

# PRESSEMITTEILUNG

**Pressekontakt:**

IFH Köln  
Lara Kersken  
Unternehmenskommunikation

+49 (0) 221 94 36 07-827  
[l.kersken@ifhkoeln.de](mailto:l.kersken@ifhkoeln.de)  
[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

## Fahrradmarkt mit kräftigem Umsatzplus gegen den Strom und mit Corona-Bonus

*Der deutsche Fahrradmarkt ist von 2015 bis 2019 mit einem Umsatzplus von 5,03 Milliarden Euro stark gewachsen. Der wirtschaftliche Einbruch der Coronakrise zeigt sich im Fahrradmarkt nicht, im Gegenteil: Corona sorgt unter den Ausnahmebedingungen des Shutdowns für ein kräftiges zusätzliches Umsatzplus.*

**Köln, 3. August 2020** – Legt man den Fokus auf die jüngere Vergangenheit von 2015 bis 2019 wächst der Fahrradmarkt in Deutschland kontinuierlich an. Die Branche verzeichnet eine positive Entwicklung mit einem Plus von 20,3 Prozent (5,03 Mrd. Euro) und einem Absatz von 4,31 Millionen Stück, was einem Plus von 3,1 Prozent entspricht. Die Coronapandemie kurbelt den Markt zusätzlich an: 2020 bringt für die Fahrradbranche ein beträchtliches Umsatzplus von bis zu 900 Millionen Euro. Diese und weitere Zahlen zum Fahrradmarkt liefert der neue „Branchenfokus Fahrräder“ vom IFH Köln und der BBE Handelsberatung.

*„Der Fahrradmarkt boomt – und durch Corona mehr als zuvor! Diese Ausnahmesituation des Fahrradmarktes ist als kleines, feines Licht im ansonsten eher düsteren Handel zu betrachten. Paradoxerweise haben sich für die Branche in der Krise günstige Bedingungen ergeben – diese Dynamik relativiert sich mit Blick auf die Situation im Handel allgemein“, so Uwe Krüger, Senior Consultant am IFH Köln.*

### Corona-Bonus für den Fahrradmarkt

Eine Analyse der Marktentwicklung ohne Shutdown abzugeben ist kaum möglich – Corona hat die Prognose grundlegend geändert. Inklusiv der Marktsituation im Shutdown-Modus hat sich das positive Licht der Fahrradbranche kaum geändert und betont um so mehr die bemerkenswerte Qualität, in der sich der Markt rund um Fahrräder in Deutschland befindet. Die Auswirkung des Shutdowns führt – im Gegensatz zu vielen anderen Konsumgütermärkten – nicht zu milliardenschweren Umsatzausfällen, sondern im Gegenteil zu einem Umsatzplus zwischen 300 und 900 Millionen Euro.

### Weitere Prognose: Umsatzausfälle durch Vorziehungskäufe

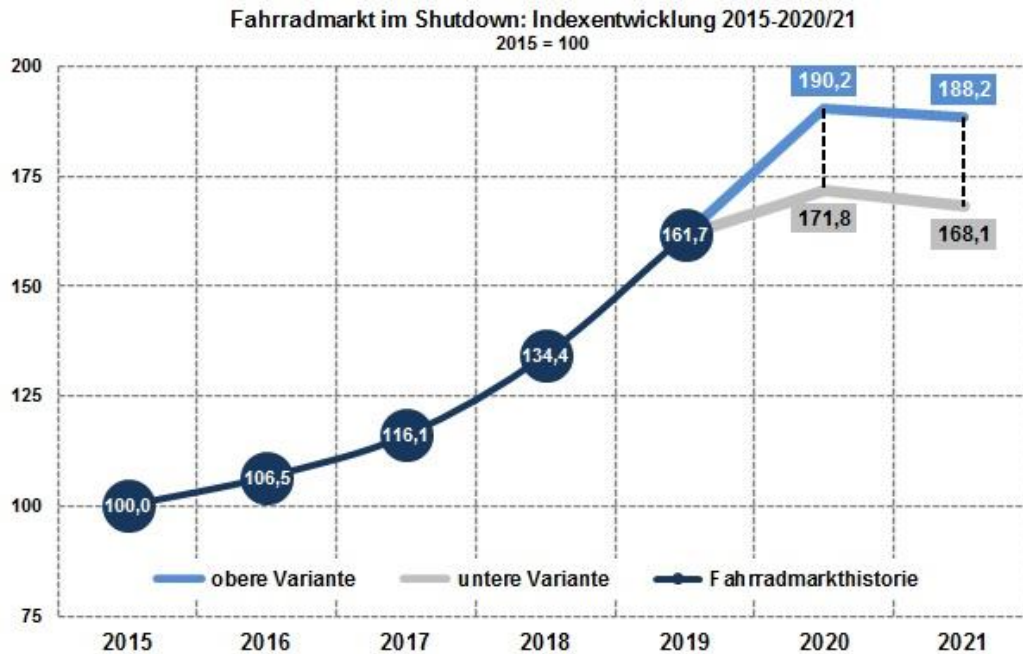
Der Fahrradmarkt steht im von Corona gebeutelten Handel fast solitär auf der Sonnenseite. Für viele andere Branchen erbringt 2020 heftige Umsatzverluste in insgesamt zweistelliger Milliardenhöhe. Aus diesem Blickwinkel betrachtet relativiert sich das Umsatzplus der Branche. Die IFH-Prognose zeigt außerdem, dass das Umsatzhoch eher nicht langfristig sein wird: Für den weiteren Verlauf des Fahrradmarktes könnte ein Umsatzausfalleffekt eintreten wie er oft bei Vorziehungskäufen durch eine zeitweilig erhöhte Nachfrage zu beobachten ist.

*„2020 sah zunächst alles nach einem weiteren Rekordjahr aus. Dieser Wachstumspfad wurde dann jäh von den Shutdown-Maßnahmen in den meisten Bundesländern exakt zu Saisonbeginn gestoppt. Doch auf den Schock folgte nach Wiedereröffnung ein noch nie dagewesener Andrang auf die Läden. Trends*

der letzten Jahre beschleunigen sich durch Corona deutlich. Hinzu kommt die Entdeckung des Fahrrads als „Urlaubs-Ersatz“ für daheim und Radfahren als eine der unbedenklichen Aktivitäten für jedes Alter überhaupt,“ resümiert Florian Schöps, Senior Consultant der BBE-Handelsberatung.

Wörter der Meldung: 432

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.136



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

### Über die Studie

Der „Branchenfokus Fahrrad“, Jahrgang 2020 des IFH Köln in Kooperation mit der BBE Handelsberatung liefert folgende Daten:

- Produktion, Import, Export, Inlandsmarktvorsorgung
- Marktvolumen auf Endverbraucherebene 2015 bis 2019/20
- 9 Warengruppen\* – Entwicklung, Wachstumstreiber
- Der Fahrradmarkt im „Shutdown-Modus“
- Vertriebswegeprofile, Vertriebsstrukturen 2015 bis 2019
- 8 Vertriebsformate\*\* – Entwicklung, Wachstumstreiber
- Mainplayer auf Ebene der industriellen Stufe und des Einzelhandels
- Prognose bis 2024

Die Studie kann über den [IFH-Shop](#) bezogen werden.

\*Die 9 Warengruppen sind: Stadträder, Straßensporträder, Kinderräder/BMX-Räder, Hollandräder, Mountain-Bikes, Allterrain-Bikes, Trekking-Bikes, E-Bikes

Sonst. Fahrräder

\*\*Die 8 Vertriebsformate sind: Fahrradfachhandel, Fachmärkte, Kauf-/Warenhäuser, Versender, Internet-Pure-Player, SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte, Bau-/Heimwerkermärkte, Sonstige Anbieter.

**Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter**

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Seit 1929 ist das IFH Köln erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel: z. B. Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Weitere Informationen unter [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

### **Über die BBE Handelsberatung**

Die BBE Handelsberatung mit Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Berlin, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 65 Jahren Handelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Betriebsformen, Einkaufskooperationen, Verbundgruppen und die Konsumgüterindustrie sowie die Immobilienwirtschaft und Kommunen. Im Verbund mit IPH Handelsimmobilien und elaboratum New Commerce Consulting reicht das Beratungsportfolio der 170 Branchen-, Standort-, E-Commerce- und Immobilien-Experten von Strategieentwicklung, Markt- und Standortanalysen, Image- und Kundenforschung bis hin zu Projektentwicklung und Centermanagement. Analyse- und Prognosemethoden werden kontinuierlich optimiert, Wissenschaft und Praxis verzahnt, um auf diese Weise kompetent Handlungsempfehlungen geben zu können.