

11. Mai 2010

**Trotz des harten und langen Winters startet der premiumorientierte Fahrrad-Fachhandel 2010 eher unerwartet mit einem Umsatzplus von 5 % ins erste Quartal. Während der Januar ein deutliches Umsatzminus zeigt, ist der Februar schon ausgeglichener und der März zeigt ein so deutliches Wachstum zum Vorjahr, dass die fehlenden Umsätze der beiden Vormonate im Durchschnitt mehr als ausgeglichen sind.**

### Das vierte Jahr in Folge ein Umsatzplus im ersten Quartal!

Wer hätte gedacht, dass der Fachhandel trotz schlechten Wetters in den ersten beiden Monaten ein so gutes Quartalsergebnis erzielt? Das durchschnittliche Wachstum des 1. Quartals stellt sich in den Flächen- und Umsatzgruppen folgendermaßen dar: Geschäfte zwischen 100 und 200 qm VFL haben den besten Start hingelegt, die größeren Geschäfte sind aber nahe dabei. Die Gruppe der Geschäfte mit kleinen Flächen unter 100 qm Verkaufsfläche konnten leider im Schnitt den Vorjahresumsatz nicht erreichen. Das Fachhandelsbarometer zeigt damit wiederholt, dass fehlende Umsätze eines Monats in den Folgemonaten sehr oft wieder kompensiert werden.

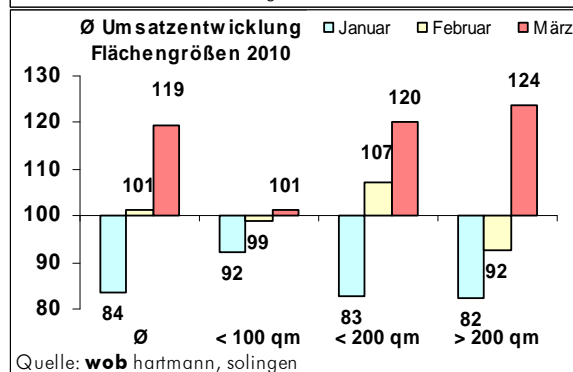
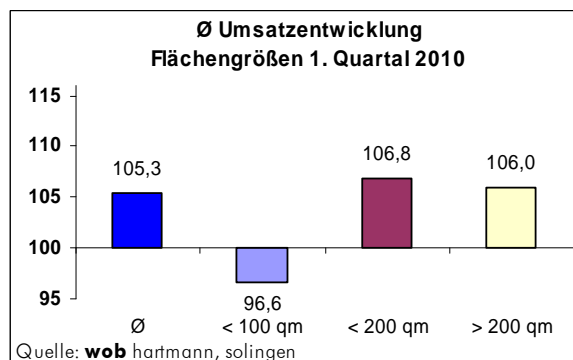
### Lieferanten Engpassanalyse:

Schon seit 2005 fragen wir in der Zusatzfrage des 1. Quartals nach der Bedeutsamkeit der sechs wichtigsten Leistungsmerkmale von Lieferanten des Premium Fahrradfachhandels für den Geschäftserfolg im Einzelhandel. Maximal zwei Nennungen waren möglich, so dass sich in jedem Jahr eine neue Gewichtung ergab. Hier die sechs wichtigsten Leistungsmerkmale im Entwicklungsverlauf seit 2005:

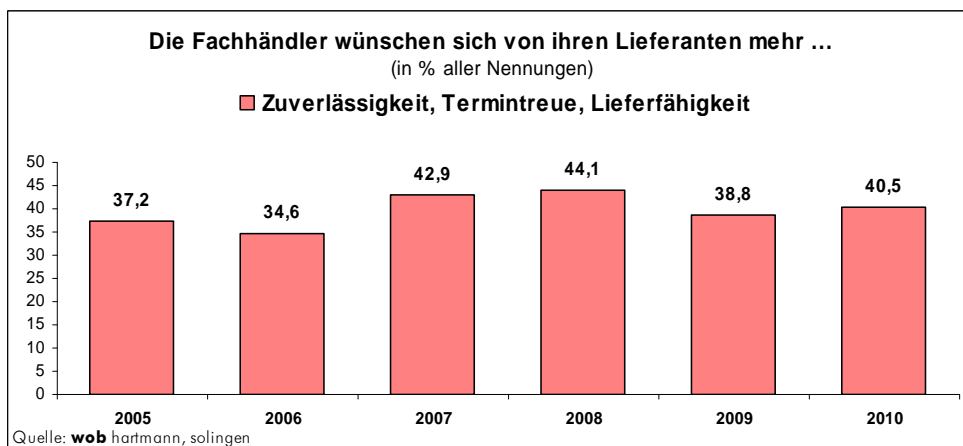
### Den Kundenwunsch schnellstmöglich erfüllen!

Das ist erklärtes Ziel des Premiumfachhändlers. Daher verwundert es nicht, dass seit nunmehr 5 Jahren die Zuverlässigkeit bezüglich Termintreue und Lieferfähigkeit als grundlegende Voraussetzung zur Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit für den Fachhändler an erster Stelle steht.

Die Grafik zeigt die Schwankungen

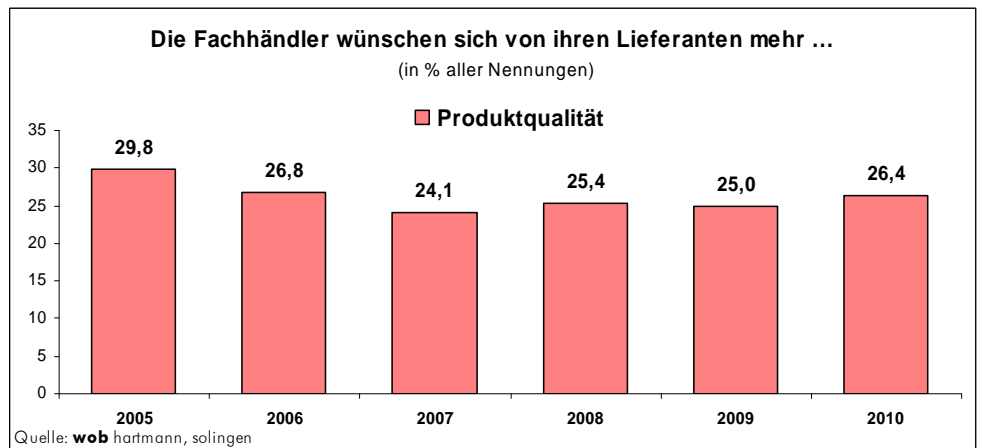


in den letzten sechs Jahren. Die Beurteilung der Händler erfolgt höchst wahrscheinlich jeweils auf Basis der Erfahrungen des Vorjahres. Aufgrund der guten Fachhandelsentwicklung in 2009 kam es vermutlich hier wieder häufiger zu Lieferengpässen, die das Ausschöpfen größerer Umsatzpotenziale in 2009 tendenziell verhindert haben könnten. Die Bedeutsamkeit von Zuverlässigkeit und Termintreue ist für den Fachhändler wieder angestiegen.



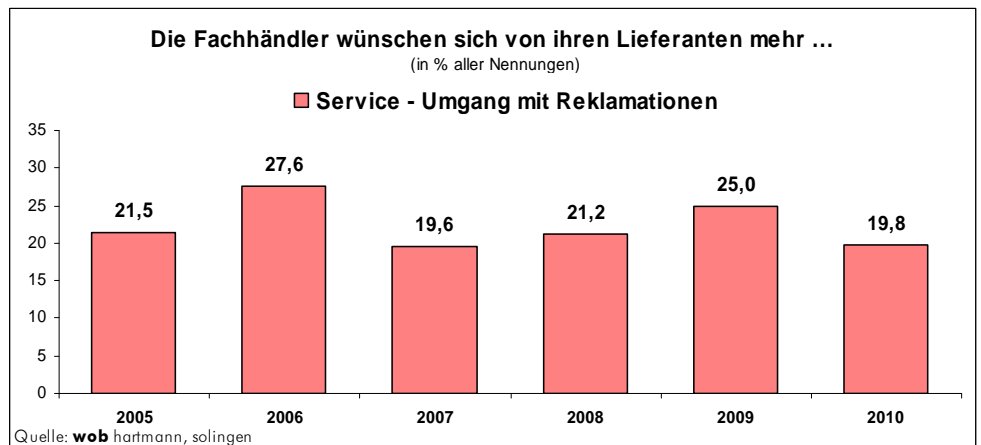
### Produktqualität gleichbleibend wichtig:

Die Wichtigkeit der Produktqualität ist für den Fachhandel erwartungsgemäß gleichbleibend hoch. Die Schwankungen in der Gewichtung sind gering - die Bedeutsamkeit für den Fachhandel existenziell. Relativ geringe Schwankungen machen deutlich, dass ein gewisses Niveau gehalten wird, da die Anforderungen von Seiten des Kunden bzw. des Fachhändlers nicht steigen. Die Wichtigkeit 2010 ist gegenüber dem Vorjahr nur leicht um 1,4% angestiegen.



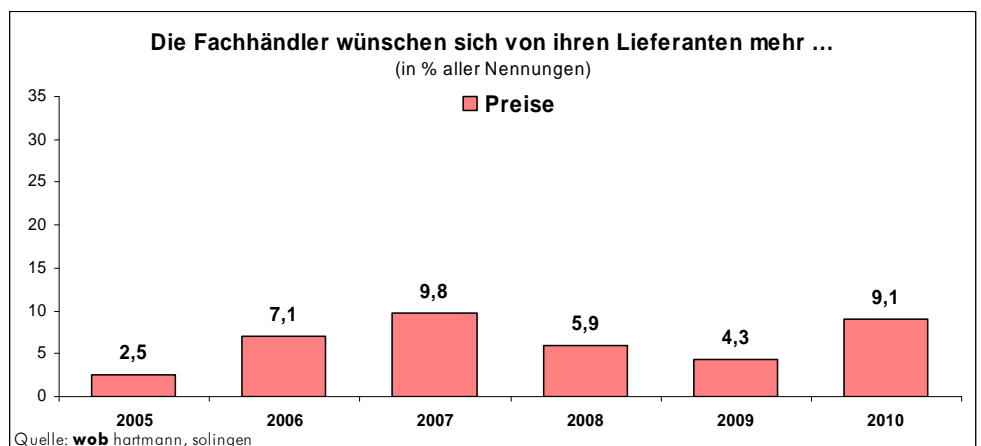
### Servicequalität schwankend!

Die Servicequalität des Einzelhandels hängt zum Teil von der des Vorlieferanten ab. Reklamationservice und Kundenorientierung gegenüber dem Fachhandel werden offensichtlich als sehr schwankend wahrgenommen. Ein deutlicher Rückgang der Nennungen von 25 % auf 19 % lässt in 2009 auf eine Verbesserung der Servicequalität mehrerer Lieferanten gegenüber dem Vorjahr schließen.



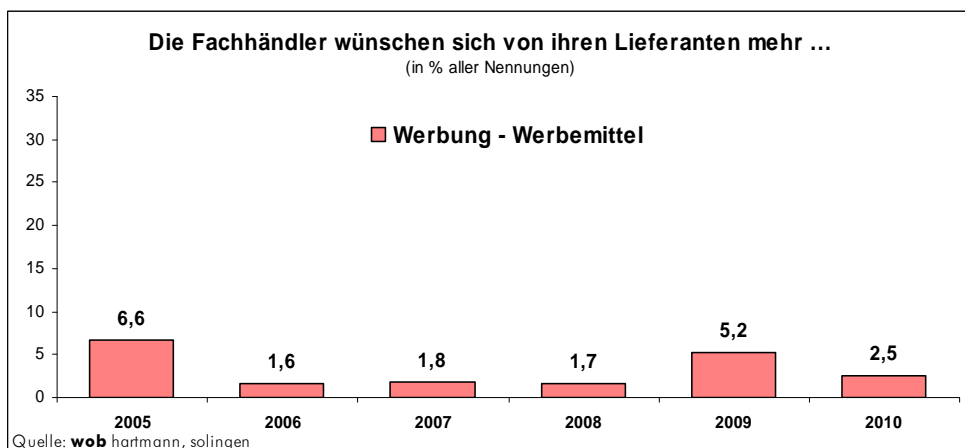
### Preisentwicklung

Die Gewichtung gibt Auskunft über die Bedeutsamkeit einer angemessenen Preisentwicklung und der damit verbundenen Beurteilung der Zufriedenheit mit der Preisentwicklung. Auffällig ist 2010 der höchste Zuwachs von knapp 5 % auf ca. 9 % der Nennungen gegenüber dem Vorjahr. Die Anforderung in diesem Leistungsbereich ist gestiegen und hier dürfte u.a. auch der Faktor Preisstabilität und Schutz vor Preisdumping eine wesentliche Rolle spielen. Nur 2007 wurde dieser Faktor ebenfalls mit knapp 10% in seiner Bedeutung höher gewichtet.



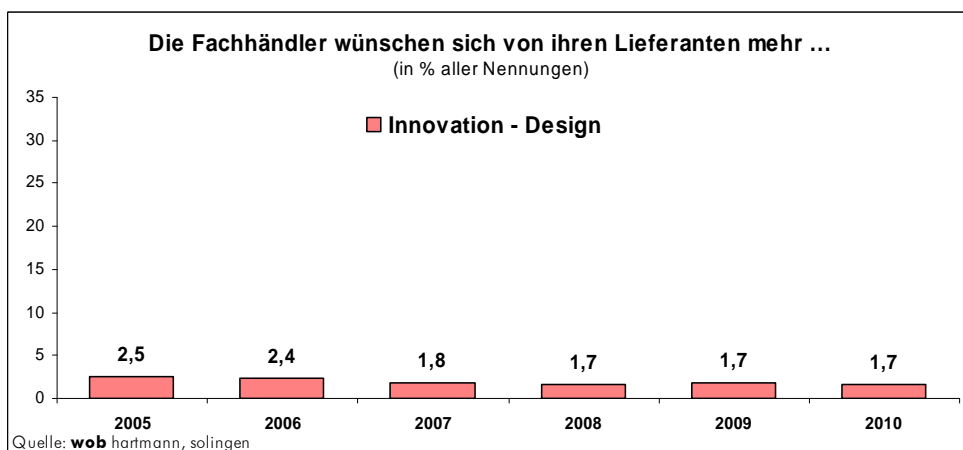
## Werbeunterstützung

Die Bedeutung der Werbeunterstützung wird seit jeher vom Fachhandel als Leistungsmerkmal eines Lieferanten eher zufriedenstellend eingeschätzt. Gegenüber dem Vorjahr ist die Bedeutung gesunken, so dass davon ausgegangen werden kann, dass in diesem Bereich kein nennenswerter Engpassfaktor existent ist.



## Innovation und Design!

Die Leistungsanforderungen des Fachhändlers an die Lieferanten in diesem Bereich sind in allen Jahren sehr gering eingestuft. Möglicherweise handelt es auch um eine gewisse Angst vor neuen Produkten, die nicht ausgereift auf den Markt gebracht werden? „Gebranntes Kind scheut das Feuer“ – Zuverlässigkeit und Qualität könnten durch eine zu hohe Innovationsgeschwindigkeit tendenziell bedroht werden, so dass der Fachhändler hier sehr zurückhaltend gewichtet.



## Machen Sie mit!

Diese Brancheninformationen werden ermöglicht durch ca. 110 Teilnehmer. Machen auch Sie mit! Mit Ihrer Teilnahme verbessern Sie weiter die Qualität und die Repräsentativität für den selbstständigen Fachhandel. Melden Sie sich dazu direkt bei der wob Hartmann, Telefon 0212-590505. Die Teilnahme ist aufgrund des Beitrages der Sponsoren kostenlos. Sie können Ihre eigene Entwicklung besser verorten und fundierte Entscheidungen für eine erfolgreiche Entwicklung treffen. Alle Teilnehmer können eine Einzelauswertung (Kosten 20 Euro zuzügl. USt.) bestellen, in der ihr Umsatz im Vergleich zu Ihrer Größenklasse ausgewertet wird. Diese Auswertung unterstützt Bankverhandlungen und beeinflusst Ihre Ratingfaktoren.

Anette Richerzhagen und Horst Hartmann

**Das Fachhandelsbarometer wird unterstützt von: Zwei plus zwei Marketing GmbH, Koga miyata, Fritz Wittich GmbH, Winora-Staiger GmbH und VSF e.V.**