



# Pressemitteilung

## Der Trend geht zum Zweit-E-Bike

25. Januar 2023

Corina Kirchner  
Public Relations  
T +49 911 395 4570  
[corina.kirchner@gfk.com](mailto:corina.kirchner@gfk.com)

### GfK E-Bike Monitor beleuchtet die Customer Journey von E-Fahrrad-Käufern

**Nürnberg, 25. Januar 2023 – Jeder vierte potenzielle Elektrorad-Käufer in Deutschland besitzt bereits ein E-Bike. Dies zeigt die aktuelle Ausgabe des jährlich erscheinenden GfK E-Bike Monitor 2022. Die Studie beleuchtet im europäischen Vergleich, wie sich potenzielle Käufer von Fahrrädern mit Elektroantrieb informieren und über welche Stationen sie ihre Customer Journey führt.**

E-Bikes erfreuen sich in Deutschland weiterhin großer Beliebtheit: Aktuelle Daten aus dem GfK E-Bike-Monitor zeigen, dass 25 Prozent der potenziellen Käufer von elektrisch betriebenen Rädern bereits ein Elektrobike besitzen. Im Vorjahr lag dieser Anteil noch bei 19 Prozent.

### Kunden wechseln Hersteller am häufigsten wegen des schlechten Service

Beim Kauf eines Zweit- oder Ersatzfahrrads sind die Erfahrungen der Konsumenten mit ihrem aktuellen E-Bike entscheidend. Der häufigste Grund für die Wahl einer anderen Marke beim Kauf eines zweiten Elektrofahrrads ist schlechter Service ihrer aktuellen Marke. Unabhängig davon, ob es sich um ihr erstes oder zweites E-Bike handelt, ist der Wunsch nach mehr Bewegung ein zentraler Kaufgrund für die Verbraucher. Zudem entscheiden sich immer mehr Menschen für E-Bikes als Alternative zum Auto. Rund 45 Prozent geben an, ihr E-Fahrrad ein- oder mehrmals pro Tag zu nutzen. Durchschnittlich fahren sie 42 Kilometer pro Woche.

### Der stationäre E-Bike-Handel bleibt dominant

Vor dem Kauf ist es den Verbrauchern wichtig, das Elektrorad sehen und testen zu können. Auch Probefahrten sind für die meisten Käufer ein Muss. Daher spielen Ladengeschäfte weiterhin eine wichtige Rolle in der Orientierungs- und Kaufphase der Käufer. Mit 70 Prozent machen

GfK SE  
Sophie-Germain-Straße 3 – 5  
90443 Nürnberg  
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:  
Lars Nordmark (Interim-CEO)  
Joshua Hubbert

Vorsitzender des Aufsichtsrats:  
Thomas Ebeling

Handelsregister:  
Nürnberg HRB 25014

Fahrradgeschäfte, die verschiedene Marken führen, den größten Teil des deutschen Offline-E-Bike-Marktes aus.

Auch in Belgien und den Niederlanden bleibt das physische Ladengeschäft der dominierende Verkaufskanal für E-Fahrräder. Ebenso wie in Deutschland sind in den beiden Ländern Fahrradgeschäfte, die mehrere Marken führen, am beliebtesten. In den Niederlanden machen sie 75 Prozent und in Belgien 60 Prozent des Offline-Marktes aus. Unterschiede zeigen sich dagegen im weiteren europäischen Vergleich. In Frankreich kaufen fast 50 Prozent der Verbraucher ihr Elektrofahrzeug in einem Sportartikelgeschäft, welches somit der dominierende Offline-Kanal im Land ist. Auch in Italien nutzen über 30 Prozent einen Sportladen.

### **Jüngere kaufen eher online**

Für Hersteller und Händler ist das Ladengeschäft nach wie vor ein wichtiger Kanal der Customer Journey. Jedoch gibt es deutliche Unterschiede je nach Alter der Käufer. So kaufen junge Konsumenten zwischen 18 und 34 Jahren ihr Elektrofahrzeug häufiger online als der durchschnittliche E-Bike-Käufer. Weitere Informationen, beispielsweise zu einzelnen Altersgruppen, Unterschieden in den Zielgruppen sowie zur Customer Journey bei der Anschaffung eines E-Fahrrads finden sich im GfK E-Bike Monitor 2022 und können hier angefragt werden: [E-Bike Monitor 2022](#).

### **Zur Studie**

Der GfK E-Bike-Monitor wurde 2018 zum ersten Mal in den Niederlanden veröffentlicht. Neben den Niederlanden, Belgien und Deutschland umfasste die Studie in diesem Jahr auch Frankreich und Italien. Im E-Bike-Monitor werden jährliche Trends zu Zielgruppe, Motivation und Kaufverhalten in Bezug auf E-Bikes erhoben. Darüber hinaus werden die Ergebnisse mit den tatsächlichen Umsätzen aus den GfK-Handelsdaten abgeglichen. Die Studie wird jährlich durchgeführt.

Mittels einer Zufallsstichprobe wird die Zielgruppe der derzeitigen und potenziellen E-Bike-Käufer befragt. In den Niederlanden betrug die Stichprobe 2.000 Befragte, in Deutschland und Belgien jeweils 1.000 Befragte und in Frankreich und Italien wurden je 500 Personen befragt. Die Konsumentenbefragung fand im September 2022 statt.

**Pressekontakt:** Corina Kirchner, T +49 911 395 4570, [corina.kirchner@gfk.com](mailto:corina.kirchner@gfk.com)



### **GfK. Growth from Knowledge.**

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **G**rowth from **K**nowledge.