

Eurobike: „Alle wollen das Klassentreffen“

von bb - Freitag, 12. März 2021

<https://www.pd-f.de/2021/03/12/eurobike-alle-wollen-das-klassentreffen/>



Beginn Originaltext:

XXXXXX

2021 wird ein spannendes Fahrradjahr. Einer weltweit deutlich gestiegenen Nachfrage steht eine angespannte Liefersituation gegenüber. Gleichzeitig hat das Fahrrad in der Pandemiezeit enorm an Bedeutung gewonnen – wirtschaftlich, politisch, touristisch und gesundheitlich. Es gibt viel zu besprechen. Die EUROBIKE als Treffpunkt und Schaufenster der Branche bietet dafür die ideale Bühne.

Wir stellen die ersten Weichen für die EUROBIKE 2021.

Alle wollen das Klassentreffen

Ungeachtet der noch ausstehenden politischen Rahmenbedingungen zur Durchführung von Messen im Herbst ist das Interesse der internationalen Fahrradbranche an der EUROBIKE 2021 groß. Bereits mehr als 800 Aussteller haben zur 29. Auflage der Leitmesse vom 1. bis 4. September in Friedrichshafen zugesagt. „Wir freuen uns, dass auch im Ausnahmejahr 2021 die wichtigsten Hersteller und Zulieferer der Branche an Bord der Eurobike sind“, erklärt Messechef Klaus Wellmann. „Der Ruf nach der physischen Austausch-Plattform wird täglich lauter und unsere Veranstaltungskonzeption wartet mit einem Best of aus den beiden Welten BtoB und BtoC auf.“

Seite 1/5

Abdruck frei | Beleg erwünscht | Download unter www.pd-f.de

»»»» pressedienst-fahrrad GmbH »»

ortelsburger straße 7 37083 göttingen

t +49.551.9003377-0 f +49.551.9003377-11 m +49.171.4155331

gf@pd-f.de

www.pd-f.de

Neu in 2021: Neben dem Fachpublikum richtet sich die EUROBIKE mit erstmals zwei Festival Days am Freitag und Samstag an alle Bikefans.

Im September 2021 feiert die Eurobike ihr Comeback. Nach vielen Monaten, in denen die Interaktion der globalen Fahrradbranche hauptsächlich auf digitalem Weg erfolgte, rückt das etablierte Realtreffen in greifbare Nähe und erhält starken Zuspruch. „Der Bedarf der Branchenteilnehmer am Klassentreffen ist größer denn je. Alle sehnen sich nach dem persönlichen Austausch, wollen Produkt-Highlights aufspüren, Herausforderungen diskutieren und den Community-Spirit aufblühen lassen“, berichtet Eurobike-Bereichsleiter Stefan Reisinger. „Natürlich gibt es momentan noch Unsicherheiten aber gleichzeitig auch großes Interesse dabei zu sein. Dieser Situation stellen wir uns und bieten maximale Flexibilität, Transparenz und Offenheit für alle Interessenten. Die Anmeldung zur Eurobike 2021 ist selbstverständlich weiterhin möglich und die verschiedenen Beteiligungsformate bieten für jeden Bedarf das Richtige.“

Die Eurobike 2021 setzt in ihrer Konzeption sowohl fachliche Impulse wie auch vielfältige Maßnahmen im Bereich Konsumentenansprache. Zentrale Branchenthemen der ersten beiden BtoB-Tage (1./2. September) beschäftigen sich mit der Frage „Wie geht's weiter nach Corona?“ sowie dem Umgang mit dem Nachfrage-Boom, Lieferfähigkeiten und nicht zuletzt der politischen Botschaften. „Es geht darum, gemeinsam aufzutreten, eine laute Stimme für das Fahrrad mit seiner Industrie- und Handelslandschaft und gegen traditionelle Automobilansprüche zu erheben. Fahrradmobilität beweist in unzähligen Bereichen nachhaltige Stärke. Gemeinsam mit den Verbänden der Fahrradbranche gilt es, die Rahmenbedingungen für das Fahrrad weiter zu verbessern und die Eurobike bietet dafür – kurz vor den Bundestagswahlen eine perfekte Bühne.

In den Messehallen am Bodensee rücken neben internationalen Ausstellerständen vielfältige Sonderflächen in den Fokus: Etablierte Areas zu Cargobikes, E-Mobility Solutions, Start Ups, Influencern und den Eurobike Awards werden erweitert durch neue Anlaufstellen zu den Themen Road & Performance, E-Cycling und Gravel & Adventure. Diskussionsforen für die Fachwelt bieten die Eurobike Academy, der Eurobike Travel Talk sowie das Eurobike Networking Dinner und die Bike Biz Revolution-Conference am Messe-Vortag, 31. August 2021.

Die Eurobike 2021 folgt dem Ruf vieler Kunden nach einer noch stärkeren Endkundenansprache und initiiert erstmals bereits am Freitag, den 3. September einen gemischten Fachbesucher- und Endkundentag sowie am Samstag (4. September) den etablierten reinen Publikumstag mit Festival-Charakter, Events, Renn-Veranstaltungen, Holiday on Bike-Reiseangebote sowie Test- und Mitmach-Arealen. „Die Eurobike 2021 schafft ein gemeinsames Branchenpodium zum gegenseitigen Austausch, zur Marken- und Produktdarstellung nach innen und außen, für politische Botschaften pro Radfahren und nicht zuletzt für alle Endkunden, Enthusiasten, den Nachwuchs und zukünftige User. Diese Plattform wollen alle haben und wir können diese in Friedrichshafen bieten“, fasst Projektleiter Dirk Heidrich die 29. Eurobike zusammen.

Ein digitales Format ist kein Ersatz für eine physische Fahrradmesse

INTERVIEW MIT STEFAN REISINGER – BEREICHSLEITER EUROBIKE

Nach der coronabedingten Absage 2020 sind die Planungen für die EUROBIKE 2021 in vollem Gange. EUROBIKE-Bereichsleiter Stefan Reisinger gibt Einblicke, wie sich die globale Fahrradmesse ändert und warum die Verantwortlichen zuversichtlich für die Durchführung 2021 sind.

Herr Reisinger, bevor wir den Blick nach vorne werfen, ein kurzer Rückblick: Wie verlief das Jahr 2020 für die Messe Friedrichshafen?

Stefan Reisinger: Als Unternehmen der Veranstaltungsbranche war es äußerst herausfordernd und schwierig. Bei unserer Kernarbeit, der Messeveranstaltung, waren wir praktisch seit Anfang März mit einem Berufsverbot belegt. Einzig die Interboot im September konnte stattfinden. Um unser Unternehmen kostenseitig zu schonen, mussten wir Lösungen finden: Viele Mitarbeiter waren bzw. sind leider in Kurzarbeit, Hallenflächen werden beispielsweise als Lagerflächen vermietet oder sogar als Impfzentrum genutzt. Die kurzfristigen Absagen waren für die Mitarbeiter auch eine moralische Herausforderung. Viele Veranstaltungen, darunter auch die EUROBIKE oder die VELOBerlin, waren weit vorbereitet. So blieb uns am Ende im Fahrradbereich einzig die Durchführung der DIGITAL DAYS. Dabei verlief unsere Entwicklung komplett diametral zur Fahrradbranche: Während sich die Hersteller vor Aufträgen kaum retten können, sind wir besonders hart betroffen.

„Ein digitales Format ist kein Ersatz für eine physische Fahrradmesse – und wird es auch nie werden.“

Sind digitale Veranstaltungen wie die EUROBIKE DIGITAL DAYS Konzepte für die Zukunft?

Definitiv war die Veranstaltung für uns ein Erfolg und wir haben eine hohe Reichweite bei der Premiere erzielt. Formate zur Wissensvermittlung können sehr gut digital dargestellt werden. Was wir aber auch gelernt haben, so wie alle anderen Messeveranstalter auch: Ein digitales Format ist kein Ersatz für eine physische Messe – und wird es auch nie werden. Mit digitalen Formaten kann man zum Austausch beitragen, aber das kann eine Messe nicht ersetzen. Die Zukunft liegt idealerweise in einer Kombination aus beidem. Meine Wunschvorstellung ist, dass möglichst viele Menschen wieder bei uns zusammenkommen. Einzelne Themen und Blöcke können zusätzlich über digitale Formate gestreamt werden. Viel physisch und live, Ausgewähltes digital begleitend. Das wird die Zukunft und da bin ich guter Dinge, dass das auch gelingt.

Die EUROBIKE war immer auch ein globaler Branchentreff. Rechnen Sie mit Gästen aus dem Ausland in diesem Jahr?

Unser Anspruch bleibt es, die globale Plattform zu sein. Uns ist aber auch bewusst, dass wir das in diesem Jahr nicht zu 100 Prozent leisten können. Das liegt weniger an uns als an den bekannten äußeren Umständen – fehlende Planbarkeit, Reisebeschränkungen und Quarantäne-Pflichten. Um hier Anbindungsmöglichkeiten zu schaffen, kann das Digitale einen erheblichen Beitrag leisten. Wenn es uns dieses Jahr gelingt, die europäische Branche bei uns zusammenzubringen, haben wir Großes geleistet.

Die EU diskutiert einen digitalen Impfpass. Darf die EUROBIKE nur besuchen, wer diesen vorzeigen kann?

Über solche Dinge wird sicherlich diskutiert werden, auch wenn die Bundesregierung aktuell nicht von einer Impfpflicht spricht. Genau bei den Punkten Veranstaltungen und Flugreisen wird das bestimmt thematisiert. Es kann zu einer Art Impfpflicht durch die Hintertür kommen. Wir müssen abwarten, wie sich die Lage entwickelt, und werden die entsprechenden Regelungen dann umsetzen. Zusätzlich tragen wir unsere eigenen Erfahrungen und Maßnahmen zu Hygienekonzepten bei, um eine sichere Veranstaltungsdurchführung wie zuletzt bei der erfolgreichen Interboot 2020 zu gewährleisten.

„Weil wir das steilste Produkt haben.“

In den letzten Jahren sind weltberühmte Konsumgütermessen eingestellt worden oder in große Schwierigkeiten geraten: CeBit, Photokina, Genfer Autosalon, um nur einige Beispiele zu nennen. Was gibt Ihnen die Zuversicht, dass die EUROBIKE in den kommenden Jahren ein wesentlicher Teil der Messelandschaft bleiben wird?

Das werde ich oft gefragt. Die einfachste und direkteste Antwort: Weil wir das steilste Produkt haben. Das Fahrrad hat beim Käufer einen hohen emotionalen Stellenwert. Man will es anfassen, Probefahren, Alternativen ausprobieren – das Produkt einfach

erleben, hat individuellen Optimierungsbedarf. Und man braucht zusätzlich ganz stark den Service beim Händler. Da sitzen wir als Fahrradmesse im selben Boot wie der Fahrradfachhandel. Das Fahrrad wird auf Messen und Events präsentiert und nach wie vor stark im Fachhandel gekauft. Das wird auch in Zukunft gelten.

Hat das Konzept einer B2B-Messe dennoch ausgedient, da sich immer mehr Fahrradhersteller von der traditionellen Saisonplanung verabschieden?

Die klassische Ordermesse ist in der Fahrradbranche ein überholtes Modell. Die Funktion einer Messe ist eine andere als vor zehn, zwanzig Jahren. Wir verstehen uns mittlerweile als jährliches Klassentreffen. Das ist auch der Wunsch vieler Branchenteilnehmer. Ob das im September, Juni oder Februar stattfindet, ist erstmal egal. Das Entscheidende ist eine gemeinsame Branchen-Plattform zu haben, zum Austausch, zur Marken- und Produkt-Darstellung nach innen und außen, als Medium fürs Radfahren, für politische Botschaften und für Endkunden – Enthusiasten, Fans, Nachwuchs und vor allem zukünftige User. Diese Plattform wollen alle haben und wir können sie bieten.

Radfahren rückt in Deutschland auch immer mehr in den öffentlichen Fokus. Wie verändert das die Messe?

Eine Messe ist ein Schaufenster der Branche nach außen, wo Endkunden Marken und Produkte erleben. Viele Hersteller wollen mittlerweile den direkten Kontakt zu den Endkunden. Der Bedarf der Konsumenten, sich mit dem Thema Fahrrad auseinanderzusetzen, steigt ebenfalls. Wir haben nun eine konzeptionelle Anpassung vorgenommen, indem wir dem Endkunden nochmal einen größeren Raum mit zwei Tagen geben. Wir bieten somit das Beste aus beiden Welten – Schaufenster und Klassentreffen.

„Kurz vor der Bundestagswahl bietet die EUROBIKE die perfekte Bühne dafür, die Rahmenbedingungen für das Fahrrad weiter zu verbessern.“

Warum ist es weiterhin wichtig, die Fahrradweltleitmesse in Deutschland zu haben, gerade in Bezug auf Lobbyarbeit und Politik?

Eine Veranstaltung wie die EUROBIKE ist zugleich auch die politische Bühne. Regelmäßig geben sich hier Minister, Staatssekretäre und Verkehrsplaner die Klinke in die Hand, um über eine gerechtere Verteilung der Verkehrsfläche zu diskutieren. Wir betreiben diese Lobbyarbeit in engem Austausch mit den Fahrradverbänden und der Politik. Kurz vor der Bundestagswahl bietet die EUROBIKE 2021 die perfekte Bühne dafür, die Rahmenbedingungen für das Fahrrad weiter zu verbessern.

XXXXXX

Ende Originaltext

[Bildauswahl zum Thema \(11 Bilder\)](#)

Passende Themen beim pd?f:

[Fahrrad 2021: Viele Fragezeichen, aber noch mehr Potenzial](#)

[Zehn Neuheiten von der Eurobike](#)

[Experten-Tipps von der Eurobike 2019](#)

[E?Bike-Motoren: Die neu zu entdeckende Vielfalt](#)

Passendes Bildmaterial