

Dynamische Märkte erfordern dynamische Messen

von bb - Mittwoch, 26. April 2017

<https://www.pd-f.de/2017/04/26/dynamische-maerkte-erfordern-dynamische-messen/>



Beginn Originaltext:

XXXXXX

Fahrradmarkt im Wandel – Eurobike als globale Leitmesse der Branche zeigt, wohin die Reise geht

Friedrichshafen – Leitmessen zeichnen sich dadurch aus, dass sie Entwicklungen einer Branche antizipieren. Seit 25 Jahren ist die Eurobike Trend-Barometer, Neuheiten-Schau und Seismograf der Fahrrad-Welt von Morgen. Von den frühen Entwicklungen der [Mountainbike](#)-Kategorie bis hin zur Mobilitätslösung 4.0 zeigt die Eurobike seit 1991, welche Produkte, Themen und Marktveränderungen für die Branche zukünftig relevant sein werden.

Digitalisierung, Connectivity, Urbanisierung, Ökologie, Gesundheit und Mobilität sind gesellschaftliche Mega-Trends der Zukunft und entsprechend groß ist deren Einfluss auch auf die Fahrradbranche. „Vor 20 Jahren konnte man auf der Eurobike sehen, wohin die Entwicklung des Mountainbikes einmal gehen wird; im letzten Jahrzehnt, welches Potenzial im elektrifizierten Fahrrad steckt. Auf der Eurobike 2017 zündet die nächste Stufe in einem hochdynamischen globalen Fahrrad-Markt“, kündigt Klaus Wellmann, Geschäftsführer der Messe Friedrichshafen an. Eurobike-Bereichsleiter Stefan Reisinger ergänzt: „Langjährig etablierte Hersteller verlieren an Relevanz, gleichzeitig drängen neue Player in einen Markt, der seine Dynamik zunehmend um Produkte und Dienstleistungen rund um E-Mobility-Themen entfaltet. Gerade in den Bereichen Antrieb, Energie-Versorgung, Connectivity kommen neue und starke Player ins Spiel. Gleichzeitig sorgt die Digitalisierung für ein verändertes Konsumverhalten mit schier unbegrenzten Informationsmöglichkeiten und 24/7-Verfügbarkeiten. Das herkömmliche Fahrrad

Seite 1/5

Abdruck frei | Beleg erwünscht | Download unter www.pd-f.de

»»»» pressedienst-fahrrad GmbH »»»

ortelsburger straße 7 37083 göttingen

t +49.551.9003377-0 f +49.551.9003377-11 m +49.171.4155331

gf@pd-f.de

www.pd-f.de

büßt Marktanteile ein, ob wir das nun gut heißen oder nicht, aber die Zukunft gehört vor allem dem [E-Bike](#). Diese Veränderung, weg vom reinrassigen Renn- und Wettkampfrad hin zum E-Performance und Mobilitäts-Bike, ist für alle Akteure – egal ob OEM/Komponenten-Hersteller, Fahrrad-Marke, Importeur oder Fachhändler – große Chance und Risiko zugleich.“

Seitdem die Eurobike vor über 25 Jahren das erste Mal ihre Tore öffnete, hat sich die Welt verändert. Die Eurobike ist Gradmesser für die Geschwindigkeit, mit der sich der Fahrradmarkt verändert – vor 20 Jahren hat sich kaum ein Trekking-Rad-Hersteller auf die Eurobike verirrt, vor 10 Jahren wurden die ersten E-Bikes am Bodensee „belächelt“ und heute wird in der Branche darüber diskutiert, warum die Marke X oder Y nicht (mehr) in Friedrichshafen ausstellt. Das Internet, damals zur Eurobike-Premiere allenfalls in Forscherkreisen bekannt, prägt inzwischen ganz wesentlich die Art und Weise, wie Menschen kommunizieren und Geschäfte abwickeln. Auch die Marktstrukturen der Fahrradbranche haben sich seitdem auf vielfältige Weise verändert: Fahrräder waren 1991 auf der ersten Eurobike vor allem beliebte Sport- und Freizeitgeräte. In den vergangenen 10 Jahren hat – ausgehend von der Eurobike – der Siegeszug des E-Bikes/Pedelecs für eine rasante Entwicklung im Fahrradmarkt gesorgt. Diese Popularität von Mountainbikes, Rennrädern und Co ist seitdem zwar ungebrochen, darüber hinaus ist das Fahrrad längst aber auch ein Verkehrsmittel, dessen Beitrag zur Lösung von Verkehrs- und Klimaproblemen von Politik und Gesellschaft anerkannt und gefördert wird. Dazu hat auch der Siegeszug der E-Bike-Technologie beigetragen. Das Fahrrad ist zum Fahrzeug geworden.

Gleichzeitig haben sich die Marktstrukturen verändert: Den Fahrradmarkt kennzeichnet zwar immer noch eine kleinteilige Anbieter- und Händlerlandschaft, auch ist der Anteil des stationären Fachhandels am Fahrradabsatz in Deutschland unverändert auf sehr hohem Niveau. Bei genauerer Betrachtung stellt man jedoch fest, dass unter den Fahrradherstellern heute wesentlich mehr Unternehmen mit internationalen Konzernstrukturen zu finden sind. Auch im Fahrradhandel hat insbesondere seit der Jahrtausendwende ein Konzentrationsprozess stattgefunden. Dafür erwirtschaftet der typische Fahrradladen in Deutschland heute auf einer größeren Verkaufsfläche wesentlich höhere Umsätze als noch vor zehn oder 25 Jahren.

Mit diesen Entwicklungen hat sich auch das Marktumfeld für die Branchen-Fachmesse Eurobike verändert. Nach Einschätzung vieler Marktteilnehmer hat die Eurobike als international wichtigster Termin der Branche unverändert eine hohe Relevanz für den Fahrradmarkt. Doch die Aufgaben der Messe sind vor dem Hintergrund des Wandels im Fahrradmarkt vielfältiger geworden. Das früher recht überschaubare Beziehungsgeflecht einer Fachmesse, das sich einfach als „Aussteller trifft Handel und Presse“ beschreiben ließ, ist deutlich komplexer geworden.

Größer, komplexer, professioneller

Der Hamburger Fahrradhersteller [Stevens](#) ist bereits seit der ersten Stunde ein Aussteller auf der Eurobike. Volker Dohrmann, verantwortlich für Produkt- und Brand-Management bei Stevens, hat den Wandel der Messe miterlebt: „Alles auf der Messe ist größer, komplexer, professioneller, ausgereifter, gestylter. Aber auch die Beziehungen zu neuen Personengruppen und Kommunikatoren haben sich vertieft und ausdifferenziert. Verbände, Politiker, neue Medien, Web- und Echtzeitberichterstattung, neue Fahrzeugklassen mit Motor und eine gewachsene Abhängigkeit der Branche von diesem an sich äußerst positiven Elektro-Trend bereichern die Szene. Es gibt neue Zielgruppen und ein gewachsenes, gereiftes Image des Fahrrads.“

Als Anbieter im Fahrradmarkt noch relativ jung ist hingegen die Robert Bosch GmbH, die sich mit ihren E-Bike-Antrieben seit der Markteinführung 2010 bereits zum Marktführer in diesem Segment aufgeschwungen hat. Auch ohne jahrzehntelange Tradition als Eurobike-Aussteller weiß man in der E-Bike-Sparte des Elektronikkonzerns um den Wert der Fachmesse am Bodensee: „Für Bosch eBike Systems ist die Eurobike nach wie vor der wichtigste Branchentreffpunkt im Jahr und eine ideale Plattform, um auf Produktneuheiten aufmerksam zu machen. Im Vordergrund stehen für uns dabei der persönliche Kontakt, Netzwerken und

Stammkundenpflege. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, muss sich auch die Eurobike weiter aktiv mit den Hauptakteuren der Branche austauschen und die spezifischen Bedürfnisse berücksichtigen. Wir sind überzeugt, so wird die Eurobike auch weiterhin ihren Stellenwert als internationale Leitmesse der Fahrradbranche beibehalten“, sagt Tamara Winograd, die bei Bosch Marketing und Kommunikation der E-Bike-Sparte lenkt.

Mehr als eine Ordermesse

Ein Punkt, der in Diskussionen mit Marktteilnehmern über die Zukunft und Funktion von Fachmessen im Allgemeinen und der Eurobike im Besonderen häufig im Vordergrund steht, ist die Order-Tätigkeit von Händlern auf Messen. Dass dieser Punkt vor allem bei Gesprächen mit Ausstellern oft kontrovers diskutiert wird, kommt nicht von ungefähr, schließlich ist ein voller Orderblock nach drei oder vier Messtagen die einfachste und schnellste Form der Kosten-Nutzen-Rechnung für Aussteller.

Doch dass Fahrradhändler wichtige Sortimentsentscheidungen direkt am Eurobike-Messestand fällen, ist heutzutage eher die Ausnahme. Das mag einerseits mit den veränderten Orderzyklen der Branche begründet sein, vor allem aber auch mit der finanziellen Tragweite, die der Einkauf in vielen Fahrradläden inzwischen besitzt. Wer als Händler jährlich ein siebenstelliges Ordervolumen bewegt, trifft die entsprechenden Einkaufsentscheidungen nicht ohne sorgfältige Sortimentsplanung.

Fachmessen haben dennoch für den Einkauf von Fahrradhändlern nach wie vor eine große Bedeutung. Das sagt zumindest Dirk Sexauer, als Geschäftsführer unter anderem verantwortlich für das Marketing beim Branchen-Verbund VSF: „Das Orderverhalten von Händlern auf Messen ist sehr differenziert, dennoch spielt der Messebesuch für die Einkaufsentscheidungen weiter eine große Rolle. Die Teilnahme an Fachmessen ist für Händler der beste Weg, ein Gefühl für Trends im Markt zu bekommen und um festzustellen, ob die vorhandenen Marken im Sortiment weiterhin wettbewerbsfähig sind.“

Ganz ähnlich sieht das Hans Holzinger, Deutschland-Geschäftsführer von Bike-Anbieter Scott: „Die Eurobike war für uns eigentlich nie eine Messe, auf der die unmittelbare Order im Vordergrund stand. Vielmehr geht es uns darum, unseren vorhandenen und potenziellen neuen Handelspartnern darzustellen, wie wir uns als Marke verstehen.“ Gerade auch vor dem Hintergrund einer zunehmend digital geprägten Welt gewinnen Fachmessen aus Sicht des Scott-Managers zusätzlich an Bedeutung. „Die neuen Kommunikationsformen machen im Geschäftsleben vieles einfacher. Je digitaler die Kommunikation wird, desto wichtiger finde ich jedoch, dass es Plätze gibt, an denen die Branche tatsächlich zusammenkommt. Das ist für uns ganz klar die Eurobike. Hier treffen wir alle für uns wichtigen Akteure im Markt.“ Die Entscheidung mancher Marktteilnehmer, nicht mehr an Fachmessen als Aussteller teilzunehmen, sondern nur noch auf eigene Hausmessen und Events zu setzen, findet Holzinger vor diesem Hintergrund „kurzsichtig“.

Zukunft der Leitmesse

„In einem dynamischen Markt wie der Fahrradbranche ist die Bedeutung als Leitveranstaltung der Branche kein Status, auf dem man sich ausruhen könnte“, sagt Stefan Reisinger, als Geschäftsbereichsleiter bei der Messe Friedrichshafen verantwortlich unter anderem für die Eurobike. In der Geschichte der Eurobike war es immer ein wichtiger Erfolgsfaktor, dass die Macher der Messe ihr Ohr nahe am Markt und den Bedürfnissen der Marktteilnehmer haben. In diesem Licht ist auch die Entscheidung der Messe Friedrichshafen zu sehen, die Eurobike ab 2018 schon im Juli als reine B2B-Messe stattfinden zu lassen. „Das war eine Entscheidung, die wir nicht leichtfertig getroffen haben“, erklärt Reisinger.

Dass das neue Eurobike-Konzept nicht nur auf Zustimmung stößt, ist dabei nur naheliegend. Zu verschieden sind die jeweiligen Interessen und Perspektiven von Herstellern, Marken, Handel und Medien, aber auch aus Perspektive unterschiedlicher geografischer Herkunft der Akteure oder hinsichtlich der schieren Größe des jeweiligen Geschäftsbetriebes. Auch vorherige

Entwicklungen der Eurobike vom reinen Mountainbike-Event hin zur Business-Messe oder zuletzt die Fokussierung auf das E-Bike waren in der Branche oftmals heiß diskutiert, stellten sich heute aber rückblickend als richtig, weitsichtig und wegweisend dar. Die Tatsache, dass die Digitalisierung und die damit einhergehende Veränderung des Informationsverhaltens auch vor der Fahrradbranche nicht Halt macht und die Eurobike im Wettbewerb um „Relevanz“ steht, untermauern die Notwendigkeit einer strategischen Weiterentwicklung.

Dem pflichtet auch Stevens-Frontmann Volker Dohrmann bei: „Der grundlegende Wandel für uns zeigt sich in der aktuellen Einbettung der Messe in die Informationslandschaft. Früher hatte die Eurobike in dieser Beziehung ein Quasi-Monopol – man reiste an den Bodensee, um die Neuheiten zu sehen. Heute steht die Eurobike im Wettbewerb mit Hersteller-Previews und -Hausmessen. Alles ist früher, schneller, aktiver, kommunikativer. Von daher ist es konsequent, die Messe in den Juli zu legen, um wieder einen Vorsprung herauszuarbeiten. Sicher ist dieser Schritt nach vorne und der Verzicht auf die Publikumstage für die Eurobike nicht ohne Risiko. Die Messe gibt jedoch mit dem frühen Termin den Lieferanten wieder einen Teil der Funktion der Ur-Eurobike zurück: die Erstveröffentlichung der neuen Kollektion und der diesbezügliche Austausch mit den Handelspartnern zur Saisonplanung.“

Die Eurobike 2017 ist von 30. August bis 2. September jeweils von 9 bis 18 Uhr geöffnet. An den Business Days von Mittwoch bis Freitag ist die Messe nur für Fachbesucher und akkreditierte Journalisten zugänglich. Weitere Informationen unter: www.eurobike-show.de.

XXXXXX

Ende Originaltext

[Bildauswahl zum Thema \(27 Bilder\)](#)

Passende Themen beim pd-f:

[Immer weiter, immer breiter: Sieger der Saison 2017 \(Fahrrad\)](#)

[Termine der Saison 2017: Wichtige Events rund um das Fahrrad](#)

[200 Jahre Fahrrad: Karl Drais – der Beschleuniger des Individualverkehrs](#)

[Experten-Tipps von der Eurobike 2016](#)

[Infrastruktur: „Einfach nur ein paar Radwege helfen nicht weiter“](#)

[200 Jahre Fahrrad: Radinfrastruktur hängt in Deutschland hinterher](#)

[E-Bikes 2017 – Strom von urban bis alpin](#)

[Eurobike – Fahrrad-Innovationen für mehr Sicherheit im Verkehr 2017](#)

Passendes Bildmaterial