GK 031 Zweiradhandel

Die Branche auf einen Blick:

Die Zweiradbranche teilt sich auf in rund zwei Drittel der Händler, die Fahrräder führen, und ein Drittel, die motorisierte Zweiräder (mittlerweile auch Leichtfahrzeuge wie Quads) verkaufen. Beiden gemeinsam: Ihr Geschäft ist stark saisonabhängig, weil der überwiegende Teil der Kunden als Hobbyfahrer im Frühjahr oder Sommer auf die Idee kommt, sich an der frischen Luft zu bewegen. Ebenfalls für beide Fachhändler gilt: Bei steigendem Umweltbewusstsein wie steigenden Treibstoffpreisen erwägen die Kunden zunehmend, wichtige Wege nicht im Auto, sondern auf dem Zweirad zurückzulegen. Insbesondere im Fahrradhandel bedeuten diese Allwetterfahrer einen Trend zu höherwertigem rollenden Material wie auch Zubehör.

Hinweis: Wesentliche Informationen für fabrikatsgebundene Motorradbetriebe können den VR-Gründungskonzepten „Kfz-Handel" (GK 030) und „Kfz-Werkstatt" (GK 036) entnommen werden. Das vorliegende Konzept wendet sich überwiegend an Gründer, die einen Fahrradhandel betreiben wollen.

Gliederung des Gründungskonzeptes

1 **Markt**
2 **Konzept: Fahrradhandel**
3 **Konzept: Motorräder**
4 **Werkstatt**
5 **Kalkulationshilfen**
6 **Bezugsquellen im Fahrradhandel**
Marketing
Geschäftsadresse
. **Internet-Handel**
10 **Finanzierung**
11 **Spezielle Gründerinfos**
12 **Recht**
13 **Fachkontakte / -informationen**
14 **Gründerkontakte / -informationen**

NOTIZEN

1. Markt

Branche

* **Fahrradhandel**	rd. **5. 10 Unternehmen** (2006)
* **Fahrradwerkstatt**	rd. **230 Unternehmen**
* **Krad-Handel**	rd. **3.250 Unternehmen**
* **Krad-Werkstatt**	rd. **10 Unternehmen**

In die Handwerksrolle eingetragen waren 2008 rund 3.700 Meisterbetriebe des Zweiradmechaniker-Handwerks (nach wie vor ein zulassungspflichtiges Gewerk). Reine Werkstattunternehmen sind in beiden Sparten des Zweiradgewerbes die Ausnahme, i.d.R. bieten Händler auch zusätzlich Werkstattservice an. Der Umsatzanteil aus diesem Bereich macht nach Verbandsangaben im Schnitt 18 Prozent, bei kleinen Betrieben bis zu 25 Prozent aus.

Branchenumsatz

/ **Fahrradhandel**	rd. **2,15 Mrd. EUR** (netto, 2006)
/ **Fahrradwerkstatt**	rd. **40 Mio. EUR**
/ **Krad-Handel**	rd. **1, Mrd. EUR**

NOTIZEN

/ **Krad-Werkstatt** rd. **2** **Mio. EUR**

Der Stückabsatz an Fahrrädern betrug 2006 laut ZIV rund 4,5 Mio. Für das Gesamtjahr 2008 rechnet die Branche mit einem wertmäßigen Umsatz von rund 3,5 Mrd. EUR.

Umsatzspitzen liegen nicht etwa im Weihnachtsgeschäft (nach Auswertungen des Statistischen Bundesamtes nur max. 15,6 % Anteil am Jahresumsatz), sondern in den Frühjahrs- und Sommermonaten, wetterabhängig etwa von März bis August. Im Durchschnitt der vergangenen fünf Jahre erzielte die Branche im Zeitraum April bis Juni fast 40 Prozent, von März bis August fast drei Viertel des Jahresumsatzes.

Allerdings entzerrt sich das Geschäft in den letzten Jahren ein wenig, weil - zumindest in Großstädten - mehr Kunden ihr Fahrrad oder Krad auch in der kalten Jahreszeit als reguläres Verkehrsmittel nutzen. Dabei ist in den Wintermonaten mehr an Ersatzteile, Zubehör und entsprechende Bekleidung zu denken als an den Fahrzeugverkauf.

Branchenstruktur (2006)

Fahrradhandel	rund **40** % der Betriebe haben nur 1-2 Beschäftigte etwa **3** % bleiben **unter 100.000 EUR** Jahresumsatz
Kradhandel	rund **43** % der Betriebe haben nur 1-2 Beschäftigte rund **34** % bleiben **unter 100.000 EUR** Jahresumsatz

Fahrräder

Marktanteile / Fachhandel	**5 %**
/ Verbrauchermärkte	**34 %**
/ Versand- und Onlinehandel	**%**

(ZIV)

Leicht abweichende Daten meldet der Branchenverband VDZ (2007) mit einem mengenmäßigen Absatzanteil von 53 Prozent.

Wettbewerber: Billigräder, und vor allem Kinderräder, werden über andere Vertriebswege - Sportartikelhändler, Warenhäuser, Versandhandel, Fahrraddiscounter und branchenfremde Unternehmen (z.B. Baumärkte oder Kaffeeröster) - abgesetzt. Der wertmäßige Umsatz im Fachhandel übertrifft mit (je nach Quelle) 65 bzw. 70 Prozent Marktanteil den Anteil am Stückabsatz deutlich: Über den Fachhandel laufen vor allem die hochpreisigen Sortimente, die wiederum mehr Nachfrage nach Zubehör und Wartung bewirken.

Nachfrageverhalten. Bei aller Liebe zum Sport - im Fahrradverkauf dominieren die Argumente Ersatzbedarf und technische Innovationen. Denn: Mittlerweile fast 67 Millionen Fahrräder zählt das Bundesverkehrsministerium in deutschen Haushalten, 10 Prozent mehr als im Jahr 2000. Das bedeutet, vier von fünf Haushalten besitzen mind. 1 Fahrrad, im Schnitt kommen 1,8 Fahrräder auf jeden Haushalt. Eine wichtige Zielgruppe, insbesondere für Zubehör und Bekleidung, sind die rund 7 Prozent der Erwerbstätigen, die laut Statistik mit dem Rad zur Arbeit fahren (2004). Begünstigt wird die Nachfrage von einer Veränderung im Freizeitverhalten, hin zu kostengünstigen Alternativen zu Kino- oder Restaurantbesuchen (Studie des B.A.T.-Freizeit-Forschungsinstituts von 2003).

NOTIZEN

Kräder

Neuzulassungen 2006	rd. **1 5.000 Kräder** (-2,5 %)
Besitzumschreibungen	rd. **403.000 Kräder** (-1,5 %)
Bestand	rd. **3, Mio. Kräder**

Im 1. Halbjahr 2007 legte die Zahl der Neuzulassungen gegenüber dem Vorjahr erstmals wieder +1 Prozent zu (auf rund 117.147), die Besitzumschreibungen sogar um deutliche 20 Prozent (rund 280.000). Aber: Seit Ende der 80er Jahre geht der Absatz an motorisierten Zweirädern (und neuerdings auch drei- und vierrädrigen Leichtfahrzeugen) kontinuierlich zurück. Die anziehenden Treibstoffpreise bewirken allerdings ein Umdenken, zumindest in den Städten. Motorroller und mittlerweile auch Elektro-Roller liegen im Trend.

Wettbewerber: Direktvertrieb der Hersteller bzw. Vertrieb bestimmter Hersteller über Kfz-Vertragshändler; Privatanbieter verkaufen ihre gebrauchten Kräder mittlerweile bequem über das Internet, z.B. Auktions- und Verkaufsplattformen wie eBay Motors.

Weniger jugendliche Käufer. Die Gründe des rückläufigen Neugeschäfts werden vor allem in der geringen Kaufkraft bei den Jugendlichen gesehen (sie entscheiden sich für den Führerschein Klasse B für Autos), den hohen Versicherungsprämien und dem Stufenführerschein. Führerscheinneulinge dürfen erst nach zwei Jahren eine stärkere Maschine fahren.

Zubehörgeschäft und Werkstatt: Der Bestand an Motorrädern erhöht sich immer noch, das Durchschnittsalter der Kräder liegt mittlerweile bei 11,7 Jahren. Ein seit Mitte der 90er Jahre relativ stabiles Gebrauchtmotorradgeschäft sowie gut besuchte Händlerausstellungen deuten darauf hin, dass von den schweren Maschinen weiterhin ein Reiz ausgeht. Den Wettbewerb mit den Einzelhändlern auf dem Zubehör- und Werkstattsektor haben die einschlägigen Hersteller aufgenommen, die mit ihrer Finanzkraft sog. Megastores für Motorradbekleidung, Ersatzteile und nebenbei auch Werkstatt-Service aufgebaut haben.

2. Konzept: Fahrradhandel

Inklusive Reparaturen geben die Deutschen pro Kopf rund 39 EUR jährlich für langlebige Sportgeräte wie z.B. Fahrräder aus (2005, auf Basis der Daten des Statistischen Bundesamtes).

Rund 45 Prozent des Umsatzes im Fahrradhandel stammt aus dem Verkauf von Fahrrädern, die anderen 55 Prozent aus dem Verkauf von Zubehör, Bekleidung, aus Wartung und Reparatur von Kundenfahrzeugen.

Vermietung macht im Schnitt der Branche nur einen kleinen Umsatzanteil aus, kann an einigen Standorten, besonders in Ferienregionen, aber in der Saison zu einem wichtigen zweiten Standbein des Unternehmens werden.

Für andere Geschäfte ist die Organisation von Fahrradreisen und -touren ein bedeutsamer Einnahmefaktor geworden: Laut ADFC haben 2005 über 2,5 Mio. Deutsche eine Fahrradreise unternommen, ein Buchungszuwachs von 10 Prozent.

Fahrradverkauf. Der Verkaufspreis pro Fahrrad liegt im Schnitt bei 368 EUR (2007), nach Umfrage einer Fachzeitschrift in den Fachgeschäften aber bei knapp 690 EUR. Jedes deutliche Umsatzwachstum in der Branche wurde in den letzten Jahren hauptsächlich durch Produktinnovationen ausgelöst – aktuell betrifft dies z.B. Fahrräder mit Elektrohilfsmotoren (2007: 1,5 % Umsatzanteil) und hochwertiger Ausstattung wie besserer Federung. Laut Branchenverband VDZ Optik und Marken-Image spielen bei der Kaufentscheidungen mit: Wenn Radprofis die Tour de France auf einem bestimmten Gerät erfolgreich bestreiten, wirkt dies auf den Handel zurück.

Umsatzanteile (2007, VIZ):	
Trekkingräder	**32 %**
City-Räder	**23 %**
Mountainbikes	**12 %**
All-Terrain-Bikes	**11 %**
Kinder- und Jugendfahrräder	**%**
Alle Übrigen *)	**13 %**

*) darunter Rennmaschinen

Technisch legen die Käufer Wert vor allem auf das (geringe) Gewicht der Räder und komfortable Benutzung. Gefragt sind höherwertige Ausstattungen wie Federungssysteme, Fahrradcomputer, Verbesserungen bei Schaltung und Beleuchtung. Die Federungstechnik breitet sich vom Mountainbike auf Alltagsräder aus, hochwertige Materialien, wie Aluminium, Titan oder Carbon, finden einen breiteren Einsatz über die Sportgeräte hinaus. Das Fahrrad mit elektromotorischer Unterstützung (E-Bike) sowie die neuen High-Tech-Räder mit computergesteuerter Gangschaltung könnten Wachstumschancen bieten.

Gebrauchtfahrräder. Neben dem Neu-Fahrradhandel ist auch ein Markt für die wesentlich preiswerteren Gebrauchtfahrräder entstanden, die für manchen Händler Konkurrenz, an anderen Standorten aber ein wichtiger Teil des Geschäftskonzepts bedeutet. Auf diesem Sektor machen die zunehmenden Fahrraddiebstähle einen Gefahrenpunkt aus, weil der Händler beim Ankauf nicht immer die Herkunft der Zweiräder ermitteln kann.

Zubehör-Sortiment. Fahrräder werden im Allgemeinen nicht als bloßes Beförderungsmittel von denjenigen gekauft, die sich kein Auto leisten können, sondern sie werden für Freizeitaktivitäten oder aus einem gestiegenen Umweltbewusstsein genutzt. Da die Grenzen zwischen professionellem Hochleistungssport, ehrgeizigen Amateuraktivitäten und dem Fahrradfahren am Wochenende verwischen, vor allem auch hinsichtlich der Ausstattung, ist derzeit ein Trend zu teuren Fahrradaccessoires (spezielle Fahrradkleidung, -helme, -taschen usw.) erkennbar. Jeder dritte Euro Umsatz stammt aus dem Geschäft mit Ersatzteilen und Zubehör. Auch hier bieten sich Produktinnovationen als Marketinginstrumente für den Händler an wie etwa pannensichere Reifen.

3. Konzept: Motorräder

Nicht mehr Jugendliche sind die vordringliche Zielgruppe des Motorradladens, sondern zahlungskräftige Erwachsene in der Altersgruppe von 30 bis 39 Jahren, die allein über ein Viertel der Biker stellt; fast drei Viertel der Motorradfahrer liegen im Alter zwischen 21 und 49 Jahren, der überwiegende Teil der Kunden ist männlich.

NOTIZEN

NOTIZEN

Entsprechend der Kaufkraft und der Interessen dieser Altersgruppen sind die „schweren" Maschinen auf dem Vormarsch. Allerdings: Aufgrund des Stufenführerscheins für junge Fahrer haben die Hersteller ihr Angebot an 27-PS-Maschinen erweitert. Dieser Markt gilt noch nicht als gesättigt. Eine Renaissance erlebt derzeit die Vespa, mit besserer Motorisierung als früher und mit modernerem Design eine Alternative im Stadtverkehr.

Zubehör: Im Motorradhandel ist nicht zu vergessen der hohe Bedarf an Ersatzteilen und Zubehör für die vielen länger genutzten Motorräder. Hier bieten sich Chancen für kombinierte Ladengeschäfte und Reparaturwerkstätten: Der Kundenkreis der Hobbyfahrer, die wenig von der Wartung der teuren Maschinen verstehen, wächst. Allerdings ist das Geschäft mit diesen Größenklassen nur etwas für kapitalkräftige Existenzgründer - allein ein Ersatzteillager in diesem Bereich verschlingt schnell 25.000 EUR.

4. Werkstatt

Ohne Reparaturservice und ein ausgedehntes Ersatzteil- und Zubehörangebot ist ein Zweiradgeschäft heute kaum denkbar, sowohl im Fahrrad- wie im Motorradsegment. Allzu viele Hobbyfahrer und -fahrerinnen schrauben nicht mehr gern selbst an ihren Fahrzeugen bzw. trauen sich Reparaturen nicht zu.

Wartung und Reparatur erfordern ein immer größeres Maß an Spezialisierung. Im Hinblick auf Reparaturleistungen sollten Sie allerdings beachten, dass Kundendienst-Werkstätten, wenn sie die jährliche Unerheblichkeitsgrenze von ca. 20.000 EUR überschreiten, die Eintragung des Betriebsinhabers oder eines entsprechend qualifizierten Angestellten in die Handwerksrolle der Handwerkskammer und einen Befähigungsnachweis erforderlich machen. Sonst können hohe Bußgelder auf Sie zukommen. Über Details informieren Sie sich am besten bei den Handwerkskammern oder beim Bundesinnungsverband für das Deutsche Zweiradmechaniker-Handwerk (siehe unten: Fachkontakte).

5. Kalkulationshilfen

Durchschnittsumsatz (netto, 2006)	
/ **Fahrradhandel**	rd. **3 5.000 EUR**
/ **Fahrradwerkstatt**	rd. **1 5.000 EUR**
/ **Krad-Handel**	rd. **545.000 EUR**
/ **Krad-Werkstatt**	rd. **310.000 EUR**

Fahrradhandel. Laut Verbandsangaben sollte ein Fahrradgeschäft etwa 350.000 bis 400.000 EUR Umsatz im Jahr erzielen, damit eine dauerhafte Vollexistenz gesichert ist. Dabei erzielt ein Beschäftigter im Schnitt rund 140.000 EUR Umsatz, die Statistik zeigt aber, dass Beschäftigte nur rund 93.000 EUR Umsatz im Schnitt erzielen (2006).

Kostenstruktur: Für Existenzgründer sind Durchschnittswerte aus der Praxis von Interesse, um die eigenen Planungsdaten - auch im Rahmen der Kreditverhandlungen - kritisch zu durchleuchten. Für den Fahrradhandel kann man auf Daten vom VDZ (2007) sowie aus der Umsatzstatistik (2006) zurückgreifen (jeweils in Prozent vom Nettoumsatz).

	VDZ-Daten	**destatis-Daten**

NOTIZEN

Betriebshandelsspanne	**3 ,2 %**	**35,3 %**
Personalkosten	**16, %**	**14,4 %**
Miete, Raumkosten *)	**6,3 %**	**4,2 %**
Werbung **)	**2,0 %**	
Abschreibungen **)	**1,3 %**	
Sonstiges	**3,2 %**	**,1 %**

*) bei destatis ohne Sachkosten für die Geschäftsräume

**) bei destatis im Posten: Sonstige Kosten enthalten

Das Betriebsergebnis vor Steuern liegt im VDZ-Vergleich bei 4,9 % vom Umsatz, aus den Daten der Statistiker geht ein Ergebnis von 7,7 % vom Umsatz hervor.

Fahrradwerkstatt. Zu reinen Werkstattbetrieben liegen keine spezifischen Vergleichsdaten vor, die Kostenstruktur wird für „Reparaturen von Gebrauchsgütern" aus verschiedenen Kategorien erhoben (2006, netto, ohne Mehrwertsteuerinkasso):

Wareneinsatz	**34, %** v. Nettoumsatz
Personalkosten	**23, %** v. Nettoumsatz
Material und Hilfsstoffe	**,5 %** v. Nettoumsatz
Miete / Pacht	**4,6 %** v. Nettoumsatz
Sonstiger Aufwand	**11,4 %** v. Nettoumsatz

Das rechnerische **Durchschnittsergebnis** vor Steuern läge damit in diesen Unternehmen bei **rund 1 Prozent** vom (vergleichsweise bescheidenen) Umsatz.

Motorradbranche. Die Kosten werden in diesem Segment für Händler, Teilehändler und Werkstätten nicht getrennt erhoben. Der durchschnittliche Umsatz, den ein Beschäftigter im Jahr erzielt, liegt bei rund 170.000 EUR, in Kleinbetrieben (mit id.R. weniger Verkauf als Reparatur bei rund 105.000 EUR (Stat. Bundesamt 2006).

Wareneinsatz	**0,0 %** v. Nettoumsatz
Personalkosten	**11,1 %** v. Nettoumsatz
Sonstiger Aufwand	**, %** v. Nettoumsatz
Miete / Pacht	**1, %** v. Nettoumsatz
Material, Rohstoffe	**1,4 %** v. Nettoumsatz

Aus diesen Werten ergibt sich ein **Betriebsergebnis** von **, %** vom Nettoumsatz vor Steuern.

Fahrrad-Vermietung: Einen Anhaltspunkt zur Planung einen solchen Service bieten die Daten, die das Statistische Bundesamt für die Dienstleistungsbranchen erhebt (hier: Vermietung von Gebrauchsgütern 2006, schließt auch Vermieter von anderen Sportgeräten und Videotheken u.ä. Branchen ein):

	Branchen-durchschnitt	**Unternehmen** über 250.000 EUR Jahresumsatz
Personal	**1 ,0 %**	**1 ,6 %**
Wareneinsatz		**1 ,2 %**
Materialeinsatz		**2,5 %**
Mieten, Leasing	**5, %**	**5,2 %**
Sonstiger Aufwand	**3 , %**	**25, %**

NOTIZEN

Daraus ergibt sich ein rechnerisches Betriebsergebnis vor Steuern von im Schnitt der Branche 36,5 Prozent vom Nettoumsatz, das für Betriebe unter 250.000 EUR auf rund 30 Prozent sinkt. Der durchschnittliche Umsatz pro Mitarbeiter erreicht in diesem Segment rund 100.000 EUR im Jahr.

Betriebliche Versicherungen. Unabdingbar sind Haftpflichtversicherungen für Schäden, die Inhaber oder Mitarbeiter im Rahmen der betrieblichen Tätigkeit verursachen. Wichtig sind Betriebsunterbrechungsversicherungen, die zusätzlich zu den entsprechenden Sachversicherungen wie Feuer, Sturm oder Maschinenschaden die Ausfallzeit abdecken.

Arbeitslosenversicherung. Selbständige können freiwillig (gegen einen pauschalen Monatsbeitrag) Mitglied der Arbeitslosenversicherung bleiben (zunächst befristet bis 31.12.2010). Wesentliche Voraussetzungen: mind. 15 Wochenstunden selbständige Tätigkeit; innerhalb der letzten 24 Monate vor Aufnahme der selbständigen Tätigkeit mind. 12 Monate versicherungspflichtig beschäftigt oder Bezieher von Arbeitslosengeld; Antragstellung innerhalb eines Monats nach Existenzgründung.

Krankenversicherung. Wer selbständig ist, kann wählen, ob er in der gesetzlichen Krankenkasse bleibt oder sich privat versichert. Die Beiträge der gesetzlichen Krankenversicherung sind von Alter, Geschlecht und Anzahl der nicht erwerbstätigen Familienangehörigen unabhängig, während die Privatversicherer für jedes Mitglied einen eigenen Beitrag berechnen. Für junge, gesunde Einsteiger ohne mitzuversichernde Familienangehörige ist eine Privatversicherung meist günstiger.

Alters- / Risikovorsorge. Bei der Altersvorsorge gibt es für Selbständige meist die Möglichkeit zwischen gesetzlicher Rentenversicherung, Versorgungswerken bei einigen Berufsgruppen und/oder privaten Versicherungen zu wählen. Berufsunfähigkeit ist in der gesetzlichen Rentenversicherung für alle, die ab 1.1.1961 geboren sind, nur äußerst unzureichend abgesichert (Erwerbsminderungsrente); eine Berufsunfähigkeitsversicherung sollte zusätzlich privat abgeschlossen werden. Derzeit gilt eine private Vorsorge als günstiger, doch Prognosen über lange Zeiträume sind immer mit Unsicherheiten behaftet.

6. Bezugsquellen im Fahrradhandel

Im Zweiradhandel erfolgt der Bezug - laut Betriebsvergleichen des Instituts für Handelsforschung - zu jeweils ungefähr einem Drittel direkt über die Hersteller, über Einkaufsverbände - in Form des Gemeinschaftseinkaufs - und über Großhändler.

Während Zweiräder in der Regel direkt ab Werk bestellt werden, bieten sich für Ersatzteile auch Großhändler an. Welchem Weg Sie den Vorzug geben, hängt jeweils von der Qualität, dem Service und den Rabatten ab. Unter Umständen lohnt es sich, ein paar Prozent mehr zu bezahlen, wenn Sie die Erfahrung machen, dass dafür der Großhandel schneller liefert.

Prüfen Sie, welche der folgenden Punkte bei Ihren Verhandlungen mit den Lieferanten besonders ins Gewicht fallen: Lieferfristen, Rabatte, Rückgaberechte, Kulanz bei Materialfehlern, Zahlungsweise und Zahlungsziel, Sortimentsbreite.

Problem für den Werkstattbetrieb sind die mitunter sehr langen Lieferfristen der Hersteller und die daraus resultierenden höheren Preise für Ersatzteile. Andererseits profitiert der Fachbetrieb von der Teileknappheit: Discounter bzw. No-Name-Hersteller tun sich schwerer, billige Komponenten zu ordern.

Der Anschluss an Einkaufsverbände ist in der Fahrradbranche mit rund 45 Prozent nicht so verbreitet wie in anderen Einzelhandelsbranchen; Sie sollten diese Möglichkeit trotzdem in Betracht ziehen, da Sie so neben dem preisgünstigeren Einkauf auch Hilfe bei betriebswirtschaftlichen Fragen (z.B. Sortimentsgestaltung, Werbung) bekommen können. Bei der Sortimentsplanung ist eine gute Marktkenntnis sowie ein Gespür für zukünftige Trends von entscheidender Bedeutung.

. Marketing

Die Einrichtung - zumindest einer bescheidenen - Werkstatt kann als Werbeausgabe verstanden werden: Besonders im Frühjahr sind alljährlich Tausende von Fahrradfahrern ohne Reparaturerfahrung oder mit "zwei linken Händen" auf der Suche nach einem Fachmann, der ihr Rad entstaubt und wartet. Kaum etwas bindet Kunden so dauerhaft an den Laden, wie die Lösung dieses regelmäßigen Problems.

Werberecht. Mittlerweile beschränkt der Gesetzgeber Sonderaktionen und Rabatte nicht mehr auf besondere Anlässe wie Jubiläen. Einschränkungen von Werbeaktivitäten macht das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb aber nach wie vor, vor allem bei der direkten Ansprache von (potentiellen) Kunden: Aus Unkenntnis dieser Gesetze werden immer wieder Fehler gemacht, die von sogenannten Abmahnvereinen umgehend mit Bußgeldern geahndet werden.

Elektronischer Newsletter. Werbeprofis betonen, dass es effektiver und preiswerter ist, seine Stammkunden zu pflegen als neue Kunden zu gewinnen. Regelmäßige E-Mails, die auf Sonderaktionen, Events oder interessante Sortimente aufmerksam machen, werden laut Studie von TNS Emnid mittlerweile von 85 Prozent aller Internetuser bezogen. Ein knappes Drittel dieser Mails führt zu Einkäufen/Bestellungen. Solche Newsletter (gut die Hälfte der Bezieher wünschen einen vierzehntägigen oder monatlichen Rhythmus) dürften auf Dauer preiswerter zu organisieren sein als Werbeschreiben und gedruckte Handzettel. Sie dürfen aber nur an Kunden verschickt werden, die dem ausdrücklich zugestimmt haben.

. Geschäftsadresse

Der Flächenbedarf für einen Fahrradhandel leitet sich zum Teil aus den Kennzahlen aus Betriebsvergleichen der Branche ab. So erzielt man auf einem Quadratmeter Verkaufsraum im Schnitt ca. 1.400 EUR Umsatz pro Jahr, bezogen auf die gesamte Geschäftsfläche inkl. Lager, Werkstatt und Büro liegt dieser Wert bei rund 750 EUR. Aus dem vom VDZ empfohlenen Mindestumsatz leitet sich eine Mindestgröße von 200 bis 250 qm Ladenfläche bzw. 400 bis 500 qm für alle Räumlichkeiten ab – ein Wert, der an vielen Standorten finanziell nicht zu realisieren ist. Kleine Betriebe brauchen aber doch eine Mindestfläche zur Warenpräsentation, für Lager und gf. Werkstatt, die 300 qm nicht wesentlich unterschreiten sollte.

NOTIZEN

NOTIZEN

Attraktive Standorte sind allzu oft mit hohen Ladenmieten verbunden. Bei der Ansiedlung beispielsweise in Randlagen von Großstädten liegen die Raumkosten meist niedriger - bedenken Sie aber hier die evtl. anfallenden Folgekosten, unter anderem für erhöhten Werbeaufwand. Gerade bei höherwertigen Rädern legen die Kunden zudem Wert auf serviceorientierte Händler in Wohnnähe, die schnell Reparatur und/oder Wartung erledigen.

Hinweise für eine Standortanalyse. Bei der Suche nach geeigneten Geschäftsräumen sind die folgenden Punkte von Bedeutung:

- Größe und Reichweite des Einzugsgebietes (hängt auch von der Exklusivität Ihres Angebotes ab)
- Kaufkraft im Einzugsgebiet und erreichbare Umsätze (wie viele Kunden müssten täglich kommen, damit Sie Ihr Umsatzziel erreichen?)
- Zahl, Größe, Entfernung und Attraktivität vergleichbarer Geschäfte in der Umgebung
- Qualität Ihres Standortes hinsichtlich Laufstraßenlage, Verkehrsverbindungen und Parkplätzen, auch im Vergleich zur Konkurrenz
- umliegende Geschäfte anderer Branchen, die evtl. eine "Magnetwirkung" auch für Ihre potentiellen Kunden haben könnten
- Erweiterungsmöglichkeiten der Geschäftsräume

Detailfragen zu Standortproblemen sollten Sie mit Ihrer Industrie- und Handelskammer oder dem Einzelhandelsverband besprechen (siehe unten); Untersuchungen der Kaufkraft in Ihrem Zielgebiet, Mietpreisspiegel oder Zahlen zur Passantenfrequenz (Laufkundschaft) und Konkurrenzdichte liegen dort vielleicht schon vor. Dieses Spezialwissen sollten Sie nutzen.

Auch die Lieferanten sollten Sie nicht vergessen: Je besser und schneller die Fahrer den Laden erreichen können (Nähe der Autobahnabfahrt / Parkmöglichkeiten), desto eher sind sie zu Extratouren bei Eilbestellungen bereit. Dieser Faktor ist besonders wichtig bei Händlern, die nebenbei auch Reparaturservice anbieten und auf Ersatzteillieferungen angewiesen sind.

Und: Schließlich kann die Standortfrage nicht nur über Erfolg oder Misserfolg Ihres Vorhabens, sondern auch über seine Kreditwürdigkeit beim Start entscheiden.

. Internet-Handel

Die Fahrradfachhändler erzielen im Schnitt der Branche fast 2 Prozent Umsatzanteil aus Online-Verkäufen, ein noch ausbaufähiger Wert, der immerhin den Durchschnitt des Einzelhandels übertrifft (1,3 % in 2005).

0 Prozent der Motorradhändler boten laut Studie des E-Commerce-Centers Handel des IfH Köln schon 2002 Maschinen und Zubehör über eine eigene Homepage im Internet an. Die befragten Händler erzielten damals über 8 Prozent ihres Umsatzes über dieses Onlinegeschäft, mittlerweile liegt dieser Wert nach Branchenexperten bei etwa 50 % des Stückabsatzes. Auch für Gebrauchtfahrzeuge nutzen auch professionelle Anbieter zunehmend Internetbörsen. . Im Schnitt der Branche ist es aber kaum 1 Prozent des Umsatzes, der aus Onlinegeschäften resultiert.

Wer ins Online-Versandgeschäft einsteigen will, dem raten Praktiker, den Markt zunächst zu testen. Dafür bieten sich z.B. die Internet-Auktionshäuser an.

Zweifellos profitiert auch Fachhandel vom breit gestreuten Kundenpotenzial und den niedrigen Transaktionskosten, die degressiv gestaffelt sind. Ausführlichere Informationen zu professioneller Software für den eigenen Online-Shop im *VR-GründungsKonzept 032 - Versandhandel*.

10. Finanzierung

Der Kapitalbedarf für eine Existenzgründung im Zweiradhandel hängt von der Geschäfts- und Lagergröße, dem Standort sowie dem Sortiment ab.

Als Mindestsumme - im Sinne einer Orientierungsgröße - benötigen Sie jedoch ein Startkapital von 70.000 bis 80.000 EUR. Der VDZ gibt als Richtgröße etwa 100.000 EUR an, eine zusätzliche Werkstatteinrichtung kostet noch einmal ca. 20.000 EUR an Geräten und Werkzeugen.

Der Kapitalbedarf für ein Lager mit "schweren Maschinen" und entsprechenden Ersatzteilen liegt allerdings weit über dieser Summe.

Kredithilfen. Speziell zur Finanzierung von Gründungsvorhaben bis 50.000 EUR Kapitalbedarf dient KfW-Startgeld, zu beantragen über die Hausbank. Die Vorteile für den Gründer sind verbilligte Zinsen und vergleichsweise lange Laufzeiten, ggf. auch einige tilgungsfreie Jahre.

Für Gründungsvorhaben mit höherem Kapitalbedarf stehen Mittel der KfW-Mittelstandsbank zur Verfügung (z.B. ERP-Gründer-Kapital mit Eigenkapitalcharakter bis 500.000 EUR, Unternehmerkredit auch für höhere Kreditsummen). Auch aus Landesprogrammen können Existenzgründer Förderung erhalten, etwa zinsgünstige Darlehen, aber auch Beratungsmittel, in einigen Regionen und Branchen auch direkte Zuschüsse. Das aus eigenen Mitteln aufgebrachte Kapital sollte 15 bis 20 Prozent des Gesamtbedarfs nicht unterschreiten.

Handwerksmeister können in einzelnen Ländern zusätzliche Mittel erhalten. Wer den Meisterbrief erst erwerben möchte, kann Meister-Bafög beantragen.

Förderprogramme der Länder

Ausführliche Informationen bei den Landesförderinstituten, Adressen und Webadressen siehe unten: Relevante Zusatzinfos

Berlin u.a.: Berlin Start - Darlehen für Investitionen, erstes Warenlager, Betriebsmittel zwischen 5.000 EUR und 100.000 EUR + Meistergründungsprämie als ggf. nicht rückzahlbarer Zuschuss von 7.000 EUR plus 5.000 EUR für Schaffung eines Arbeitsplatzes

Brandenburg u.a.: zinsverbilligte Darlehen/Brandenburg-Kredit bis max. 10 Mio. EUR + kostenlose Gründungs- und Nachfolgeberatung über Lotsendienste

Bremen u.a.: Mikrodarlehen bis 10.000 EUR / Starthilfedarlehen bis 100.000 EUR / Zuschüsse für Schaffung von Arbeitsplätzen aus dem Starhilfefonds + Bremer Unternehmerkredit bis 5 Mio. EUR + Beratungsförderung als Zuschuss bis max. 80% / 700 EUR pro Tagewerk (insgesamt max. 2.800 EUR)

Mecklenburg-Vorpommern u.a.: Mikrodarlehen für Gründer bis 10.000 EUR + Kleindarlehen zwischen 20.000 EUR und 200.000 EUR + Zuschüsse zur Unter-

NOTIZEN

NOTIZEN

nehmensberatung bis 50 %/500 EUR pro Tagewerk, max. 5.000 EUR (jeweils best. Wirtschaftsbereiche sind ausgeschlossen)

Niedersachsen u.a.: Niedersachsen-Kredit zwischen 20.000 EUR und 500.000 EUR für Investitionen, Waren- und Materiallager sowie ggf. Betriebsmittel

Nordrhein-Westfalen u.a.: NRW.BANK Gründungskredit, mind. 25.000 EUR, max. 5 Mio. EUR Kreditvolumen (zu 100% der förderfähigen Kosten) + Meistergründungsprämie NRW von 7.500 EUR (Voraussetzung: mind. 1 Arbeitnehmer, mind. 25.000 EUR Finanzierungsbedarf bei Männern / 20.000 EUR bei Frauen) + Gründungsberatung (max. 50% / 400 EUR pro Tagewerk Zuschuss)

Rheinland-Pfalz u.a.: Darlehen aus dem Mittelstandsförderungsprogramm bis zu 100% der Investitionen (max. 2 Mio. EUR) + Existenzgründungsberatung bis 50% / max. 9 Tagewerke zu 400 EUR

Sachsen-Anhalt u.a.: Gründerdarlehen von mind. 25.000 EUR bis max. 1,5 Mio. EUR

Schleswig-Holstein u.a.: Starthilfedarlehen bis 100.000 EUR Investitionen und/oder 50.000 EUR Betriebsmittelbedarf - Abwicklung sämtl. öffentl. Darlehen + Zuschuss aus dem Zukunftsprogramm Arbeit zur Gründungsberatung / -schulung

Meister-BaföG (Gesetz zur Förderung der beruflichen Aufstiegsfortbildung - AFBG). Die Förderung beträgt bis 614 EUR monatlich, davon max. 230 EUR als Zuschuss, der Rest als zinsgünstige Darlehen (erhöhte Fördersätze für Verheiratete bzw. Eltern). Der Meisterkurs muss mindestens 400 Unterrichtsstunden (innerhalb 3 Jahren bei Vollzeitmaßnahmen, innerhalb 4 Jahren bei Teilzeit) umfassen. Zusätzlich für Lehrgangs- und Prüfungsgebühren bis zu 10.226 EUR und zur Förderung des Meisterstücks bis zu 1.534 EUR (zu 35 Prozent als Zuschuss, einkommensunabhängig; Existenzgründern wird unter bestimmten Voraussetzungen die Rückzahlung eines Teils erlassen). Die Förderung wird in der Regel nur einmalig gewährt. Nähere Einzelheiten erläutert die zuständige Handwerkskammer (bzw. bei den kommunalen Ämtern für Ausbildungsförderung).

Gründerzuschuss für ALG-I-Bezieher. in Höhe des individuellen Arbeitslosengeld I plus 300 EUR pauschal für freiwillige Sozialversicherung für 9 Monate, dann pauschal 300 EUR für weitere 6 Monate; "Verbrauch" der Ansprüche auf ALG I; Voraussetzungen: Arbeitslose mit (Rest-)Anspruch auf mind. 3 Monate ALG I; Karenzzeit bei Kündigung ohne wichtigen Grund ggf. auf Förderzeitraum anzurechnen. Förderanspruch nur mit Bescheinigung von IHK, Handwerkskammer oder Bank, dass die Existenzgründung eine wirtschaftlich tragfähige Vollexistenz ermöglicht; dazu erforderlich Kurzbeschreibung des Konzepts, Kapital- und Finanzierungsplan sowie Umsatz- und Rentabilitätsvorschau; Antrag beim zuständigen Arbeitsamt.

Geno-Star: Finanzierungsplaner im Internet. Wie eine auf Ihren Kapitalbedarf zugeschnittene Finanzierung mit dem vorhandenen Eigenkapital, öffentlichen Mitteln und Bankdarlehen im Idealfall aussehen könnte, ermitteln Sie im ersten Schritt selbst mit GENO-Star. Das DV-gestützte Beratungssystem der Volksbanken, Raiffeisenbanken und Spar- und Darlehenskassen errechnet aufgrund Ihrer Angaben ganz unverbindlich einen optimalen Finanzierungs- und Kapitaldienstplan. So können Sie erst einmal verschiedene Modelle durchspielen. Damit erhalten Sie erste konkrete Zahlen für Ihren Businessplan, die dann im Gespräch

mit Ihrer Hausbank verfeinert und noch besser auf Ihr Vorhaben zugeschnitten werden können.

Internet-Service unter www.geno-Star.de
- Förderrechner mit optimalem Finanzierungsplan und Kapitaldienstplan sowie Hinweisen auf einzureichende Unterlagen
- Förderprogramme und Förderlexikon
- Adressen der lokalen genossenschaftlichen Bank(en)

11. Spezielle Gründerinfos

Gründerqualifikation. Für einen erfolgreichen Start im Zweiradgeschäft ist Branchenerfahrung eine wichtige Vorbedingung. Denn: Die Chance des Zweiradhändlers liegt in der Fachkompetenz, mit der er seine Kunden bei der Auswahl des Fahrrades respektive motorisierten Zweirades und entsprechender Zusatzausstattungen berät. Hier verfügt der Fachhändler über deutliche Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Anbietern. Bedenken Sie, dass entscheidende Voraussetzung für eine erfolgreiche Existenzgründung auch solides kaufmännisches Wissen ist.

Businessplan. Ein Gründungs- bzw. Investitionskonzept für die Finanzierung sollte u. a. folgende Informationen enthalten:
- Marktbedingungen und voraussichtliche Entwicklung der Branche
- Produktpalette, Preise, Service
- Kundenpotential im Einzugsgebiet und ggf. daraus begründete
- Standortwahl
- Konkurrenzsituation
- notwendiger Mitarbeiterstamm

Erfolgsaussichten des Unternehmens als Vollexistenz: Die oben genannten Themen müssen mit einer Umsatz-, Kosten- und Ertragsvorschau quantifiziert bzw. untermauert werden, um von der Wirtschaftlichkeit des jeweiligen Vorhabens zu überzeugen.

Gründungsplaner. Bei der Erstellung von ersten professionellen Businessplänen unterstützt Sie der Gründungsplaner der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Mit Hilfe dieses umfangreichen und effizienten Planungsinstruments schärfen Sie den Blick für die Chancen Ihres zukünftigen Unternehmens, senken durch genaue Kalkulation die Risiken und betrachten ganz realistisch die Erfolgsaussichten aus verschiedenen Blickwinkeln.
Zentrale Bestandteile des Gründungsplaners, den interessierte Gründer bei jeder Volksbank und Raiffeisenbank erhalten:
‣ Das „Simulationsprogramm: Unternehmensgründung" für Ihren heimischen PC bildet den Gründungsprozess in betriebswirtschaftlich logischer Reihenfolge ab. Im Ergebnis erarbeiten Sie schrittweise Ihren individuellen Businessplan, der eine detaillierte Grundlage für das Finanzierungsgespräch mit Ihrer Hausbank bildet.
‣ Im "Unternehmensgründungsplanspiel" planen Sie gemeinsamen mit anderen (max. 20) Unternehmensgründern einen ganzen Tag lang Ihre eigene Firma, unter kompetenter Leitung, über einen Zeitverlauf von drei Jahren. Fragen Sie in Ihrer Genossenschaftsbank nach den nächsten Terminen.

Persönliche Kreditwürdigkeit. Neben den wirtschaftlichen Aussichten des geplanten Unternehmens werden auch die persönliche Vermögens- und Ein-

NOTIZEN

NOTIZEN

kommenssituation und die Kreditsicherheiten des Gründers eine Rolle spielen. In Bezug auf diese Frage kann es leicht zu Enttäuschungen kommen, da die Bank die aufgeführten Sicherheiten manchmal nicht so hoch bewertet, wie ein Gründer sich das erhofft.
Übliche Bewertungen: in voller Höhe Kontoguthaben bei einem Kreditinstitut, Rückkaufwerte von Lebensversicherungen und Bausparguthaben, zu drei Vierteln des Wertes festverzinsliche Wertpapiere (für ausländische Wertpapiere gelten besondere Regelungen), mit 50 Prozent Aktien.

Firmenkauf. Die Anlaufphase ist leichter, wenn das Unternehmen schon einen Namen hat und über eingearbeitete Mitarbeiter verfügt. Der oft schwierige Aufbau eines Kundenstamms entfällt. Auch eine bestehende gute Zusammenarbeit mit Herstellern kann den Start erleichtern - bei bestehender Vertragsbindung an einen Hersteller ist es wichtig, diesen über den Wechsel in der Geschäftsführung vorab zu informieren. Bei der Suche nach einem geeigneten Objekt und erst recht der späteren fachlichen Beurteilung von Angeboten kann man auf den Rat von Experten zurückgreifen, beispielsweise des Fachverbands.

Haftung für Verbindlichkeiten. Bei einer Geschäftsübernahme haftet der Käufer gegenüber dem Finanzamt für alle betrieblichen Steuern wie Gewerbesteuer, Umsatzsteuer und Lohnsteuer, die ein Jahr vor und ein Jahr nach der Geschäftsübergabe anfallen. Begrenzt ist diese Haftung auf den Unternehmenswert. Das Haftungsrisiko kann einschränken, wer sich vom Veräußerer eine Unbedenklichkeitsbescheinigung des Finanzamtes vorlegen lässt, die besagt, ob betriebliche Steuern auf dem Unternehmen lasten.

Kaufpreis. Der Unternehmenswert setzt sich aus mehreren Bestandteilen zusammen:

- Zeitwert für Einrichtung und Ausstattung, ggf. auch Grundstücks- und Gebäudewert
- Wert des Waren- und Materialbestandes (Abschläge für ältere und unverkäufliche Räder und Ersatzteile beachten)
- Geschäftswert, der sich aus den Umsatzzahlen, der Geschäftslage und dem Kundenstamm ergibt
- Die Finanzierung des Kaufpreises sowie der erforderlichen Zusatzinvestitionen kann - wie jede Existenzgründung - vom Staat mit zinsgünstigen Mitteln erleichtert werden

Prüfpunkte. Der zum Verkauf stehende Betrieb sollte einer gründlichen betriebswirtschaftlichen Prüfung unterzogen werden. Besonders sorgfältig recherchiert werden sollten:

- Verkaufsgründe des bisherigen Inhabers
- alle betriebswirtschaftlichen Kennzahlen wie Personaldaten, Verträge, Verbindlichkeiten und Außenstände; die Jahresabschlüsse der letzten 3 bis 5 Jahre (Bilanzen / Gewinn- und Verlustrechnungen), laufende Verbindlichkeiten
- laufende Verträge mit Herstellern und Lieferanten und die Berechtigung, als Nachfolger in diese Verträge eintreten bzw. sie kündigen zu können
- (Rest-)Laufzeit des Mietvertrags und ggf. neue Auflagen oder Bauplanungen der Behörden

12. Recht

Die Eröffnung und selbständige Führung eines Zweirad-Handels wird durch keinerlei spezielle Rechtsvorschrift eingeschränkt. Bis zu einer bestimmten Um-

NOTIZEN

satzgrenze (genaue Auskünfte erteilt die Handwerkskammer) darf der Händler auch ohne Handwerkskarte Räder reparieren, die zum Verkauf bestimmt sind. Für Reparaturen an Kundenfahrrädern wird die Eintragung in die Handwerksrolle verlangt.

Handwerksrecht beachten: Für manche Tätigkeiten wird nach wie vor die Eintragung in die Handwerksrolle verlangt, als Meister oder Altgeselle mit ausreichender Berufserfahrung (mind. 6 Jahre, davon 4 in leitender Funktion). Bei den für das Handwerk wesentlichen Tätigkeiten darf der Händler eine gewisse Umsatzgrenze im Rahmen seiner Serviceleistungen nicht überschreiten. So darf sich der Service-Bereich nicht so weit entwickeln, dass er den wesentlichen Teil des Gesamtumsatzes ausmacht.

Mit diesem Service ausdrücklich werben, ist Händlern nicht erlaubt. Sollte der Service-Bereich sich zu einem "Renner" entwickeln, empfiehlt sich aus rechtlichen Gründen die Kooperation mit einem Meisterbetrieb, die ja auch zusätzliche Kunden bringen kann.

Einfache handwerkliche Tätigkeiten innerhalb des Gewerks dürfen ohne weiteres von allen Existenzgründern ausgeübt werden. Dies sind Tätigkeiten, die
- in kurzer Zeit (bis zu 3 Monate) erlernt werden können, oder
- bei längerer Anlernzeit für das Gewerk nebensächlich sind, oder
- nicht aus einem Gewerk der Anlage A der Handwerksordnung entstanden sind.

Diese Tätigkeiten gelten als handwerksähnliches Gewerbe (keine Meisterprüfung). Starten Sie aber nicht ohne Rücksprache mit der Handwerkskammer. Ob im Einzelfall die IHK zuständig ist, entscheidet eine Schlichtungskommission.

Technische Aspekte. Seit 2005 gelten EU-Standards für die technische Sicherheit von Rädern, die im Wesentlichen den deutschen DIN-Normen entsprechen. Hier gilt es, besonders auf die Qualität preiswerter Importprodukte zu achten.

Gewerbeanmeldung bei der für Ihren Betriebssitz zuständigen Stadt- oder Gemeindeverwaltung. Davon werden automatisch in Kenntnis gesetzt

- das Finanzamt
- das Gewerbeaufsichtsamt
- die Ordnungsbehörden
- die Berufsgenossenschaft.

Mit der Aufnahme eines Gewerbes wird jedes Unternehmen kammerzugehörig und damit beitragspflichtig.
Sollte das Finanzamt innerhalb von wenigen Wochen keine Steuernummer zugeteilt haben, ist der Gewerbetreibende verpflichtet, eine persönliche Mitteilung zu machen.

Mitarbeiter. Die Berufsgenossenschaft, die alle im Betrieb Beschäftigten gegen Unfall und Berufskrankheiten versichert, muss spätestens nach acht Tagen verständigt sein. Wer Mitarbeiter beschäftigt, braucht für die Anmeldung zur Krankenkasse eine Betriebsnummer. Die bekommt man vom zuständigen Arbeitsamt zugeteilt.