

Fahrradbranche stemmt sich gegen Fachkräftemangel

von bb - Montag, 9. Oktober 2023

https://www.pd-f.de/2023/10/09/fahrradbranche-stemmt-sich-gegen-fachkraeftemangel_18739



Der Fachkräftemangel ist für den deutschen Arbeitsmarkt ein großes Problem. Die Fahrradbranche bildet da keine Ausnahme. Doch Verbände und Hersteller handeln und wollen mit Kampagnen und Ideen (nicht nur) junge Menschen begeistern. Der [pressedienst-fahrrad](https://www.pd-f.de) gibt eine Übersicht.

Die Fahrradbranche bietet weit mehr Job-Möglichkeiten als den klassischen Schrauber im Radladen. Designer:innen, Produktentwickler:innen, Vertriebsmitarbeiter:innen und immer mehr digitale Expert:innen werden gesucht. Eine Übersicht über die unterschiedlichen Berufsfelder bietet die Arbeits- und Fachkräftekampagne [fahrrad-berufe.de](https://www.fahrrad-berufe.de), die vom Verbund Service und Fahrrad (VSF) 2020 ins Leben gerufen wurde. „Sowohl im Handwerk als auch in der Industrie fehlen Fachkräfte. In Zukunft wird das Problem noch größer werden. Deshalb mussten wir reagieren und haben die Kampagne gestartet“, erklärt Uwe Wöll, Geschäftsführer des VSF. Über 80 unterschiedliche Berufe werden auf der Webseite erklärt und so die Vielfalt der Branche aufgezeigt. Die Initiative wird mittlerweile von verschiedenen Herstellern, Fachhändler:innen und weiteren Verbänden unterstützt, benötigt allerdings noch mehr Aufmerksamkeit.

Crowdfunding für mehr Öffentlichkeit

Deshalb startete der VSF am 4. Oktober 2023 eine [Crowdfunding-Initiative](#), um Gelder für weitere Maßnahmen zu sammeln, die das Berufsfeld Fahrradbranche stärker in die Öffentlichkeit bringen. Ziel ist es, das attraktive Arbeitsumfeld bekannter zu machen; gelingen soll das über Social-Media-Kampagnen, Teilnahmen an überregionalen Jobmessen und Marketing in Form von klassischen Werbeanzeigen. Der Verband rechnet mit rund 90.000 Euro an Mehrkosten, die durch die Crowdfunding-Kampagne

getragen werden sollen. „Wir wollen die Kampagne groß machen, wollen für bundesweite Aufmerksamkeit sorgen und garantieren dabei selbstverständlich den gezielten und seriösen Umgang mit den gespendeten Mitteln. Über unsere Aktivitäten zugunsten der Arbeitskräftekampagne werden wir regelmäßig und transparent berichten“, so Wöll.

Erst finden, dann bilden und binden

Mitarbeiter:innen finden ist ein Thema, in den Betrieb integrieren ein weiteres. Um einen erfolgreichen Weg möglichst lange Zeit gemeinsam zu beschreiten, sind neue Kolleg:innen schnell ins Unternehmen und in die Fahrradbranche einzuführen. Das kann im laufenden Betrieb schnell zur Herausforderung werden, was wiederum zu Unzufriedenheit führt. „Die Fahrradbranche tickt in manchen Bereichen anders als beispielsweise die Automobilbranche. Wir vermitteln genau dieses Zusatzwissen, damit die Neueinsteiger:innen auch langfristig Freude in der Branche haben“, erklärt Gunnar Fehlau, u. a. Gründer und Geschäftsführer von bootcamp.bike. Das junge Unternehmen bietet Onboarding-Dienstleistungen an und vermittelt dabei geballtes Wissen aus der Fahrradbranche. „Fahrradberufe bieten ein breites Spektrum für Mitarbeiter:innen unterschiedlicher Qualifikation und Vorkenntnis. Es kommen auch verstärkt Quereinsteiger:innen, die das Thema Fahrrad und Mobilitätswende interessant finden oder Sport und Beruf verbinden wollen und sich engagieren möchten, in die Fahrradwelt“, kann Fehlau aktuell feststellen.

Fahrradfirmen erfolgreich, aber unbekannt

Die Krux für viele Unternehmen ist ihre relative Unbekanntheit. Hersteller wie [Schwalbe](#) oder [SKS Germany](#) gehören seit Jahren zu den Marktführern auf ihren Gebieten. Sie haben ein internationales Vertriebsnetzwerk aufgebaut und gelten als Hidden Champions. Doch das „Hidden“ ist das Problem: Über viele Jahre waren Hersteller, die durch ihre Komponenten am Bau eines Fahrrads beteiligt sind, in ihrer Region als Arbeitgeber relativ uninteressant. Durch den rasant steigenden [E-Bike](#)-Verkauf der letzten Jahre müssen auch Unternehmen im Komponenten- und Zubehörmarkt ihre Kapazitäten erhöhen und sind auf der Suche nach Fachpersonal. Sie stehen dabei in ihren Regionen im direkten Wettbewerb mit Firmen aus anderen Branchen, die über Jahre am Arbeitsmarkt bekannt sind. Jetzt ist Kreativität gefordert, um im Wettbewerb mitzuhalten und die zukunftssträchtige Fahrradbranche als attraktiv darzustellen.

Gesundheitsaktionen für Mitarbeiter:innen

Wie das gehen kann, zeigt das Beispiel von SKS Germany. Das Unternehmen fertigt im sauerländischen Sundern Luftpumpen und Schutzbleche und hat rund 400 Mitarbeiter:innen. Bis zum Jahr 2050 wird für die Region aber ein Bevölkerungsrückgang von 11,4 Prozent erwartet, der Anteil älterer Menschen soll steigen. „Da müssen wir uns etwas einfallen lassen, um neues Personal zu finden“, so Linda Schulte, Marketingmanagerin bei SKS Germany. Das Unternehmen setzt darum einerseits auf einen starken Ausbildungsbereich: Durch direkte Ansprache in Schulen oder bei Berufsmessen werden junge Menschen für unterschiedliche Ausbildungsberufe im Unternehmen begeistert. Die Übernahmewahrscheinlichkeit ist dabei groß. Andererseits wird in den Bereich von Gesundheit und Teambuilding investiert. SKS Germany unterhält ein eigenes Fitnessstudio mit Coach und bietet natürlich Fahrrad-Leasing an. Seit 2022 ist das Outdoor-Zentrum Woohoo am nahe gelegenen Sorpensee Teil des Konzepts. Hier können Mitarbeiter:innen zu vergünstigten Konditionen klettern, Kanu fahren oder Bogen schießen. „Mit diesem Angebot fördern wir die Gesundheit, aber nutzen die Möglichkeiten auch für Team-Maßnahmen und Workshops. Das fördert das Ansehen als attraktiver Arbeitgeber in der Region“, so Schulte.

Verkehrswende im Betrieb fördern

In einer ähnlichen Situation befindet sich der Reifenhersteller Schwalbe mit Sitz im oberbergischen Reichshof. Das Unternehmen freut sich über eine steigende Nachfrage für seine Produkte, ist aber ebenfalls in einer Region mit für die nächsten Jahrzehnte

prognostiziertem Bevölkerungsrückgang ansässig. Als Arbeitgeber mit mehr als Mitarbeitenden muss man frühestmöglich gegensteuern. Ein Weg ist auch hier die Investition in den eigenen Nachwuchs in unterschiedlichen Fachbereichen. Dazu gehören auch Angebote von Werkstudent:innen-Jobs sowie Bachelor- und Masterarbeiten. „Damit haben wir super Erfahrungen gemacht – so hat ein Student unser Recyclingprogramm für Radreifen mit seiner Masterarbeit maßgeblich mit entwickelt“, sagt PR-Manager Steffen Jüngst. Außerdem möchte das Unternehmen seine Mitarbeiter:innen zu mehr Radfahren animieren und sich so als fahrradfreundlicher Arbeitgeber in einer Region zeigen, die durch ihre topographische und ländliche Lage als nicht gerade radfahrfreundlich gilt. Durch unterstütztes Fahrrad-Leasing, barrierefreie Fahrradgaragen, eine eigene Fahrradwerkstatt sowie moderne Sanitärräume wird der Arbeitsweg per Rad unterstützt. „Bei uns dürfen zudem alle Mitarbeitenden, die mit dem Rad kommen, erst einstempeln und dann duschen. Durch mehrere Anreize motivieren wir viele, regelmäßig auf das Auto zu verzichten“, so Jüngst.

Quereinsteiger:innen direkt anwerben

Neben den größeren Herstellern gibt es aber in der Fahrradbranche viele kleine Produzenten, die aufgrund der steigenden Nachfrage expandieren und daher Mitarbeiter:innen in Fachgebieten wie Einkauf, Produktionsplanung oder Produktionsleitung benötigen. Um hier gezielt passendes Personal zu finden, nutzt der Fahrradhersteller [Tout Terrain](#) beispielsweise ein Social-Media-Recruiting-System. „Durch gezielte Kampagnen konnten wir in relativ kurzer Zeit unsere offenen Stellen besetzen. Wir sind mittlerweile auch dazu übergegangen, Fachkräfte aus anderen Branchen anzuwerben“, so Geschäftsführerin Stephanie Römer. Dabei genießt das Unternehmen einen Standortvorteil: Tout Terrain sitzt in Gundelfingen, einer Nachbargemeinde von Freiburg im Breisgau. Die Region ist aktuell bei jungen Menschen und Familien attraktiv, was die Chancen für Unternehmen, an gut ausgebildete Arbeitskräfte zu kommen, steigert.

Junge Leute gezielter ansprechen

Ähnliches gilt für die Region rund um Frankfurt/Main, für die in den nächsten Jahren ein Wirtschaftswachstum erwartet wird. In Kriefel im Main-Taunus-Kreis sitzt der Liegeradhersteller [HP Velotechnik](#). Die Manufaktur baut Zwei- und Dreiräder, die nach den Wünschen der Kunden individuell ausgestattet werden. Das erfordert viel Erfahrung und handwerkliches Geschick. Das Team schaut deshalb bereits frühzeitig, dass Azubis an Schulen geworben werden – z. B. mit Social-Media-Videos – und in ihrer Ausbildung die technischen Kniffe erlernen. „Wir wollen junge Leute ansprechen, indem wir ihnen die technischen Benefits unserer Räder, z. B. bei der Federung, erklären. Viele wissen anfänglich nichts über die Technik, die in den Rädern steckt, erleben aber einen Aha-Effekt, wenn man es ihnen erklärt. Da tun sich für technisch versierte jungen Menschen Chancen auf, die sie zuvor gar nicht auf dem Schirm hatten“, sagt Pressesprecher Alexander Kraft.

Klare Strukturen schaffen

In der Metropolregion um Frankfurt, genauer gesagt in Mühlthal bei Darmstadt, sitzt auch [Riese & Müller](#). Der E-Bike-Produzent hat sich in den letzten Jahren zu einem der angesagtesten Fahrradhersteller in Deutschland entwickelt und legt den Fokus auf High-End-Produkte. Die Marke steht für einen hohen Qualitätsstandard, was auch bei der Mitarbeiter:innen-Suche ein Vorteil ist. Vereinbarkeit von Privatem und Beruf durch guten Austausch mit den Mitarbeiter:innen, geregelte Arbeitszeiten und Homeoffice-Lösungen sind ein Teil der Unternehmensstrategie. Hinzu kommen ein starker Fokus auf nachhaltiges Wirtschaften sowie ein umfangreiches Fortbildungsprogramm durch eine eigene Academy. So bietet Riese & Müller beispielsweise zusammen mit dem VSF eine Nachqualifizierung zum Fahrradmonteur:in für Quereinsteiger:innen an. „In der heutigen Situation muss man als Arbeitgeber attraktiv sein, um Mitarbeiter:innen zu halten und neue zu finden. Das beginnt bereits bei vermeintlichen Kleinigkeiten in Hinblick auf die Arbeitsbedingungen, wie bei hochwertigen Werkzeugen, mit denen die Arbeit Spaß macht, oder bequemer Arbeitskleidung, in der man sich wohl fühlt“, erklärt Christine Hoffmann, Chief People Officer.

Potenzial bei weiblichen Kräften

Bei Riese & Müller war auch schnell klar, das weibliche Fachkräfte ein enormes Potenzial bieten, das in der Fahrradbranche noch nicht genug genutzt wird. „Fahrradfahren ist für Männer und Frauen. Deshalb müssen bei den Herstellern mehr Frauen eingestellt werden, um die weiblichen Bedürfnisse bei der Konzeption zu berücksichtigen. Hier liegt noch sehr viel Potenzial. Wir stellen in unseren Kursen aber fest, dass immer mehr Teilnehmerinnen kommen“, so Branchenexperte Fehlau.

Mehr Infos zur Crowdfunding-Kampagne des VSF: <https://umfrage.vsf.de/index.php/992778?lang=de>

[Express-Bildauswahl \(15 Bilder\)](#)

[Bildauswahl zum Thema \(87 Bilder\)](#)

[Direktdownload Bildauswahl und Artikel \(15 Bilder\)](#)

Passende Themen beim pdf:

[Gegen den Fachkräftemangel in der Fahrradbranche ankämpfen](#)

[Das Fahrrad – Made in Europe](#)

[Fahrradbranche 2022: Zwischen Innovationsvielfalt und Lieferengpässen](#)

[Kinderfahrzeuge aus dem Bergischen Land](#)

[Fahrradland Deutschland?!](#)

Passendes Bildmaterial



