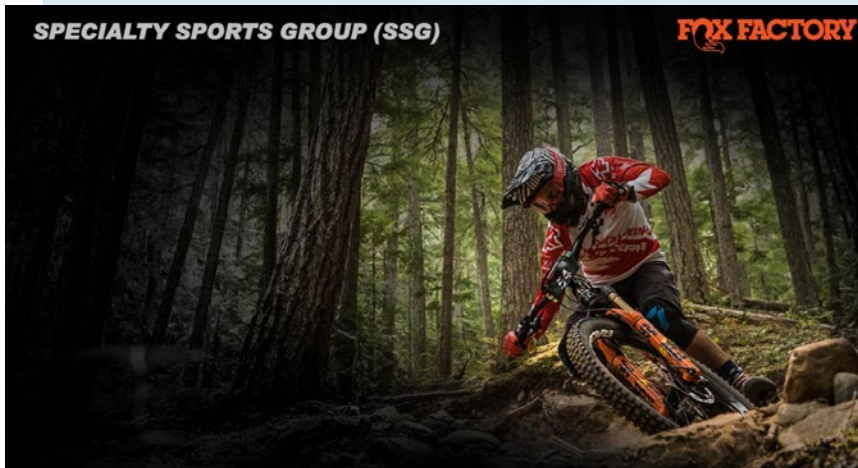
www.giant-bicycles.com

jb



SPECIALTY SPORTS GROUP (SSG)

FOX FACTORY



Fox

Im ersten Quartal 2022 erzielte Fahrwerksfederungsspezialist Fox Factory Holding einen erheblich gestiegenen Umsatz von umgerechnet 358,34 Millionen Euro (plus 35,6

Prozent zum ersten Quartal 2021). Der Nettogewinn lag bei 45,55 Millionen Euro (plus 26,5 Prozent). Fahrradprodukte der Marken Easton, Fox, Marzocchi und Race Face zeigten im achten Quartal nacheinander Wachstum – diesmal über 40 Prozent. Knapp zwei Drittel des Gesamtumsatzes kommen aus Nordamerika, aber auch Europa ist mit 74,45 Millionen Euro wichtig, zumal das ein Wachstum von 71,7 Prozent bedeutet.

Fox-Factory-CEO Mike Dennison rechnet damit, dass die Nachfrage nach Fahrradprodukten zum Jahresende etwas zurückgehen und der Markt zu traditioneller Saisonalität zurück-

kehren werde. Denn in den Wintermonaten der letzten beiden Boomjahre habe es keine verminderte Nachfrage gegeben.

Die Fox-Aktie liegt seit ihrem Mitte November 2021 erzielten Allzeithoch von 165,40 US-Dollar jetzt bei 80 Dollar.

www.foxracingshox.de

jb

Mips

> Der schwedische Helmtechnologieanbieter Mips erreichte im ersten Verkaufsquartal 2022 einen außerordentlich guten Umsatz von umgerechnet 13,22 Millionen Euro (plus 65,1 Prozent zum Vergleichszeitraum 2021). Das organische Wachstum beruht hauptsächlich auf den Erfolgen der Helmcategory Sport – und dort aufgrund der Unterkategorie Bike, aber vor allem dank der Unterkategorie Snow. Die kleine Helmcategory Moto konnte ebenfalls zum Umsatzwachstum beitragen. Das EBIT wird mit 5,98 Millionen Euro angegeben (plus 59 Prozent).

Vor der Corona-Pandemie hatte Mips 40 verschiedene Produktionspartner, jetzt sind es 83, wodurch Unterbrechungen der Lieferkette gut bewältigt werden konnten. Nicht ein einziges Mal sei man mit der Auslieferung von Aufträgen in Verzug geraten.

Mips will weiter organisch wachsen und bis 2025 einen Nettoumsatz von rund 100 Millionen Euro erreichen sowie eine EBIT-Marge von mehr als 40 Prozent. Außerdem will Mips die Nachhaltigkeit vorantreiben und sein Geschäft im Einklang mit dem Ziel des Pariser Abkommens führen, die globale Erwärmung auf eineinhalb Grad zu begrenzen.

mipsprotection.com/de

jb

Vista Outdoor

> US-Anbieter Vista Outdoor hat nicht nur das erste Quartal 2022 (siebtes in Folge mit Rekorden), sondern auch das am 31. März 2022 zu Ende gegangene Geschäftsjahr 2021/22 mit weiteren Rekorden abgeschlossen.

Wir überspringen das Quartal: Das Geschäftsjahr erbrachte 2,84 Milliarden Euro Umsatz (plus 37 Prozent zu 2020/2021), wobei der Geschäftsbereich Outdoor Products um 18 Prozent auf 1,23 Milliarden Euro zulegte. Hier gehen auch die Markenumsätze von Giro, Bell, Blackburn und der letztens übernommenen US-E-Bike-Marke Quietkat ein.

vistaoutdoor.com

jb



Codi

> Der stark erhöhte Nettoumsatz von Compass Diversified Holdings (Codi) im ersten Quartal 2022 betrug 483,76 Millionen Euro (plus 25 Prozent zum ersten Quartal 2021). Der Nettogewinn lag bei 28,18 Millionen Euro (plus 35 Prozent). Die Fahrradschuhverschlussmarke Boa trug mit einem Umsatz von 53,83 Millionen Euro (plus 55,8 Prozent) erheblich zu diesem Erfolg bei.

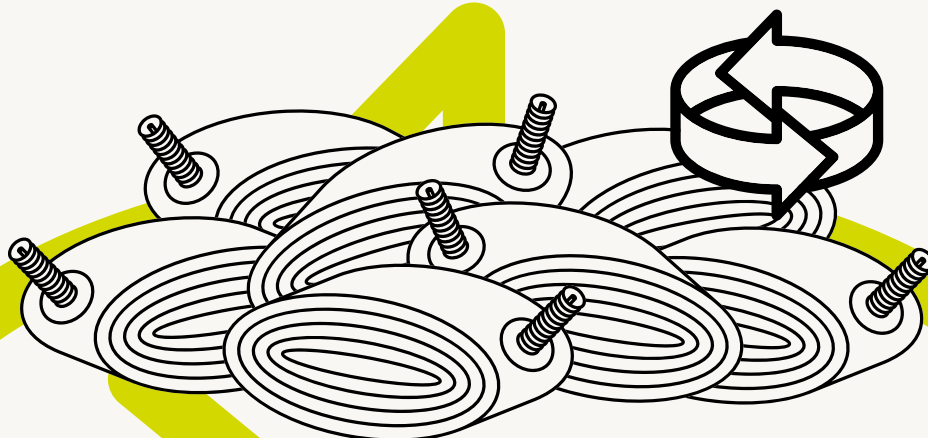
Nun geht Codi für 2022 von einem bereinigten Gewinn zwischen 113,71 und 127,92 Millionen Euro aus.

compassdiversified.com

www.boafit.com

jb

WIR RECYCELN DEINE ALTEN FAHRRADSCHLÄUCHE.



GESCHLOSSENER KREISLAUF. GANZ OHNE ABFALL. Wir recyceln deine alten Fahrradschläuche und machen sie zu Neuen. Jeder Schwalbe Standardschlauch enthält 20% Recyclingmaterial. **ALLE INFOS UND TEILNEHMENDE HÄNDLER UNTER: [SCHWALBE.COM/RECYCLING/](https://schwalbe.com/recycling/)**

**MACH MIT!
DER UMWELT
ZULIEBE.**



Weitere Umsatzmeldungen

Orbea: Kontinuierliches Wachstum

> Orbea, als Genossenschaft organisierter Bike-Hersteller im Baskenland, konnte laut Veröffentlichung auf der Jahreshauptversammlung Anfang Mai 2022 seinen Umsatz 2021 auf 282 Millionen Euro steigern, wobei 81 Prozent davon auf Exportmärkte entfallen. Das Nettoergebnis nach Steuern beläuft sich auf 40,7 Millionen Euro.

Orbea gibt sich optimistisch, trotz der schwerwiegenden Lieferkettenproblematik den Wachstumskurs fortsetzen zu können. Für 2022 ist ein konsolidierter Umsatz von 350 Millionen Euro angepeilt.



Orbea-Produktion in Mallabia.

Durch die verbesserte Kapitaldecke können nach Firmenmeldung alle geplanten Projekte realisiert werden, beispielsweise der Ausbau von Produktions- und Logistikkapazitäten, die Entwicklung von technischen Spitzenlösungen sowie die Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern. 20 Prozent des Gewinns würden für die von der Genossenschaft unterstützten Solidaritäts- und Sozialfonds verwendet.

2021 wurden 170 neue Stellen geschaffen, somit zählt die Belegschaft nunmehr 1.000 Beschäftigte, davon 90 Prozent in Europa.

www.orbea.com/de-de

vz



United Sports Brands übernimmt Pearl Izumi

> United Sports Brands Europe BV (USBE – niederländischer Verband der Hersteller und Großhändler von Sportartikeln) mit Firmensitz in Utrecht übernimmt den Fahrradbekleidungs- und -zubehörhersteller Pearl Izumi.

Pearl Izumi wurde 1950 in Tokio gegründet und kam während des Radsportbooms der 1980er Jahre auf den US-Markt. Seit 2008 gehört Pearl Izumi zu Shimano und hat in den USA und international beträchtliches Wachstum erzielt, vor allem durch das Kerngeschäft mit Rennradbekleidung und wachsenden Kategorien wie Mountainbike, Freizeitbekleidung und Schuhe.

Für eine Übergangszeit soll Shimano Pearl Izumi weiterhin bei der Belieferung der Einzelhändler unterstützen.

www.pearlizumi.com

www.unitedspb.eu/de

vz

Bike24: Solide Entwicklung

> Der seit 2021 an der Börse gehandelte Onlinehändler Bike24 (Bike-, Lauf- und Schwimmsportausstattung) holte im ersten Quartal 2022 einen Umsatz von 61,79 Millionen Euro (plus 7,3 Prozent zum ersten Quartal 2021). Die Ländermärkte Spanien, Frankreich und Italien verzeichneten durchschnittliches Wachstum von 68 Prozent, wobei Frankreich und Italien zweistellig wuchsen. In der D-A-CH-Region wurden 40,39 Millionen Euro erwirtschaftet (plus 4,8 Prozent). CEO Andrés Martín-Birner rechnet damit, dass steigende Spritkosten mehr Menschen dazu bewegen, das Fahrrad zu nutzen.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug minus 463.000 Euro (plus 2,10 Millionen Euro). Das bereinigte EBITDA lag bei 3,8 Millionen Euro. Das sei erheblichen Investitionen in die zweite Führungsebene geschuldet sowie einmaligen Aufwendungen für zusätzliche Zeitarbeitskräfte zum Ausgleich hoher pandemiebedingter Personalausfälle im ersten Quartal.

www.bike24.de

jb