

Zehn Punkte, die den Erfolg von E-Bikes erklären

von bb - Mittwoch, 8. September 2021

https://www.pd-f.de/2021/09/08/zehn-punkte-die-den-erfolg-von-e-bikes-erklaren_16323



Die Elektromobilität ist das dominierende Thema der Verkehrsdebatte – auch auf der IAA Mobility in München. Aber während E-Autos erst langsam in Schwung kommen, rollen E-Bikes schon seit einigen Jahren erfolgreich durch Deutschland. Der Erfolg kam aber nicht von heute auf morgen, sondern war ein Prozess über viele Jahre. Diverse Fragen, die aktuell beim E-Auto diskutiert werden, hat das [E-Bike](#) bereits überzeugend beantwortet. Der [pressedienst-fahrrad](#) gibt einen Überblick über die Entwicklung des E-Bikes und zeigt, welche wichtigen Faktoren den Erfolg begünstigt haben.

1) Pionierarbeit

Der E-Bike-Trend begann nicht bei den Marktführern, sondern in der Nische. Als Pionier in Europa gilt der schweizerische E-Bike-Hersteller [Flyer](#). Das Unternehmen begann bereits in den 1990er-Jahren mit der Produktion von Elektrorädern. Der Erfolg stellte sich allerdings erst viel später ein und war mit viel harter Arbeit verbunden. Bis dahin hatte das Unternehmen auch mit Rückschlägen zu kämpfen. Firmen wie [Riese & Müller](#) oder [Haibike](#) setzten ebenfalls sehr früh stark auf die E-Bike-Karte, während andere Hersteller noch warteten. Der Mut wurde belohnt: Heute gehören alle drei Marken zu den führenden Herstellern im High-End-Bereich und warten immer wieder mit Innovationen auf. Hinzu kamen auch Anregungen von außerhalb der Fahrradbranche: Firmen wie [Brose](#), Bosch, Yamaha oder Panasonic erkannten den Trend und brachten Antriebssysteme auf den Markt, welche die Fahrradbranche selbst nicht hervorbringen konnte. So haben E-Bikes neue Partner auf den Fahrradmarkt gebracht, die heute marktführend sind. Die Mischung aus Eigeninitiative, Mut und Input von außen war für den erfolgreichen Werdegang unerlässlich.

2) Imagewandel zum Prestigeobjekt

„E-Bikes sind doch nur etwas für alte Leute“ – unter diesem Vorurteil hatten E-Bikes lange zu leiden. Doch mittlerweile ist das Image des „Rentner:inrades“ abgelegt. Die Zielgruppe wird immer jünger; auch junge Erwachsene steigen gerne auf E-Bikes. Ein wichtiger Faktor dabei: sportliche Modelle, die auf eine dynamischere Zielgruppe abgestimmt sind. E-Mountainbikes sind ein wichtiges Thema; auch sogenannte SUV-Bikes, also Stadt- und Trekkingräder mit [Mountainbike](#)-Reifen und -Federung sowie Alltagsausstattung mit Licht, Gepäckträger und Schutzblechen, erfreuen sich gerade bei sportiven Pendler:innen einer wachsenden Beliebtheit. Aus dem einstigen Reha-Mobil ist mittlerweile ein Prestigeobjekt geworden. Ein Fahrradhändler meinte einmal scherzhaft: „Man schaut am Gartenzaun nicht mehr, was der Nachbar für ein neues Auto hat, sondern welches E-Bike er fährt.“ Mit immer neuen und technisch ausgefeilteren Modellen liefert die Branche neue Kaufanreize. Und die Kund:innen sind bereit, dafür zu zahlen. Für ein E-Bike werden im Durchschnitt um die 3.000 Euro ausgegeben. Hinzu kommt noch eine erhebliche Gruppendynamik: Kauft jemand aus dem Freundeskreis ein E-Bike, ziehen die anderen bald nach. Ad acta gelegt ist so das Image des Armutsvehikels, das dem klassischen Fahrrad lange anhaftete. Das Gegenteil ist heute der Fall.

3) Megatrend Ökologie

Der Imagewandel ist auch ein Teil der gesellschaftlichen Debatte: E-Bikes sind als klimafreundliche Verkehrslösung akzeptiert. Anstelle des Autos nutzt man für Kurzstrecken das E-Bike. Dank Motorunterstützung kommen selbst Berufspendler:innen nach längeren Strecken nicht mehr verschwitzt im Büro an. Wer Rad fährt, gilt als dynamisch und progressiv, nicht zuletzt wegen der guten Umweltbilanz. Und durch die seit 2012 geltende gesetzliche Möglichkeit, die Räder als Dienstfahrrad über die Firma zu leasen und so bei der Anschaffung Geld zu sparen, ist die Nachfrage zusätzlich gestiegen. Leasing rentiert sich gerade bei hochwertigen Modellen, weshalb E-Bikes prädestiniert dafür sind. Dazu wird seit einigen Jahren bereits an einem Kreislaufsystem für E-Bike-Akkus gearbeitet, um Ressourcen einzusparen.

4) Wirtschaftsfaktor

Ob als treibende Kraft für Tourismusregionen oder als lukrative Arbeitgeber – die Fahrradbranche etabliert sich auch dank des E-Bikes als ein stark wachsender Wirtschaftssektor. Rund 17 Milliarden Umsatz wurden 2020 im Fahrradhandel und Fahrradtourismus erwirtschaftet – Tendenz steigend. Das weckt Begehrlichkeiten auch aus anderen Industrien oder bei Investoren. Dieses Geld kann wiederum für neue Entwicklungen, Verbesserungen der Liefersituation und neue Arbeitsplätze genutzt werden.

5) Angebotsvielfalt

Ein wichtiger Punkt für den Erfolg: Es gibt ein großes Angebot an E-Bikes – und das ist auch sichtbar im stationären Handel. Gab es vor ein paar Jahren nur vereinzelte Modelle in den Shops zu sehen, machen sie mittlerweile bei vielen Händler:innen rund 50 Prozent der Ausstellungsfläche aus – es gibt sogar reine E-Bike-Shops. Die breite Präsenz bringt dann auch eine wachsende Nachfrage mit sich. Zudem werden nicht nur teure Modelle präsentiert, sondern auch Räder für den Massenmarkt produziert. Die technischen Entwicklungen sind soweit ausgereift, dass auch günstigere Modelle im Einsteigerbereich um die 2.000 Euro sich gut verkaufen lassen. Auch ein Markt zum Verkauf von gebrauchten E-Bikes etabliert sich aktuell langsam. Hinzu kommt ein abgestimmtes Angebot im Zubehörmarkt. Rucksäcke und Taschen mit einem integrierten Fach für einen Ersatz-Akku oder ein Ladegerät, Neopren-Schutzhüllen als Kälteschutz im Winter oder spezielle E-Bike-Helme: Für viele Anwendungen gibt es auch das passende E-Bike-spezifische Zubehör.

6) Antrieb für alle(s)

Damit einhergehend ist auch der Markt an unterschiedlichen Motoren stetig gewachsen. Der E-Antrieb beschränkt sich nicht nur auf City- oder Tourenräder, so wie es zu Anfang der Fall war. Längst haben die Motoren in alle Radgattungen Einzug gehalten und powern [Lastenräder](#), Mountainbikes, Gravel- und [Rennräder](#). Leistungsstarke Mittelmotoren mit einem maximalen Drehmoment von 90 Newtonmetern und mehr unterstützen Cargo-Bikes oder E-MTBs unter voller Last beziehungsweise im steilen Gelände. City-Fahrer:innen setzen hingegen auf ein harmonisches, Akku-schonendes Fahrverhalten und kommen mit weniger leistungsstarken Motoren zurecht. Bei Rennrädern und Gravel-Bikes wählen Hersteller auch Nabenmotoren im Hinterrad. Sie arbeiten lautlos, bieten eine direkte Kraftübertragung – und sind besonders wartungsarm. Diese Vielfalt zeigt sich auch bei den Anbietern: Während mancher Motor viel Power bringt und das Fahrrad eher zum Motorrad macht, setzen andere Anbieter wiederum auf ein Fahrgefühl eines Fahrrades. So bekommen Nutzer:innen das passend abgestimmte E-Bike.

7) Netzwerkausbau

Allerdings mussten auch viele Händler:innen erst einmal vom E-Bike-Trend überzeugt werden, bevor sie sich dem Thema öffneten. Das war auch mit viel Arbeit der bereits genannten Pioniere verbunden. Zwar gelten E-Bikes im Fahrradhandel heute als Umsatzbringer, bedeuten jedoch aufgrund der Vielfalt auch einen höheren Beratungsaufwand – nicht nur zur Freude vieler Händler:innen. Das ausgebaute Händler:innennetzwerk ist allerdings noch in einem weiteren Punkt wichtig: dem Service. Wartungsintervalle, Software-Updates, Fehler auslesen: Auf die Händlerschaft kamen einige neue Aufgaben zu, gegen die sie sich anfänglich teilweise stark wehrte. Bis ein funktionierendes, flächendeckendes Service- und Verkaufsnetzwerk stand, dauerte es mehrere Jahre – und bedurfte einiger Durchhaltekraft und Energie. Das Personal musste erst einmal aus- und weitergebildet werden. Das war ein hoher Aufwand, den die Fahrrad- und Antriebshersteller übernommen haben.

8) Technischer Fortschritt

Lange Zeit hielt sich das Vorurteil gegenüber E-Bikes, dass die Reichweite des Akkus eingeschränkt sei und somit keine langen Touren ermöglicht werden. Dabei wurde ignoriert: Ein E-Bike lässt sich ohne Akku-Unterstützung immer noch gut fahren und bei den meisten Touren wird die maximale Akku-Leistung gar nicht benötigt. Die Reichweitendiskussion gehört mittlerweile der Vergangenheit an: Neue Akku-Größen mit bis zu 750 Wattstunden ermöglichen je nach Fahrweise Streckenlängen bis über 100 Kilometer. Auch Lösungen mit Doppel-Akkus gibt es. Die Elektrounterstützung brachte der Fahrradbranche zudem neue technische Möglichkeiten. Das sind Formen der Digitalisierung, indem Smartphones beispielsweise als Display für E-Bike-Systeme genutzt werden können. Diebstahlverfolgung per GPS, Service-Termine am Display oder Software-Updates über eine App – vieles ist heute möglich. Und nicht nur die E-Bike-Hersteller, auch die Komponentenanbieter gehen die Entwicklung mit: Fernlicht, Kurvenlicht, ABS, Riemenantrieb, Getriebebeschaltung – viele Ideen auch aus dem Automobilbereich wurden auf das E-Bike übertragen, was zum Erfolg beiträgt.

9) Ladeinfrastruktur

Eine öffentliche E-Bike-Ladeinfrastruktur gibt es zwar in vielen Tourismusregionen und an öffentlichen Plätzen in Großstädten. Aber groß ausgebaut ist diese nicht, denn E-Bikes genießen einen großen Vorteil gegenüber E-Autos: Für das Laden im Alltag ist die [Infrastruktur](#) bereits gegeben, denn die Ladegeräte passen an jede herkömmliche Steckdose. Auf diesem Wege können die Akkus zuhause, in der Garage oder am Arbeitsplatz problemlos geladen werden. Übrigens: Um Mobilität auch ohne Ladezeiten zu garantieren, versuchte sich die Fahrradbranche bereits vor Jahren an einer Lösung mit einem Wechsel-Akku-System, wie es aktuell für die Automobilbranche diskutiert wird. Der Ansatz war allerdings aus diversen Gründen nicht rentabel.

10) Erlebnis

Über allem steht die Freude am Fahren: Der große Vorteil des E-Bikes ist, dass die Räder auch in der Freizeit genutzt werden können. Für viele ist gerade der Urlaub oder die Wochenendtour der Einstieg in die Elektromobilität. Hier hat man Zeit, etwas Neues auszuprobieren und nutzt die Räder auch einmal für Touren, die man sonst nicht gemacht hätte, z. B. in den Bergen. Schnell ist klar: Das möchte man dann auch zuhause erleben. Und dann stellt man fest, Radfahren ist nicht nur etwas fürs Wochenende, sondern E-Bikes sind auch praktisch im Alltag. Auf immer mehr Messen und Veranstaltungen erfahren die Räder zudem ein hohes Interesse – sowohl bei den Besucher:innen als auch medial, was die Nachfrage zusätzlich fördert.

Thomas Geisler – pressedienst-fahrrad

[Direktdownload Bildauswahl und Artikel](#) (10 Bilder)

[Express-Bildauswahl](#) (10 Bilder)

[Erweiterte Bildauswahl zum Thema](#) (32 Bilder)

Passende Themen beim pd?f:

[Mobilitätswende in der Diskussion](#)

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

[Mobilitätswende in der Diskussion](#)

[Marktübersicht Lastenrad](#)

[Einkaufen mit dem Fahrrad](#)

[Das Erfolgsgeheimnis des E?Bikes](#)

Passendes Bildmaterial

