

Der Fahrradboom in Taiwan hat auch zur Spezialisierung des Fachhandels geführt, wie dieser Fixie-Szeneladen in Taichung belegt.

Innovation macht die Musik

Hochwertige und innovative Produkte bleiben das Lebenselixier der taiwanischen Fahrradindustrie. Nur so kann sie sich im europäischen Markt behaupten. Der Durchschnittspreis zeigt weiter nach oben.

Niemand konnte erwarten, dass sich Taiwans Fahrradexporte nach dem Rekordjahr 2008 im weltweiten Krisenjahr 2009 nur annähernd behaupten würden. Und so kam es: Nach einem Plus von 13,7 Prozent 2008 gingen die Stückzahlverkäufe 2009 um 20,4 Prozent herunter. Ihr Wert – 2008 noch 31,1 Prozent bergauf – fiel um 10 Prozent zurück, also moderat. Denn der Durchschnittspreis steigt weiter – von 256,92 US-Dollar im Vorjahr auf 290,54 US-Dollar (= +13,1 Prozent) – und wird 2010 erstmals über 300 US-Dollar liegen.

Taiwans Fahrradexporte 2009 lagen bei insgesamt 4,3 Millionen Einheiten. Ihr Wert: 1,25 Milliarden US-Dollar. Dazu gesellen sich laut dem taiwanischen Fahrrad-Exportverband TBEA Fahrradteile und Accessoires von 500 Millionen US-Dollar (7 Prozent unter Vorjahr).

Während die Bike-Exporte in den mengenmäßig größten Abnehmermarkt Großbritannien einen Durchschnittspreis von 186,36 US-Dollar ergeben, sind es bei den Exporten in die USA 454,13 US-Dollar. Deutschland liegt in der Mitte (siehe Tabelle). Fahrradexporte aus Taiwan in die Welt konnten in den meisten Ländern beim Durchschnittspreis zulegen. Es gibt Ausnahmen. In Österreich sank er sogar um 35,9 Prozent.

In der Alpenrepublik liegt der mengenmäßige Rückgang mit minus 19,2 Prozent bei 13.427 Einheiten, der wertmäßige mit minus 48,2 Prozent bei 2,57 Millionen US-Dollar. Vielleicht sich das erklären mit den preisaggressiven Sportfahrradherstellern des Landes, die den Fahrradsektor dominieren und sich mit dem Thema Fahrrad ein gutes Standbein erarbeitet haben? Aber auch damit, dass große Sportketten in der Lage sind, dank Einkaufsmenge und Eigenmarken die Preise gehörig zu drücken.

Der hohe Durchschnittspreis der Fahrradexporte in die USA belegt, dass sich die US-Amerikaner ausschließlich mit hochwertiger Ware aus Taiwan eindecken. Billigräder werden direkt aus China bezogen. Fahrräder made in China, Richtung EU wurden weiterhin mit einem hohen Anti-Dumping-Strafzoll in Höhe von 48,5 Prozent (auf Fahrradteile und Rahmen) ausgebremst. An der Spitze beim Durchschnittspreis liegt Australien nach einer Steigerung um 31,5 Prozent.

Nicht zu unterschätzen sind auch die E-Bike-Verkäufe der Taiwaner. Die Exporte stiegen 2009 um 68,5 Prozent auf 11.214 Einheiten. Ihr Wert wuchs um 71,2 Prozent auf 7,03 Millionen US-Dollar. Der Durchschnittspreis eines in Taiwan produzierten E-Rades stieg geringfügig um 1,6 Prozent auf 626,90 US-Dollar.

Was die detaillierte TBEA-Statistik nicht verrät: Wie viele Fahrräder in der boomenden Fahrradnation Taiwan bleiben, das sich im Laufe der letzten drei bis vier Jahre in geradezu beängstigendem Tempo auch zu einem Zielmarkt entwickelt hat. Laut Pacific-Cycles-Gründer George Lin wurden vor sechs bis sieben Jahren jährlich 400.000 Einheiten verkauft. Ying-Ming Yang, Geschäftsführer von Kenda, gibt in seiner Funktion als TBEA-Vorsitzender für die Zeit vor 2008 einen Jahresverkauf von 600.000 Einheiten an.

2008 sollen es 1,3 Millionen Einheiten gewesen sein. Für 2009 geht man von 1,04 Millionen Einheiten aus. »Auch wenn wir 2009 in unserer Heimat weniger Fahrräder als im Boomjahr 2008 verkauft haben: Die Zahl der Radler wächst weiterhin. Nur haben sich die Konsumenten in den Boomjahren erst einmal reichlich mit Fahrrädern eingedeckt. Für die Zukunft gehen wir von einem jährlichen Bike-Verkauf von 1,0 Millionen Einheiten auf dem Fahrradmarkt Taiwan aus.«





Für 2010 rechnet Ying-Ming Yang mit geringem Wachstum wegen der Lagerbestände und krisenbedingtem vorsichtigem Orderverhalten. Fazit:

Taiwan ist weltweit führender Produktionsstandort hochwertiger Premiummarkenräder.

Text/Fotos: Jo Beckendorf

Taiwans Fahrradexporte Ausgewählte Länder und gesamt 2008/2009

Land	Menge Tsd. Stück		Wert Mio. US\$		Preis ø US\$	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Australien	159	116	61,3	58,8	386	507
Deutschland	581	480	138,4	125,3	239	271
Frankreich	117	46	14,0	5,6	120	122
Italien	64	54	20,0	17,1	312	318
Japan	248	277	71,6	87,0	289	315
Kanada	104	111	47,8	47,7	458	431
Niederlande	449	412	134,4	136,8	299	332
Spanien	112	150	27,3	33,1	244	220
USA	720	599	297,4	271,9	413	454
Großbritannien	957	692	158,8	129,0	166	186
Gesamt pro Jahr	5.402	4.301	1.387,8	1.249,7	257	291

Quelle: Taiwan Bicycle Exporters' Association

Taiwans Fahrradexporte 2009

Gebiete	Menge Stück	Anteil %
Europa	2.958.617	68,78
Nordamerika	721.689	16,78
Ozeanien	137.927	3,21
Asien	45.738	9,67
Lateinamerika	27.855	0,65
Mittler Osten	27.537	0,64
Afrika	10.749	0,25
Sonstige	1.248	0,03
Gesamt	4.301.360	100,00

Taiwans Fahrradexporte 2009

Gebiete	Wert US\$	Anteil %
Europa	687.874.920	55,04
Asien	147.800.196	11,83
Ozeanien	69.341.428	5,55
Nordamerika	32.026.328	25,85
Lateinamerika	10.812.355	0,87
Mittler Osten	6.465.506	0,52
Afrika	4.147.881	0,33
Sonstige	261.414	0,02
Gesamt	1.249.730.028	100,00

Quelle: BOFT Information Center/Taiwan Bicycle Exporters' Association



Die hochwertige Karbonrahmenproduktion, wie hier bei Ideal Bike, wird immer öfter bewusst in Taiwan gehalten.

AKSLENZ

300%

BRIGHT

as the StVZO standard, and maintains steadily this brightness up to

24

HOURS

with 2 "AAA" alkaline batteries



TL-80

~ K 611

**Eurobike 2010
Stand: A6-420**

www.akslen.com

ISO 9001 Certificated Manufacturer
HAOLI PRECISION
INDUSTRIAL CO., LTD.

Giant – neue Fabrik in China

CEO Antony Lo führt seit vielen Jahren das erfolgreiche Tagesgeschäft der Giant Global Group.



Taiwans führender Bike-Anbieter Giant MFG startete 1972 an seinem Stammsitz in Tachia mit einer Jahresproduktion von 3.800 Einheiten. 38 Jahre später sind es über 5 Millionen Einheiten. Damit ist Giant zwar nicht die Nummer eins nach Stückzahlen, dafür aber mit einem Gruppenjahresumsatz von 1,2 Milliarden US-Dollar wertmäßig international die Nummer eins – und der größte Hersteller der Welt für Fachhandels-Fahrräder.

Als Chef der Giant Global Group ist Tony Lo für die Produktionsstandorte in Taiwan, China und Holland verantwortlich. Was 1972 mit Auftragsproduktion in Taiwan begann, ist heute hauptsächlich auf die eigene Marke Giant ausgerichtet. »70 Prozent unserer Verkäufe entfallen derzeit auf Giant, die restlichen 30 Prozent auf Auftragsproduktion«, erklärt Irene Chen, PR-Spezialistin der Giant Global Group.

2008 entfielen bereits 40 Prozent der Verkäufe auf Asien, 29 Prozent auf Amerika, 24 Prozent auf Europa sowie 7 Prozent auf den Rest der Welt. Dazu Chen: »Wir sind die aktuelle Nummer eins in Taiwan und China, die Nummer drei in Amerika und Europa sowie die Topimportmarke in Japan, Australien und Kanada. Das Marken-Beratungsunternehmen Interbrand hat Giant in seiner Taiwan-Top-Twenty 2009 auf Platz acht gestellt. Da sind wir mit einem Markenwert von 262 Millionen US-Dollar gelistet.«

In der Firmenzentrale in Taiwan arbeiten heute 1.300 Mitarbeiter. Der Fokus liegt auf dem Export: »Der in Taiwan verbleibende Anteil wächst, ist aber im Vergleich nicht nennenswert«, meint Chen. 90 Prozent der Taiwan-Produktion entfällt auf Bikes mit Alu-, 10 Prozent auf welche mit Karbonrahmen: »Wir haben vier Montagebänder, die bei Auslastung in der Hochsaison täglich 5.000 Fahrräder errei-

chen.« In der Fabrik werden Rahmen gebaut, lackiert und montiert. Für weitere Arbeiten sind, wie in Taiwan üblich, nahegelegene Zuliefererbetriebe im Einsatz.

Aufstieg zum Weltkonzern

1992 wurde die Produktionsstätte Giant China Kunshan ins Leben gerufen, 1996 folgte Giant Europe in Holland, 2004 Giant Chengdu, 2006 Giant Electric Vehicle Kunshan und 2007 Giant Tianjin.

Der Taiwaner ist auch mit zwei eigenen Materialfabriken im Markt. Seit 1997 liefert Giant Light Metal Kunshan die Alurohre. Seit 2000 ist die Karbonfabrik C-Tech dabei. Somit wird neben Entwicklung und Fertigung auch intensiv in Materialforschung investiert.

Eine der Stärken von Giant: Acht Prozent des Jahresumsatzes fließen laut Lo in Marketing und Markenpflege. Zudem arbeiten 150 Mitarbeiter weltweit in Produktentwicklung und Design. Außerdem ist die Marke international in über 10.000 Fahrradläden in mehr als 50 Nationen vertreten: »Unser Handelspartner ist ausschließlich der Fahrrad-Fachhandel. Allein in Deutschland sind wir in 625 Fahrrad-Fachhandelsgeschäften vertreten.«

Giant in Europa

Weltweit ist man mit 13 eigenen nationalen Verkaufsniederlassungen im Markt. Die deutsche in Erkrath – eine der umsatzstärksten und profitabelsten Vertriebstöchter des Unternehmens – leitet Oliver Henschke.

Die Europa-Produktion in Holland wurde 1996 mit dem Ziel aufgebaut, die für Europa typischen Mobilitätsmodelle sowie einige sportive Bikes nah am Markt zu montieren. Warum das dortige Geschäft nicht die Erwartungen erfüllte, erklärt Tony Lo hauptsächlich »mit dem Kostenfaktor«. Trotzdem würden in Holland jährlich um die 20.000 Einheiten montiert – »mal mehr, mal weniger«.



Giant-Karbonrahmen made in Taiwan werden per Hand Stück für Stück aufgebaut.



Giant war auch der erste Produzent, der Karbonrahmen in Großserien herstellte. Somit sieht man sich heute noch in diesem Bereich als führend. Bisher befindet sich der Karbonrahmenbau des Fahrradproduzenten ausschließlich in Taiwan, wird aber laut Lo im kommenden Jahr nach China ausgedehnt: »Wir bauen in Kunshan eine neue Fabrik für Fahrräder inklusive Karbonrahmenbau. Dabei geht es uns nicht um kostengünstige Produktion in einem sogenannten Billiglohnland, sondern um den Absatzmarkt China. Langfristig gesehen, wird auch China ein Markt für hochwertige Karbonräder.« In einem ersten Schritt investiert Giant 36 Millionen US-Dollar (26,4 Millionen Euro) in die Fahrradproduktion (mit einer Kapazität von 1,5 Millionen Einheiten inklusive Karbonrahmenbau). Später soll weitere Investitionen folgen.

Absatzmarkt China

Im Absatzmarkt China ist die Marke Giant seit 15 Jahren zu haben: »Davor gab es nur vier nationale Marken, die den Kuchen unter sich aufteilten. Die boten ausschließlich robuste Transporträder ohne Gangschaltung.« Heute sieht das anders aus. Selbst westliche Marken, wie Specialized oder Trek, sind mit eigenen Stores dabei.

Lo schätzt, dass heute noch 30 Prozent der in China genutzten Bikes klassische Transporträder ohne Gangschaltung sind: »Das ändert sich aber sehr schnell. Besonders die Menschen in der Stadt entdecken sportliche Aktivitäten für sich. Zwar gibt es immer noch billige Transporträder. Aber auch der Mobilitätsmarkt wird dank E-Bikes und E-Scooter aufgemischt.«

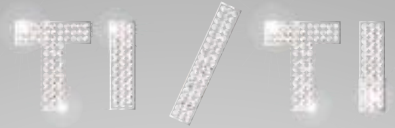
Seit 2010 ist Giant mit einem E-Scooter im heimischen Markt. In der »Scooter-Nation« Taiwan tritt man gegen eine Vielzahl an Motorrollermarken an und setzt dabei auf das grüne Image des leisen E-Modells. »Den E-Scooter wollen wir bald auch in anderen Märkten anbieten. Aber nur dort, wo es Sinn macht und urbane Mobilität ein Thema ist.«

In China hat Giant ein eigenes, fast flächendeckendes Handelsnetz aufgebaut. China hat die USA bereits als größter Absatzmarkt abgelöst, sagt Lo: »Jeder Chinese, der sich künftig ein Auto leisten kann, wird sich eines kaufen. Das ist ganz natürlich. Aber dann kommen die Probleme. Einige Provinzregierungen haben bereits auf Verkehrsstaus und Umweltverschmutzung reagiert. Der öffentliche Nah- und Fernverkehr wird kräftig ausgebaut. Diese Entwicklung wird auch dem Thema E-Zweiräder Auftrieb geben.«

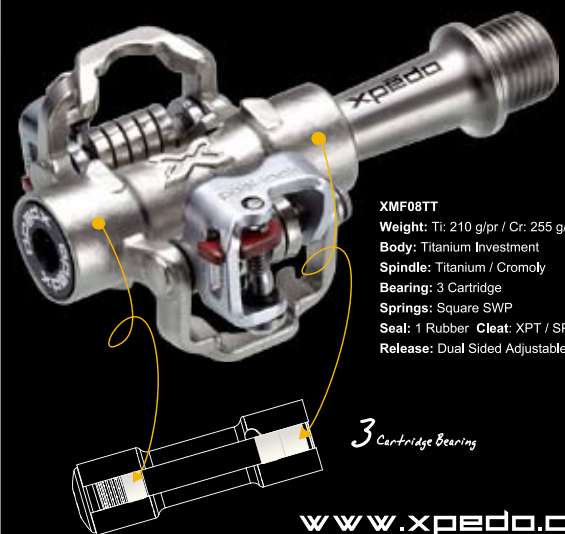
Text/Fotos: Jo Beckendorff



Individuelle Montage-Checks bei zufällig herausgepickten Stücken sichern den hohen Qualitätsanspruch an Giant-Produkte.



M-FORCE



XMF08TT
 Weight: Ti: 210 g/pr / Cr: 255 g/pr
 Body: Titanium Investment
 Spindle: Titanium / Cromoly
 Bearing: 3 Cartridge
 Springs: Square SWP
 Seal: 1 Rubber Cleat: XPT / SPD® (6° Float)
 Release: Dual Sided Adjustable

3 Cartridge Bearing

www.xpedo.com

WIENER BIKE PARTS TEL: 97-21-65010
 MAX-PLANCK-STR. 8 SENNFELD 97526 GERMANY

Eigenes Reisebüro Giant Adventure



Jones Ho, »Business Planning Specialist« von Giant Adventure, arbeitet die Routen aus und führt sie mit seinem Begleitfahrzeug an.

Giant Adventure ist ein von Taiwans größtem Bike-Anbieter gegründetes Reiseunternehmen, das seit März 2009 Fahrrad-Package-Touren anbietet. Das Büro liegt direkt neben dem größten Fahrradgeschäft in Taichung. Dieser Giant Store ist mehr ein »Outdoor-Spirit-Store« mit Fahrradabteilung, den der Bike-Anbieter als Vorbild für andere Giant-Fachhändler sieht.

Mit Sicherheit hat der Bike-Boom zur Idee eines Fahrrad-Reisebüros beigetragen. »Alles hat angefangen mit Triathlon und Time-Trial«, erinnert sich Agar Tsai, Cycling Tours Manager der Giant Sales Company. Seitdem Giant-Gründer King Liu im Alter von über 70 Jahren mit großer nationaler Aufmerksamkeit seine Insel-Rundreise durch Taiwan antrat, achten auch die taiwanischen Händler darauf, dass ihre Angestellten mindestens einmal in ihrem Leben diese nationale Radtour absolvieren. Daher entstanden organisierte Gruppenreisen.

Jones Ho organisiert diese Touren. Auf seiner Visitenkarte wird er als Business Planning Specialist von Giant Adventure vorgestellt. Von März 2009 bis März 2010 hat Giant Adventure 4.000 Kunden betreut. Die Mehrheit bucht den Insel-Rundtrip durch Taiwan, den es in zwei Varianten gibt: 960 Kilometer in neun Tagen und 1.020 Kilometer in zwölf Tagen, mit ausgedehntem Sightseeing auch 15 Tage. Jede Radgruppe wird von einem »Leader« mit Begleitfahrzeug (meistens Ho) sowie zwei Mitarbeitern begleitet: der eine führt die Radgruppe an und der andere fährt am Ende. Giant Adventure bietet auch Tages-, Drei- und Fünf-Tages-Touren.

Das Geschäft laufe so gut, dass man es bereits erweitert habe. Die Okinawa-Tour ist ein Insel-Hopping durch die subtropische Inselwelt Japans; eine weitere Tour gilt Japans nördlicher Insel Hokkaido.

Bisher habe man hauptsächlich Taiwaner als Kunden. Langfristig wolle man aber auch gezielt Ausländer ansprechen. Seit dem Fahrradboom will die Regierung auch das Image der Insel als Urlaubsdestination pushen. Die staatliche Tourismuszentrale schaltet bereits erste Großanzeigen



Mit diesem Begleitfahrzeug ist Jones Ho bei den von Giant Adventure geführten Fahrrad-Inselrundfahrten immer dabei.

in westlichen Magazinen, mit denen man sich gezielt an Radfahrer wendet (»Wie entdeckt man Taiwan am besten? Auf zwei Rädern.«).

Für 2010 rechnet Ho mit 5.000 Taiwanern sowie 500 Ausländern als Kunden. Mittlerweile hat Giant Adventure acht Mitarbeiter in der Zentrale, vier in einer Zweigstelle in einem Giant-Store an der Ostküste. Im Laufe des Jahres will man innerhalb Taichungs in ein größeres Gebäude umziehen. Jones Ho will die Taiwaner auch durch Deutschland radeln lassen.

Für Giant selbst ist das eigene Radreisebüro ebenfalls ein Gewinn. Wenn es in Taiwan auf der Tour technische Probleme gibt, ist der nächste Giant-Händler nicht weit. Das Motto des Giant-Mannes Tony Lo wird hier deutlich: »Wir wollen nicht nur Fahrräder verkaufen, sondern auch die Freude am Radfahren mit anderen Leuten teilen.«

Text/Fotos: Jo Beckendorff

Airace pumpt sich in den Weltmarkt



Charlie Chen, Gründer und Geschäftsführer von Airace.

Auf der Eurobike 2009 präsentierte das junge taiwanische Unternehmen Airace erstmals einem internationalen Publikum sein Luftpumpen-Sortiment. 15 Jahre Erfahrung haben die hinter Airace stehenden Manager im Luftpumpengeschäft. Airace-Gründer und -Geschäftsführer Charlie Chen nennt als weitere Geschäftsfelder Minitools und tragbare Hochdruck-Waschmaschinen für Fahrräder und andere Sportgeräte. Dieser Bereich bringt es auf einen Anteil von 32 bis 35 Prozent des gesamten Airace-Geschäfts, wird aber bisher in Europa kaum wahrgenommen.

Denn im Ausland fokussiert man das Pumpengeschäft. Die Sales und Marketing Managerin Felicia Lin vermeldet, dass man Vertriebspartner in 13 Ländern gewonnen habe.

Nicht weniger als acht Mitarbeiter entwickeln neue Produkte, die in Taiwan hergestellt werden. Das zweite Unter-

nehmen Giyo ist ein OEM-Pumpenproduzent und baut seit Jahren für viele angesagte westliche Marken. Insgesamt arbeiten 80 Leute für Airace und Giyo.

Auf der Taipei Cycle Show wurden die 2-in-1-Teleskop-pumpen (Leistung: 8 Bar) und das Modell FIT H2 gezeigt, das einen ausziehbaren Schlauch mit Pumpenkopf aufweist und mehrere internationale Designpreise erhielt. Auch neu dabei: eine Standpumpen-Toplinie namens Infinity DG mit digitalem Manometer. Außerdem am Start: eine leichte Minipumpe, mit der man sowohl Fahrradreifen als auch Feder-gabel und Dämpfer aufpumpen kann. Diese Pumpe dient im Notfall. Da sie ohne Manometer kommt, muss sich der Radler auf sein Gefühl verlassen.

www.airace.com.tw

Text/Foto: Jo Beckendorff



Ideal-Produkte aus Taiwan, China, Polen

Laut Michael Tsai, Ideals Vizepräsident der Sales- und Marketing-Division, war es die größte Herausforderung, Synergien zwischen den Produktionsstätten in Wu-Chi/Taiwan, Dongguan/China und Kutno/Polen zu nutzen und echte Kooperationen aufzubauen: »Nur so können wir auch schnell eine Produktionsorder innerhalb dieser Fabriken verschieben.«

Der Standort Taiwan ist für die Produktion hochwertiger Produkte zuständig. Der Durchschnittspreis liegt hier bei 480 US-Dollar, der von Ideal China bei 130 US-Dollar. Während die Mehrheit der Taiwanproduktion nach Europa geht, werden die Produkte der China-Fabrik auch wegen des EU-Strafzolls überwiegend nach Amerika, Norwegen und in die Schweiz verschifft.

Etwa 70 Prozent der Taiwan-Kapazität gelten der OEM-/Auftragsproduktion. Die restlichen 30 Prozent gehen an den US-Kooperationspartner Advanced Sports Inc. (ASI) mit seinen Marken Breezer, Fuji, Kestrel und SE Racing. Ideal wird sich weiterhin auf Produktion konzentrieren. Momentan produziert das börsennotierte Unternehmen jährlich 180.000 Einheiten in Taiwan, 700.000 in China und 80.000 in Polen.

Auch Ideal Europe widmet sich laut Verkaufsdirektorin Katarzyna Matusiak zu 85 Prozent OEM-Kunden, 15 Prozent sind für die ASI-Marken. Angefangen habe man mit den für den EU-Markt so wichtigen Segmenten City- und Trekkingbikes. In letzter Zeit



Nach der Erstlackierung werden die Dekos vor der Schutzlackierung per Hand geklebt.



Erste Ideal-Auftragsproduktion für einen Mietrad-Anbieter: Velobleu aus Frankreich setzt auf dieses Modell mit vorderem Gepäckträger und wartungsarmem Kardanantrieb.



Vize-Präsident Michael Tai und Europa-Verkaufsdirektorin Katarzyna Matusiak.



Marketing-Manager William Chen kündigt in Sachen Pedelec für 2011 Neues an.

sei aber die Nachfrage nach marktnaher Produktion von Kinder-/Jugendrädern, Mountainbikes und Rennrädern gestiegen.

In Polen würden die Fahrräder nicht »bloß zusammengeschaubt«. Natürlich kämen die Rahmen aus den Ideal-Fabriken in Fernost: »Aber ein Teil der Lackierarbeiten liegt in unseren Händen. Unsere Kunden können zwischen Klarlacklackierung und Pulverbeschichtung wählen. Zudem haben wir unsere eigene Lauftradproduktion.« Die Lackiererei sei allerdings nicht groß genug, um alle Rahmen selbst zu lackieren. 20 Prozent der in Polen montierten Rahmen würden in Kutno lackiert. Die Kapazität der Kutno-Produktion liegt bei jährlichen 100.000 Einheiten, die noch nicht ganz ausgelastet ist.

Auf der Taipei Cycle Show 2010 stellten die Taiwaner erstmals eine EN-15194-geprüfte Pedelec-Linie vor, mit der man laut Marketingmanager William Cheng Antrieb vorne wie hinten bietet. Die E-Bike-Komponenten stammen von einem Partner in Taiwan.

Serviceleistungen ergänzen das Pedelec-Paket. So kann man beispielsweise mit der E-Bike-Batterie auch ein Handy aufladen. Des weiteren bietet Ideal Fahrradlösungen für andere E-Bike-Systeme wie Bionx an. Auch hier konzentriert sich Taiwans Nummer drei (hinter Giant und Merida) ausschließlich auf Produktion.

Text/Fotos: Jo Beckendorff

www.XFUSIONSHOX.COM

FUSION
PERFORMANCE SUSPENSION

HEIGHT ADJUSTABLE SEAT-POST

HILO
SINCE 1999

HILO SEAT POST

- Hydraulic design allows for smooth adjustability
- Double key-way design prevents lateral twisting
- Passes CEN testing for fatigue and impact
- Wide range of seatpost angle adjustment
- Optional handlebar remote
- Easily convertible from lever actuation to remote handlebar actuation or vice-versa (with aftermarket kit) 1.3 lbs (620g)

EUROBIKE BOOTH# A2-203



Chengnon Hsu mit einer Rikulau Einzelanfertigung: gelöteter Edelstahlrahmen mit Reynolds-953-Rohren und edlen Ziermuffen.

Rikulau wächst in der Custom-Nische

Seitdem in Taiwan nicht nur Fahrräder produziert werden, sondern auch selbst geradelt wird, gibt es dort viele Branchennewcomer. Die konzentrieren sich zunächst auf den heimischen Fahrradmarkt und anvisieren danach asiatische Märkte wie China und Korea. Das gilt auch für Rikulau. Das Wort bedeutet in der Sprache des Rukau-Stammes (Ureinwohner Taiwans) Nebelparder, eine seltene Leopardenart in Fernost.

Der mit einem akademischen Grad (PhD) ausgestattete ehemalige Professor für Umwelttechnik Chengnon Hsu hatte schon immer ein Faible für Fahrräder. Er habe als Student Taiwan umradelt, erzählt er. Als Hsu ein Sabbatjahr in Australien einlegte, lernte er dort einen Landsmann kennen, der bei Azzurri Bikes arbeitete. Über den bekam er einen Job bei dem australischen Bike-Anbieter. »Erst da habe ich erfahren, dass meine Heimat Taiwan bei der Fahrradproduktion eine ganz wichtige internationale Rolle spielt«, erklärt Hsu.

Seinen Vorgänger bei Azzurri lernte er erst später und per Zufall kennen: Vincent Chen – heute Hsus Partner und stellvertretender Geschäfts-

führer – arbeitete schon wieder in seiner Heimat Taiwan bei Axman. Er hatte bereits 16 Jahre Erfahrung in der Fahrradbranche.

Rikulau Industrial startete 2006 mit hochwertigen Titaniumrahmen und hat sich hier eine führende Stellung erarbeitet. Hinzu kommen Edelstahlrahmen aus Reynolds 953. Während »jeder Karbon und Aluminium anbietet«, sehen Chengnon Hsu und Vincent Chen in Titanium eine Alternative.

Die Mitarbeiter betreiben Entwicklung, erstellen alle Grafiken und bauen die Custom-made-Bikes selbst zusammen. Außerdem werden ein paar Sandstrahlungen inhouse durchgeführt. Schweißarbeiten werden extern in Taiwan erledigt.

Auch farbige Titaniumrahmen werden geboten. Dazu Hsu: »Dank eines neuartigen Metallbeschichtungsverfahrens aus einer anderen Industrie sind wir in der Lage, Titanium in anderen Farben glänzen zu lassen. Das Anodisieren gibt aber nicht nur optisch etwas her, sondern stärkt auch die Oberflächenhärte. Mittlerweile will ein Drittel unserer Titanium-Kunden einen anodi-

sierten Rahmen.« Derzeit verkauft Rikulau jährlich 100 Titanium- und 700 bis 800 Edelstahlrahmen.

70 bis 80 Prozent der Rikulau-Produktion entfallen auf die Eigenmarke. Der Rest ist Auftragsproduktion für einige westliche Mobilitäts- und Fixie-Bike-Marken. Neben anodisierten Titaniumrahmen sind weitere individuelle Lösungen möglich. In Tachia präsentierten uns Chengnon Hsu und Vincent Chen einen Rahmen, von einem Künstler im Stil der australischen Aborigines »bepunktet«, wofür dieser zwei Wochen brauchte.

Mittlerweile vertreiben 30 Händler in Taiwan Rikulau, Ziel sind 50. Die größten Chancen außerhalb Taiwans sehen die Rikulau-Macher in China. Rund 100 Fahrräder hat man schon verkauft. Deshalb könnte dort ein Importeur Sinn machen.

Text/Foto: Jo Beckendorff

T-One will in die erste Reihe

Branchenprofi Gary Liu bildete 2007 ein Team, um den Fahrradmarkt mit Premiumfahrradaccessoires unter dem Label T-One zu erobern. Nach reichlich Brainstorming, Designentwürfen und zwei Taipei-Cycle-Show-Auftritten ist man nun so weit.

Acht Landesimporteure hat man bereits für sich gewinnen können. In Europa ist man derzeit nur in Deutschland vertreten (über Comus). Laut Geschäftsführer Gary Liu will T-One nicht nur mit der Eigenmarke Geld verdienen sondern auch mit Auftragsproduktion. »Wir konzentrieren uns als Designbüro voll und ganz auf Entwicklung und Design. Mit unseren langjährigen Branchenkon-



takten finden wir den richtigen Produzenten. Alle von uns entwickelten Produkte werden in Taiwan produziert«, betont Liu.

Verkaufsleiterin Evita Hsu legt bei der Auftragsproduktion Wert darauf, dass der Name T-One »immer irgendwie mit drauf muss.« Denn

Das junge T-One-Team von Firmengründer und Geschäftsführer Gary Liu (M. o.) besteht aus sechs Mitarbeitern (davon drei Designer). Rechts neben Liu Verkaufsleiterin Evita Hsu und Produktmanager Jeremy Hsu.

man wolle das Image der Marke stärken – Slogan: »creation for solution«. Das geschieht auch mit einer hochwertigen Produktverpackung.

Insgesamt beschäftigt T-One mit Sitz in Tainchung sechs Mitarbeiter – davon sind allein drei Designer. Die Produktentwicklung wird von Jeremy Hsu geleitet. Besonders stolz ist Hsu auf die Flaschenhalterung Anyway, die bereits mit ➔



C.D. COMPONENTS CO.,LTD.
TEL:886-4-7689658 FAX:886-4-7689266
No.346, Sec. 2, Zhangshui Rd., Puyan Township,
Changhua County 516,Taiwan

EuroBike Booth
No. b4 - 109



CD-234



CD-802



CD-131



CD-610



Always Fresh
www.ostand.com.tw



➔ mehreren internationalen Design-Awards ausgezeichnet wurde. Durch die »variable Angle-Technik« lässt sich die Flasche sowohl nach vorne als auch nach links oder rechts herausnehmen.

Auch bei den Lenkergriffen Brcko setzt T-One laut Hsu auf Variabilität: »Mit den Spacern lässt sich jeder Griff mit ein paar Handgriffen wie im Baukasten-System verlängern und individuell den Händen des Radlers anpassen.« Zudem sorgt das einzigartige Drehform-Design des Griffes selbst für besseren und ergonomischen Halt. Passende Lenkerhörchen gibt es auch.

Packman ist, ein Halterungs- und Klemmverschlussystem. Vorerst wird Packman für Vorbau und Lenker mit dazugehörigen kleinen Taschen für Handy und Kleinzeug angeboten.

Die Gepäckträger Multi-Utility und Flunky bieten dank modularer Zubehörtteile den Einsatz verschiedener Kombi-

nationen. So lassen sich bei schwereren Lasten via Schnellspanner Seitenarme an den Seitenstreben anbringen. Für den Einsatz am vollgefederten Mountainbike lassen sie sich schnell wieder entfernen.

Die absolute Neuheit befindet sich noch in Arbeit und soll zur Eurobike fertig sein: eine Diebstahlsicherung namens Guard Dog. Dieses Alarmsystem besteht aus einem kabellosen diebstahlsicheren »Chip«, der fast unsichtbar unter der Flaschenhalterung angebracht wird. Sobald das Fahrrad berührt wird, schrillt ein 100-Dezibel-Alarnton sowohl am Chip als auch bei dem vom Radler mitgeführten Mastergerät (klein wie ein einfacher Fahrradcomputer). Das kabellose System soll mit Blick auf dieses Mastergerät bis zu einer Reichweite von 100 Metern arbeiten.

Text/Foto: Jo Beckendorff

FSA wird urban

In TH Industries neuer Fabrik In Wufeng Shiang/Taichung County entstehen auch die Getriebekurbeln Metropolis PT. Und THs Managing Director Douglas Chiang ist stolz darauf, dass die TH-Marken FSA, Gravity und Vision alle made in Taiwan sind. »So haben wir alles in der Hand und können die gute Qualität gewährleisten«, betont er.

Der für internationale und OEM-Verkäufe verantwortliche Manuel Correia zeigt zuerst den Wareneingang, wo das Rohmaterial auf seine Qualität überprüft wird. Fast jeder Verarbeitungsprozess scheint seine eigene Qualitätskontrolle zu haben. So wird beispielsweise jedes einzelne Karbonteil mit Röntgenstrahlen durchgecheckt. Ein Teil der Karbonproduktion befindet sich übrigens noch in der alten TH-Fabrik.

Die größte Herausforderung sieht der Portugiese allerdings im Aufbau eines doppelt so großen CNC-Maschinenparks in der neuen Fabrik für die Kettenblattproduktion. 300 Mitarbeiter beschäftigt das Unternehmen in der neuen Fabrik.

Die ersten 200 Kurbelgetriebe des Typs Metropolis PT wurden den Kunden zum Testen ausgeliefert. Metropolis ist nicht das erste schaltbare Kurbelgetriebe im Markt (Schlumpf, Nicolai/Universal Transmissions, SRAM/Hammerschmidt). Correia verweist



V. l.: FSA-Europe-Geschäftsführer Claudio Mara, TH Managing Director Douglas Chiang sowie International and OEM Sales Manager Manuel Correia.

sportliche Marke FSA auch den Einstieg in den City- und Trekkingbike-Markt.

Metropolis PT soll sich auch unter Last schalten lassen. Des Weiteren sei Metropolis PT »an jedem herkömmlichen Rahmen verwendbar sowie preislich erschwinglich«. Die Übersetzung der ersten Gangstufe ist 1:1 (mit 28-Zahn-Kettenblatt), die zweite 1:1,6 – was einem 43-Zahn-Kettenblatt entspricht. Das Gewicht des Planetengetriebes beträgt um die 600 Gramm. »Was für die Zielgruppe Mobilitätsrad aber eher eine untergeordnete Rolle spielen sollte.« Der Einsatz des wartungsfreien Metropolis-Kurbelgetriebes mit einem wartungsfreien Zahnriemen sei der nächste Schritt: »Da haben wir mehrere Kundenanfragen.« Erste Auslieferungen in den Markt sind für Dezember/Januar vorgesehen.

Text/Foto: Jo Beckendorff

Die „Bibel“ für Fahrradhändler

inkl. Zugang zur Online-Datenbank
www.zweirad-adressbuch.de



- 2.000 Hersteller und Importeure
- Alphabetisch und nach 500 Warengruppen
- 1.600 internationale Marken
- Produktneuheiten 2010
- Nationale und internationale Messetermine

20. Jubiläumsausgabe

Bestellen Sie jetzt die **neue Ausgabe 2010** zum Preis von Euro 30,- (zzgl. Porto + MwSt.) unter Fax +49 (0) 7664 611512 oder info@kern-verlag.de

KERN VERLAG
Der Adressen-Profi

Inh. Annette Dworak • Tiroler Weg 1b • D-79285 Ebringen • Tel. +49 (0) 7664 611511 • www.kern-verlag.de



i950r

The i950r is a revolutionary seat post that offers on the fly adjustment via an ergonomically designed remote lever on your handlebar. It utilizes a patented bushing design which greatly improves function and eliminates the side play of other conventional designs. With the new i950r, optimal seat height is just a lever's touch away. In a perfect world, no saddle would be without one.

What's under YOUR saddle?

Models: i900, i900r, i950, i950r, new i7, new i7r. Sizes: i900/i950-30, 9/31,6, i7-27.2 Adjustability range: 75, 100, 125mm Activation Lever: New "Lock on" compatible handlebar remote for "r" models and under saddle for non "r" models. Saddle Offset: 17mm on i900, i900r, zero on i950, i950r, i7, i7r

KS
KSuspension.com
E-mail: ks@ks49.hinet.net
Distributed by: E. Wiener Bike Parts GmbH.