



Größte Radmarktstudie Europas zeigt positive Entwicklungen trotz Pandemie

## Mit Rückenwind durch die Corona-Krise

Während viele Branchen bedingt durch die anhaltende Corona-Pandemie unsicheren Zeiten entgegensteuern, fährt die Radbranche trotz eines Lockdowns im Frühjahr mit gehörigem Rückenwind in die nahe Zukunft – und ein Ende des Booms scheint noch lange nicht in Sicht. Auch Europas größte Fahrradmarktstudie des Delius Klasing Verlags, an der 59.640 Leserinnen und Leser der führenden Radsportmagazine BIKE (Mountainbiker), TOUR (Rennradfahrer), MYBIKE (Alltags- und Freizeitradfahrer), EMTB (E-Mountainbiker) und FREERIDE (Trail-/ Enduro-Biker) teilgenommen haben, bestätigt einen Corona-Bonus für die Fahrradbranche. Die Ausgabebereitschaft für neue Räder konnte laut Studie ebenso weiter zulegen wie der Radtourismus vor der eigenen Haustür

Bielefeld, 27. August 2020. In der Zeitspanne von Februar bis Mai 2020 wurde die Leserschaft der Radsportmagazine BIKE, TOUR, MYBIKE, EMTB und FREERIDE aufgerufen, an einer umfangreichen schriftlichen Befragung teilzunehmen, deren Ergebnisse die Basis für die größte Fahrradmarktstudie in Europa bildet. Seit 1998 beauftragt der Delius Klasing Verlag das unabhängige Marktforschungsinstitut Market Research aus Neuhausen bei Stuttgart mit der Durchführung dieser Erhebung. Besonders spannend sind in diesem Jahr die Erkenntnisse über den Einfluss der Corona-Pandemie auf das Hobby Radfahren und damit über mögliche Trends oder Veränderungen in der Radbranche.

Knapp 60.000 Rad-Enthusiasten haben durch ihre Antworten zu ihren geplanten Kaufabsichten, ihrem Konsumverhalten, den beliebtesten Reisezielen sowie bevorzugten Rad- und Zubehörmarken für eine Analyse von insgesamt 116.500.428 Daten gesorgt – damit gilt die Marktdatenstudie als aussagekräftigstes und richtungsweisendes Branchen-Barometer für die internationale Fahrrad-Wirtschaft. Neu in diesem Jahr ist auch die Art der Daten-Präsentation. Anders als in den Vorjahren präsentiert Delius Klasing die Ergebnisse nicht im Rahmen der „Eurobike“ in Friedrichshafen, sondern beschreitet mit einer digitalen Präsentation samt Videosequenzen und Experten-Live-Chat einen neuen, virtuellen Weg. Die Branche kann exklusiv an zwei Tagen (Donnerstag, 27. August und Freitag, 28. August) die wichtigsten Ergebnisse online abrufen.

Radfahren ist in Corona-Zeiten angesagt wie nie: Der stationäre Handel profitiert ebenso von dem aktuellen Fahrrad-Boom in Deutschland wie auch das Online-Geschäft. Die Branche spricht im Mai sogar vom „besten Monat aller Zeiten“.



Diese herausragenden Tendenzen belegt auch die Fahrradmarktstudie 2020 von Delius Klasing. 37 Prozent der TOUR-Leserschaft gibt an, in den kommenden ein bis zwei Jahren ein neues Rennrad zu kaufen. Dafür sind sie bereit, 4.236 Euro im Durchschnitt zu investieren (2019: 4.014 Euro). Besonders im Trend liegen die sogenannten „Gravelbikes“, robustere Rennräder, mit denen auch abseits von asphaltierten Straßen gefahren werden kann. Während 2016 lediglich 0,6 Prozent der TOUR-Leser solch ein Rad ihr Eigen nennen konnten, sind es 2020 bereits 6,5 Prozent. Dagegen bleibt das Interesse an E-Rennrädern auf niedrigem Niveau. „Sehr interessiert“ sind daran lediglich vier Prozent der TOUR-Leserschaft. Beim Verkaufsort bevorzugen die Rennradfahrer weiterhin den Fachhandel (55 Prozent), rund 37 Prozent kauften ihr neues Komplettrad im Internet.

Die MTB-Kurve geht ebenfalls bei den Kaufabsichten nach oben: 42 Prozent planen, in den nächsten 24 Monaten ein neues Mountainbike zu kaufen und dafür im Schnitt 4.054 Euro auf den Tisch zu legen (2019: 3.678 Euro). Auch die BIKE-Leserklientel kauft unverändert zum Vorjahr ihr neues MTB meistens im Fachhandel (60 Prozent). Rund 33 Prozent werden dagegen im Netz fündig. Bei den BIKE-Magazin-Leserinnen und -Lesern kristallisiert sich laut Studie ein gestiegenes Interesse an E-Mountainbikes heraus. Im Jahr 2016 gaben 1,9 Prozent der Leser an, ein E-MTB zu fahren, 2019 waren es 5,1 Prozent und im Jahr 2020 hat sich der Wert beinahe verdoppelt (9,7 Prozent). Das Interesse der BIKE-Gemeinde beim Thema E-Antrieb steigt demnach, die anfängliche Skepsis nimmt weiter ab, was die folgenden Werte noch bestätigen: 46 Prozent nehmen an, E-Mountainbikes werden den Markt in den nächsten Jahren dominieren, 2018 glaubten dies 29 und 2019 40 Prozent der Leserinnen und Leser.

E-Mountainbikes erleben wohl den größten Boom im Markt. Auffällig ist, dass die wachsende Käufergruppe nicht ausschließlich aus dem „klassischen“ Mountainbike-Segment kommt, sondern mehr und mehr Direkteinsteiger den Gesamtmarkt erweitern. 17 Prozent (2019: 6 Prozent) der Leser greifen direkt zu einem neuen Mountainbike mit E-Antrieb, ohne zuvor ein „klassisches“ Mountainbike besessen zu haben. 37 Prozent (2019: 49 Prozent) der EMTB-Leser besitzen neben einem MTB zusätzlich ein E-Mountainbike. 46 Prozent (2019: 45 Prozent) besaßen früher ein MTB und haben jetzt nur noch ein E-Mountainbike in der Garage stehen. Und wer sich ein neues E-Mountainbike kaufen und professionell beraten lassen möchte, sucht dafür laut Studie in der Regel den Fachhandel auf (70 Prozent). Dieser Wert lag 2019 noch bei 76 Prozent.

Auch die junge Gruppe der FREERIDE-Leser (33,5 Jahre im Schnitt) hat vor, in den nächsten Monaten für ein neues Bike mehr Geld zu investieren – und zwar



4.386 Euro (2017: 3.567 Euro). Und dabei liegt das Durchschnittsalter der Trail- und Enduro-Bikes nicht zuletzt wegen der rasanten Fahrweise bei nur 2,9 Jahren. Zum Vergleich: Das Durchschnittsalter eines Rads in der MYBIKE-Leserschaft beträgt dagegen knapp sechs Jahre. In der FREERIDE-Zielgruppe hat der Onlinehandel mittlerweile klar die Oberhand gewonnen: 53 Prozent kauften online, nur noch 39 Prozent erwarben ihr Rad im Fachhandel (2017: 44 Prozent Online / 46 Prozent Fachhandel).

In der Leserschaft von MYBIKE – dem Magazin für Alltagsfahrer und Freizeitradler – entwickeln sich die Kaufabsichten klar in eine Richtung. 53 Prozent der Leserinnen und Leser planen, in den kommenden Monaten ein E-Bike zu kaufen (2019: 37 Prozent), nur noch 21 Prozent haben ein Trekking- oder Tourenrad in der Optik (2019: 27 Prozent). Die Ausgabebereitschaft liegt bei durchschnittlich 3.321 Euro, 2019 waren es laut Studie 2.855 Euro. Insgesamt planen knapp 40 Prozent der MYBIKE-Leser, in den nächsten Wochen oder Monaten ein neues Rad auf den Hof zu stellen – und dies legen sie sich unverändert zum Vorjahr fast immer im Fachhandel (80 Prozent) zu.

Bei den beliebtesten Destinationen für einen Radurlaub sind sich alle befragten Zielgruppen einig. Für sie ist Deutschland das Rad-Urlaubsland Nummer 1. Nach dem Lockdown im April stieg das Interesse, seinen nächsten Radurlaub auf deutschen Straßen und Trails zu verbringen, weiter deutlich an. Andere beliebte Reiseziele in Europa wie Österreich, Italien, Schweiz und Frankreich verlieren aber verhältnismäßig wenige Prozentpunkte. Des Weiteren verdeutlicht die aktuelle Erhebung, dass Buchungen in großen Hotels rückläufig sind, kleinere Pensionen, Campingplätze, Ferienhäuser sowie Jugendherbergen und Gasthöfe aktuell in der Gunst der Befragungsteilnehmer steigen.

Schlussfolgernd zeigt die Studie einmal mehr auf, dass sportlich ambitionierte Radfahrer deutlich mehr Rad fahren als vor der Pandemie und das Fahrrad als Verkehrsmittel und Freizeitgerät als einer der ganz großen und wenigen Gewinner aus der aktuellen Corona-Krise hervorgeht.

Die Fahrradmarktdatenstudie 2020 von Delius Klasing ermöglicht nicht nur detaillierte Aussagen über die Entwicklung der Markt- und Imagewerte einzelner Radsegmente, sie zeigt auch auf, wie stark eine Marke wahrgenommen wird. Dies dokumentieren die Ergebnisse der diesjährigen Auszeichnungen zum „Readers' Award“. In insgesamt 87 Kategorien (1.798 Zubehörmarken, 423 Komplettäder) hat die Leserschaft von BIKE, TOUR, EMTB, MYBIKE und FREERIDE die Top Zubehörmarken sowie das beste Komplettad gewählt. Die Gewinner und Platzierungen stehen unter [www.fahrradmarktstudie.de](http://www.fahrradmarktstudie.de).