

Fahrradproduktion in Thailand:

Europa im Blick

Nonverbale Kommunikation
mit Kunden:

Die unbewusste Botschaft

Digitale Buchführung:

Prüfen und geprüft werden



Multicycle auf Kurs:

Immer mehr Cube Stores



Börsenwerte von Fahrradfirmen:

Oben dabei



Einkaufsführer zum Saisonstart:

Mit Zubehör vorankommen

2020 Taipei Cycle show Neco Booth :I0610 Hall 1



neco

Neco Technology Industry Co. LTD (Taiwan R&D base)

www.necoparts.com





VERKAUFE DEINE E-BIKES ÜBERREGIONAL DEIN ONLINE-SCHAUFENSTER FÜR DEINE NEUEN E-BIKES

- 

PROVISIONSFREI VERKAUFEN

 - Stell gebührenfrei deine neuen E-Bikes online
- 

NICHTS ZUM VERLIEREN - VIEL ZU GEWINNEN

 - + 1 Mio. Besucher im Monat – 100% E-Bike interessiert
- 

FAIRE PREISPOLITIK

 - Wir wollen keine Preisschlacht!
Wir sind dein Online-Schaufenster!
- 

50% MEHR E-BIKE-VERKÄUFE

 - durch Kreditfinanzierungstools von verschiedenen Anbietern
- 

KOSTENLOSE GOOGLE BUSINESS & FACEBOOK BETREUUNG

 - Wir unterstützen dich, dein Google und Facebook Auftritt checkheftgepflegt zu gestalten
- 

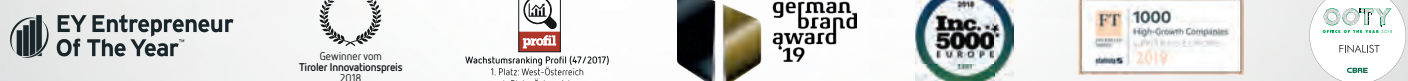
GROSSE DATENBANK & EINFACHHEIT

 - einfache Anbindung an den Marketplace

BEI WEITEREN FRAGEN STEHEN WIR DIR GERNE ZUR VERFÜGUNG! WIR FREUEN UNS!



marketplace@greenstorm.eu, +43 5372 66888-861 oder via WhatsApp: +43 664 88265411





Michael Bollschweiler
Chefredakteur

Das Auge fährt mit

Branche, Beruf, Produkte: Alles macht derzeit einen grundsolide guten Eindruck. Bei Produkten verlegt sich der Fokus allmählich von der Technik auf das Design (wir wissen natürlich, dass es da einen Zusammenhang gibt, form follows function). Für eine ursprünglich technikgetriebene Branche ist das eine durchaus interessante Entwicklung. Anfangs wurde nur nach Drehmoment und Reichweite gefragt; dass der Motor einfach unter den Rahmen geklatscht wurde, war eben so und wurde nicht infrage gestellt. Ob mit oder ohne Intube, die Designsprache hat sich weiterentwickelt und man kann sich mit seinem Fahrrad oder E-Bike grundsätzlich sehen lassen. Das geht – hoffentlich – einher mit einer Verschiebung des Fokus' im Verkaufsgespräch: etwas weg von technischen Eigenschaften (die man auf Nachfrage natürlich parat haben muss) hin zu Einsatzgebiet, Nutzen, Fahrfreude und der Frage: »Gefällt es Ihnen denn?«

Diese Frage spielt beim Zubehör eine noch stärkere Rolle, denn das hat von Natur aus weniger Potential, mit technischen Daten zu glänzen, und die einfache Funktion wird schlicht vorausgesetzt: Der Helm schützt den Kopf und die Tasche nimmt Sachen auf, sonst bräuchte man sich damit gar nicht zu befassen. Da interessieren schon eher spezielle Anwendung und erweiterter Nutzen: guter Sitz, ausgeklügelte Belüftung, Winterpaket beim Helm; Inneneinteilung, Wetterschutz und Anbringung bei der Tasche. Dann sollte das Ganze auch noch gut aussehen. Selbst scheinbar profane Gegenstände entwickeln sich im Look und ziehen in der Ausstellung Aufmerksamkeit auf sich.

Deswegen muss, wo das überhaupt noch nötig ist, mit dem Missverständnis aufgeräumt werden, das seien Gegenstände von geringem Interesse, auch wenn der Fahrradkauf als solches erstmal im Mittelpunkt steht. Vielmehr rufen

wir uns in Erinnerung, dass der Kunde oder die Kundin im Augenblick des Fahrradkaufs besonders kaufbereit ist, die Interessenkurve sich ihrem Höhepunkt nähert. Deswegen muss man das Eisen schmieden, solange es noch heiß ist.

Verkäufer haben nach einem intensiven Verkaufsgespräch schon mal das Gefühl, es trete auf beiden Seiten Erschöpfung ein und man müsse froh sein, den Sack überhaupt zugebunden zu haben; nach dem Kaufabschluss für ein Fahrrad oder E-Bike müsse es erstmal gut sein. Aber der Käufer ist jetzt im Laden und im Thema; niemand weiß, ob er es in 14 Tagen noch ist. Fragen des Verkäufers nach Helm, Tasche, Schloss im direkten Anschluss an die Fahrradentscheidung sind nicht ehrenrührig, sondern im Kontext plausibel und konsequent. Der Mensch wird sogar dankbar sein oder umgekehrt die Anregung vermisst haben, wenn er unterwegs nicht weiß, wohin mit seiner Jacke oder wie er sein Fahrrad allein lassen soll. Kleine praktische Helfer machen das Radfahren erst richtig angenehm.

Hat man das Privileg, besonders anspruchsvolle Kunden bedienen zu dürfen, so kann man ihnen schon mal eine Standpumpe für über 200 Euro anbieten. Am Ende bringt diese auch bloß Luft in den Reifen, aber sie zu betätigen, ist ein unvergleichliches Erlebnis. Es soll auch Menschen geben, die ihre Rauchware niemals mit Streichhölzern entzünden würden.

Zuletzt sei daran erinnert, dass beim Zubehör höhere prozentuale Margen drin sind als beim Fahrrad – stilvolle Produkte können auch den Ertrag verbessern. Das ist zwar wieder ganz profan, erleichtert es aber auch dem Unternehmer, das Leben stilvoll zu genießen.

Michael Bollschweiler



Fahrrad auch börsentauglich

Man kann mit dem Fahrrad Geld verdienen – durch Arbeit in der Branche, aber auch, indem man sein Geld in der Branche arbeiten lässt. Unser Überblick zeigt, dass die Börsenwerte von Fahrradunternehmen oft sehr gut abschneiden. Seite 12



Kommunizieren mit Kunden

Man kann im Kundengespräch günstige und weniger günstige Signale senden. Mehr als auf den Inhalt des Gesagten achten Kunden jedoch unbewusst auf die Körpersprache und Stimme. Damit positiv zu beeinflussen, vermittelte Trainer Max Moenikes bei einem Workshop während der Händlerstage von Hase. Seite 50



Japan hängt am Pedelec

Aus den Daten der ersten drei Quartale 2019 geht hervor, dass sich die Abhängigkeit der japanischen Fahrradwirtschaft vom Pedelec weiter verschärft. Einfache Fahrräder für den anspruchswenigen Gebrauch kommen fast nur aus China. Seite 22



Zu Saisonbeginn ausstatten

Der Anbieter und Marken für Teile und Zubehör gibt es viele, die folgenden finden sich hier in unserem Einkaufsführer: B und W International, Basil, Büchel, Burley, DT Swiss, Evoc, Fahrer, Gonso, Grofa/Lumos, Haberland, Leica/Insta 360 Messingschläger/M-Wave, Ortlieb, Sena, Sigma, SKS, Silhouette/Evil Eye, Vaude und Dr. Wack. Seite 34



Thailand im Kommen

In Thailand selbst wird noch nicht so viel Fahrrad gefahren, außer in Bangkok. Als Produktionsland gewinnt es aber weiter an Bedeutung, wie ein Lokaltermin zeigt. In den Fabriken von Vee Rubber (Bild), Vittoria, Bangkok Cycle und Raya werden auch Produkte für den europäischen Markt hergestellt. Ab Seite 24

Editorial

Das Auge fährt mit 3

News

Hartje übernimmt Ebsen Bikes 6
 Hero Cycles steigt bei HNF ein 6
 Lange: Showroom für Fachhändler in München 6
 Accell setzt bei XLC auf Papierverpackung 7
 Pendix verbucht 2019 weiteres Wachstum 7
 Accell: Künftig Karbonrahmen aus Belgien 7
 Personalien der Branche 8
 Rose erzielt 2019 zweistelliges Umsatzplus 8
 Enra kooperiert mit Akkuzentrum in Viersen 9
 Taipei Cycle Show 2020 steht bevor 9
 Greenstorm Mobility erweitert Geschäftsfelder 10
 Odlo: 100 Prozent Nachhaltigkeit geplant 11
 Vivavelo Kongress mit viel Politikprominenz 11

Markt

Fahrrad-Börse 2019: Niedrigzins und Zeit 12
 Forschungsprojekt: Safety for Bikes 16
 Cube Store by Multicycle in Erlangen 18
 Händlerschulung bei Hase in Waltrup 20

Japan

Japan: Produktion nur dank Pedelec stark 22

Thailand

Bangkok Cycle schafft Platz für E-Bike-Produktion 24
 Raja Cycle montiert für Europa 27
 Vittoria Group: LTT vereint Materialien 28
 Hero World Series: Erstmals Rennen in Thailand 31
 Vee Rubber forciert E-Bike- und Winterreifen 32

Neue Produkte

Einkaufsführer Teile und Zubehör 34
 Silca Highlight auf Hartje-Hausmesse 42
 By Schulz: Sattelstützen zum Federn und Senken 44
 Elektronische Rollentrainer von Wahoo 45

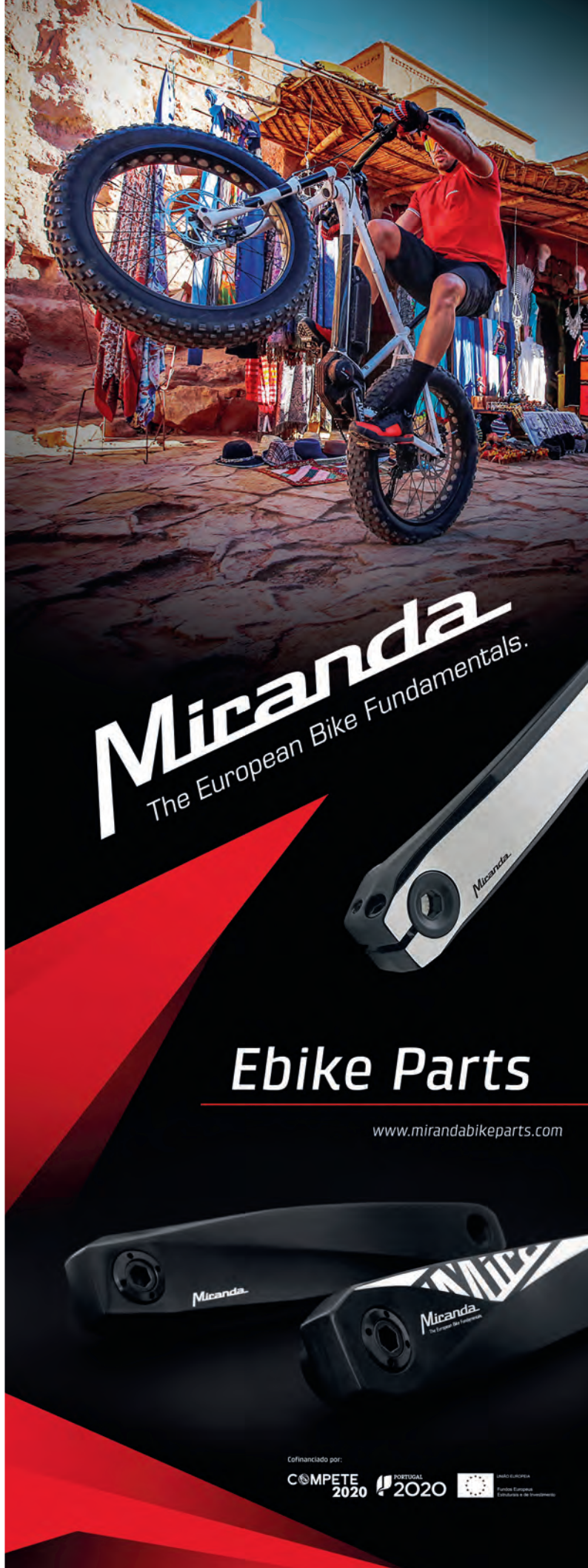
Betriebsführung

Gesetzesänderungen ab 2020 46
 GoBD: Digitale Buchführung umsetzen 48
 Erfolgreiche Kommunikation mit Kunden 50
 Wissen kompakt: Kurztipp für Unternehmer 52

Rubriken

Inserentenverzeichnis 55
 Impressum 56
 Branchenticker 58

Titelfotos: Haberland (groß), Multicycle, Deutsche Börse



Micanda
The European Bike Fundamentals.



Ebike Parts

www.mirandabikeparts.com



Hartje übernimmt Ebsen Bikes

Zum 6. Januar 2020 trat die Familie Ebsen in Dänemark alle Anteile an ihrem Unternehmen Ebsen Bikes A/S an die deutsche Hermann Hartje KG ab. Über den Kaufpreis wurden keine Angaben gemacht. Die nunmehr vierte Hartje-Tochtergesellschaft (weitere gibt es in Österreich, Tschechien und Taiwan) heißt Hartje Ebsen A/S und wird weiterhin als eigenständiges Unternehmen agieren. Dieses ist im heimischen Markt gut eingeführt, die zugehörigen Marken Ebsen, EBS und Remington genießen in ihrer Heimat einen guten Ruf.

Weitere Neuerung bei Hartje ist die Vertretung der Campagnolo-Marke Fulcrum außer in Deutschland und Österreich auch in Belgien und Luxemburg. Dabei sollen auch Fulcrum Stores etabliert werden mit großer Auswahl und technisch beschlagenem Personal. Außerdem können belgischen Kunden das leistungsfähige Fulcrum-Servicecenter in Hoya in Anspruch nehmen.

Informationen für Händler gibt auch das niederländische Hartje-Büro in Zutphen (zutphen@hartje.de).

www.hartje.de

jb



Das Hartje-Ebsen-Team um Peter Stricker Ebsen (l.) und seine Frau Lone Ebsen (M.).

Hero Cycles steigt bei HNF ein

Seit 2008 betätigt sich die HNF-Gruppe mit ihrer Marke HNF-Nicolai im E-Bike-Segment. Um die Produktionskapazität in Bitterfeld/Sachsen-Anhalt massiv auszubauen und die Beschaffungs- und Produktionslogistik nach den neuesten Standards der Automobilindustrie auszurichten, hat HNF den indischen Fahrradproduzenten Hero Cycles als Partner gewonnen.

Hero Cycles – mit einer Tagesproduktion von 19.000 Fahrrädern eigenen Angaben zufolge größter Fahrradhersteller der Welt – ist mit einer strategischen (nicht näher benannten) Beteiligung bei der HNF-Gruppe eingestiegen. Unterstützung kam dabei von der Beteiligungsgesellschaft Bmp Ventures AG und dem von ihr verwalteten IBG-Fonds (Risikokapitalfonds des Landes Sachsen-Anhalt).

Mit Hero im Rücken will HNF E-Bike-Vollsortimenter werden, »quasi über Nacht zum europäischen Konzern-Zentrum für Forschung, Entwicklung und Design« werden. Künftig will man auch wieder den bisher vernachlässigten Fachhandel ansteuern.

HNF erklärte, man setze auf Hero, weil die Inder sich seit mehr als 25 Jahren einen Namen als Hersteller von OEM-Getriebekomponenten für Unternehmen der Automobilindustrie gemacht hätten. So sei Hero beispielsweise durch das Joint Venture mit dem deutschen Autozulieferer ZF Friedrichshafen eine feste Größe in der Branche. »Komponenten von Hero sind integraler Bestandteil diverser Fahrzeuge von Herstellern wie BMW oder Audi, aber auch Harley-Davidson oder Ducati.«.

Nach wie vor wird Karlheinz Nicolai als Chief Technology Officer (CTO) die technische Qualität der Marke HNF-Nicolai verantworten. Benjamin Böttler leitet das Produktmanagement, Michael Hecken Marketing und Vertrieb.

www.hnf-nicolai.com

jb

HNF  NICOLAI

**HERO
CYCLES**



Lange: Showroom für Fachhändler in München

Seit November 2019 präsentiert Lange seine Bekleidungs- und Schuhmarken Shimano und Pearl Izumi sowie die Helmmarke Lazer auch auf 85 Quadratmetern in einem Showroom des MOC Ordercenters München. Dort können sich bayerische Händler ebenso informieren wie die Thalinger-Lange-Händler aus Österreich. Die Konzentration der Marken, die Vorstellung neuer Kollektionen und die Möglichkeit für Gespräche mit Lange-Außendienstmitarbeitern vor Ort sollen die Fachhandelspartner stärken.

www.paul-lange.de

RM Kontakt:

bernd.vonhoermann@paul-lange.de – holger.vogt@paul-lange.de



Accell setzt bei XLC auf Papierverpackung

Bei zahlreichen Teilen und Zubehör seiner Marke XLC ersetzt Accell Bike Parts künftig Umverpackungen aus Plastik durch transparente und biologisch abbaubare Pergamintaschen. Manche Produkte benötigen auch nur eine Transportverpackung zum Schutz vor Verschmutzung, Feuchtigkeit oder Verkratzen und werden beim Händler ohne Umverpackung mit einer Headerkarte oder dem Hangtag an die Wand gehängt oder ins Regal einsortiert.

Pergamin wird auf Basis von Cellulose (Rohstoffgewinnung auf Basis von Durchforstungshölzern – keine Abrodung ganzer Waldflächen) hergestellt und ist zu hundert Prozent recyclingfähig sowie vollständig kompostierbar (nach EN13432). Das Papier enthalte keinerlei Chemikalien und sei nicht beschichtet.

XLC-Produkte, die auf dem Transportweg nicht besonders geschützt werden müssen, werden den Händlern schon länger ohne Umverpackung geliefert, für viele weitere Produkte wurde sie stark verkleinert. So wurden bis zu 50 Prozent Verpackungsmaterial eingespart.

www.xlc-parts.com



jb

Neu bei Accell Bike Parts: recyclebare Pergamintüten für XLC-Zubehör und Teile.

Accell: Künftig Karbonrahmen aus Belgien

Accell verlegt die Produktion seiner Karbonrahmen von Asien nach Belgien. Dort hat Rein4ced (Anm.: gesprochen reinforced, bedeutet verstärkt) eine Fabrik eröffnet zur automatisierten Produktion von High-End-Fahrradrahmen aus Kohlefaserverbundmaterial. Das verbessert einerseits Flexibilität und Effizienz, denn Lieferzeiten, Kohlendioxidemissionen und Kosten fallen geringer aus.

Das 20-köpfige Rein4ced-Team unter Führung von Michaël Callens (CEO), Niels De Greef (COO) und Dave Luyckx (CPO) hat Erfahrung in bei Verbundwerkstoffen und Fertigungstechnologien für verschiedenste Bereiche und Industrien.

Die Produktionsstätte im belgischen Leuven hat eine jährliche Produktionskapazität von bis zu 20.000 Rahmen. Das neue Feather-Verbundmaterial soll extrem stoßfest, steif und leicht sein und durch die Zugabe von Stahl soll das plötzliche spröde Bruchverhalten vermieden werden. Mitte 2020 sollen erste Hardtail-Mountainbikes der Marke Ghost aus der neuen Rahmenproduktion geliefert werden.

www.accell-group.com/en

jb



Pendix: 2019 weiteres Wachstum verbucht

Pendix, Hersteller von Elektronachrüstantrieben für Fahrräder, sieht sich weiterhin auf Wachstumskurs. Denn der Umsatz 2019 stieg, verglichen mit dem von 2018, um 30 Prozent, außerdem wurde in weitere internationale Märkte expandiert.

Auf dem niederländischen Markt konnte der Umsatz nach Unternehmensangaben verdreifacht werden, was auf Kooperationen mit Premiumfahrradhersteller Santos und dem holländischen Distributionspartner Fon zurückgeführt wird.

Die Einführung des kleineren und leichteren Akkus E-Power 150, konzipiert für Kurzstreckenfahrten, sei erfolgreich, sagt Pendix-Geschäftsführer Thomas Herzog: »Eigentlich geht der Trend zu immer größeren Akkus mit mehr Reichweite, die Resonanz von Handel und Endkunden hat unsere Erwartungen jedoch deutlich übertroffen.«

Fortschritte verzeichnen die Zwickauer auch mit ihrer 2018 gelaunchten Bike-Pro-App. Damit können personalisierte Informationen, etwa die Trittfrequenz, abgerufen werden, um die Reichweite des Pendix-Edrive zu optimieren. Nach Herstellerangaben nutzen 3.000 Radler und 430 Firmen die App.

Zuwächse verzeichnete Pendix ebenfalls im Online-shop; wachsende Nachfrage habe es im Vorjahr besonders bei Zubehör und Zusatzakkus gegeben. Die Antriebe würden jedoch weiterhin vorrangig von Fachhändlern verkauft.

Seit Dezember 2019 ist das Unternehmen außerdem in Australien vertreten, für 2020 ist der Markteintritt in Kanada geplant. In Frankreich wird aufgrund der Zusammenarbeit mit Fahrradhersteller United Cruiser eine steigende Nachfrage erwartet.

Ferner wird eine Verlängerungsoption der Garantie angekündigt. Zur nächsten Eurobike könne man zudem auf ein neues Produkt gespannt sein und schon im Frühjahr werde ein Programm zum Akkurecycling vorgestellt, heißt es aus Sachsen.

pendix.de

2019 erfolgreich mit Nachrüstantrieben und Akkus: Pendix.



Personalien



Tim
Bäumer



Jerrit
Müller

Seit Anfang Januar 2020 ist Tim Bäumer (34) als ASM (spezialisierte Außendienstmitarbeiter) bei Hartje zuständig für die Teile- und Zubehörmarken Bollé, Camelbak, Campagnolo, Fizik, Fulcrum, G-Form, Silca, Sonax, die Outdoor-Linie von Anbieter Knog sowie die Teilesparte von 3T aus Italien. Er bereist weite Teile Norddeutschlands vom niedersächsischen Rand Nordrhein-Westfalens über Schleswig-Holstein bis nach Mecklenburg-Vorpommern.

Nach drei Jahren im Außendienst im gleichen Gebiet für Sport Import, wo er für Hövding, Voxom, SRAM und Lezyne zuständig war, arbeitete er an mehreren Standorten von Lucky Bike, unter anderem als Verkaufsleiter in Bielefeld und Düsseldorf sowie als Filialleiter in Essen.

Nach einer Umstrukturierung hat ebenfalls Anfang Januar Jerrit Müller (30) als Außendienstmitarbeiter für die komplette Fahrradsparte sowie Teile und Zubehör den Großraum Hannover von Nils Trumpke übernommen. Jener wechselte in die vertriebliche Leitung der Hartje-Manufakturmarke Contoura. Zudem ist Müller nun im Wolfsburger Raum unterwegs. Der bisher dort verantwortliche Michael Reuter hat dafür die Gebiete Braunschweig und Umgebung von Trumpke übernommen.

Müller absolvierte seine Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann in der Hartje-Zentrale in Hoya und arbeitete dort die letzten vier Jahre im Telefonverkauf.

jb



Thorsten Pelger (l.) und Bernd Kästle.

Bei Magura hat Bernd Kästle die Teamleitung des Global Tech Supports übernommen. Bisher war er sowohl im Produktmanagement als auch im Tech Support tätig. Künftig konzentriert er sich auf die globale technische Unterstützung der OE-Partner.

Zudem verstärkt nun Thorsten Pelger das Team. Er besitzt einen B.A.-Abschluss im Bereich Vertriebsmanagement und verfügt über umfassende Fachhandelserfahrung.

jb

Mark Fohrer (49) ist neuer Vertriebs- und Marketingleiter des deutschen Fahrradträgerexperten Uebler. Er folgt auf Peter Augustin, der das Unternehmen verlassen hat. Fohrer verfügt über mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Vertriebsleitung von technischer Bekleidung. Zuletzt war er über zehn Jahre Vertriebsleiter bei Tao Technical Wear und Joy Sportswear.



jb Mark Fohrer



Bernd Mezger

Sales Manager Deutschland ist seit Januar Christopher Haas (31). Er wird sich hauptsächlich um Großkunden kümmern. Haas war zuletzt für Assos of Switzerland und Grofa Action Sports tätig.

bernd-mezger@ortlieb.com
cha@ortlieb.com

jb Christopher Haas



Rose Bikes will im laufenden Geschäftsjahr erneut mehr Umsatz einfahren, auch mit Neuheiten in allen Radkategorien.

Rose: 2019 zweistelliges Umsatzplus erzielt

Das Bocholter Familienunternehmen Rose Bikes, das rund 80 Prozent seines Umsatzes online generiert, meldet für sein Geschäftsjahr vom 1. November 2018 bis zum 31. Oktober 2019 Rekordumsatzerlöse, die sogar die ohnehin ambitionierten Umsatzziele übertroffen haben sollen.

Über 20 Prozent mehr Umsatz als im davorliegenden Geschäftsjahr konnte die Omnichannel-Marke einfahren, das heißt im Ergebnis 102 Millionen Euro. 96 Millionen Euro hatte man sich zum Ziel gesetzt.

35 Prozent mehr Fahrräder seien verkauft worden, darunter vor allem Gravelbikes. Investitionen flossen in die Optimierung des Webshops und die Übernahme der E-Commerce-Agentur Kommerz im Frühjahr 2019. Insgesamt seien rund 50 Kollegen für die Standorte Bocholt, München und Posthausen eingestellt worden, speziell in den Bereichen Entwicklung, Produktion und Logistik.

Für das laufende Geschäftsjahr (1. November 2019 bis 31. Oktober 2020) wird ein Umsatz von 125 Millionen Euro angepeilt. Dazu soll auch das kürzlich gegründete Joint Venture in der Schweiz beitragen. Die Planung für die kommenden Jahre sieht zehn Stores vor; der Flagship-Store in Meilen am Zürichsee soll im Frühjahr 2020 den Anfang machen. Weiterer Baustein soll der stetige Ausbau der Eigenmarkenprodukte in den Bereichen Bekleidung, Technik und Zubehör sein, die dann über Marktplätze wie Amazon verkauft werden.

www.rosebikes.de

jb