

## Kommentar: Das gewonnene Vertrauen nicht verspielen - Lieferengpässe minimieren und moderieren!

von bb - Donnerstag, 10. Dezember 2020

[https://www.pd-f.de/2020/12/10/kommentar-das-gewonnene-vertrauen-nicht-verspielen-lieferengpasse-minimieren-und-moderieren\\_15454](https://www.pd-f.de/2020/12/10/kommentar-das-gewonnene-vertrauen-nicht-verspielen-lieferengpasse-minimieren-und-moderieren_15454)



Das Fahrrad ist ein Gewinner der Corona-Krise. Die Verkaufs- und Nutzungszahlen übersteigen jede Erwartung. Wer 2020 Flussradweg oder Stadtwald beradelte, konnte subjektiv erleben, was die Zahlen von **ZIV** und die Aussagen von Branchenvertretern unisono belegten: Das Fahrrad ist in einer breiten Öffentlichkeit angekommen. Damit das im nächsten Jahr so bleibt, muss auch die Fahrradbranche einiges tun, so pd-f-Redakteur Arne Bischoff.

### Bestandskunden schützen

Bereits im Sommer mischten sich erste Misstöne in die Erfolgsgeschichte. Viele Händler und Hersteller waren ausverkauft, während die Kunden Schlange standen. Hersteller und Großhändler rechnen inzwischen mit Zeiträumen von bis zu 14 Monaten zwischen der Bestellung ihrer Ware beim Lieferanten und der tatsächlichen Lieferung. Das macht es ihnen faktisch unmöglich, flexibel auf Nachfragespitzen zu reagieren. Wo Lieferzeiten für Neukunden ein verkraftbares Ärgernis sind – schließlich warten sie auf Neu-Pkw oder Unterhaltungselektronik wie die Playstation 5 oft auch mehrere Monate – sind sie für Bestandskunden eine echte Nutzungseinschränkung: Etwa, wenn wichtige Ersatzteile nicht verfügbar sind, oder kleine Werkstätten wegen ihrer geringen Abnahmemengen die rote Laterne in der Lieferkette haben.

### Nachfrage legt weltweit zu

Wirklich viel kann die Fahrradbranche allerdings nicht tun – die Fertigungskapazitäten sind begrenzt. Sowohl daheim in

Deutschland als auch im fernen Ostasien, wo ein Großteil der Rahmen und Komponenten hergestellt werden. Ein Kapazitätswachstum analog zur Nachfragesteigerung ist ad-hoc nicht umsetzbar und möglicherweise auch nicht ratsam. Zwar steigt die Nachfrage weltweit, was die Lieferengpässe noch befeuert, aber niemand weiß, ob es ein Strohfeuer ist und sich der Fahrradmarkt auf Vor-Pandemie-Niveau konsolidieren wird, oder das Wachstum ungebrochen weiter geht.

Dabei ist es fast tragisch, dass in dem Moment, wo Millionen Menschen das Fahrrad als Verkehrsmittel neu- oder wiederentdecken, die Branche nicht im selben Maße liefern kann. Die Fahrradindustrie wäre jedenfalls nicht die erste, deren Kunden sich nach anfänglicher Euphorie umso enttäuschter von der neuen Liebe abwenden. Gerade als Hoffnungsträger der Alltagsmobilität muss sich das Fahrrad auch im Service und der Long-Time-Customer-Experience an der Professionalität der Automobilbranche messen lassen. Niemand sollte sich sicher sein, dass Neu-E-Biker in zwölf Monaten nicht wieder zurück aufs Auto wechseln – auch wenn das ein ökologisches und stadtpolitisches Desaster wäre.

### Transparente Lieferangaben schaffen

Umso wichtiger ist eine offene, zugewandte und lösungsorientierte Kommunikation. Was wir brauchen, sind transparente und verlässliche Lieferzeitangaben anstatt ständiger Verschiebungen. Die Industrie ist gefordert, mit dem Handel Lösungen zu finden, damit nicht nur Neuräder gebaut, sondern auch Bestandsräder gewartet werden können. Und im Zweifel sollte die Branche analog zum Autohaus auch zu Mobilitätsgarantien oder Ersatzrädern greifen, um ihre Kunden in Bewegung zu halten. Nicht zuletzt, weil manche [E-Bike](#)-Hersteller Preisniveaus erreichen, die auch im Gebrauchtwagenhandel üblich sind – besonders wenn eine ganze Familie mit Rädern versorgt werden will. Hohe Preise wecken hohe Erwartungen.

Die neue Situation ist aber auch eine Chance. Wer auch in schwierigen Zeiten ein verlässlicher Partner ist, gewinnt langfristig Vertrauen. Dann klappt es auch mit der Verkehrswende.

Arne Bischoff

[Express-Bildauswahl \(6 Bilder\)](#)

[Erweiterte Bildauswahl zum Thema \(21 Bilder\)](#)

### Passende Themen beim pd?f:

[Liefersituation bei Fahrradzubehör: „Die Glaskugel ist beschlagen“](#)

[Mega-Aufgabe Verkehrswende](#)

[Fahrrad 2021: Viele Fragezeichen, aber noch mehr Potenzial](#)

[Mehrwertsteuersenkung: Wer profitiert beim Fahrradkauf?](#)

[Das Fahrrad boomt – und nun?](#)

### Passendes Bildmaterial

