

kfz-betrieb

Zusatzgeschäft E-Bikes: Die Turbostufe einschalten

Während die Höfe der Autohändler überquellen, kommen die E-Bike-Händler mit dem Auffüllen ihrer Lager kaum nach. Warum also nicht ein zweites Standbein mit Zweirädern aufbauen? Drei Autohäuser haben das getan – auf ganz unterschiedliche Art.

31.07.20 | Autor: Julia Mauritz



Das Autohaus Tölke und Fischer ist über seine Mobilitätssparte Mofuma in den Handel mit Zweirädern eingestiegen. In Moers hat es einen E-Bike-Store eröffnet. (Bild: rek-image photography)

Wie gerne hätte manches Autohaus am ersten Tag der Wiedereröffnung nach der Corona-Zwangspause im April in den Schuhen eines Fahrradhändlers gesteckt: Kaum hatten deren Türen wieder geöffnet, wurden sie von Kunden förmlich überrannt. Vor den Geschäften bildeten sich lange Schlangen mit Paaren jeden Alters und Familien, die Lager leerten sich in Rekordzeit, und die Werkstätten hatten plötzlich Vorlaufzeiten von sechs bis acht Wochen, um die unter den Zweirädern besonders begehrten E-Bikes für die Auslieferung fertigzustellen. Rabatte: Fehlanzeige. Während das Coronavirus den Automobilhandel ausgebremst hat, fungiert es bei E-Bikes als Beschleuniger. Statt in den ungewissen Sommerurlaub in Italien investieren viele lieber in ein 2.000 bis 3.000 Euro teures E-Bike für Touren im eigenen Land.



Schon vor Corona zeigte die Wachstumskurve steil nach oben: Nach Angaben des Zweirad-Industrie-Verbands wurden 2019 1,36 Millionen Stück verkauft – ein Plus von 39 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zum Vergleich: Noch vor fünf Jahren wurden hierzulande gerade einmal 535.000 E-Bikes verkauft.

Ihr Image als Seniorenrad haben die elektrisch angetriebenen Zweiräder abgelegt, die Batterie- und Antriebstechnik, aber auch das Design hat einen großen Sprung nach vorn gemacht, und das Angebot ist deutlich breiter geworden: So gibt es neben E-Trekkingrädern, E-City-Bikes und E-Mountainbikes mittlerweile auch E-Lastenräder und E-Rennmaschinen. Die Margen sind für Autohändler geradezu traumhaft: Sie liegen im

Bild zum Vergrößern bitte anklicken. (Bild: VCG)

Schnitt bei gut 30 Prozent.

Angesichts dieser in vielerlei Hinsicht dynamischen Entwicklung, von der man in der Kfz-Branche nur träumen kann, verwundert es nicht, dass inzwischen eine ganz Reihe von Autohäusern den Handel mit den elektrisch angetriebenen Fahrrädern für sich entdeckt hat. Doch wie geht man an das Thema heran?

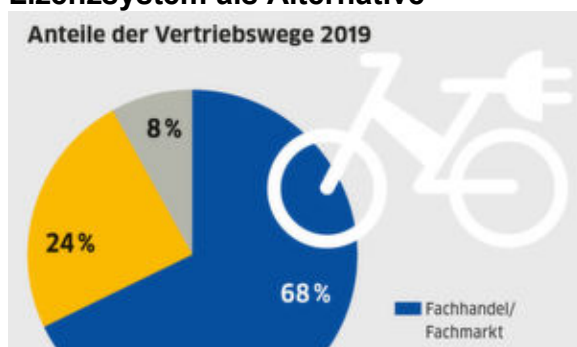
Anschluss an ein Franchisekonzept

Die Krefelder Mehrmarken-Autohausgruppe Tölke und Fischer, die mit 13 Betrieben in drei Städten vertreten ist, hatte im Frühjahr 2019 begonnen, die Fühler in Richtung Zweiradgeschäft auszustrecken. Bereits seit drei Jahren betreibt die Handelsgruppe unter dem Namen Mofuma eine separate Gesellschaft für Mobilität. Neben Mietwagen managt diese auch die Fuhrparks von Flottenkunden und ist regelmäßig auf der Suche nach neuen Geschäftsfeldern.

Die Ergänzung um E-Bikes erschien da nur folgerichtig: „Wir begannen, intensiv den Markt zu sondieren, um uns ein Bild davon zu machen, welche E-Bike-Marken infrage kommen und welcher Standort für einen Store am besten geeignet wäre“, erzählt Mofuma-Geschäftsführer Sascha Ranz.

Angesichts der Komplexität, das Geschäftsmodell von null an neu aufzubauen, entschied sich Mofuma für den Anschluss an das Franchisekonzept E-Motion, das mittlerweile rund 60 Partnerbetriebe in Deutschland hat und in dieser Form einmalig ist. Es begleitet seine selbstständigen Lizenzpartner, die ein Marktgebiet zugewiesen bekommen, gerade in der Gründerzeit intensiv – von der Businessplanung über die Standort- und Personalsuche bis zum Shopmanagement.

Lizenzsystem als Alternative



Die Standortwahl fiel bei Tölke und Fischer letztlich auf die rund 20 Kilometer vom Hauptsitz Krefeld entfernte Stadt Moers, wo sich die Chance ergab, einen rund 1.000 Quadratmeter großen Laden in Innenstadtnähe mit einem großen Parkplatz zu mieten, in dem früher bereits ein Fahrradgeschäft angesiedelt war. Corona-bedingt wurde die Neueröffnung von Februar auf April 2020 verschoben. Eine Tatsache, der Ranz rückblickend



durchaus auch etwas Positives abgewinnen kann. Denn letztlich blieb so mehr Zeit für die Mitarbeiterschulung. Insgesamt bilden zwei Verkäufer, zwei Zweiradmechatroniker und ein Filialleiter das Team der E-Bike-Welt Moers. Von den deutlich über 20 E-Bike-Marken, die über E-Motion beziehbar

sind, werden im Store aktuell zwölf vermarktet. Alle sind im Premiumbereich angesiedelt. Der Durchschnittspreis der Zweiräder liegt bei rund 3.500 Euro. Die Markenentscheidung hatte Ranz nicht im Alleingang getroffen: „Unter unseren über 600 Mitarbeitern sind einige, die eine Leidenschaft für E-Bikes haben und deren Meinung wir zu Rate gezogen haben“, schildert er. Insgesamt stehen regelmäßig rund 150 Bikes im etwa 500 Quadratmeter großen Showroom, weitere 50 befinden sich im angeschlossenen Lager.

Rund einmal in der Woche verlagert der Mofuma-Geschäftsführer seinen Arbeitsplatz in den Store, um ein besseres Gefühl für die Kundenkommunikation zu bekommen, die sich grundlegend von der im Autohandel unterscheidet: „Man bewegt sich in einer deutlich lockereren, emotionalen Freizeitwelt, in der man sich zum Beispiel auch duzt“, erklärt Ranz. Eine Beratung dauert nicht selten bis zu zwei Stunden. Auch das Geschäftsmodell selbst funktioniert völlig anders: Es ist stark saisonal. Rund drei Viertel des Umsatzes werden zwischen März und Oktober erwirtschaftet. Die Ware für das Folgejahr muss bereits im Herbst vorgeordert werden, nur punktuell sind Nachbestellungen möglich.



Mofuma-Geschäftsführer Sascha Ranz (li.) und Christoph Baran, Filialleiter des E-Bike-Stores in Moers, haben Themenwelten im Laden geschaffen. (Bild: rek-image photography)

Ranz will im Herbst eine erste Bilanz ziehen, wie sich das neue Standbein entwickelt, und die eine oder andere Schraube nachjustieren. Mit E-Motion als Franchisepartner ist er zufrieden. Neben dem partnerschaftlichen Verhältnis sieht er die große Auswahl an E-Bike-Arten als Wettbewerbsvorteil: „Wir verkaufen wirklich kreuz und quer. Das Geschäft ist sehr gut angelaufen und macht uns große Freude“, betont er. Die Marge sei im Vergleich zum Autohandel deutlich attraktiver, das Investment geringer. Sascha Ranz sieht klares Wachstumspotenzial im Zweiradgeschäft, und das nicht nur mit Privat-, sondern über das Bikeleasing auch mit Flottenkunden: Unternehmen können dieses als Incentive-Instrument ihren Arbeitnehmern anbieten. Attraktiv ist das Modell vor allem seit Anfang dieses Jahres: Seitdem ist der zu versteuernde geldwerte Vorteil auf 0,25 Prozent gesunken.

Das Geld fließt in die Ware

E-Motion ist als Lizenzgeber offen für Bewerbungen von interessierten Autohäusern, sofern diese das Vier- und das Zweiradgeschäft räumlich und personell voneinander trennen und die Chemie stimmt. Mit einem klassischen Franchisesystem habe E-Motion wenig gemein, betont der Leiter der Partnerbetreuung Marcus Melzer: „Wir sind ein familiäres Lizenzsystem und suchen Unternehmer, die ähnlich ticken wie wir, die Leidenschaft für Zweiräder mitbringen und die Wert darauf legen, sich frei zu entfalten. Wir wollen eine Kommunikation auf Augenhöhe.“ Die anfängliche Gesamtinvestition beziffert er auf circa 300.000 bis 500.000 Euro, je nach Größe des Geschäfts und der Markenvielfalt – inklusive der Vororder für das Folgejahr. „Einen Großteil dieser Summe bildet der Warenwert“, unterstreicht Melzer.

In den circa 500 Quadratmeter großen E-Bike-Läden stehen im Schnitt rund 140 Bikes. Die Innenausstattung der Läden und die Werkstattausrüstung schlagen mit um die 60.000 Euro zu Buche. E-Motion berechnet neben einer einmaligen Lizenzgebühr eine monatliche Gebühr und eine Umsatzbeteiligung: „Die genauen Summen besprechen wir in persönlichen Gesprächen, unser Geschäftsmodell ist sehr fair“, versichert Melzer. Als große Stärke nennt er die Digitalstrategie, auf die E-Motion setzt: „Wir erreichen mit unseren verschiedenen Portalen in verschiedenen Stufen des Entscheidungsprozesses rund neun Millionen Menschen und führen sie unseren Händlern zu“, erklärt er. Die Beschaffung der Ware obliegt den Händlern: Sie ordern direkt bei den Herstellern. Das gewährleistet eine deutlich höhere Flexibilität, so Melzer. Den angeschlossenen Bikehändlern stellt er mittelfristig eine Umsatzrendite in Höhe von zehn Prozent in Aussicht.

Händler ordern bei Herstellern

Einen ganz anderen Einstieg ins E-Bike-Geschäft hat das Bielefelder Autohaus Schröder Teams gewählt: Es hat zum 1. Januar 2020 den Traditionsfahrradhändler Klaus Fulland übernommen mit zwei Läden in Hövelhof und Schloss Holte-Stutenbrock. Beide Standorte sind rund 30 Kilometer vom Hauptbetrieb entfernt. Geschäftsführer Bastian Merkwitz erklärt, warum er diese unternehmerische Entscheidung getroffen hat: „Wir machen uns seit ein paar Jahren Gedanken, wie wir unser Unternehmen breiter aufstellen können. Wir haben neben den VW-Konzern-Marken Hyundai als neue Marke mit in unser Portfolio aufgenommen, wir haben mit U15 eine markenunabhängige, günstige Gebrauchtwagenmarke ins Leben gerufen und wollen über neue Mobilitätskonzepte neue Kunden ansprechen.“ Zweiräder und das Bikeleasing passen da gut ins Bild.

Als Klaus Fulland 2019 die Entscheidung traf, sein bereits in der dritten Generation geführtes Unternehmen aus Altersgründen zu verkaufen, schlug Bastian Merkwitz zu: „Wir wollten nicht von Grund auf ein ganz neues, für unser fremdes Geschäft aufbauen. Es ist einfacher, einen soliden Grundstock zu übernehmen, auf den man aufbauen kann“, erklärt er. Bastian Merkwitz hat das neunköpfige Fulland-Team übernommen, darunter auch den jetzigen Filialleiter, der bereits seit 30 Jahren bei Fulland tätig ist. Schnell war für den Autohausgeschäftsführer auch klar, dass die in der Region sehr bekannte Marke Fulland bestehen bleibt.



Im Januar hatte das Bielefelder Autohaus Schröders Teams zwei Fahrradläden von Klaus Fulland übernommen. Im Foto zu sehen ist das Geschäft in Hövelhof. (Bild: Schröder Teams)

Mit dem Start des neuen Geschäftsfelds ist Bastian Merkwitz zufrieden: „Corona-bedingt ist 2020 ein Ausnahmejahr, das von einer außergewöhnlich hohen Nachfrage speziell nach E-Bikes, aber auch von Lieferengpässen geprägt ist“, schildert er. Strategisch will er das Zweiradgeschäft ausbauen. So ist geplant, das Team aufzustocken, um den Vertrieb und den Service in den beiden Geschäften personell klarer aufzuteilen. Auch das Thema Markenvielfalt hat er sich auf die Fahne geschrieben. Aktuell vermarktet Fulland schwerpunktmäßig Kalkhoff-Zweiräder, die Fulland über die starke Einkaufsgenossenschaft ZEG bezieht.

E-Bikes statt neuer Automarke

Dass der E-Bike-Vertrieb auch im kleineren Stil und ohne eine klare Separierung vom Autogeschäft und komplett in Eigenregie funktionieren kann, beweist das freie Autohaus Schmidt mit Sitz in Herxheim am Berg. Als Seat

2017 nach 25 Jahren den Servicevertrag kündigte, machte sich Geschäftsführer Jörg Schmidt intensiv darüber Gedanken, wie er den weggebrochenen Serviceumsatz kompensieren kann. Beim Besuch der IAA machte Jörg Schmidt, der auch persönlich gerne Fahrrad fährt, halt beim Messestand des Fahrradherstellers Trenoli. Schnell wurde man sich einig, und schon 2018 startete das Autohaus, das mittlerweile Mehrmarkenhändler ist, mit dem E-Bike-Verkauf. Aus einer Marke sind mittlerweile vier geworden: Neben Trenoli verkauft der Betrieb auch Zweiräder der Marken Kayza, Breezer und Fuji. „Wir haben uns aufgrund der geringeren Abnahmemengen bewusst für kleinere Marken entschieden“, erklärt der Unternehmer. Den Kunden kann er damit dennoch eine breite Palette an Bikearten anbieten: von E-Mountainbikes über Tiefeinsteiger bis zu Retrobikes. Sie teilen sich die Ausstellungsfläche mit den Fahrzeugen.



Jörg Schmidt, Geschäftsführer des freien Autohauses Schmidt mit Sitz in Herxheim, hat mit dem Vertrieb von Zweirädern den Wegfall des Seat-Servicevertrags kompensiert. (Bild: Autohaus Schmidt)

Für den Verkauf ist Schmidt persönlich verantwortlich, der sich sein Produktwissen in Fachmedien angeeignet hat. Für den Service ist ein Zweiradmechaniker zuständig, den das Autohaus auf 450-Euro-Basis eingestellt hat. Für technische Erleichterung sorgt dabei, dass alle vertriebenen E-Bike-Marken bewusst einen Bosch-Motor haben. Nicht nur manch ein Autokäufer oder Servicekunde hat mittlerweile ein E-Bike gekauft. Der Betrieb profitiert auch von seiner attraktiven Lage an der Deutschen Weinstraße: „Wir verleihen auch E-Bikes an Touristen und konnten schon einige Exemplare im Anschluss verkaufen“, erzählt Jörg Schmidt. Verkaufspotenzial für E-Bikes sieht der Unternehmer auch in seinem jüngsten Standbein: der Vermietung von fünf Wohnmobilstellplätzen in Autohausnähe. Für 15 bis 23 Euro pro Nacht inklusive zwei Erwachsenen und Hund gibt es einen Stellplatz mit einem Panoramablick über die

Rheinebene, Strom, Wasser und sanitäre Anlagen. Selbst ein Brötchenservice wird angeboten. Und manch ein Tourist schlendert nach einem guten Frühstück dann auch durch die E-Bike-Ausstellung.

Die Entscheidung, ins Zweiradgeschäft eingestiegen zu sein, hat Jörg Schmidt keine Minute bereut: „Natürlich hat es eine gewisse Anlaufzeit gebraucht, bis sich herumgesprochen hat, dass wir neben Vierrädern auch Zweiräder verkaufen, aber jetzt wachsen wir von Jahr zu Jahr“, freut sich der Unternehmer. 2018 hatte das Autohaus Schmidt 20 E-Bikes verkauft, 2019 waren es 30 Stück und in diesem Jahr werden es voraussichtlich 80 sein, bei einem Durchschnittspreis von 2.500 Euro und einer Marge zwischen 30 und 35 Prozent. Jörg Schmidt schätzt vor allem die unternehmerische Freiheit, die das Zweiradgeschäft ihm bietet: „Knebelverträge“ wie im Autogeschäft gebe es in diesem Geschäftszweig nicht.

Eurobike als Orientierung

David Eisenberger, Marketingleiter beim Zweirad-Industrie-Verband (ZIV), bei dem rund 100 Fahrradhersteller organisiert sind, rät interessierten Händlern den Besuch der Leitmesse Eurobike in Friedrichshafen. Diese findet normalerweise immer Anfang September statt, wurde in diesem Jahr allerdings Corona-bedingt auf den 24. bis 26. November verschoben und wird ausnahmsweise als reine B2B-Fachmesse ausgeführt: „Die Veranstaltung bietet die beste Gelegenheit, um sich einen Überblick über die E-Bike-Marken zu verschaffen und um ins Gespräch zu kommen.“ Gerade bei den E-Bikes kämen nach wie vor neue Hersteller auf den Markt. Und wengleich es mittlerweile auch einige Manufakturen gibt, die auf einen digitalen Vertrieb setzen, so gibt es auch Marken, die Interesse daran haben dürften, ein Vertriebsnetz

aufzubauen.

Was das Fahrradhändlernetz angeht, gab es 2019 nach Angaben des Verbunds Service und Fahrrad deutschlandweit 5.000 Läden. Laut Eisenberger befindet sich die Branche dabei ähnlich wie der Autohandel in einem Transformationsprozess: „Der Trend einerseits hin zu größeren, kapitalstärkeren Händlern, die eine breite Bikeauswahl haben und die auch einen Onlineshop anbieten, und andererseits hin zu exklusiven Bikeboutiquen mit einem Lifestylecharakter.“ Einen Ende des E-Bike-Booms sieht der ZIV noch lange nicht: Er rechnet in den kommenden Jahren weiter mit zweistelligen Zuwachszahlen im Zweiradgeschäft und einem steigenden E-Bike-Anteil auf perspektivisch 50 Prozent.

Copyright ©2020- Vogel Communications Group

Dieser Beitrag ist urheberrechtlich geschützt.
Sie wollen ihn für Ihre Zwecke verwenden?
Infos finden Sie unter www.mycontentfactory.de.

Dieses PDF wurde Ihnen bereitgestellt von <http://www.kfz-betrieb.vogel.de>



Mofuma-Geschäftsführer Sascha Ranz (li.) und Christoph Baran, Filialleiter des E-Bike-Stores in Moers, haben Themenwelten im Laden geschaffen. (rek-image photography)



Das Autohaus Tölke und Fischer ist über seine Mobilitätssparte Mofuma in den Handel mit Zweirädern eingestiegen. In Moers hat es einen E-Bike-Store eröffnet. (rek-image photography)



Das Autohaus Tölke und Fischer ist über seine Mobilitätssparte Mofuma in den Handel mit Zweirädern eingestiegen. In Moers hat es einen E-Bike-Store eröffnet. (rek-image photography)

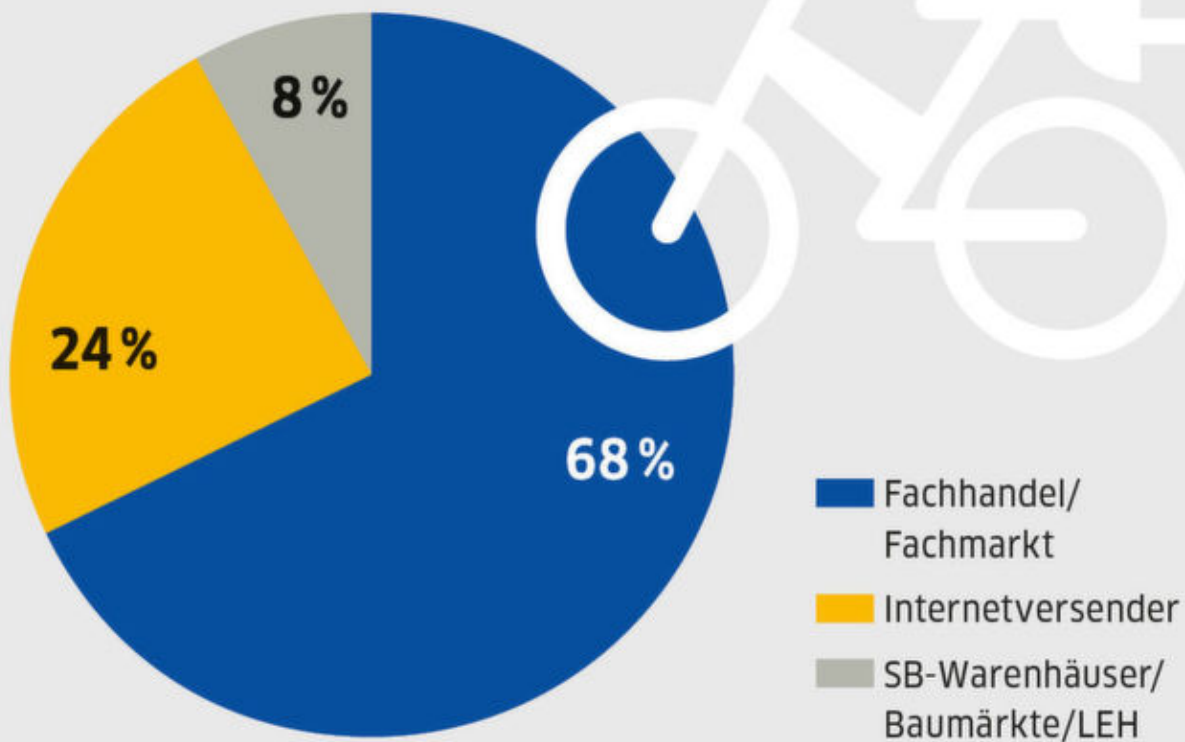


Im Januar hatte das Bielefelder Autohaus Schröders Teams zwei Fahrradläden von Klaus Fulland übernommen. Im Foto zu sehen ist das Geschäft in Hövelhof. (Schröder Teams)



Jörg Schmidt, Geschäftsführer des freien Autohauses Schmidt mit Sitz in Herxheim, hat mit dem Vertrieb von Zweirädern den Wegfall des Seat-Servicevertrags kompensiert. (Autohaus Schmidt)

Anteile der Vertriebswege 2019



Im Zweiradhandel ist die Digitalisierung in vollem Gange. Ohne einen Onlineshop hat man auch als Fachhändler schlechtere Karten.

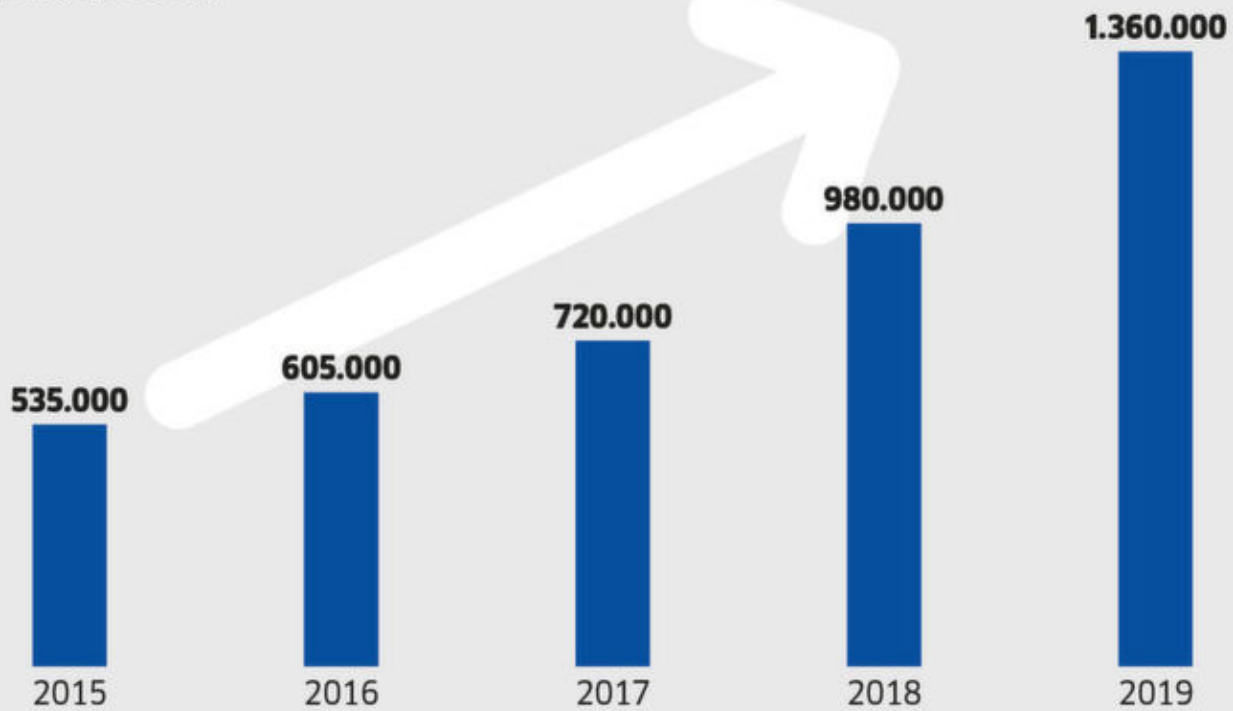
Quelle: ZIV

kfz-betrieb

(VCG)

E-Bikes: Marktentwicklung in Deutschland

(Menge in Stück)



Der E-Bike-Markt boomt: Schon 2019 stieg der Absatz um 39 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 2020 dürfte der Absatz noch mal einen signifikanten Sprung nach vorne machen.

Quelle: ZIV

kfz-betrieb

Bild zum Vergrößern bitte anklicken. (VCG)