



Ressort: Lokale Nachrichten

Herausforderungen angehen und Potenziale heben!

Göttingen, 24.12.2025 [pressediens-fahrrad]

In den letzten Jahren zeigte die Wachstumskurve beim Fahrrad-Leasing stetig nach oben, teilweise sogar sehr steil. Doch mittlerweile hat die Erfolgsgeschichte eine Delle bekommen. Eine Momentaufnahme oder ein strukturelles Problem? Der pressediens-fahrrad hat bei einer Gesprächsrunde mit Branchenvertreter:innen nachgefragt und zeigt, welche Veränderungen wieder neuen Schwung bringen können.

„Es ist nicht das Ende einer Ära, sondern wir starten in ein neues Kapitel.“

Elena Laidler-Zettelmeyer

Leitung Strategische Kooperation, Zukunft Fahrrad.

Die Zeit der „Goldgräberstimmung“ beim Fahrrad-Leasing scheint vorbei. Waren die letzten Jahre, besonders während der Corona-Pandemie, eine Boomzeit, deuten sich momentan Rückgänge bei Neuverträgen an. Genaue Zahlen für das Jahr 2025 gibt es noch nicht. Diese werden laut Elena Laidler-Zettelmeyer, Leiterin Strategische Kooperation beim Branchenverband Zukunft Fahrrad, erst im Frühjahr 2026 erwartet. Die ersten Prognosen zeigen aber nach unten. Hier ist der Fahrradmarkt auch von den konjunkturellen Schwierigkeiten in Deutschland betroffen.

Laidler-Zettelmeyer sieht darin einen Grund für die rückläufige Nachfrage am Leasing-Markt: „Es ist gerade kein Klima, um sich mit Dienstrad-Leasing zu beschäftigen.“ Manche Arbeitgeber:innen und -nehmer:innen sind verunsichert, ob ein Leasing-Vertrag noch Sinn ergibt, wenn der Arbeitsplatz gefährdet ist. Da die aktuellen Probleme allerdings vielschichtig seien, gelte es an vielen Stellen neue Impulse zu setzen, so die Expertin.

Für Laidler-Zettelmeyer ist die Entwicklung allerdings langfristig kein Ein-, sondern Chance zum Aufbruch: „Es ist nicht das Ende einer Ära, sondern wir starten in ein neues Kapitel.“

hnlich sieht das Sören Hirsch, Bereichsleiter Bike beim Leasing-Anbieter Linexo: „Der Leasing-Markt steckt mitten im Wandel, hat aber immer noch ein großes Potenzial. Wir brauchen uns nicht mit den letzten zwölf erfolgreichen Jahren zu beschäftigen, sondern müssen den Blick nach vorne richten und uns über neue Wege Gedanken machen.“

Hirsch bringt beispielsweise eine Anpassung der Leasing-Laufzeit ins Gespräch. Aktuell werden Leasing-Verträge über 36 Monate abgeschlossen. Diese Laufzeit wurde bei Einführung des Fahrrad-Leasing aus dem Automobilbereich übernommen, scheint sich allerdings in der Praxis als nicht

Redaktioneller Programmdienst: European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service.....

tragfähig für Fahrräder und E-Bikes zu erweisen.

„Die Annahme, alle drei Jahre würde ein neues Fahrrad geleast, bewahrheitet sich nicht“, so Hirsch. In der Praxis werde das geleaste Rad nach Ablauf des Vertrages eher zu günstigen Konditionen übernommen als ein neuer Anschlussvertrag abgeschlossen. „Leasing wird als Finanzierungsmodell genutzt“, sagt Hirsch. Durch flexiblere Leasing-Laufzeiten könne ein besseres Anschluss-Leasingmodell entwickelt werden. Das sieht Till Kaletsch, Marketing-Manager beim Kompakt-E-Bike-Hersteller I:sy, ähnlich: „Im Anschluss-Leasing liegt der Hund begraben. Man kauft das Rad nach Ablauf des Leasing-Vertrages, weil man eine Beziehung zum Rad aufgebaut hat. Ein Fahrradkauf ist mit Emotionen verbunden.“

Längere Leasing-Laufzeiten mit günstigeren Raten wäre eine Option. Hinzu komme, dass im Fahrradhandel zu wenig unternommen werde, um die Kunden für ein Anschluss-Leasing zu begeistern, so Kaletsch. Ein Grund dafür, da sind sich die Fachleute einig, liegt in der mangelhaften Digitalisierung der Fahrradbranche. So werden Leasing-Verträge zwischen Leasing-Anbieter, Arbeitgeber und Arbeitnehmer geschlossen, der Fachhandel dient hingegen nur für die „Radausgabe“ – manchmal sogar ohne Wissen über die Konditionen des Vertrages bzw. Leasing-Modells. Eine gezielte Ansprache der Leasing-Kund:innen am Ende der Vertragslaufzeit kann der Handel also nicht leisten.

Aufgrund der attraktiven Marktlage sind in den letzten Jahren viele Leasing-Anbieter gekommen, die unterschiedliche Konditionen anbieten. Das sorgt für einen hohen bürokratischen Aufwand im Fachhandel bei der Abwicklung von Service-Anfragen oder Reparaturen, weil meist die Übersicht fehlt, von welchem Leasing-Partner das Kundenrad stammt. Auch die Kund:innen wissen das oft nicht. „Wenn wir Prozesse optimieren und digitalisieren, gibt es ein hohes Entwicklungspotenzial“, ist sich Laidler-Zettelmeyer sicher. „Überführungsgebühren sind ein Symptom für strukturelle Probleme.“

Sören Hirsch

Bereichsleiter Bike, Linexo.

So könnte auf einfache Weise die Attraktivität von Leasing im Handel wieder steigen. Durch den bürokratischen Aufwand, gepaart mit den aktuell hohen Rabatten beim Fahrradkauf und Gebühren von bis zu sechs Prozent an den Leasing-Anbieter verdient der Handel kaum etwas beim Abschluss eines Leasing-Vertrages. Deshalb brachte der Handelsverband „Verbund Service und Fahrrad“ z. B. eine sogenannte Überführungsgebühr ins Spiel, damit der Fachhandel die geringer werdende Marge ausgleichen kann. Diese Gebühr müsste vom Arbeitgeber getragen werden, was das Leasing-Modell für diesen wiederum uninteressanter erscheinen lassen könnte. „Überführungsgebühren sind ein Symptom für strukturelle Probleme.“

Wir verstehen diese Empfehlung als ein aus den aktuellen Marktbedingungen entstandenes, notwendiges

Redaktioneller Programmdienst: European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



International Press Service.....

„Übel“, erklärt Hirsch. Linexo gehe allerdings einen anderen Weg: Anstatt Gebühren vom Fachhandel zu erheben, unterstütze man den Fachhandel durch Provisionen bei abgeschlossenen neuen Leasing-Verträgen. Hirsch sieht nämlich noch ein großes Potenzial bei kleinen Handwerksbetrieben, die für das Leasing begeistert werden könnten und meist mit den örtlichen Fahrradhändlern in Kontakt stehen. Hier könne der Fachhandel bei der Akquise von Neukund:innen profitieren und wieder für das Thema Leasing begeistern. „Aus Markensicht macht es für uns keinen Sinn noch höher bei den Preisen zu gehen.“

Till Kaletsch

Marketing Manager, I:sy.

Für Fahrradhersteller ist der Leasing-Markt nämlich immer noch ein attraktives Business. Fast 80 Prozent der geleasteten Räder sind E-Bikes, der Durchschnittspreis für geleaste Räder lag 2024 bei 3.720 Euro, so die Zahlen aus einer Studie von Deloitte und Zukunft Fahrrad, also deutlich über den Durchschnittspreisen im Gesamtmarkt. „Leasing hat einen riesigen Markt eröffnet, von dem die ganze Branche profitiert, weil sich mehr Menschen für ein höherpreisiges Rad entscheiden“, erklärt Kaletsch. Das hat dafür gesorgt, dass die Preise für die Räder in den letzten Jahren anstiegen, weil viele Hersteller in den hochpreisigen Markt investierten. Auch hier scheint aktuell aber ein Ende erreicht.

„Aus Markensicht macht es für uns keinen Sinn bei den Preisen weiter nach oben zu gehen“, sagt Kaletsch. Insbesondere, weil Unternehmen mittlerweile auch beginnen, den maximalen Leasing-Preis zu deckeln und nicht mehr jedes Fahrrad als leasingfähig anerkennen. Deshalb wird diskutiert, ob man einen Gebrauchtmärkte für Leasing-Rückläufer eröffnet, der unter Einbeziehung des Fachhandels weitere Optionen ermöglicht und so auch Einstiegspreislagen abdecken kann. „Grundsätzlich sind wir dafür, dass gute Räder erschwinglich für alle sind“, sagt Laidler-Zettelmeyer, auch in Hinblick auf die Mobilitätswende.

„Prozesse verschlanken und digitalisieren, neue Produkte entwickeln, den Fachhandel stärken und sich den wirtschaftlichen Herausforderungen stellen – die Herausforderungen an die Anbieter von Fahrrad-Leasing könnten größer nicht sein. Wenn jetzt die richtigen Schlüsse gezogen werden, hat das Thema allerdings eine gute Zukunft, weil noch viel Potenzial besteht. Die Entwicklung bleibt spannend – im positiven Sinn.“

[Bericht online lesen:](#)

https://tanja-reinhart.en-a.de/lokale_nachrichten/herausforderungen_angehen_und_potenziale_heben-92768/

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV: Tanja Obermann

Redaktioneller Programmdienst: European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.