

12./13.05.2012

# Mehr Flächen für Drahtesel

Das Geschäft mit Fahrrädern verändert sich. Heute suchen Händler zentral gelegene Immobilien mit viel Platz, damit der Kauf zum Erlebnis werden kann. **VON SUSANNE TRÖSSER**



Kaufreiz vor dem Geschäft: Fahrradhändler präsentieren ihre Ware vor dem Laden.

RAUFELD/GERD METZNER

Der Fahrradhandel befindet sich im Umbruch: Neben inhabergeführten Geschäften gibt es Großunternehmen, die bundesweit expandieren, Eigenmarken vertreiben und immer mehr Umsatzeanteile erzielen. Auch Hersteller eröffnen eigene Läden und umgehen den Groß- und Einzelhandel. Insgesamt stieg der Fahrradbestand leicht um zwei Millionen auf 70 Millionen Räder, so belegen Zahlen des Zweirad-Industrieverbandes (ZIV).

Lebensmitteldiscounter und Baumärkte scheinen sich aus dem Geschäft zurückziehen: Ihr Anteil sank seit 2007 von 34 auf 23 Prozent, während der Fachhandel seinen von 59 auf 69 Prozent ausbaute. Der Internethandel nimmt der Branche vor allem beim Zusatzgeschäft mit Bekleidung, Helmen und Taschen zusehends Umsatz weg. Im Kerngeschäft, dem Fahrradverkauf, stieg der Online- und Versandhandelsanteil zwi-

schen 2007 und 2011 lediglich von sechs auf acht Prozent. „Diese Quote wird in den nächsten Jahren auf maximal 15 Prozent steigen. Aber da die Kunden Beratung wünschen, die Räder montiert und auf ihre Körpergröße eingestellt haben wollen und Probe fahren möchten, wird der Hauptumsatz weiterhin über den stationären Handel laufen“, sagt Andreas Lübeck, der sich mit seiner Unternehmensberatung Lübeck & Blume auf die Fahrradbranche spezialisiert hat.

## Flächenbedarf der Händler steigt

Entsprechend geht, wie in anderen Branchen, der Trend zur Großfläche mit mindestens 800 Quadratmetern Verkaufsfläche, vereinzelt sogar auf bis zu 5 000 Quadratmeter. Und das wird sich zukünftig noch steigern: Seit 2007 wuchs deren Anteil an E-Bikes laut ZIV von 1,5 auf 8 Prozent. Die Räder mit elektrischer Tret-

unterstützung erschließen neue Kundengruppen wie ältere Menschen. Andreas Lübeck ist überzeugt, dass es bald jedes Radmodell einmal in einer Tret- und einmal in einer E-Bike-Variante gibt. Die Folge: Der Handel braucht noch mehr Fläche und hat einen höheren Kapitalbedarf.

Während in Touristenregionen wie am Bodensee das Zweiradgeschäft ein saisonales ist, verkaufen und reparieren die Händler in Groß- und Universitätsstädten auch im Winter Räder. Überhaupt sei die Werkstatt bei vielen Händlern zu wenig professionell geführt, meint Lübeck. Gerade in Städten mit viel Radverkehr könnten Läden mit Werkstatt punkten, wenn ihr Geschäft beispielsweise an Fahrradstraßen wie den Kölner Ringen liegt.

Laut Andreas Lübeck wollen viele Händler ihre Läden vergrößern. Mehr Drahtesel im Verkaufsraum bedeute immer mehr Um-

satz, so der Branchenexperte. Zudem gibt es lokale Händler, die immer mehr Filialen in ihrer Region eröffnen, daneben erste Unternehmen, die bundesweit expandieren. Diese besetzen Flächen mit mehreren Tausend Quadratmetern, denen auch inhabergeführte Läden etwas entgegenhalten müssen.

## Nebenflächen werden wichtiger

Bedeutend sind für die Händler Nebenflächen wie Lager, Garagen und Keller mit günstigeren Mieten, in denen sie zusätzliche Velos vorhalten können. So ließe sich der Umsatz von durchschnittlich 1 500 Euro pro Quadratmeter Verkaufsfläche auf etwa 2 500 Euro erhöhen. Im gesamten Handel liegt der Umsatznchnitt bei etwa 3 400 Euro. Die Fahrradhändler können also in der Regel nicht allzu hohe Mieten zahlen.

Die Suche nach bezahlbaren, zentral gelegenen und großflächigen Läden mit ge-

nügend Nebenflächen ist in Ballungsregionen wie Köln kein leichtes Unterfangen. Deshalb werden immer häufiger Gewerbeflächen umgenutzt. Die grüne Wiese ist in vielen Kommunen tabu: Fahrräder zählen zum innenstadtrelevanten Sortiment. Deshalb suchen die meisten Händler zentral gelegene Standorte, etwa ehemalige Bankfilialen und Supermärkte, Autohäuser und Tankstellen. Letztere haben den Vorteil, viel Außenfläche zu haben. So können die Kunden Räder Probe fahren und die Händler die Fläche nutzen, um ihre Räder auch vor ihrem Geschäft zu präsentieren.

## DIE EXPERTIN

**Susanne Trösser** ist Mitgeschäftsführerin der RIS Rheinischer Immobilienservice GmbH, Leverkusen, sowie Vorstandsmitglied im Immobilienverband IVD-West.