

Zwischen KI und Kundenbindung: So verändert sich der Fahrradfachhandel

Der Alteos Rad-Report 2026 zeigt: Künstliche Intelligenz hilft Radfahrenden vor allem bei der Produktrecherche, nicht bei der Wahl des Händlers (3,7 Prozent). 52,1 Prozent kommen ohne feste Wahl von Modell und Marke in den Fachhandel, für eine gute Werkstatt zählen am häufigsten qualifizierte Mechanikerinnen und Mechaniker (52,2 Prozent).



Berlin, 21. Oktober 2026 – Künstliche Intelligenz, Werkstatt-geschäft und Gebrauchtrad sind für den Fahrradfachhandel aktuell zentrale Themen, das zeigt der neue Alteos Rad-Report, für den das Marktforschungsunternehmen Civey im Auftrag von Alteos 5.000 Radfahrende und 150 Beschäftigte im Fahrrad-Einzelhandel befragt hat.

Unter Radfahrenden, die KI zur Recherche nutzen, hilft sie vor allem bei Funktion, Ausstattung und Bewertungen, bei der Wahl des Händlers spielt sie bislang kaum eine Rolle (3,7 Prozent). 65,8 Prozent würden ein Neurad am ehesten im stationären Fachgeschäft kaufen. 61,9 Prozent der Radfahrenden haben in den vergangenen zwölf Monaten keine Serviceleistung des Fachhandels in Anspruch genommen, woran das

liegt, lassen die Daten offen. Werkstatt, After-Sales und Gebrauchtradgeschäft bieten dem Fachhandel nach Einschätzung von Alteos zusätzliche Ansatzpunkte.

Persönliche Beratung bleibt entscheidend – KI gewinnt an Bedeutung

Mehr als die Hälfte der Radfahrenden (52,1 Prozent) hat sich vor dem Besuch im Fachgeschäft noch nicht auf Marke und Modell festgelegt. Damit bleibt die persönliche Beratung ein entscheidender Faktor im Kaufprozess. Wie stark die Position des stationären Fachhandels weiterhin ist, zeigt auch die Kaufpräferenz: 65,8 Prozent der Befragten würden ein Neurad bevorzugt im Fachgeschäft kaufen. Bei E-Bike-Besitzenden liegt dieser Anteil sogar bei 74,3 Prozent, bei Lastenrad-Besitzenden bei 71,5 Prozent.

Künstliche Intelligenz spielt bei der Recherche rund ums Rad vor allem bei der Produktinformation eine Rolle: Unter den KI-Nutzenden wird sie am häufigsten für Fragen zu Funktion und Ausstattung (24,2 Prozent) sowie für Bewertungen (21,6 Prozent) eingesetzt. Bei der Händlerwahl spielt KI mit lediglich 3,7 Prozent bislang eine untergeordnete Rolle. Für den Fachhandel ist das eine wichtige Erkenntnis: Die digitale Recherche liefert Informationen, die Entscheidung für das Fachgeschäft wird bislang jedoch kaum durch KI beeinflusst.

Insgesamt haben 11,0 Prozent der Radfahrenden in den vergangenen zwölf Monaten KI für die Recherche genutzt, bei den 18- bis 29-Jährigen sind es bereits 21,3 Prozent. 34,5 Prozent der befragten Handelsbetriebe beschäftigen sich aktiv mit ihrer Sichtbarkeit in KI-Systemen.

Werkstatt und After-Sales: Großes Potenzial nach dem Kauf

Auch nach dem Fahrradkauf eröffnen sich neue Geschäftschancen. 61,9 Prozent der Radfahrenden haben in den vergangenen zwölf Monaten keine Serviceleistungen des Fachhandels genutzt. Gleichzeitig bieten 23,2 Prozent der befragten Händler derzeit keine entsprechenden After-Sales-Leistungen an. Dabei zeigen die Ergebnisse, dass Kundinnen und Kunden, die solche Angebote nutzen, überwiegend zufrieden sind.

Entscheidend für die Wahl einer Werkstatt sind vor allem qualifizierte Mechanikerinnen und Mechaniker (52,2 Prozent), transparente Kostenschätzungen (40,6 Prozent) und schnelle Reparaturen (39,1 Prozent). Darüber hinaus besteht Interesse an Mehrjahres-Wartungspaketen (28,7 Prozent), Akku-Austausch-Garantien (26,7 Prozent) und

Fahrrad-Schutzbriefen inklusive Pannenhilfe (19,7 Prozent). Für den Handel ergeben sich daraus zusätzliche Möglichkeiten, wiederkehrende Umsätze zu generieren und Kunden langfristig zu binden.

Gebrauchtradmarkt wird zum neuen Geschäftsfeld

Auch beim Kauf gebrauchter Fahrräder hat der stationäre Fachhandel eine starke Ausgangsposition. 39,0 Prozent der potenziellen Gebrauchtradkäufer würden ihr Rad bevorzugt im Fachgeschäft erwerben, gegenüber 14,3 Prozent auf privaten Online-Marktplätzen. Bei E-Bike-Besitzenden liegt die Präferenz für den Fachhandel sogar bei 46,8 Prozent. Gleichzeitig gewinnt das Thema auch auf Handelsseite an Bedeutung: Während 2025 lediglich 0,9 Prozent der Händler den Gebrauchtradverkauf als relevantes Geschäftsfeld betrachteten, wollen sich inzwischen 10,0 Prozent in den kommenden zwölf Monaten darauf konzentrieren.

Gerade bei gebrauchten Fahrrädern können geprüfte Qualität, fachkundige Beratung und zusätzliche Serviceleistungen zu wichtigen Differenzierungsmerkmalen gegenüber privaten Verkaufsplattformen werden.

Vertrauen als Grundlage für den Fahrradhandel von morgen

„Der Alteos Rad-Report zeigt, dass der Fachhandel auch in einem sich verändernden Markt eine starke Position hat. Entscheidend wird sein, diese Stärke über den eigentlichen Fahrradverkauf hinaus auszubauen. Wer digitale Sichtbarkeit, persönliche Beratung und verlässliche Serviceangebote miteinander verbindet, schafft nicht nur neue Ertragsmöglichkeiten, sondern vor allem langfristige Kundenbeziehungen. Genau darin sehen wir eine der größten Chancen für den Fahrradfachhandel“, sagt Dr. Sebastian Sieglerschmidt, Geschäftsführer von Alteos.

Der Alteos Rad-Report 2026 verbindet aktuelle Studienergebnisse mit Einschätzungen und Praxisbeispielen von Expertinnen und Experten aus Handel und Industrie. Neben der Analyse der wichtigsten Entwicklungen liefert er konkrete Handlungsempfehlungen für den Fahrradfachhandel – von der Sichtbarkeit in KI-Systemen über die Weiterentwicklung des Werkstattgeschäfts bis hin zur Erschließung neuer Geschäftsfelder.

Ausgewählte Themen des Rad-Reports greift Alteos auch in den kommenden Rad-Talks auf: Am 3. November 2026 um 10 Uhr diskutieren Katharina Hinse (ZIV) und Oliver

Claus (Fahrrad Claus) über die Zukunft der Fahrradwerkstatt und praxisnahe Ansätze zur Fachkräftegewinnung und -bindung. Am 9. Dezember 2026 um 12 Uhr beleuchtet Stefan Trauth (Head of Bike Resale, Bike2Future) das Potenzial des Gebrauchtradgeschäfts als eigenständige Ertragssäule für den Fachhandel. Moderiert von Bike-Journalistin Sissi Pärsch liefern die digitalen Gesprächsrunden konkrete Impulse für den Handelsalltag.

Über die Studie

Der Alteos Rad-Report "Neuorientierung im Fahrradfachhandel" basiert auf einer von Civey im Auftrag von Alteos durchgeführten Online-Befragung im Zeitraum vom 2. Juni bis 21. August 2026. Befragt wurden unter anderem 5.000 Radfahrende und 150 Beschäftigte im Fahrrad-Einzelhandel. Ergänzend wurden 2.500 Radfahrende befragt, die bereits mindestens einmal KI zur Recherche genutzt haben. Die Ergebnisse wurden quotiert und gewichtet.

Der vollständige Alteos Rad-Report steht unter [diesem Link](#) zum Download bereit.

Über Alteos

Alteos denkt Versicherung weiter – mit einem klaren Ziel: Versicherungen dort zu integrieren, wo sie sinnvoll sind. Dafür kombiniert Alteos maßgeschneiderte Produkte, persönlichen Service und eine eigene digitale Versicherungsinfrastruktur, die sich flexibel in die Produktlandschaften von Unternehmen einfügt.

Über 2.000 Partner aus Bereichen wie Fahrrad, Optik, Elektronik und Hörakustik sowie mehr als 40 strategische Kooperationen setzen bereits auf Alteos.

Als 100%ige Tochter der AXA Konzern AG verbindet das Unternehmen technologische Stärke mit Finanzkraft und partnerschaftlicher Umsetzung.

www.alteos.com

Kontaktdaten

DOMINIQUE LELLEK

Chief Marketing Officer

presse@alteos.com

Link kopieren

<https://press.alteos.com/273813-zwischen-ki-und-kundenbindung-so-verandert-sich-der-fahrradfachhandel/>