

NETWERKSTUDIE NEDERLANDSE FIETSENBRANCHE

april 2023



INLEIDING

De Nederlandse fietsbranche heeft de afgelopen jaren een sterke groei doorgemaakt, mede door de groeiende populariteit van elektrische fietsen en de toenemende aandacht voor duurzame mobiliteit.

In deze netwerkstudie zijn de verwachte ontwikkelingen in de Nederlandse fietsbranche en de impact op de sector in kaart gebracht. Hierbij is gekeken naar trends en ontwikkelingen op het gebied van onder andere technologie, wet- en regelgeving, consumentengedrag en duurzaamheid. De scope van de netwerkstudie is vijf jaar.

Het doel van deze studie is inzicht krijgen in de kansen en uitdagingen voor de fietsbranche en om BOVAG-leden aanbevelingen te doen voor het maken van strategische keuzes voor de toekomst van hun fietsbedrijf. Met deze studie hoopt BOVAG tevens bij te dragen aan een gezonde en duurzame ontwikkeling van de fietsbranche in Nederland.



Colofon

Deze publicatie is een coproductie van:
BOVAG en KPMG

Informatie over deze publicatie kan worden verkregen bij BOVAG:
Maarten Mastop, branchemanager BOVAG Fietsbedrijven
Mail naar fiets@bovag.nl of bel BOVAG Ledenadvies op (030) 65 95 300

mijn.bovag.nl/netwerkstudiefiets

© 2023

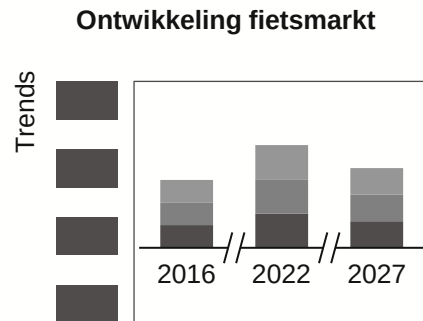
ONDERZOEKSAANPAK VAN DEZE NETWERKSTUDIE

Strategische opties voor positionering van fietsbedrijven: visualisatie van het proces

1

Huidige en verwachte marktgrootte Op basis van onderliggende markttrends

Een analyse van ontwikkelingen die invloed hebben op de belangrijkste onderliggende drijfveren van de Nederlandse fietsmarkt: het fietsenpark, prijsontwikkelingen, (verkoop van) accessoires en onderhoudswerkzaamheden.

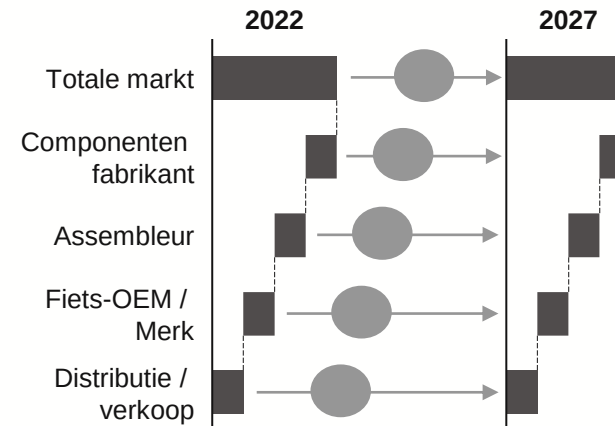


[pagina 13 - 38](#)

2

Marktstructuur per stap in de waardeketen Nu en in de toekomst

Vertaling van de markttrends in de Nederlandse fietsmarkt naar de bijbehorende impact op iedere stap in de waardeketen. Inclusief diepgaande analyse van de afzetkanalen.



[pagina 39 - 58](#)

3

Handelingsperspectief voor BOVAG-leden In de komende 5 jaar

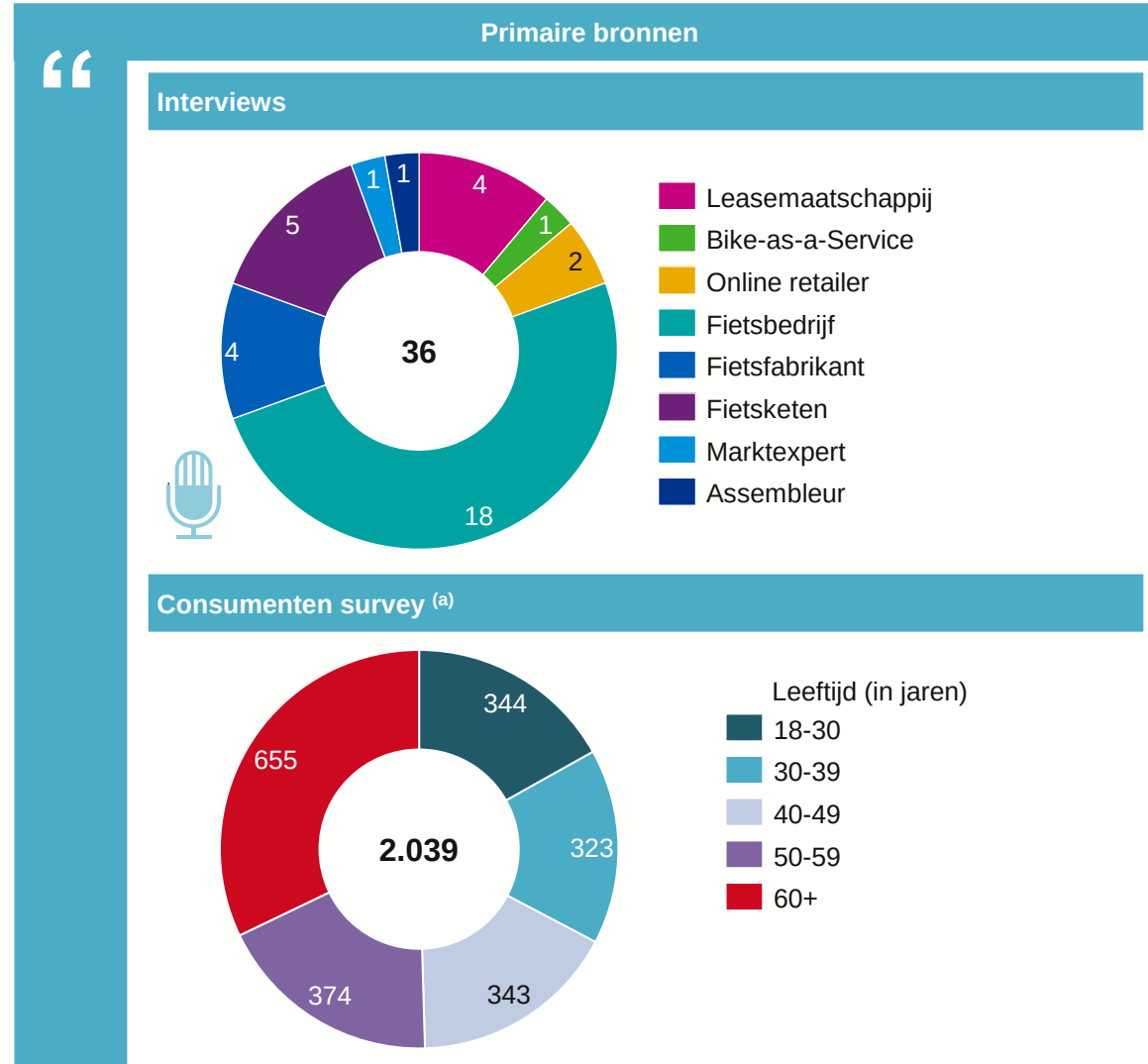
Opstellen van (toekomstige) strategische opties voor Nederlandse fietsbedrijven, op basis van historische en verwachte ontwikkelingen in de markt.

Strategische opties fietsenbedrijven



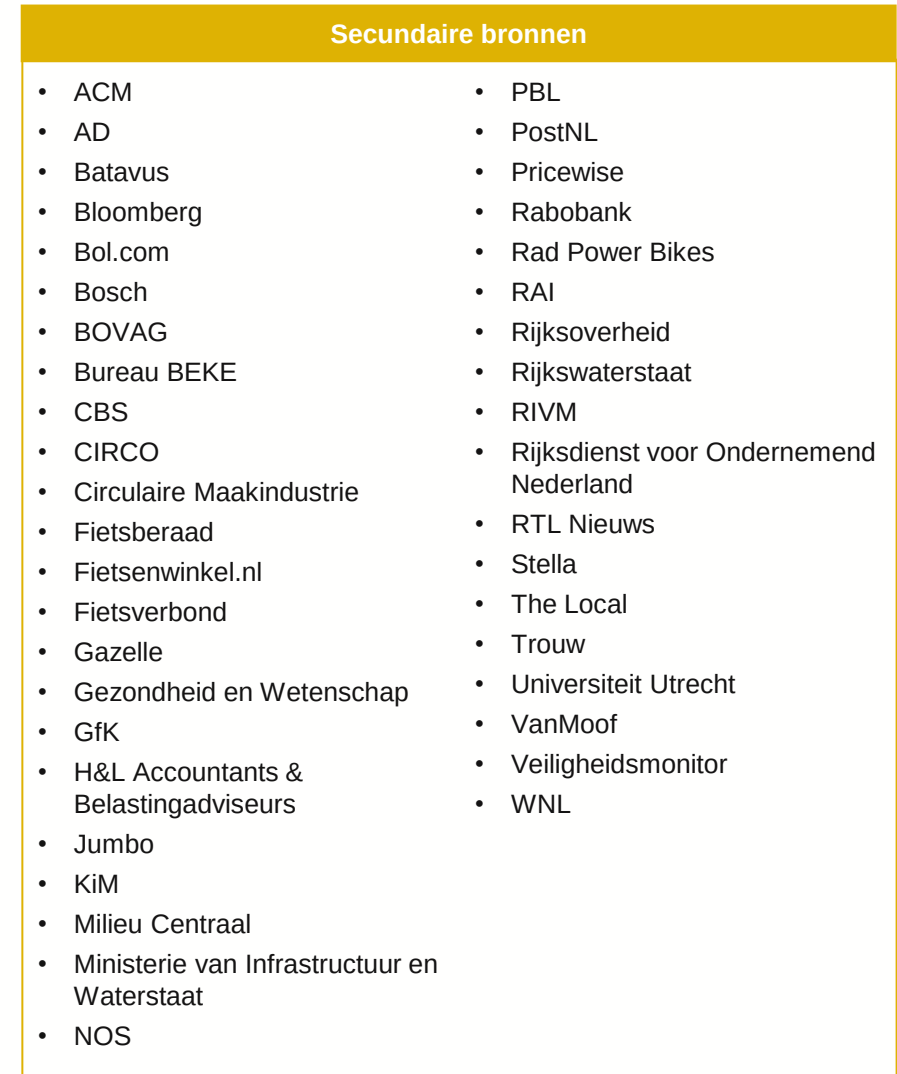
[pagina 59 - 69](#)

GEHANTEERDE GRONDSLAGEN



(a)

De steekproef is representatief naar geslacht, leeftijd, gezinssituatie, arbeidsparticipatie, opleiding en regio. Op basis van het aantal deelnemers valt met een betrouwbaarheidsinterval van 95% te concluderen dat de uitkomsten maximaal ~2.2% afwijken van de werkelijke situatie (als alle Nederlanders in de doelgroep ondervraagd zouden zijn).



MANAGEMENT SAMENVATTING

MANAGEMENTSAMENVATTING

A

Langetermijntrend van fietsverkopen in Nederland is positief. Dit komt met name door de groeiende populariteit van e-bikes. Er treedt een normalisatie van verkoopvolume op, waarbij het effect van COVID en de problemen in de leveringsketen lijken te herstellen.

B

Elektrificatie leidt tot een hogere gemiddelde aanschafwaarde bij de fietsbedrijven en meer omzet in de branche. Op de middellange termijn lijkt de groei van elektrische fietsen in aantallen en omzet wat af te vlakken.

C

Nederlandse fietsbedrijven hebben in de afgelopen jaren sterk kunnen profiteren van historische marktgroei, zowel in omvang als winstgevendheid.

D

Er liggen potentiële risico's voor fietsbedrijven op de loer, zowel van directe concurrenten als indirect van fabrikanten. Daarnaast blijft door personeelstekorten en problemen bij het aantrekken van financiering voor een deel van de fietsbedrijven een gezonde bedrijfsvoering uitdagend.

E

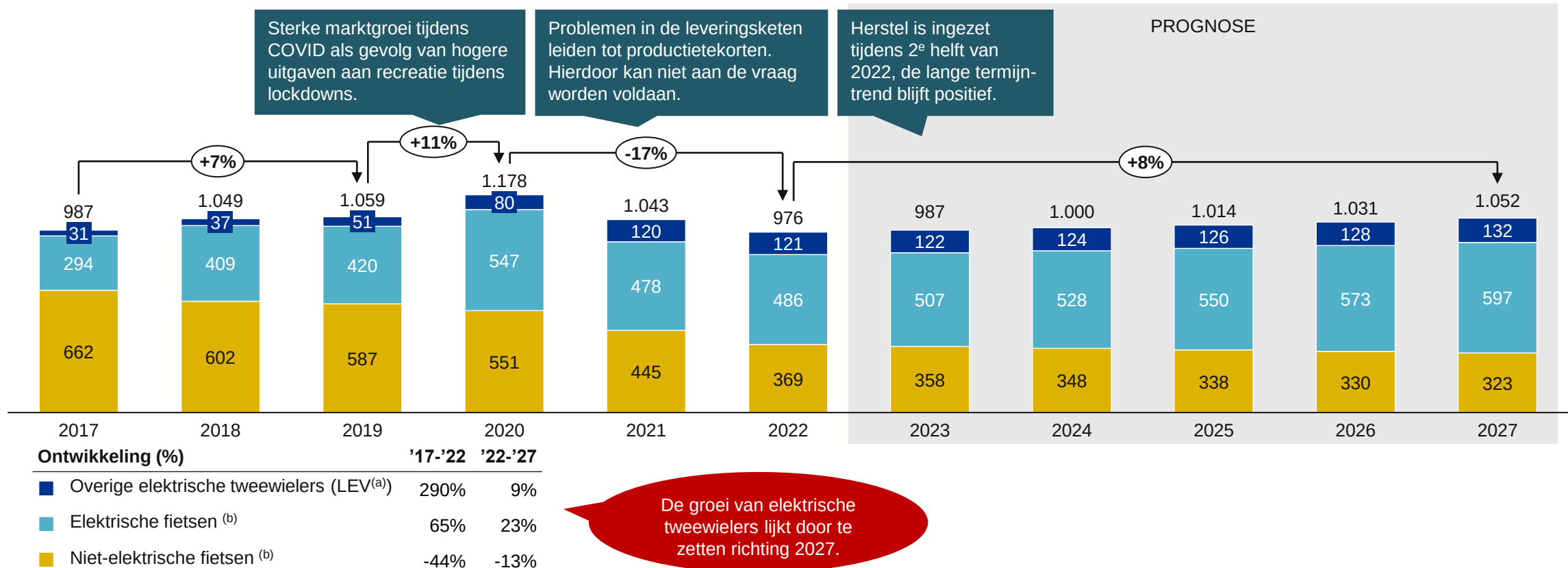
Fietsbedrijven kunnen bouwen op een sterke positie en capaciteiten die verder kunnen worden uitgenut.

MARKTONTWIKKELING - VOLUME

A

De trend van fietsverkopen in Nederland voor de lange termijn is positief, met name door de groeiende populariteit van e-bikes. Er treedt een normalisatie van verkoopvolume op, waarbij het effect van COVID en de problemen in de leveringsketen lijken te herstellen.

Ontwikkeling nieuwe fietsverkopen in Nederland (In aantallen en percentages), 2017-2027 (1 t/m 7)



(a) LEV staat voor Licht Elektrische Voertuig.
 (b) Beide categorieën elektrische en niet elektrische fietsen bestaan uit een mix van segmenten, waaronder stadsfietsen, hybride fietsen, kinder-of jeugdfietsen, MTB/ATB en Sportfietsen.
 Bron: (1) CBS; (2) GfK; (3) BOVAG; (4) RAI; (5) PBL; (6) KiM; (7) Interviewprogramma; KPMG Analyse.

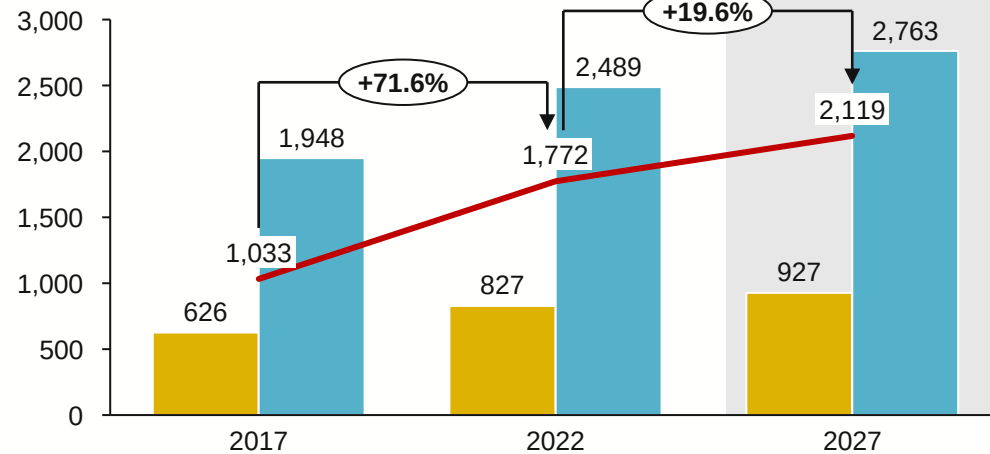
MARKTONTWIKKELING - WAARDE

B

Elektrificatie leidt tot een hogere gemiddelde aanschafwaarde bij de fietsbedrijven en meer omzet in de branche. Op de middellange termijn lijkt de groei van elektrische fietsen in aantallen en omzet wat af te vlakken.

Ontwikkeling van gemiddelde prijzen.
Waarde van een nieuwe fiets (in euro) en procentuele ontwikkeling (gewogen gemiddelde).

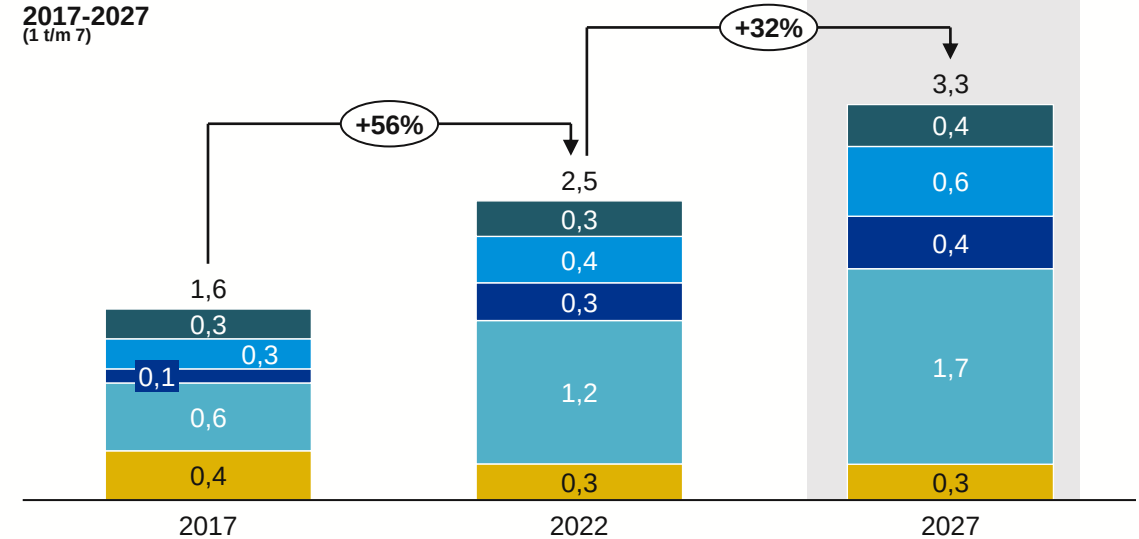
2017-2027
(1 t/m 3)



- Gewogen gemiddelde elektrisch en niet-elektrisch fietsen
- Niet elektrische fietsen^(b)
- Elektrische fietsen^(b)

Ontwikkeling jaarlijkse omzet van de fietsbranche naar type product (in miljard euro en procentuele ontwikkeling)

2017-2027
(1 t/m 7)



Ontwikkeling (%)	'17-'22	'22-'27
Accessoires	15%	18%
Onderhoud & reparatie	54%	51%
Overige elektrische tweewielers (LEV)	165%	39%
Elektrische fietsen ^(b)	111%	36%
Niet-elektrische fietsen ^(b)	-26%	-2%

Door een toenemende vraag naar onderhoud van elektrische fietsen groeit reparatie en onderhoud (relatief) harder dan verkoop nieuw.

(a) LEV staat voor Licht Elektrische Voertuig. (b) Beide categorieën elektrische en niet elektrische fietsen bestaan uit een mix van segmenten, waaronder stadsfietsen, hybride fietsen, kinder-of jeugdfietsen, MTB/ATB en Sportfietsen.

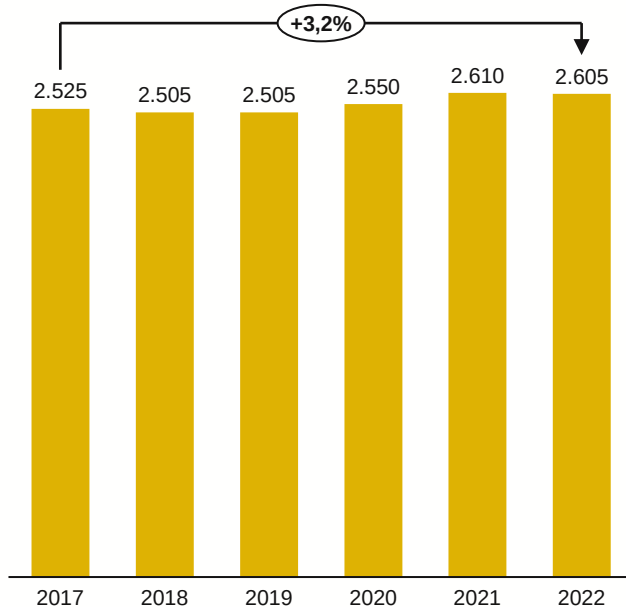
Bron: (1) GfK; (2) RAI; (3) BOVAG; (4) CBS; (5) PBL; (6) KiM; (7) Interviewprogramma; KPMG Analyse.

HUIDIGE POSITIONERING VAN FIETSBEDRIJVEN

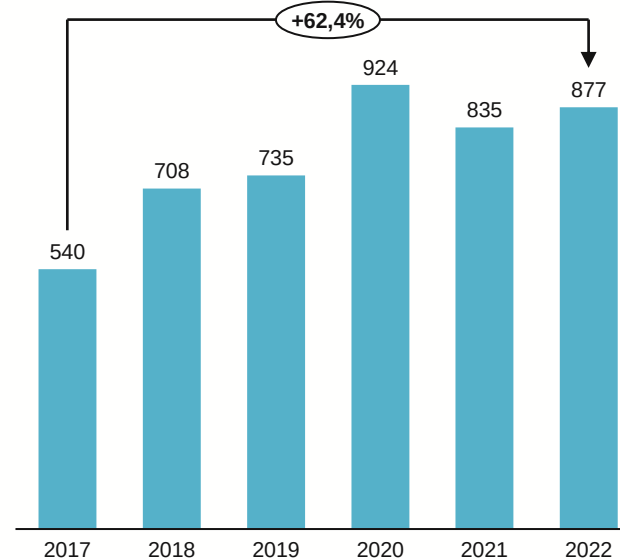
C

Nederlandse fietsbedrijven hebben de afgelopen jaren sterk kunnen profiteren van historische marktgroei, zowel in omvang als winstgevendheid.

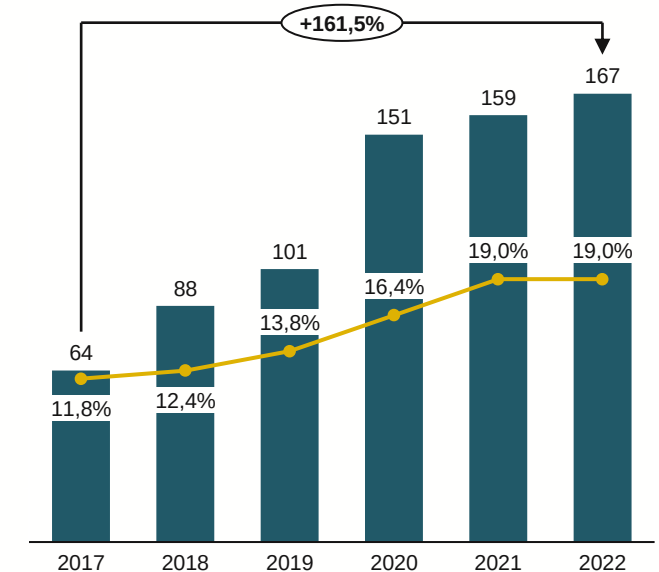
Aantal fietsenwinkels in Nederland
2017-2022 ⁽¹⁾



Gemiddelde (offline) omzet per fietsenwinkel
(in duizend euro)
2017-2022 ^(1 t/m 2)



Gemiddelde winst per fietsenwinkel (in duizend euro en als percentage van de omzet)
2017-2022 ^(1 t/m 3)



— Winst % ■ Winst

Noot: (a) De gemiddelde genormaliseerde winst is exclusief arbeidsloon, provisies en overige bedrijfsopbrengsten. (b) Gebruikelijk loonregeling gaat uit van Euro 51.000 in 2023.
Bron: (1) CBS; (2) GfK; (3) H6&L (4) Belastingdienst; KPMG Analyse

Hiervan moet de volledige vergoeding van de ondernemers nog betaald worden. ^(a)

Voorbeeld:
Uitgaande van 1,5fte maal het gebruikelijk loon ^(b) moet er nog ~9% in mindering worden gebracht als vergoeding voor de ondernemers.

POTENTIËLE RISICO'S VOOR DE FIETSBEDRIJVEN

D

Er liggen potentiële risico's voor fietsbedrijven op de loer, zowel van directe concurrenten als indirect van fabrikanten. Daarnaast blijft door personeelstekorten en problemen bij het aantrekken van financiering voor een deel van de fietsbedrijven een gezonde bedrijfsvoering uitdagend.

Overzicht van krachten vanuit de waardeketen die de winstgevendheid van fietsbedrijven naar verwachting zullen beïnvloeden.



HANDELINGSPERSPECTIEF VOOR FIETSBEDRIJVEN

€

Fietsbedrijven kunnen bouwen op een sterke positie en capaciteiten die verder kunnen worden uitgenut.

EXPLOITATIE STERKE CAPACITEITEN

Huidige situatie

✓ HOGE MATE VAN SERVICE

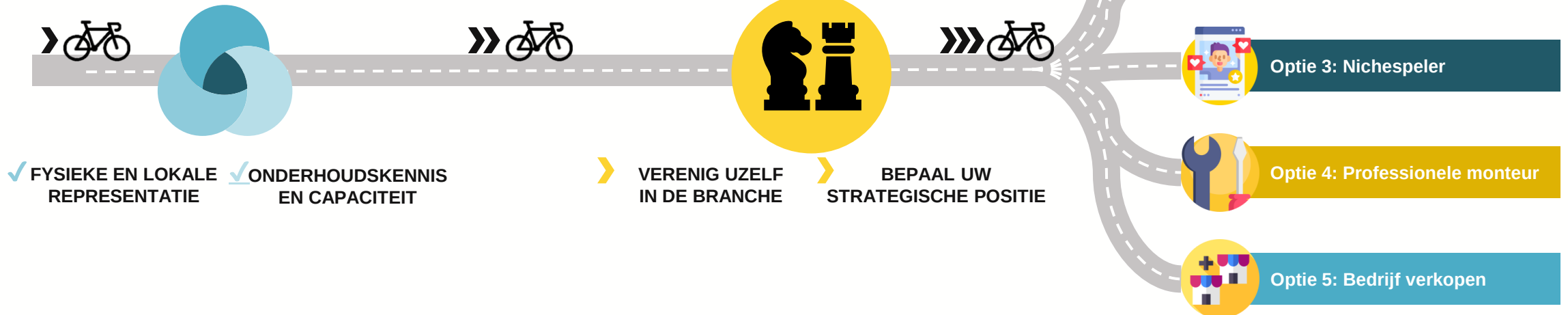
VERDERE UITNUTTING

Toekomstige kansen

➤ VERBETER EFFICIËNTIE EN KOSTENINZICHT EN VOER WELOVERWOGEN COMMERCIEEL BELEID

STRATEGISCHE POSITIONERING

Opties



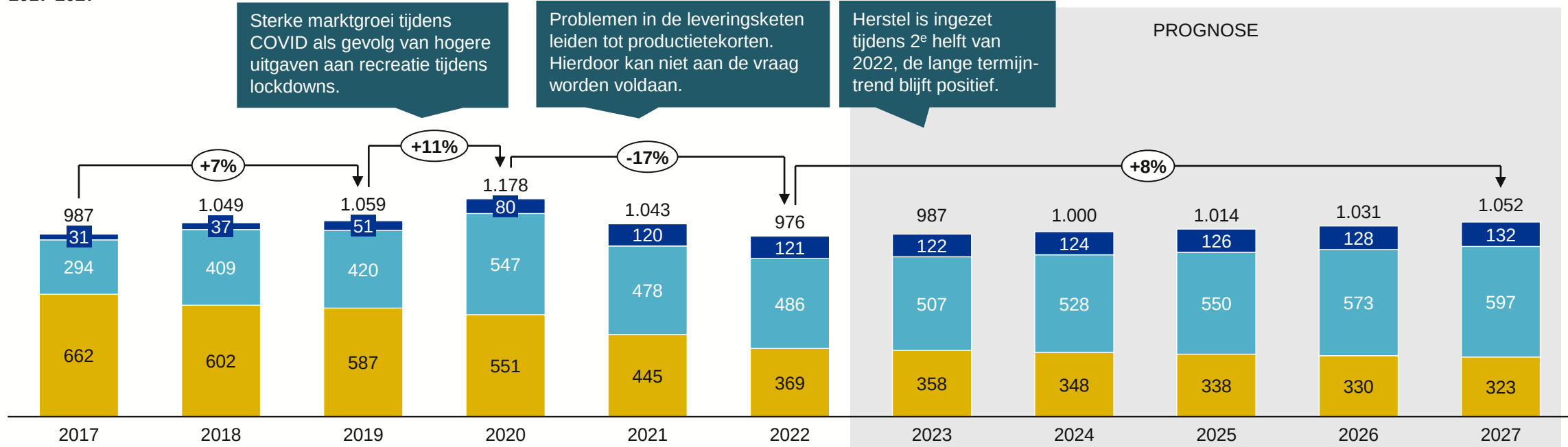
ONDERLIGGENDE ANALYSES

MARKTONTWIKKELING - VOLUME

A	De lange termijntrend van fietsverkopen in Nederland is positief, met name door de groeiende populariteit van e-bikes. Er treedt een normalisatie van verkoopvolume op, waarbij het effect van COVID en de problemen in de leveringsketen lijken te herstellen.		
B	I	Sociaal-economische trends	De aanhoudende verstedelijking van Nederland heeft een positieve impact op fietsverkopen.
			Een groeiende groep vitale ouderen leidt tot extra vraag naar met name elektrische fietsen.
C	II	Veranderend consumentengedrag	De verbetering van het imago van e-bikes stimuleert verdere adoptie onder jongere generaties.
			Elektrische fietsen worden een volwaardig alternatief voor traditionele vormen van mobiliteit, zoals auto's en scooters.
			COVID heeft gezorgd voor een veranderende en meer diverse fietscultuur, met een stijgende vraag naar recreatieve fietsen als gevolg.
D	III	Wet- en regelgeving	De Nederlandse overheid stimuleert de aanschaf en gebruik van fietsen door subsidies, wet- en regelgeving en infrastructurele investeringen.
			Overheidsingrijpen kan voor elektrische fietsen de marktvraag negatief beïnvloeden (bijvoorbeeld door de invoering van een helmplicht).
E	IV	Nieuwe businessmodellen	De interneteconomie stimuleert het gebruik van e-bikes door pakketbezorgers, maar de impact op verkoop door fietsbedrijven lijkt beperkt.
			Deelconcepten zijn voornamelijk complementair aan openbaar vervoer: de impact op fietsbezit is beperkt.

De lange termijntrend van fietsverkopten in Nederland is positief, met name door de groeiende populariteit van e-bikes. Er treedt een normalisatie van verkoopvolume op, waarbij het effect van COVID en de problemen in de leveringsketen lijken te herstellen.

Ontwikkeling nieuwe fietsverkopten in Nederland (in aantallen en percentages)
2017-2027 (1 t/m 7)



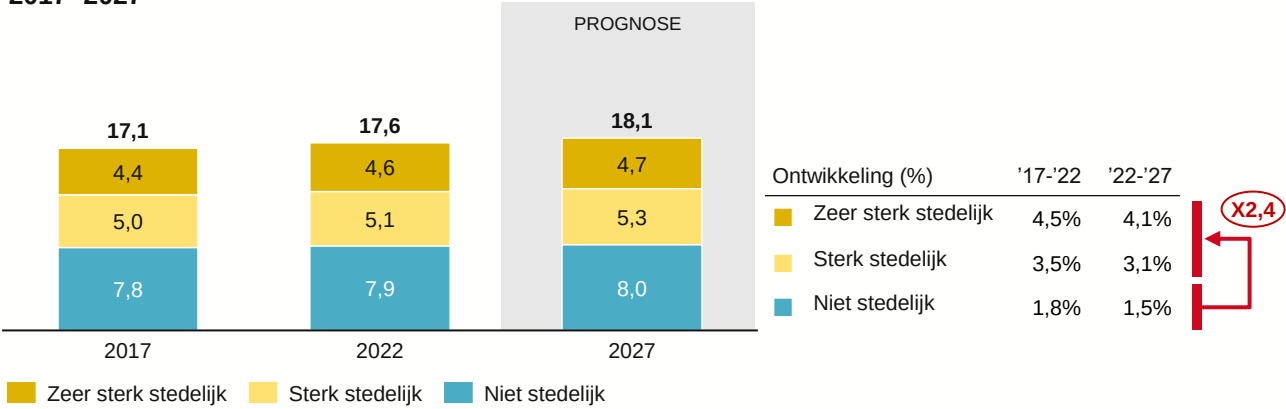
Ontwikkeling (%)	'17-'22	'22-'27
Overige elektrische tweewielers (LEV ^(a))	290%	9%
Elektrische fietsen ^(b)	65%	23%
Niet-elektrische fietsen ^(b)	-44%	-13%

De groei van elektrische tweewielers lijkt door te zetten richting 2027.

(a) LEV staat voor Licht Elektrische Voertuig.
 (b) Beide categorieën elektrische en niet elektrische fietsen bestaan uit een mix van segmenten, waaronder stadsfietsen, hybride fietsen, kinder-of jeugdfietsen, MTB/ATB en Sportfietsen.
 Bron: (1) CBS; (2) GfK; (3) BOVAG; (4) RAI; (5) PBL; (6) KIM; (7) Interviewprogramma; KPMG Analyse.

De aanhoudende verstedelijking van Nederland heeft een positieve impact op fietsverkopen.

Ontwikkeling stedelijk en niet-stedelijk gebied naar inwoners (in miljoen)
2017- 2027 ⁽¹⁾



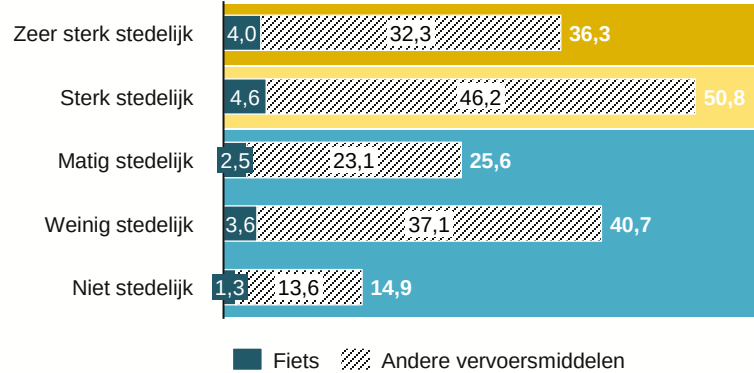
Wegen rond steden slibben komende decennia dicht.

“Het verkeer op de weg en op het spoor zal de komende decennia nog veel drukker worden. Het personenvervoer groeit vooral in, rond en tussen de grote steden. Ook het goederenvervoer tussen de Randstad en het achterland blijft toenemen.”

Nationale Markt- en Capaciteitsanalyse (2017)

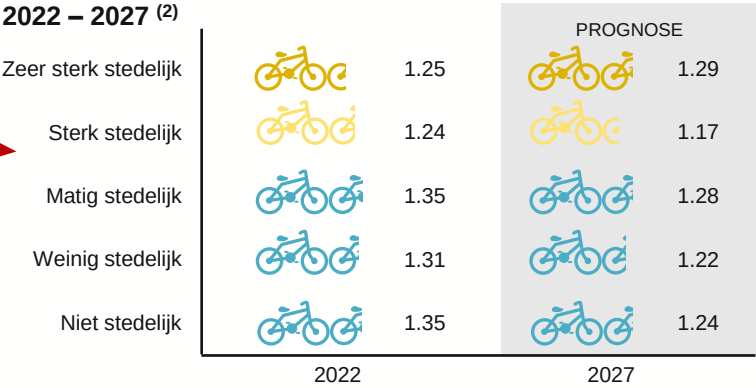


Aantal kilometers per vervoersmiddel per gebied
2022 ⁽¹⁾



Stedelijke inwoners reizen meer (kilometers) met de fiets dan niet-stedelijke inwoners en bezitten in 2027 meer fietsen.

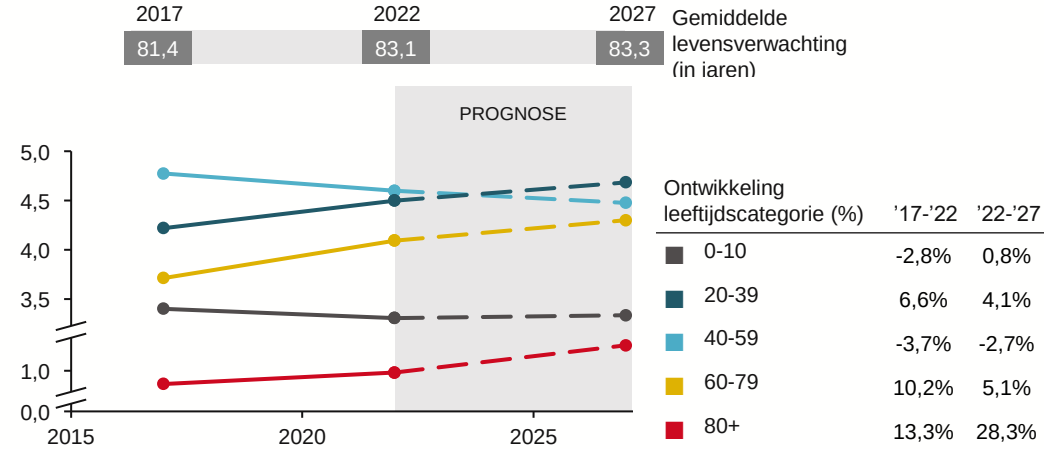
Aantal fietsen per inwoner per gebied
2022 – 2027 ⁽²⁾



Er zijn vijf categorieën te onderscheiden op de gemiddelde omgevingsadressen dichtheid: a) Zeer sterk stedelijk: 2500 om meer per km²; b) Sterk stedelijk: 1500 tot 2500 per km²; c) Matig stedelijk: 1000 tot 1500 per km²; d) Weinig stedelijk: 500 tot 1000 per km²; e) Niet stedelijk: minder dan 500 per km².
Bron: (1) CBS; (2) Consumentensurvey; KPMG Analyse.

Een groeiende groep vitale ouderen leidt tot extra vraag naar met name elektrische fietsen.

Ontwikkeling aantal Nederlanders per leeftijdscategorie (in miljoen)
2017- 2027 ⁽¹⁾

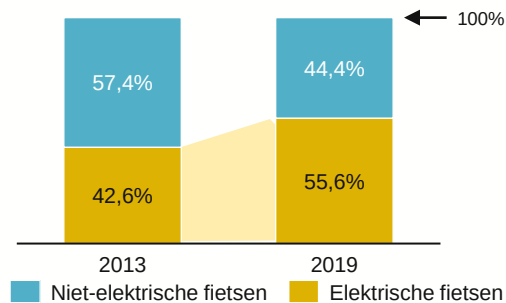


Het aantal fietsen in Nederland stijgt door een groeiend deel ouderen. Bij deze groep zijn elektrische fietsen populairder dan 10 jaren geleden.

De levensverwachting van de Nederlandse bevolking stijgt door de aandacht voor een gezondere levensstijl en de kwaliteit van de gezondheidszorg.

Ouderen blijven ook langer fit en bewegen meer waardoor fietsgebruik toeneemt. Dit wordt gefaciliteerd door de elektrische fiets die als vervanger dient van de niet-elektrische fiets.

Fietsbezit onder 65+ (in percentage)
2013 - 2019 ^{(2), (3)}



Ongevallen met oudere fietsers en factoren die daarbij een rol spelen.

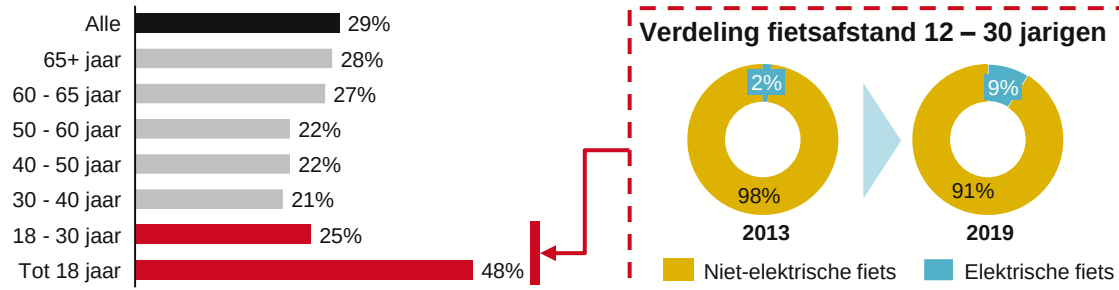
"Het aantal ouderen neemt toe. Binnen deze groep neemt ook het aandeel oudere ouderen toe, de zogeheten 'dubbele vergrijzing'. Ouderen zijn daarnaast meer en verder gaan fietsen, mede dankzij de opkomst van de elektrische fiets. Deze ontwikkelingen hebben geleid tot een toename in fietsmobiliteit van oudere fietsers."

SWOV (Wetenschappelijk onderzoek verkeersveiligheid), 2020



Verbetering van het imago van e-bikes stimuleert verdere adoptie onder jongere generaties.

Aandeel van verplaatsingen per fiets naar leeftijdsklasse
2019 ^{(1), (2)}



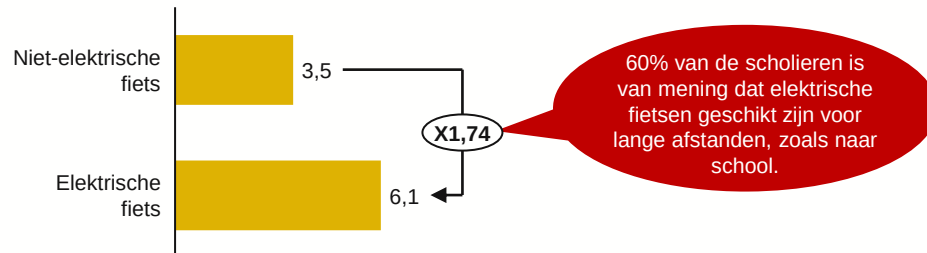
Jongeren fietsen gemiddeld het meest onder de Nederlandse bevolking. Dit doen ze in toenemende mate met de elektrische fiets: een gevolg van een beter imago en voordelen ten opzichte van ander vervoer.

Het aandeel fietsverplaatsingen is, in vergelijking met andere leeftijdscategorieën, het grootst onder jongeren met de leeftijd 12-18 jaar.

Net zoals bij de oudere bevolkingsgroepen, is er ook onder jongeren een stijging van de adoptie van elektrische fietsen zichtbaar. Deze is procentueel nog wel een stuk lager percentage dan oudere generaties. De stijging wordt gedreven door het stijgende aanbod van trendy en designfietsen en de snelheid, gemak en kostenbesparing ten opzichte van het ov of auto. Dit maakt de elektrische fiets een aantrekkelijk alternatief.

De minimum bestuurders leeftijd voor brom- en snorfietsen, in combinatie met de helmplicht, versterkt dit effect. Hierdoor geeft 66% van de millennials aan een e-bike te verkiezen boven een scooter ⁽³⁾.

Gemiddelde afstand per verplaatsing voor 12 – 34 jarigen (in kilometers)
2019 ^{(1), (2)}



“Vroeger kregen jongeren op hun 16e een scooter. Maar de laatste jaren merken wij dat ouders hun kinderen nu een e-bike voor hun 14e verjaardag geven. Als zij eenmaal gewend zijn aan de voordelen van de e-bike, dan stappen ze niet meer terug naar de scooter”
BOVAG-fietsbedrijf

“We zien dat jongeren steeds meer waarde hechten aan slimme oplossingen en gemak. Daarom kiezen ze voor een elektrische fiets. Het is gezonder dan de scooter, goedkoper dan het ov – een abonnement heb je relatief snel terugverdiend – en vooral erg leuk.”
Business developer fietsfabrikant

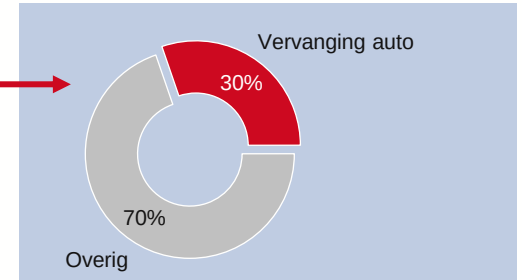
Geselecteerde feedback uit interviews ⁽⁴⁾⁽⁵⁾

Elektrische fietsen worden een volwaardig alternatief voor traditionele vormen van mobiliteit, zoals auto's en scooters.

Overzicht van karakteristieken verschillende vervoersmiddelen (1 t/m 5)

Onderzoek toont aan dat e-bikes in toenemende mate concurreren met traditionele vormen van mobiliteit (auto).

Aandeel aankopen dat woon-werkverkeer met de auto vervangt door de e-bike (in percentage) 2022 ⁽⁷⁾



	Aandrijving	Elektromotor	Fysiek	Fysiek	Divers	Verbrandings-motor	Verbrandings-motor	Elektromotor	Elektromotor
Technologische capaciteiten	Gemiddelde afstand van reis	5 km	3 km	2 km	33 km	19 km (50% < 7,5 km) ^(a)	6,5 km	6,5km	19 km (75% < 7,5 km)
	Bereik	20 – 100km	N.v.t.	N.v.t.	N.v.t.	500 – 1000km	+100km	50km	200 – 500km
	Gemiddelde snelheid	25 – 50 km/h	12 km/h	4 km/h	N.v.t.	36,6 km/h	25 – 45 km/h	25-45km/h	36,6 km/h
Kosten	Prijs per km	€€	€	€	€€€€	€€€€€	€€€	€€€	€€€€
Gezondere levensstijl	Calorieën per uur	180 kcal	405 kcal	210 kcal	0	0	0	0	0
Duurzaamheid	Energiedrager	Elektriciteit (opslag in batterij)	N.v.t.	N.v.t.	Divers	Benzine, diesel, biobrandstof, LPG, CNG	Benzine, diesel, biobrandstof, LPG, CNG	Elektriciteit (opslag in batterij)	Elektriciteit (opslag in batterij)
	CO ₂ -emissies ^(b)	0-3 gram/km	0 gram/km	0 gram/km	0 - 103 gram/km	204 gram/km	56 gram/km	0-25gram/km	0-85 gram/km

Als een klant een nieuwe (bak) fiets wil kopen, dan vinden ze dat duur. Ik probeer dat om te draaien om ze te laten kijken naar andere opties (auto) en dan probeer ik de mindset van de klanten te veranderen.”
BOVAG-fietsbedrijf

“Mensen willen vaak geen twee auto's meer, maar vervangen die voor elektrische fietsen. In de stad ben je langer bezig om je te verplaatsen met de auto dan met de fiets door de toenemende drukte.”
BOVAG-fietsbedrijf

“De brandstofkosten zijn heel hoog, dus klanten kiezen dan toch sneller ervoor om de tweede auto te laten staan of er afscheid van te nemen, om dan een fiets aan te schaffen om die te delen.”
BOVAG-fietsbedrijf

Geselecteerde feedback uit interviews ⁽⁶⁾

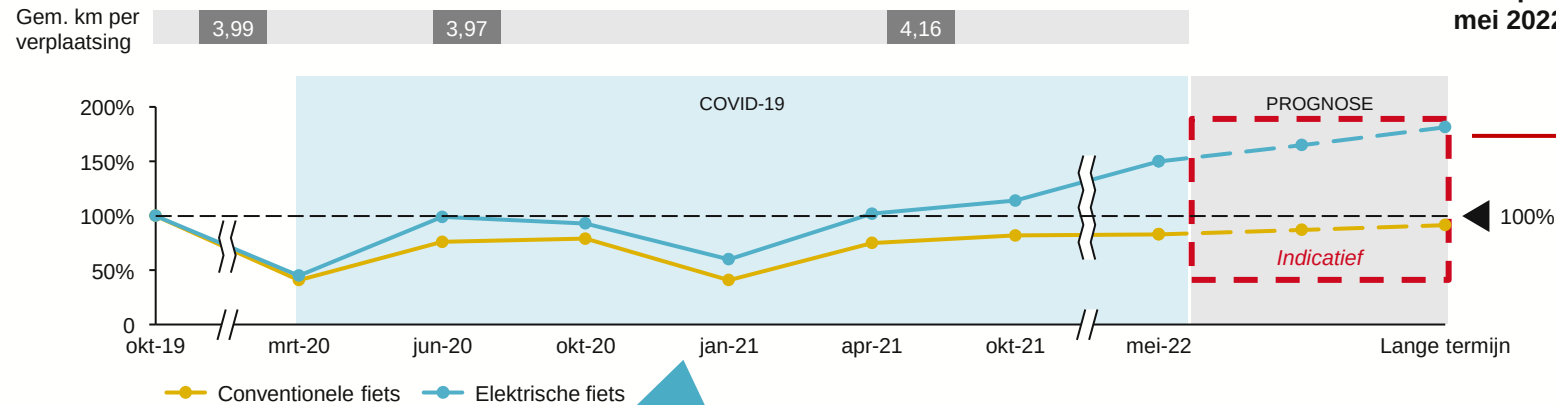
Legenda: Rangschikking per categorie, van zeer goed tot matig. ++ + - -

(a) O.b.v. KIM studie – Fietsfeiten 2020 (b) Emissies per gereden kilometer, exclusief emissies voor de productie van het vervoermiddel zelf. Ranges o.b.v. minimum (groene opgewekte stroom) en maximum (fossiel opgewekte stroom)

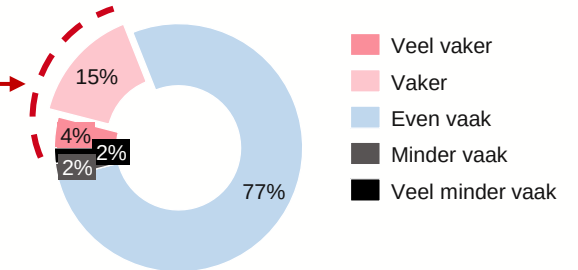
Bron: (1) CBS; (2) KIM; (3) Milieu centraal; (4) Fietsenwinkel; (5) Gezondheid en Wetenschap; (6) Interviewprogramma; (7) Consumentensurvey; KPMG Analyse.

COVID heeft gezorgd voor een veranderende en meer diverse fietscultuur, met een stijgende vraag naar recreatieve fietsen als gevolg.

Ontwikkeling relatief aantal verplaatsingen per type fiets t.o.v. oktober 2019 (in percentage)
(1 t/m 2)



Aandeel dat verwacht vaker te gaan fietsen ten opzichte van pre-COVID-19^(a) (in percentage) mei 2022 ⁽¹⁾



COVID heeft fietsen per e-bike verder laten groeien. Ondanks een afname in het aantal verplaatsingen is het aandeel recreatieve kilometers tijdens COVID-19 gestegen van 17.5% naar 26%. Dit komt mede door de enorme populariteit van racefietsen en mountainbikes.

19% van de Nederlanders verwacht vaker te gaan fietsen in vergelijking met 2019, zowel voor woon-werkverkeer als recreatief gebruik. COVID-19 heeft de Nederlandse fietscultuur een extra boost gegeven.

"Twee jaar geleden kwam corona en schoot iedereen in de stress, omdat ze bang waren dat minder mensen gingen fietsen. Maar het tegenovergestelde gebeurde. Hierdoor heeft de branche een boost gekregen, vanuit hieruit merk ik dat de jongere doelgroep ook de fiets omarmt."

BOVAG-fietsbedrijf

Geselecteerde feedback uit interviews⁽³⁾

"Corona heeft een belangrijke rol gespeeld in de vraag en daardoor de verkoop van e-bikes. Mensen wilden naar buiten, fietsen was een optie - waar andere opties vaak niet meer mogelijk waren. Mensen tussen de 25 en 30 jaar kopen/kochten eerder een sportief model, zoals mountainbike of racefiets."

BOVAG-fietsbedrijf

"We hebben de piek van de recreatieve fietsen markt gehad. Dit zal afvlakken, maar boven het niveau van voor corona blijven liggen. Ik schat dat de omzet van dit segment ongeveer 15% hoger ligt ten opzichte van 2019."

BOVAG-fietsbedrijf

De Nederlandse overheid stimuleert de aanschaf en gebruik van fietsen door subsidies, wet- en regelgeving en infrastructurele investeringen.

Overzicht potentiële wet- en regelgeving relevant voor fietsenbranche ^(1 t/m 5)		Impact	
Onderwerp	Beschrijving		
Fiscale regeling fiets van de zaak	— Kilometervergoeding, aanschaf fietsvergoeding, fiets van de zaak — Verandering regeling fiets van de zaak per 1 januari 2020 — Fiscale regelingen voor fietsen — Update fiets van de zaak 2022 — Btw-aftrekregeling voor ondernemers	●	●
Maximum snelheid E-bikes	— Voornemen maximale snelheid voor e-bikes te introduceren, vooral in grote steden	N.v.t.	●
Voorwaarden legale elektrische steps	— Onder strikte voorwaarden mogen elektrische steps wel de weg op	●	●
Wijziging BTW fiets - Europees	— Wijziging btw op fietsen kan mogelijk naar 0% via EU-regels	●	●
Helmplicht snorfiets 1/1/2023	— (Elektrische) snorfietsers moeten verplicht een helm dragen bij > 25km/h	●	●
Subsidie ondernemers elektrische fiets	— Fiscale regelingen voor ondernemers/werkgevers: Milieu-Investeringsaftrek, Versnelde afschrijving milieu-investeringen, kleinschaligheidsinvesteringsaftrek	N.v.t.	●
Investeringen kabinet in fietsklimaat	— Tientallen miljoenen om fietsinfrastructuur verder te verbeteren	●	●
Administratieve lasten fiets van de zaak	— Vereenvoudiging van administratieve lasten voor werkgevers voor het ter beschikking stellen van een fiets van de zaak	●	●

"Fietsen is een van de belangrijkste oplossingen om de uitstoot van mobiliteit te verminderen. De Europese fietsindustrie speelt een belangrijke rol bij het bereiken van de groene doelstellingen van de EU."

Frans Timmermans (VP Europese Commissie) ⁽⁶⁾



Kabinet schakelt tandje bij voor meer op de fiets

"Staatssecretaris Heijnen wil dat de komende 2,5 jaar 100.000 extra mensen de fiets naar het werk pakken. Fietsen scheelt in de spits drukte op de weg en in het openbaar vervoer. Bovendien melden fietsers zich gemiddeld genomen minder vaak ziek. Ondanks meer thuiswerken, is de verwachting dat de drukte in de spits de komende jaren stijgt. Vanuit het coalitieakkoord heeft Heijnen €50 miljoen beschikbaar voor verdere verbetering van fietsenstallingen bij de stations, zodat het aantrekkelijker is een deel van de reis van en naar het werk met de fiets te doen. Ook zoekt zij nadrukkelijk de samenwerking met werkgevers."

Rijksoverheid, 2022 ⁽¹⁾

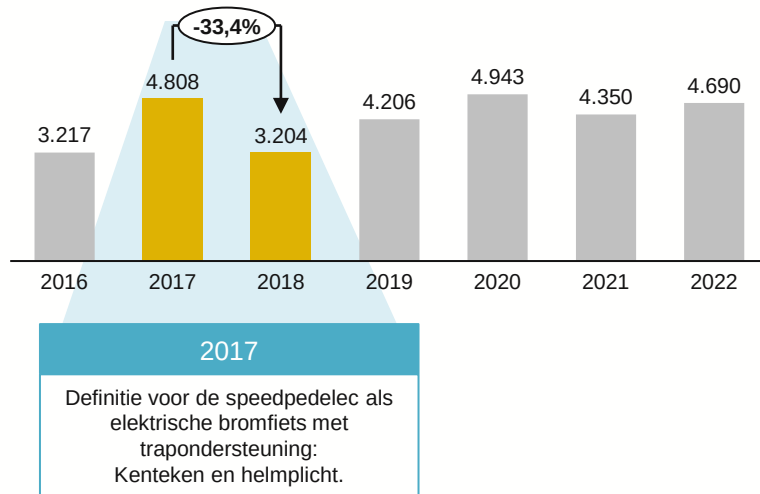


Legenda: Rangschikking per categorie, van zeer goed tot matig. ●+ ● ●- ●

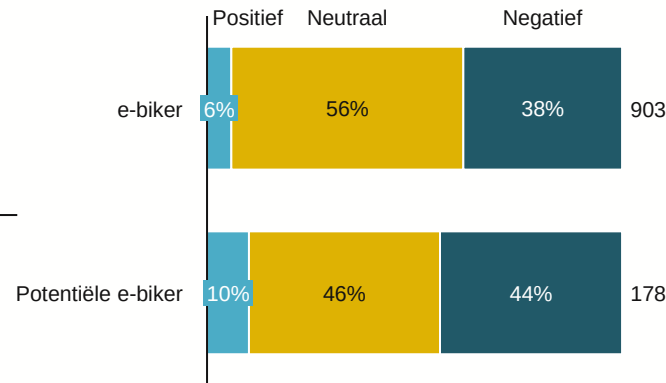
Bron: (1) Rijksoverheid; (2) Ministerie van infrastructuur en Waterstaat; (3) RTL Nieuws; (4) Trouw; (5) WNL; (6) European Commission; KPMG Analyse.

Overheidsingrijpen kan de marktvraag negatief beïnvloeden, bijvoorbeeld door de invoering van een helmplicht voor elektrische fietsen.

Verkoop speedpedelecs per jaar in Nederland (in stuks), 2016 – 2022 ⁽¹⁾



Verwacht effect impact helmplicht
Op basis van survey ⁽²⁾



“Er is niks concreet aangekondigd omtrent de helmplicht voor e-bikes. Toch zien we dat het aanwakken van de discussie invloed zal hebben op de verkoop van e-bikes. BOVAG vindt het dragen van een helm zeer verstandig en veilig, maar verplichten zien we nu nog niet als optie.

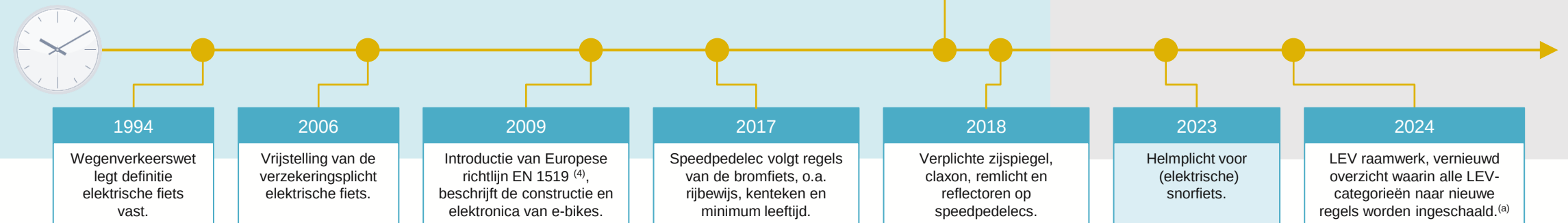
Het draagvlak is nog minimaal: op straat maar ook in de politiek. We zien dat het dragen van een helm steeds meer de standaard begint te worden onder senioren. Als het gevolg van de helmplicht op snorfietsen in Amsterdam zien we het dragen van een helm meer in het straatbeeld terugkomen. Daarnaast zien we een verschuiving van snorfietsen naar e-bikes - vanwege de helmplicht.”

BOVAG-medewerker, oktober 2022

Geselecteerde feedback uit interviews⁽³⁾



Tijdslijn van de ontwikkeling van regels voor de elektrische fiets

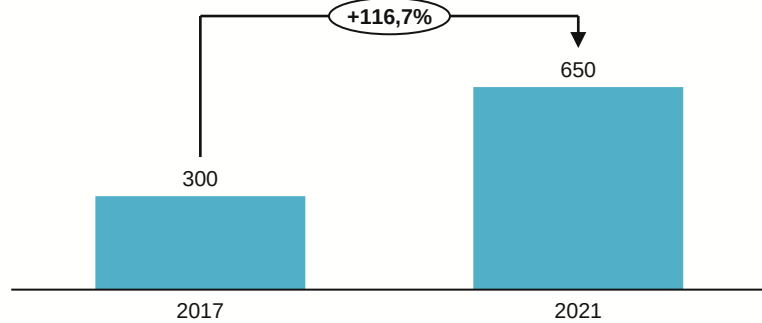


Noot: (a) De verwachtingen betreffen o.a. dat de E-step legaal zal worden maar wel van strenge eisen (kentekenplicht, motorrijtuigverzekering en minimale leeftijd) voorzien zal worden

Bron: (1) BOVAG/RAI; (2) Consumentensurvey; (3) Interviewprogramma; (4) Europees Parlement; KPMG Analyse.

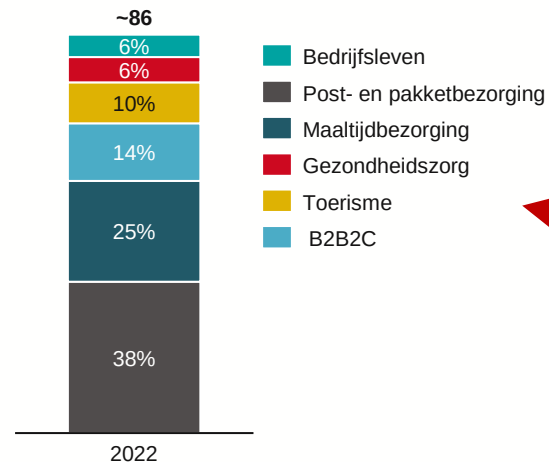
De interneteconomie stimuleert gebruik van e-bikes door pakketbezorgers, maar de impact op de verkoop door fietsbedrijven lijkt beperkt.

Volume pakketvervoer nationaal (in miljoen)
2017 - 2021 ⁽¹⁾



Het pakketvolume blijft stijgen, waarbij een steeds groter deel op een duurzame wijze wordt geleverd.

Jaarlijkse verkoop van B2B e-bikes in Nederland, 2022⁽⁶⁾
(#'000)



Het aandeel zakelijke e-bikes is jaarlijks tussen de 8% en 17% van nieuw verkochte e-bikes. De transactie verloopt grotendeels direct tussen de fabrikant en de zakelijke klant. ⁽⁶⁾

De vraag naar elektrische fietsen voor het zakelijke segment (B2B) wordt gedreven door zowel groei van bezorgdiensten als de duurzaamheidsambitie van bedrijven. Verkoop, lease, onderhoud en reparaties worden vaak uitgevoerd door landelijke spelers, zonder tussenkomst van lokale fietsendealers.

Verschillende partijen zoals e-bike-to-go, DOCKR en e-bike4Delivery zijn actief in de markt van bezorgfietsen. Hierbij bieden zij een geïntegreerd pakket van mobiliteitsdiensten en producten aan: van het leveren van de (bak-)fiets tot het uitvoeren van het onderhoud. Tevens bieden zij aan grotere klanten de mogelijkheid om fietsen te configureren voor specifieke doeleinden. Hierbij doen de leveranciers van de bezorgfietsen zoveel mogelijk in-house. Een belangrijk argument is om zodoende een hogere winstmarge te kunnen behalen en efficiencyvoordelen voor de klant te realiseren (een zo laag mogelijke 'down-time').

"Levering met **vrachtfietsen** is uitstootvrij en houdt woonwijken veiliger. De bezorgers van Cycloon maken hierin het verschil, doordat ze worden aangedreven door 'bruine boterhammen'."

bol.com



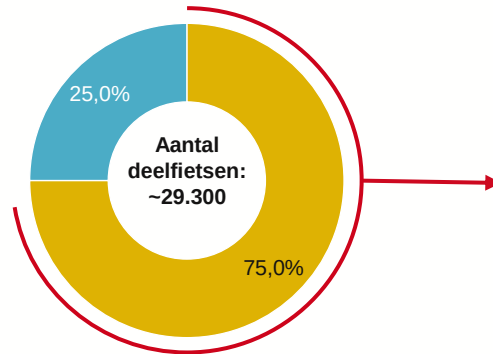
"We bezorgen al 220 jaar bijna al onze briefpost te voet en op de fiets! En pakketten bezorgen we steeds vaker zoveel mogelijk elektrisch."

"Jumbo levert via **flitsbezorger Gorillas** een selectie artikelen en voedingswaren. Klanten in de steden waar Gorillas actief is, kunnen die producten via de Gorillas-app bestellen en binnen tien minuten thuis laten bezorgen door een fietskoerier van het bedrijf."

JUMBO

Deelconcepten zijn voornamelijk complementair aan openbaar vervoer: de impact op fietsbezit is beperkt.

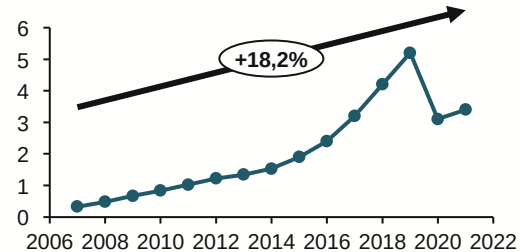
Uitsplitsing van het aantal deelfietsen ^(a) in Nederland 2022 ^(1 t/m 2)



■ Aandeel OV-fiets
■ Aandeel overig

De NS biedt sinds 2005 OV-fietsen aan als eerste breed uitgerolde deelconcept in Nederland. Overige spelers opereren vaak lokaal.

Groei van aantal OV-Fiets ritten per jaar (in miljoenen) 2006 – 2021 ⁽³⁾



Deelconcepten voor fietsen worden vooral gebruikt als aansluiting op - of als vervanging van het openbaar vervoer. Ze hebben weinig impact op het fietsbezit.

De deelfiets wordt voornamelijk ingezet voor reizen van en naar openbaar vervoer hubs, hiermee vervangt het deels bestaande openbaar vervoeropties. Dit betreft voornamelijk de bus, tram en metro. Het substitutie-effect ten opzichte van fietsbezit is hierdoor beperkt.

Nederland kent ongeveer 29.000 deelfietsen waarvan de Nederlandse spoorwegen via hun OV-fiets het merendeel landelijk aanbiedt, met name bij treinstations. Met de groei naar 300 locaties nam het gebruik toe, met een tijdelijke krimp in 2020 door de COVID-19 pandemie. De NS is recentelijk ook begonnen met het aanbieden van elektrische deelfietsen.

Overige deelconcepten spelen in op regionale behoefte, met name voor zakelijke gebruikers op bijvoorbeeld industrieterreinen.

“De deelfiets is vaak een vervanging voor een tweede fiets. Een gebruikersonderzoek van het fietsdeelsysteem Velo in Antwerpen laat zien dat 70% van de Velogebruikers een eigen fiets bezit. [...] Als ze daarnaast dus ook een deelfiets gebruiken, zal dit ter vervanging zijn van een andere modaliteit, zoals ter vervanging van het ov (bus of tram) of de auto.”

Rijkswaterstaat ⁽³⁾

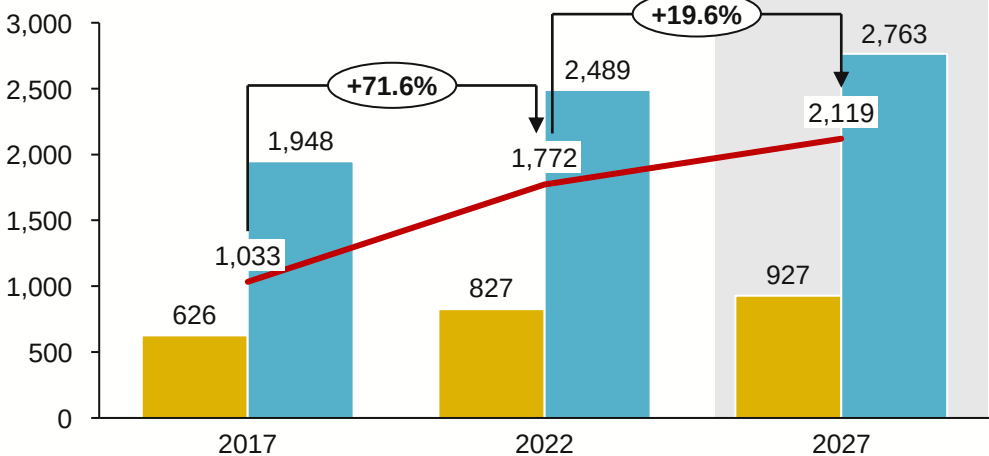
MARKTONTWIKKELING - WAARDE

A	Elektrificatie leidt tot een hogere gemiddelde aanschafwaarde bij de fietsbedrijven en meer omzet in de branche. De groei in aantallen en omzet van elektrische fietsen lijkt op middellange termijn wel wat af te vlakken.		
B	I	Productmix wijzigingen	Elektrische fietsen zijn substantieel duurder dan niet-elektrische fietsen.
C			E-bikes als vervanger van de auto bieden mogelijkheden voor meer premium modellen.
			De populariteit van duurdere LEV-varianten (zoals bakfietsen en speedpedelecs) stijgt, maar de impact op de totale gemiddelde verkoopprijs is beperkt.
			Door de groei van recreatieve fietsen (bijvoorbeeld racefietsen en mountainbikes) stijgt ook de gemiddelde prijs in het niet-elektrische segment.
D			Leaseoplossingen geven grotere groepen mensen toegang tot fietsen, met name e-bikes.
D	II	Prijs-ontwikkelingen	De opkomst van onlineretailers kan tot meer prijsdruk leiden.
			De verwachting is dat de gemiddelde verkoopprijzen als gevolg van inflatie zullen stijgen.
			Op korte termijn kan een inhaalslag in de levering van fietsen in de waardeketen tot voorraadoverschotten en daardoor potentieel tot meer prijsdruk leiden ('bullwhip effect').
E	III	Accessoires en onderhoud	Als gevolg van de toegenomen vraag naar elektrische en sportieve fietsen stijgen ook de uitgaven aan accessoires.
			De toename van het gemiddeld aantal afgelegde kilometers door recreatief fietsen leidt tot meer onderhoud en reparaties.
			Het stijgende aandeel elektrische fietsen vraagt om meer en complexer onderhoud. Dit is voor consumenten lastiger om zelf uit te voeren.
			Consumenten willen meer ontzorgd worden en de nadruk op preventie bij onderhoud groeit.

Elektrificatie leidt tot een hogere gemiddelde aanschafwaarde bij de fietsbedrijven en meer omzet in de branche. De groei in aantallen en omzet van elektrische fietsen lijkt op middellange termijn wel wat af te vlakken.

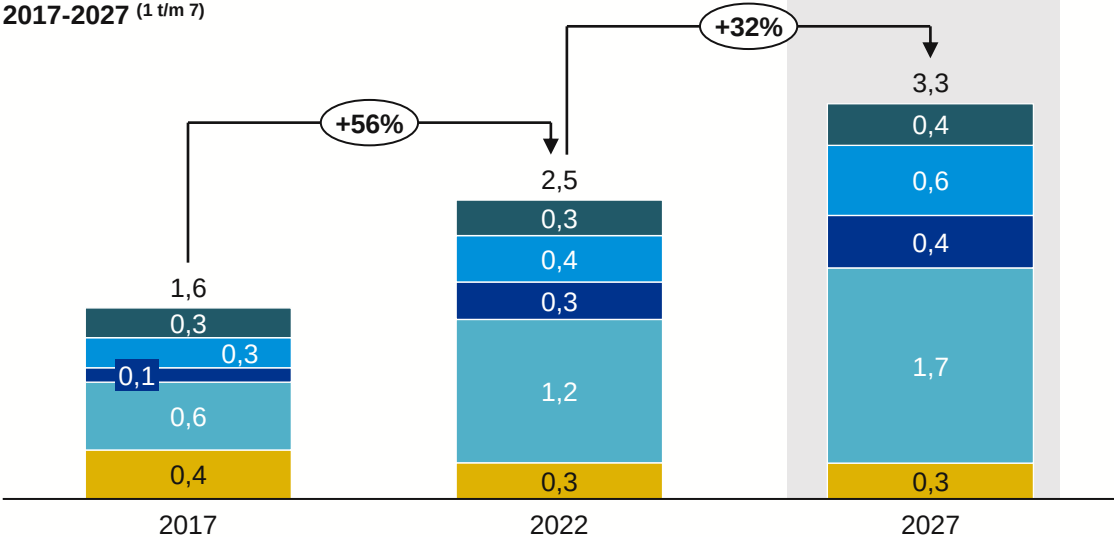


Ontwikkeling van gemiddelde prijzen (in euro) en procentuele ontwikkeling (gewogen gemiddelde). 2017-2027 (1 t/m 3)



- Gewogen gemiddelde elektrisch en niet-elektrisch fietsen
- Niet elektrische fietsen^(b)
- Elektrische fietsen^(b)

Ontwikkeling jaarlijkse omzet van de fietsbranche naar type product (in miljard euro en procentuele ontwikkeling). 2017-2027 (1 t/m 7)



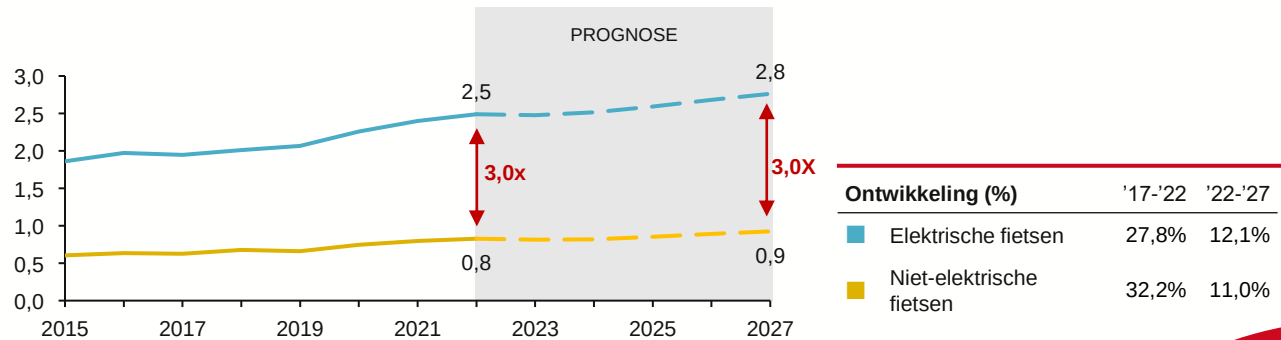
Ontwikkeling (%)	'17-'22	'22-'27
Accessoires	15%	18%
Onderhoud en reparatie	54%	51%
Overige elektrische tweewielers (LEV)	165%	39%
Elektrische fietsen ^(b)	111%	36%
Niet-elektrische fietsen ^(b)	-26%	-2%

Reparatie en onderhoud groeit (relatief) harder dan verkopen nieuw door een toenemende vraag naar onderhoud van elektrische fietsen.

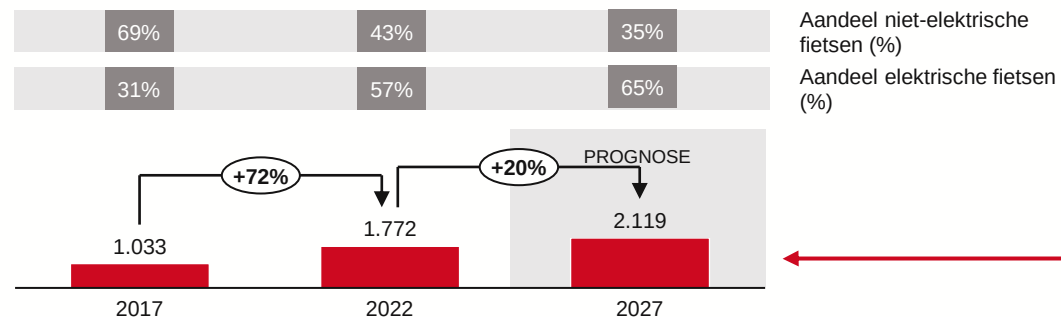
(a) LEV staat voor Licht Elektrische Voertuig. (b) Beide categorieën elektrische en niet elektrische fietsen bestaan uit een mix van segmenten, waaronder stadsfietsen, hybride fietsen, kinder- of jeugdfietsen, MTB/ATB en Sportfietsen.
 Bron: (1) GfK; (2) RAI; (3) BOVAG; (4) CBS; (5) PBL; (6) KiM; (7) Interviewprogramma; KPMG Analyse.

Elektrische fietsen zijn substantieel duurder dan niet-elektrische fietsen.

Ontwikkeling van de gemiddelde verkoopprijs (in duizend euro)
2017-2027^(1 t/m 3)



Ontwikkeling van de gemiddeld gewogen verkoopprijs van
niet-elektrische en elektrische fietsen (in euro)
2017-2027^(1 t/m 2)



De verkoopprijs van elektrische fietsen is in 2022 ~3 keer hoger dan niet-elektrische fietsen.

De toename van e-bikes in de verkoopmix van fietsen heeft de gemiddelde prijs van fietsen dan ook doen stijgen.

"Ik verwacht dat de prijs van e-bikes verder zal stijgen - maar met name dat het aantal e-bikes zal stijgen. Over vijf jaar worden er meer e-bikes verkocht dan normale fietsen, hiermee stijgt ook de gemiddelde waarde van een verkochte fiets in mijn winkel."

– BOVAG-fietsbedrijf

"Wij hebben in ieder geval weinig plannen om de prijs te verlagen. We zien overal om ons heen stijgingen in prijzen zoals energie en materiaal. We zouden eerder de prijs moeten verhogen om dit te kunnen bekostigen."

– Fietsfabrikant

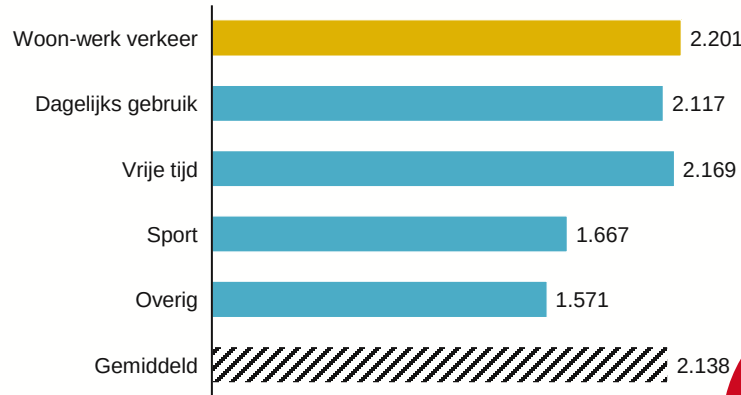
Geselecteerde feedback uit interviews⁽⁴⁾

(a) Beide categorieën elektrische en niet elektrische fietsen bestaan uit een mix van segmenten, waaronder stadsfietsen, hybride fietsen, kinder-of jeugdfietsen, MTB/ATB en Sportfietsen.

Bron: (1) GfK; (2) RAI; (3) BOVAG, (4) Interviewprogramma; KPMG Analyse.

E-bike als vervanger van de auto biedt mogelijkheden voor meer premium modellen.

Aankoopbedrag e-bike per aankoopdoel (in euro)
2022 ⁽¹⁾

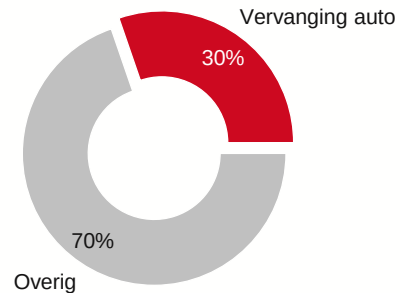


+3%

Consumenten die een e-bike aanschaffen voor woon-werkverkeer zijn bereid meer te betalen dan wanneer e-bikes voor andere motieven wordt gebruikt.

Dit komt omdat ze hogere technische vereisten hebben die gerelateerd zijn aan duurder fietsen.

Aandeel aankopen voor woon-werkverkeer dat auto vervangt met e-bike (in percentage)
2022 ⁽¹⁾



Top selectiecriteria voor e-bikes voor woon-werkverkeer ⁽¹⁾

Aankoopcriteria	Frequentie van antwoord ^(a)
Kwaliteit	72%
Prijs	63%
Technologie (bijv. versnellingen of remsysteem)	30%
Design	28%
Merk/naamsbekendheid	15%

"De brandstofkosten zijn heel hoog, dus klanten kiezen dan toch sneller om de tweede auto te laten staan/er afscheid van te nemen en dan een fiets aan te schaffen om die te delen. Ik merk hier een opmars in."

BOVAG-fietsbedrijf

"Veel meer 30-plussers kopen een e-bike, niet meer alleen senioren. Mensen willen vaak geen twee auto's meer, maar vervangen die voor een e-bike. In de stad ben je langer bezig om je te verplaatsen met de auto dan met de fiets door de drukte. Die ervaring, sneller op locatie zijn in de stad zorgt voor een toename in e-bikes."

BOVAG-fietsbedrijf

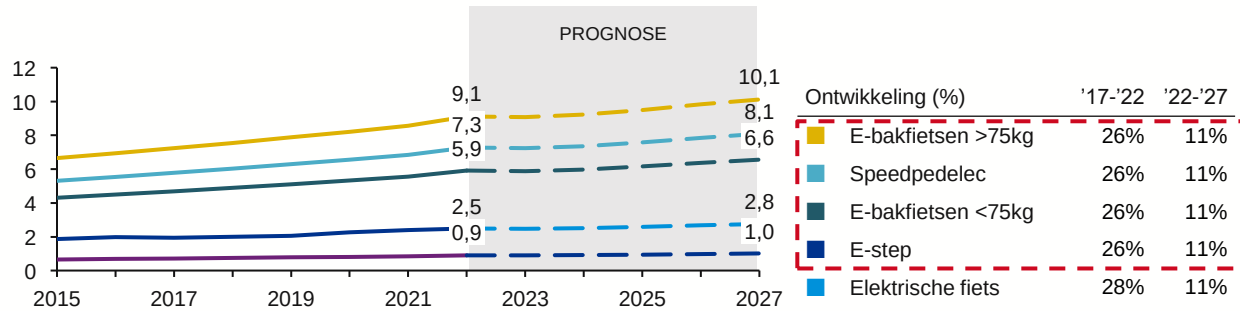
Geselecteerde feedback uit interviews ⁽²⁾

Noot: (a) Percentages sommen tot meer dan 100% op door meerdere keuze mogelijkheden

Bron: (1) Consumentensurvey; (2) Interviewprogramma; KPMG Analyse.

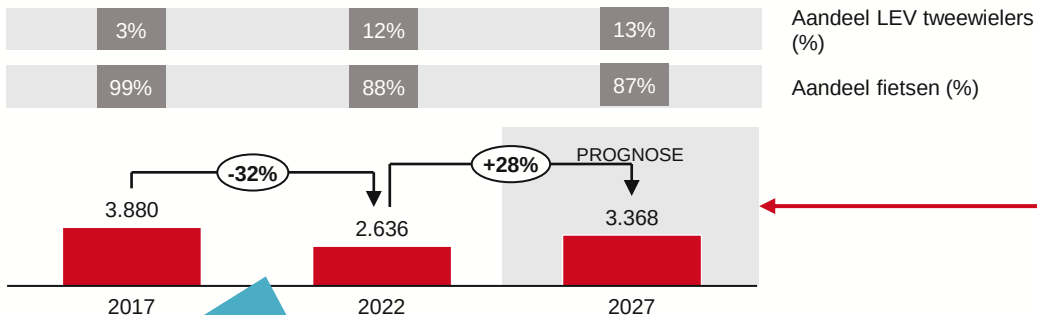
Populariteit van duurdere LEV-varianten (zoals bakfietsen en speedpedelecs) stijgt, maar de impact op de totale gemiddelde verkoopprijs is beperkt.

Ontwikkeling van de gemiddelde verkoopprijs per LEV-segment (in duizenden euro's)
2015-2027 ⁽¹⁾



De totale marktomvang bestaat voor ~17% uit LEV en wordt voor bijna de helft gedreven door de e-bakfietsen van minder dan 75kg.

Ontwikkeling gemiddeld gewogen verkoopprijs van LEV tweewielers (in euro)
2017-2027 ^(1 t/m 2)



Daling komt door sterke groei van e-steps

"Naar speedpedelecs is maar weinig vraag. De nadelen van de regels bij speedpedelecs vinden mensen toch wel een grote drempel, dan hebben ze liever een normale e-bike. Onze verkoopaantallen zijn stabiel in de afgelopen jaren: nog geen 10 per jaar."

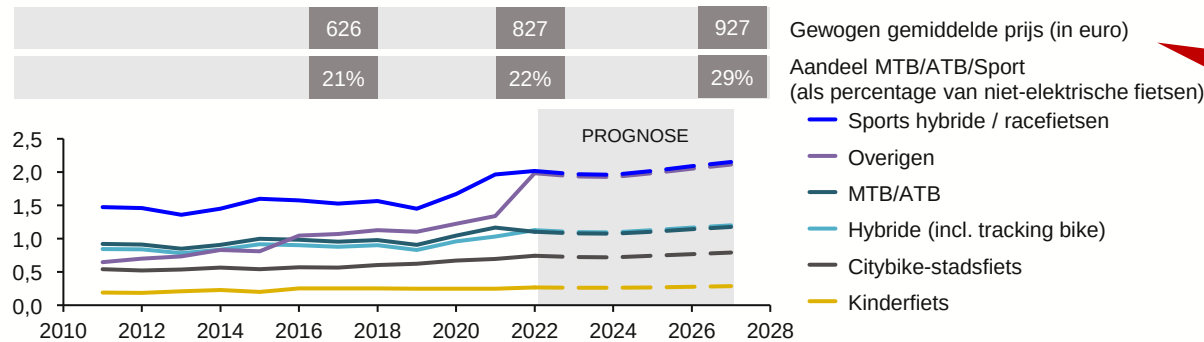
BOVAG-fietsbedrijf

Geselecteerde feedback uit interviews⁽³⁾

Noot: De elektrische step vertegenwoordigt 71% van de nieuwe LEV verkopen in aantallen maar slechts 25% van de LEV marktomvang vanwege de substantiële lager prijs
Bron: (1) GfK; (2) RAI; (3) Interviewprogramma; KPMG Analyse.

Door de groei van recreatieve fietsen (bijvoorbeeld racefietsen en mountainbikes) stijgt ook de gemiddelde prijs in het niet-elektrische segment.

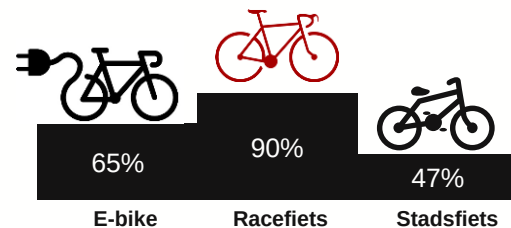
Ontwikkeling van prijzen per type niet-elektrische fiets
2017-2027 ⁽¹⁾



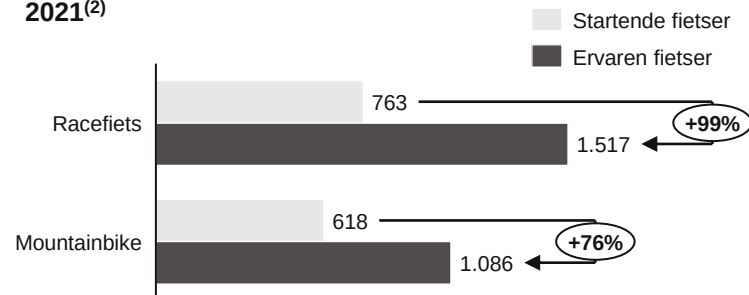
De verwachting is dat het aandeel verkochte sportieve fietsen verder groeit naar 29% richting 2027.

Sportief fietsen blijft onverminderd populair, ook na de lockdowns. Sportieve fietsers geven bovendien meer uit aan vervanging van hun fiets.

Aandeel fietsers dat één of meerdere keren per week recreatief fietst (in percentage).
2021 ⁽²⁾



Gemiddelde aankoopwaarde startende en ervaren sportfietser (in euro) ^(a)
2021 ⁽²⁾



“De COVID-19 pandemie heeft het aantal recreatieve fietsers gestimuleerd. Een deel van de adopters zien we nu doorgroeien met hun hobby, zij vervangen nu fietsen voor duurdere exemplaren. Het andere deel zal afhaken, maar ik verwacht dat het ongeveer 15% boven 2019 levels blijft.”

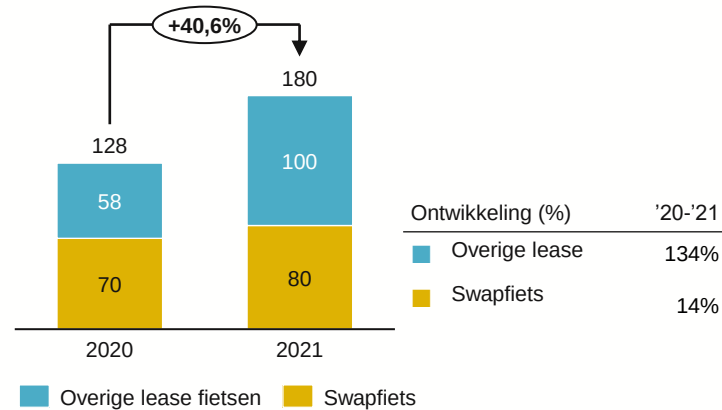
BOVAG-fietsbedrijf ⁽³⁾

Noot: (a) Gemiddelde aankoopwaarde inclusief tweedehands aankopen

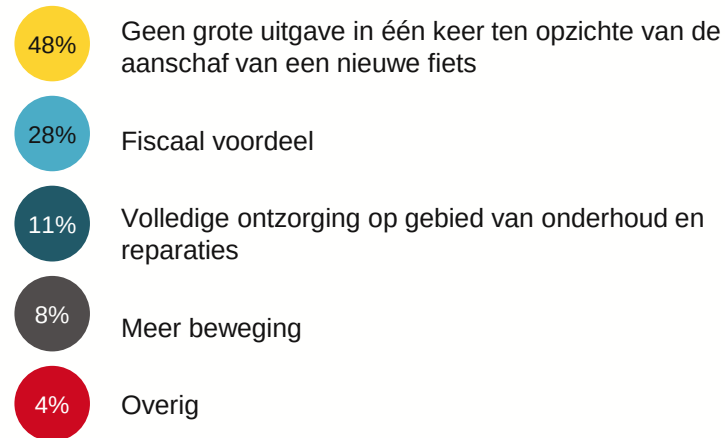
Bron: (1) GfK; (2) NTFU; (3) Interviewprogramma; KPMG Analyse.

Leaseoplossingen geven grotere groepen mensen toegang tot fietsen, met name e-bikes (1/2).

Ontwikkeling van het aantal geleasede e-bikes in Nederland (in duizend)^(a), 2020–2021^(t t/m 2)



Bewegredenen voor het kiezen van een leaseoplossing 2020 ⁽³⁾



Voorbeelden zakelijke lease



Een lager risico, lagere investering en fiscale voordelen hebben grote invloed op de markt van (zakelijke) fietslease. Gebruiksgemak, laag risico bij fietsendiefstal en service maken een leasefiets aantrekkelijk.

Zakelijke fietslease is per 1 januari 2020 fiscaal aantrekkelijker geworden door een versimpelde regeling voor privégebruik. Werkgevers kunnen daardoor fiscaal vriendelijk een fiets ter beschikking stellen die zowel zakelijk als privé gebruikt kan worden. Om ook de remmende factor van administratieve bijkomstigheden weg te nemen is er een toename van leasebedrijven ontstaan om werkgevers hierbij te ontlasten, dit drukt echter wel marges in de keten.

Consumenten kiezen in toenemende mate voor private lease van niet-elektrische en elektrische fietsen vanwege het ontbreken van de hoge initiële investering (zeker voor e-bikes), gemak en geboden service voor reparatie en onderhoud.

Verkoop en onderhoud van leasefietsen (met uitzondering van Swapfiets) verloopt grotendeels via de (lokale) dealer. Deze krijgt provisie voor de lease (verkoop) en een vergoeding conform afgesproken tarieven voor reparatie en onderhoud, na accordering van de leasemaatschappij. B2B lease (bezorg-) fietsen worden doorgaans direct bij de verkopende partij onderhouden.

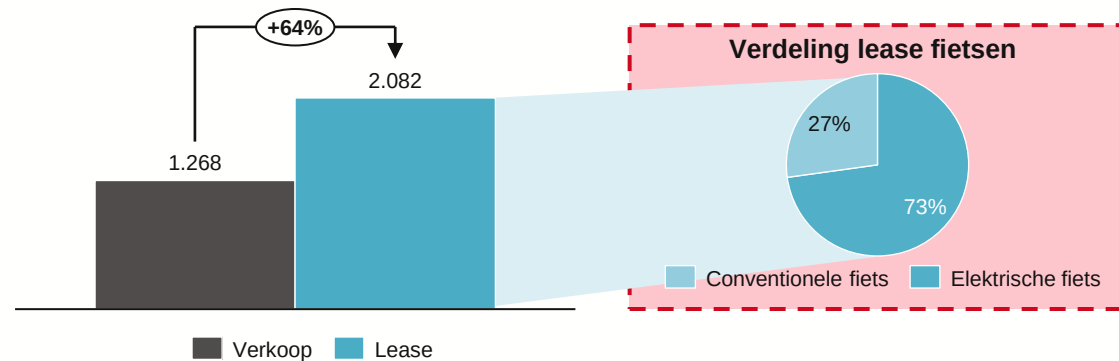


(a) Het aantal swapfietsen betreft een schatting o.b.v. nieuwsartikelen

Bron: (1) Multiscope; (2) ANWB; (3) Lease a Bike; (4) Interviewprogramma; KPMG Analyse

Leaseoplossingen geven grotere groepen mensen toegang tot fietsen, met name e-bikes (2/2).

De gemiddelde waarde van een verkoop- versus een leasefiets (in euro)
2022 (1 t/m 2)



Zakelijk geleasede fietsen zijn gemiddeld duurder dan de verkoopprijs van een gemiddeld verkochte fiets in Nederland. Dit komt voort uit het fiscale voordeel van de zakelijke lease en dat de zakelijke fiets vaak elektrisch is.

In 2021 had ~10% van de grotere werkgevers een leasefietsregeling voor zijn werknemers. Het totale voordeel voor de werknemer is afhankelijk van het brutoloon en eventuele reiskostenvergoedingen, waarbij het met werkgeversbijdragen goedkoper kan zijn om een fiets aan te schaffen.

In onze buurlanden is dit effect nog sterker zichtbaar. Duitsland en België bieden fiscaal voordeligere mogelijkheden aan wat resulteert in de verkoop van duurdere fietsen.

De kosten van het gebruik van een elektrische fiets voor een medewerker via koop of lease over een termijn van 36 maanden (in euro), 2022^(2 t/m 4)

	Koop (a)	Lease: geen bijdrage ^(b)	Lease: met bijdrage ^{(b)(c)}
Aanschafwaarde	2.500	n.v.t.	n.v.t.
Service, verzekering, etc.	741	n.v.t.	n.v.t.
Reiskosten vergoeding	€1.026	€0	€0
Netto kosten	n.v.t.	€2.147	€260
Restwaarde	n.v.t.	€500	€500
Totale kosten	€2.215	€2.647	€760

-66%

"Duitsland heeft betere overheidsmaatregelen voor het leasen van een e-bike. Zij betalen 1% bijtelling ... door de voordelige fiscale regelingen leasen ook steeds meer jongeren een duurdere e-bike van 3.500 tot 4.000 euro."
BOVAG-fietsbedrijf

"In België is lease erg populair. Daar heb je alleen maar fietsen van 5.000 euro, die als warme broodjes over de toonbank gaan."
BOVAG-fietsbedrijf

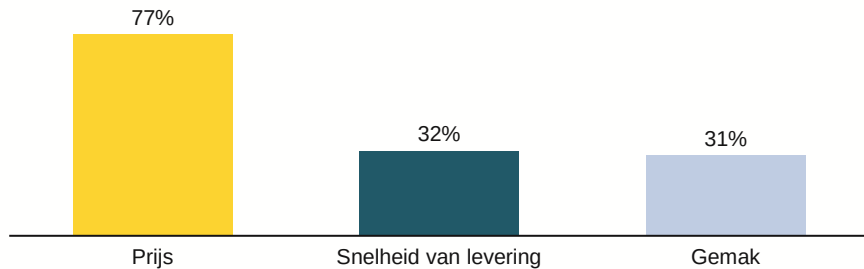
Geselecteerde feedback uit interviews

Noot: (a) Uitgaande van de gemiddelde aanschafwaarde van een e-bike in 2022, een verzekeringspakket op basis van een modaal inkomen van €38.000 per jaar, een woon werkafstand van 5km met 0,19 cent vergoeding per kilometer en 180 dagen werkreisdagen per jaar (b) Op basis van de gemiddelde aanschafwaarde van een e-bike in 2022, een modaal inkomen van €38.000 per jaar (c) Op basis van een volledige bijdrage van €93,63 per maand.

Bron: (1) GfK; (2) Lease-a-bike; (3) Radar; (4) ANWB; KPMG Analyse

De opkomst van onlinereetailers kan tot meer prijsdruk leiden.

Redenen van consumenten voor aanschaf van een fiets via onlinekanaal ^(a)
2022 ⁽¹⁾



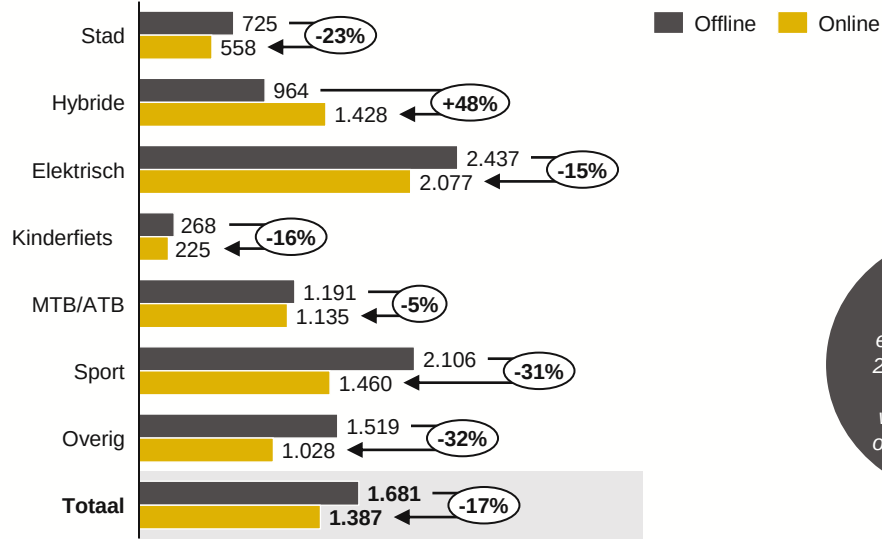
Consumenten kopen vaak online vanwege lagere prijzen wat leidt tot een groei van marktaandeel van onlineverkoop.

Uit de KPMG consumentensurvey blijkt dat consumenten kiezen om fietsen aan te schaffen via het onlinekanaal vanwege de prijs (77%) en de snelheid van levering (32%).

Dat het online koopkanaal voor de kostenbewuste koper aantrekkelijk is, blijkt ook uit de gemiddelde prijzen die de afgelopen jaren liggen gemiddeld bij de onlineretailer lager ligt dan bij een offline retailer.

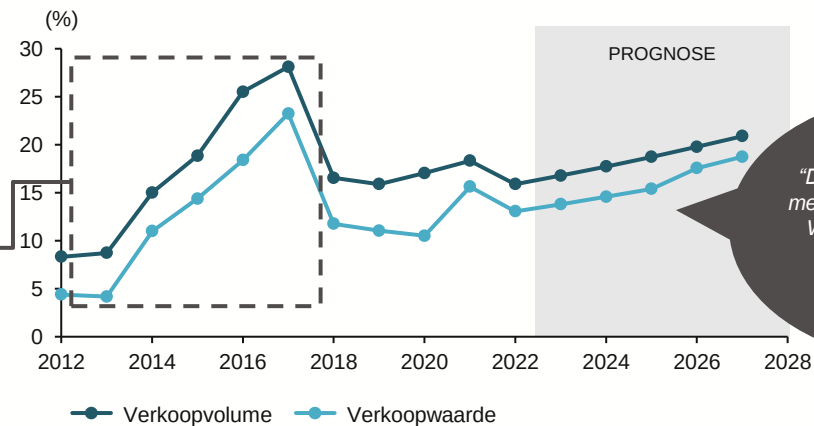
Het aandeel van de Nederlandse online fietsenmarkt laat, met uitzondering van 2018, een constante groei zien, gedreven door de opkomst van onlinereetailers. Uit interviews blijkt dat van alle verkopen over vijf jaar een groter deel via het onlinekanaal zullen verlopen.

Gemiddelde prijs per segment en afzetkanaal (in euro)
2021 ⁽²⁾



Een wijziging in categorisering heeft ertoe geleid dat sinds 2018 offline aankopen bij Stella via eigen winkels niet meer als online geassocieerd.

Aandeel online in de fietsenmarkt op basis van verkoopvolume en -waarde (%)
2012 - 2027 ⁽²⁾

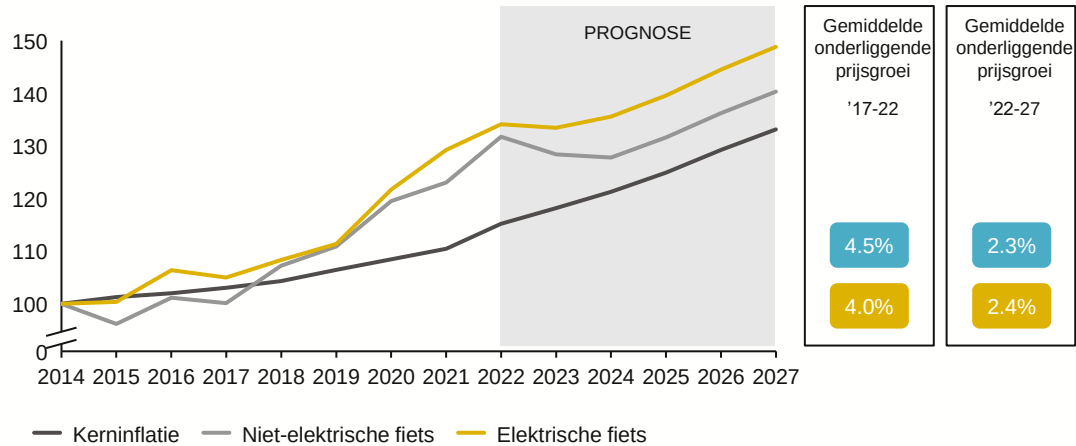


"De verhouding zal nog iets meer veranderen naar online. Wij verwachten dat online met 5% groeit" Fietsfabrikant

(a) Percentages sommen tot meer dan 100% op door meerdere keuze mogelijkheden
Bron: (1) Consumentensurvey KPMG; (2) GfK; (3) Interviewprogramma KPMG Analyse.

De verwachting is dat de gemiddelde verkoopprijzen als gevolg van inflatie zullen stijgen.

Inflatieontwikkeling in Nederland (index 2014 = 100) (a),
2015 – 2027 (1 t/m 2)



Inflatie: De consumentenprijsindex (CPI) geeft het prijsverloop van een gemiddeld pakket aan goederen en diensten van huishoudens. De berekening van CPI overschat de Nederlandse inflatie omdat het CBS rekent met prijzen van nieuwe energiecontracten, terwijl veel huishoudens langlopende energiecontracten hebben. Kerninflatie houdt hier rekening mee en is de inflatie zonder energie en voeding.

“De inflatie is in eerste instantie vooral door de energieprijzen hoog, maar verbreedt zich naar andere goederen en diensten.”

De Nederlandsche Bank, 2022⁽³⁾

“De inflatie in Nederland stijgt volgens het IMF dit jaar tot 12% en is daarmee één van de hoogste in Europa. Ook in de komende jaren blijft dat bovengemiddeld en de prijzen nemen naar verwachting tussen 2021 en 2027 in totaal ruim 32% toe.”

Het Financieele Dagblad, 2022⁽⁴⁾



Historisch zijn de gemiddelde prijsstijgingen van niet-elektrische stadsfietsen en e-bikes hoger geweest dan de inflatie. In de periode tot 2027 wordt verwacht dat prijzen na een korte daling en stagnatie weer de inflatie zullen volgen.

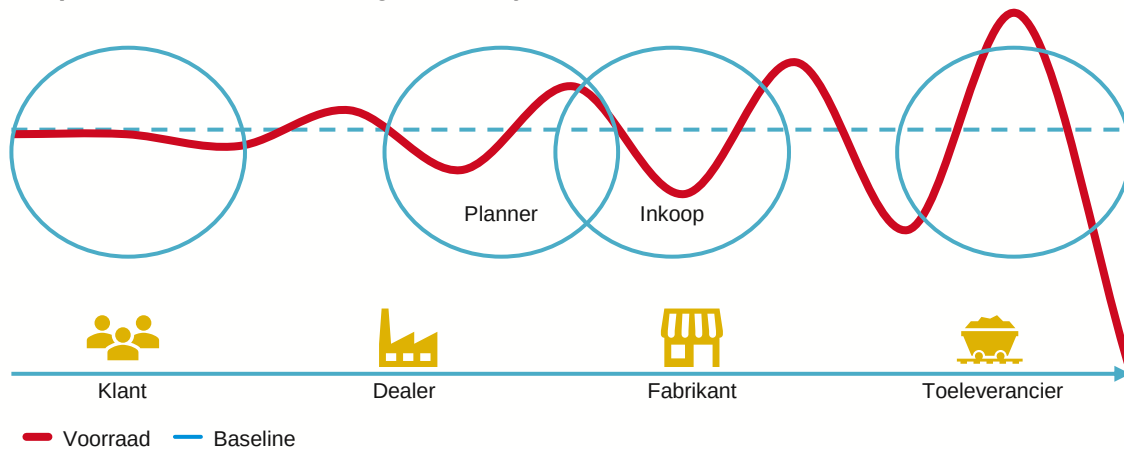
Gedreven door verdere innovatie van fietsen, tekorten in de leveringsketen en de opkomst van premium designmerken zijn de prijzen van fietsen harder gestegen dan de (kern)inflatie. Dit mixeffect is ook te zien door de vergelijking met de historische inflatie - specifiek voor de bestedingscategorie fietsen vanaf 2018.

Deze trends zijn versterkt door onder andere de oorlog in Oekraïne, personeelstekorten in de fietsenbranche en de nasleep van de COVID-19 pandemie. Hoewel de inflatie recent substantieel is gestegen - en dit nog wel even aan zal houden - is de verwachting dat de inflatie naar 2024 toe langzaam zal stabiliseren op ~3% per jaar. Voor de Nederlandse fietsenmarkt is de verwachting dat productie- en voorraadoverschotten op korte termijn tot meer prijsdruk kunnen leiden (zie toelichting op de volgende pagina). Voor de verdere toekomst is de verwachting dat de gemiddelde verkoopprijzen als gevolg van inflatie zullen stijgen.

(a) Om het mixeffect te voorkomen is gekozen hier enkel de prijs van de grootste categorie van niet-elektrische fietsen (stadsfietsen) weer te geven
Bron: (1) CBS; (2) GfK; (3) DNB; (4) FD; IMF; Economist Intelligence; PBL; KPMG Analyse.

Op korte termijn kan een inhaalslag in de levering van fietsen in de waardeketen tot voorraadoverschotten en daardoor potentieel tot meer prijsdruk leiden ('bullwhip effect').

Conceptueel voorbeeld: Het bullwhip effect begint door een verstoring in de vraag wat het plannen van bevoorrading vermoeilijkt.



Fluctuaties in vraag en aanbod verstoren de fietsenketen. De manier waarop marktpartijen reageren op de groeiende voorraad van fietsen verschilt.

Tijdens de COVID-19 pandemie heeft de toenemende vraag naar fietsen in combinatie met leveringsproblemen door de waardeketen geleid tot een tekort aan fietsen. Dit heeft tot gevolg dat bij een deel van de fietsbedrijven de kortingen op de adviesprijs afnamen.

Inmiddels zijn in de keten voorraadoverschotten opgebouwd. Marktpartijen gaan hier verschillend mee om. De impact op de prijs is sterk afhankelijk van het handelen van zowel de fabrikanten als de fietsbedrijven, vaak gedreven door de individuele financieringspositie.

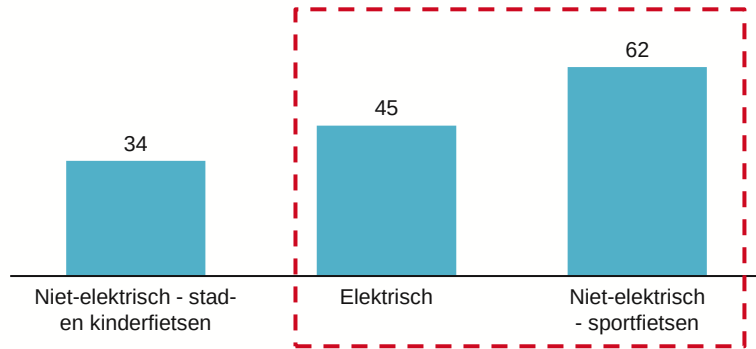
Stella, dat ook kampt met andere problemen, heeft recentelijk de adviesprijzen laten dalen en geeft hogere kortingen om zo de verkoopcijfers te verhogen (Het Financieele Dagblad, 5 februari 2023). Er zijn ook andere merken waar we een tegenovergesteld effect zien, waar de adviesprijzen stijgen.

"Momenteel zien we nogal wat overbevoorrading op alle niveaus: dealers, groothandelaren en fabrikanten. ... Geen paniek, de lange termijntrends zijn ongelooflijk goed voor fietsen,"
– CEO Fietsfabrikant

"Wel horen we terug van dealers dat ze van andere leveranciers grote leveringen binnenkrijgen, die ze veel eerder hadden verwacht. Dat dit in de wintermaanden bij alle partijen tot (te)veel voorraad leidt is hier een gevolg van. Wij verwachten echter dat in het voorjaar de vraag en het aanbod weer beter op elkaar afgestemd zijn en we langzaam terugkeren naar iets genormaliseerde leverketen."
– CEO Fietsfabrikant

Als gevolg van meer vraag naar elektrische en sportieve fietsen stijgen ook de uitgaven aan accessoires.

Verwachte uitgave aan accessoires in de komende vijf jaar (in euro) 2022⁽¹⁾



Consumenten van duurdere fietsen (met name e-bikes en sportieve fietsen) geven meer geld uit aan accessoires.

"Consumenten zijn bereid om meer te betalen voor hoge kwaliteit accessoires."
BOVAG-fietsbedrijf

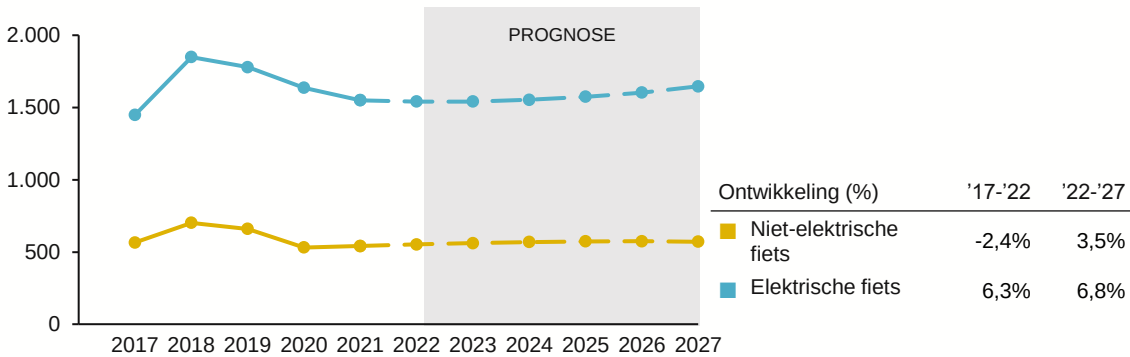
"We zien zeker dat er meer accessoires gekocht worden. Mensen kopen eigenlijk altijd een helm, slot en fietstas. Bij een duurdere fiets is dat dan snel een luxer, bijvoorbeeld waterdicht model. Totaal is dat gemiddeld 200 - 300 euro."

BOVAG-fietsbedrijf

Geselecteerde feedback uit interviews⁽²⁾

De toename van het gemiddelde aantal afgelegde kilometers door recreatief fietsen leidt tot meer onderhoud en reparaties.

Ontwikkeling van het gemiddelde kilometrage per jaar per fiets (in kilometer) 2017-2027 ⁽¹⁾



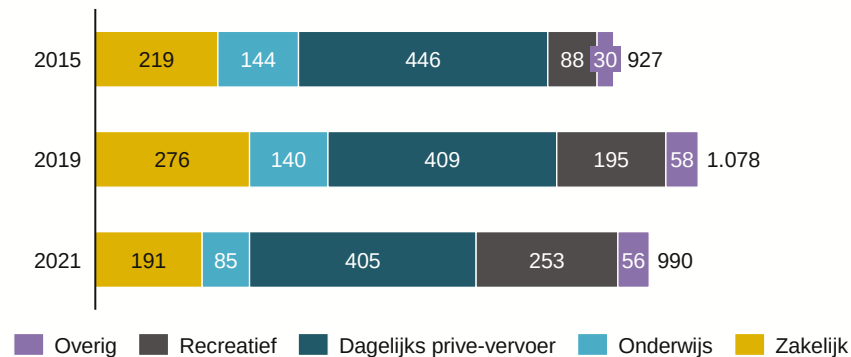
Een stijging van het kilometrage van het Nederlandse fietsenpark lijkt het resultaat van veranderend reisgedrag van de consument, wat resulteert in meer onderhoud en reparatie.

Het aantal kilometers per fiets was voor COVID-19 stijgende. In 2019 tot en met 2021 nam dit af door de maatregelen die verplaatsingen tegen moesten gaan. Verwacht wordt dat de gemiddeld afgelegde afstand weer licht zal groeien.

Daarnaast is er een stijging in recreatief fietsen sinds COVID-19. Dit effect zal waarschijnlijk blijvend zijn.

Onderhoud wordt grotendeels gedreven door gereden kilometers. Wanneer er grotere afstanden worden afgelegd per fiets zal er meer onderhoud nodig zijn.

Ontwikkeling van de gemiddelde fietsafstand (in kilometers) per reismotief per persoon per jaar, 2015 - 2021⁽¹⁾



Bron: (1) CBS; (2) Interviewprogramma; KPMG Analyse.

"80% van onze verkoop zijn e-bikes, dat betekent ook dat er meer onderhoud nodig is. Het aantal kilometers dat wordt gereden op een e-bike is hoger. De grotere afstanden zorgen ervoor dat meer en vaker onderhoud nodig is."

BOVAG-fietsbedrijf

"Consumenten zijn meer recreatief gaan fietsen door de coronamaatregelen. Een deel van deze groep zal mee groeien met hun hobby en een deel zal afstappen van de fiets.... Het niveau zal boven het niveau van voor corona blijven liggen."

BOVAG-fietsbedrijf

Geselecteerde feedback uit interviews⁽³⁾

Het stijgende aandeel elektrische fietsen vraagt om meer en complexer onderhoud. Dit is voor consumenten lastiger om zelf uit te voeren.

Componentengroepen en gemiddelde reparatietijd ^{(1),(3),(4),(5)}

	Specifieke elektrische componenten			Algemene componenten							
	Software	Elektrische motor	Display	Banden	Bagage	Frame	Ketting(kast)	Remmen	Verlichting	Stuur	Naaf
Niet-elektrische fiets	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Elektrische fiets	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gemiddelde reparatietijd	◐	◑	◐	◐	◐	◑	◐	◐	◐	◐	◐

Additional components resultieren in meer potentieel onderhoud en reparatie.

Interne bekabeling: de knapste trend van dit moment

"Het is zonder twijfel de meest in het oog springende trend op racefietsen-gebied. Fietsen waarbij alle kabels in het frame zijn weggewerkt. Dat levert aerodynamische voordelen op, maar is vooral ook een lust voor het oog."

[..]

Het zijn voornamelijk de fietsen in het hogere segment die een dergelijke integratie hebben. Zie ook de Trek Madone of de BMC Teammachine. En zeg nou zelf, die fietsen zijn een parel voor het oog, met een ontzettende high-end uitstraling."

Marco Ijmker, Bikes & Gear (2019) ⁽¹⁾

Tips voor onderhoud elektrische fiets

"Om zo lang mogelijk plezier te hebben van je e-bike is regelmatig onderhoud belangrijk. Dat geldt ook voor een niet-elektrische fiets. Maar een e-bike heeft nu eenmaal meer gevoelige onderdelen die je het beste door de fietsenmaker kunt laten servicen."

ANWB, 2022 ⁽²⁾



"De reparaties die wij uitvoeren zijn groter en complexer geworden met de opmars van de elektrische fiets".

Eigenaar fietshandel

"Het is ook technisch ingewikkelder om een fiets te onderhouden. Bij een technische fiets is het vanzelfsprekend. Maar ook bij de gewone fiets is dit veel moeilijker te onderhouden. Alles is sinds tien jaar geïntegreerd. Het systeem is complexer geworden."

BOVAG-fietsbedrijf

Geselecteerde feedback uit interviews⁽³⁾

Naar verwachting zal meer onderhoud en reparatie worden uitgevoerd doordat elektrische fietsen meer potentieel onderhoud en reparatie vereisen dan niet-elektrische fietsen.

Een verschil in de bouw en samenstelling van e-bikes en niet-elektrische fietsen lijkt te resulteren in meer reparatie en onderhoud. Dit komt doordat er meer componentengroepen op een e-bike zitten die potentieel slijtage of gebreken kunnen begaan.

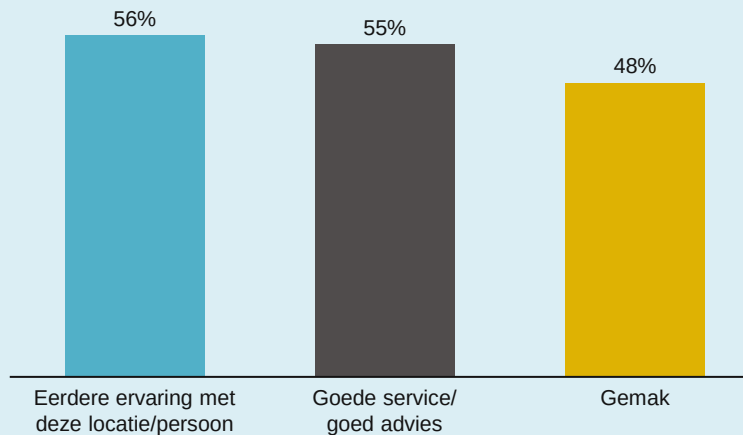
Daarnaast lijken de mogelijke reparaties en onderhoudsmomenten complexer voor zowel e-bikes als niet-elektrische fietsen doordat het ontwerp complexer is geworden. Zo zitten er meer kabels en componenten verwerkt in het frame, wat resulteert in meer tijdsgebruik per fiets.

Noot: ● Hoog ○ Laag

Bron: (1) In De Kopgroep; (2) ANWB; (3) Interviewprogramma; (4) Ambacht Nederland; (5) BOVAG; KPMG Analyse.

Consumenten willen meer ontzorgd worden en de nadruk op preventie bij onderhoud groeit.

De belangrijkste redenen dat consumenten hun fiets laten repareren of onderhouden op gekozen plek (in percentage)^(a) 2022⁽²⁾



“Mensen gaan niet meer zelf aan de slag met een schroevendraaier en ook bandje plakken besteden ze uit.”

Eigenaar fietsbedrijf ⁽¹⁾

Consumenten willen ontzorgd worden

“Je ziet dat de huidige generatie te lui is om zelf te sleutelen aan een fiets en daarom naar ons toe komen.”

Eigenaar fietsbedrijf ⁽¹⁾

“Er is meer bewustzijn bij de consument. Ten opzichte van 5-10 jaar geleden komen mensen 20% vaker terug voor een servicebeurt of reparatie.”

Eigenaar fietsbedrijf ⁽¹⁾

Consumenten denken preventief

“Meer dan 50% van de mensen die een fiets koopt komt ieder jaar terug voor een servicebeurt.”

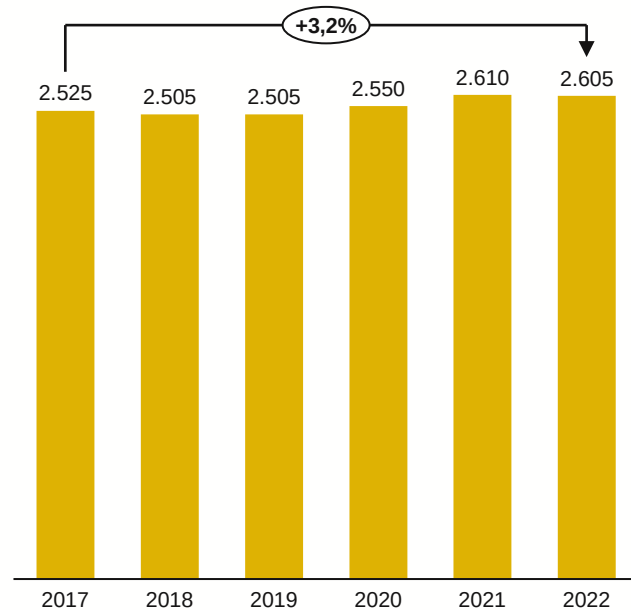
Eigenaar fietsbedrijf ⁽¹⁾

HUIDIGE POSITIONERING VAN DE FIETSBEDRIJVEN

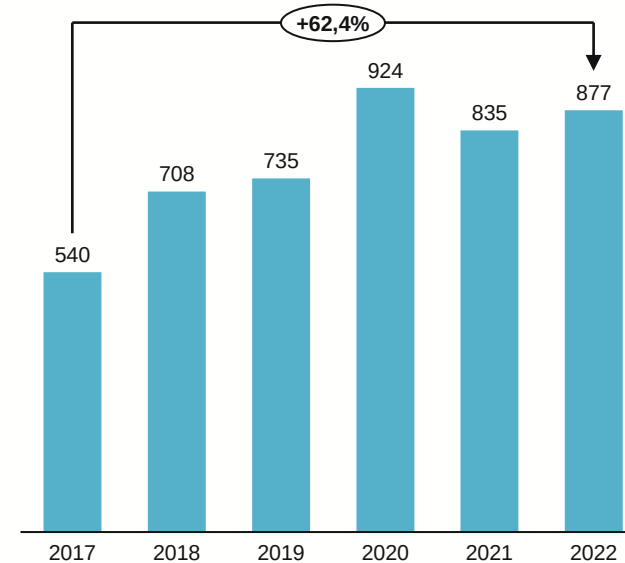
A	Nederlandse fietsbedrijven hebben in de afgelopen jaren sterk kunnen profiteren van historische marktgroei, zowel in omvang en winstgevendheid.		
B	I	Ontwikkeling van het aantal fietsenwinkels	Na een lichte stijging in de afgelopen vijf jaar stabiliseert het aantal fietsenwinkels, zo is de verwachting. De groei van grotere winkels gaat ten koste van kleinere winkels.
C	II	Financiële prestaties	Dankzij de historisch sterke marktgroei van nieuwe fietsverkopen, accessoires en onderhoud realiseren fietsbedrijven gemiddeld 67% meer omzet dan vijf jaar geleden.
D			Als gevolg van deze omzetstijging is ook de winst sterk toegenomen. De vaste kosten (personeel, huisvesting) bleven namelijk vaak relatief stabiel in vergelijking tot de hogere gemiddelde verkoopwaarde door elektrificatie.
E			

Nederlandse fietsbedrijven hebben sterk kunnen profiteren van historische marktgroei, zowel in omvang als winstgevendheid.

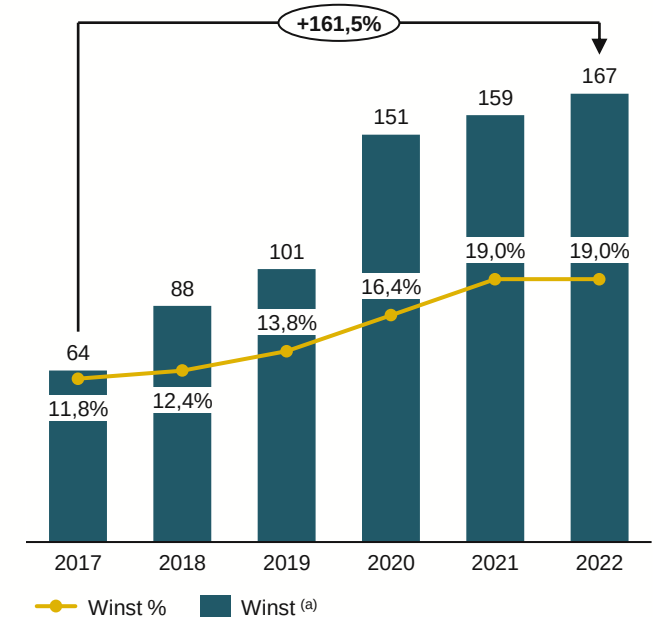
Aantal fietsenwinkels in Nederland
2017 – 2022 ⁽¹⁾



Gemiddelde (offline) omzet per fietsenwinkel
(in duizend euro)
2017 – 2022 ^(1 t/m 2)



Gemiddelde winst per fietsenwinkel
(in duizend euro en als percentage van de omzet)
2017 – 2022 ^(1 t/m 3)

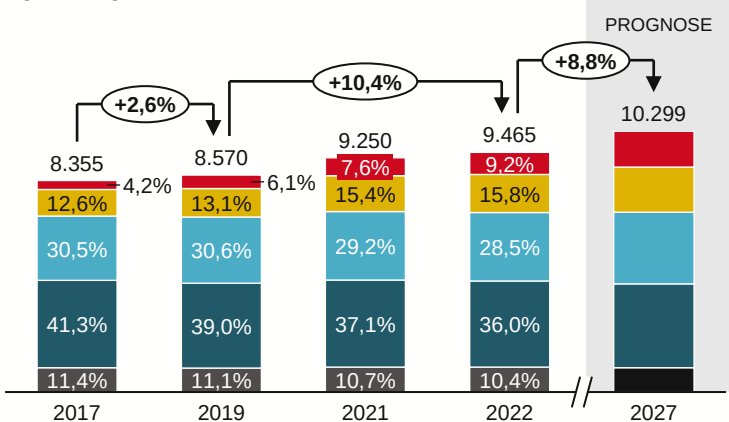


Hiervan moet de volledige vergoeding van de ondernemers nog betaald worden. ^(a)

Voorbeeld:
Uitgaande van 1,5fte maal het gebruikelijk loon ^(b) moet er nog ~9% in mindering worden gebracht als vergoeding voor de ondernemers.

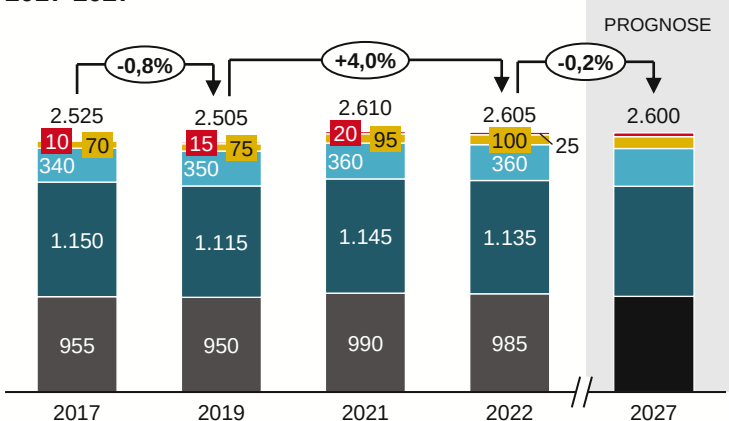
Na een lichte stijging in de afgelopen vijf jaar stabiliseert het aantal fietsenwinkels, zo is de verwachting. De groei van grotere winkels gaat ten koste van kleinere winkels.

Aantal medewerkers (in FTE) bij fietsenwinkels in Nederland
2017 – 2027 ⁽¹⁾



Een steeds groter deel van het personeel werkt bij grote fietsenwinkels.

Aantal fietsenwinkels in Nederland
2017-2027 ⁽¹⁾



Ontwikkeling (%)	'17-'22
20+ FTE	150,0%
10-20 FTE	42,9%
5-10 FTE	5,9%
2-4 FTE	-1,3%
1 FTE	3,1%

"**Vergrijzing** onder eigenaren van fietsenwinkels in combinatie met **minder instroom** maakt dat ik verwacht dat er minder kleinere zaken zullen zijn".
BOVAG-fietsbedrijf

"A-merken zijn hun standaarden en minimale bestellingen aan het verhogen. Hierdoor zullen met name **kleine winkels** het **moeilijker** gaan krijgen. Ik verwacht een duidelijkere splitsing tussen kleine en grotere bedrijven."
BOVAG-fietsbedrijf

"**Personeelstekorten** en **opvolgingsproblematiek** in de sector zullen een remmend effect hebben op het aantal fietsenwinkels."
– BOVAG-fietsbedrijf

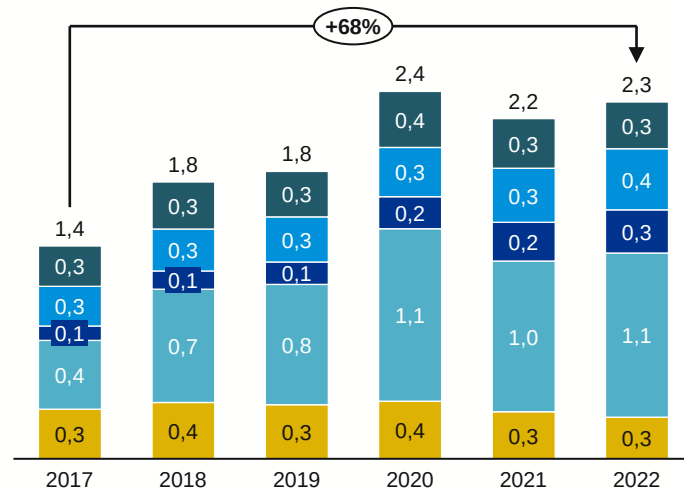
"Veel fietsenwinkels zijn familiebedrijven, **zonder opvolging** zijn ze genooddaakt om te stoppen. Probleem is dat, relatief kleine fietsenwinkels niet aantrekkelijk zijn om over te nemen. Door de afname in het aantal fietsenwinkels kan het personeelstekort deels worden opgelost. Het zorgt ook voor professionalisering van de overgebleven winkels."
– Marktextpert

"**Automotive spelers** die nu de sector binnenkomen focussen op **grote zaken** met een goed assortiment, dit verdringt kleine partijen."
– Marktextpert

Geselecteerde feedback uit interviews⁽²⁾

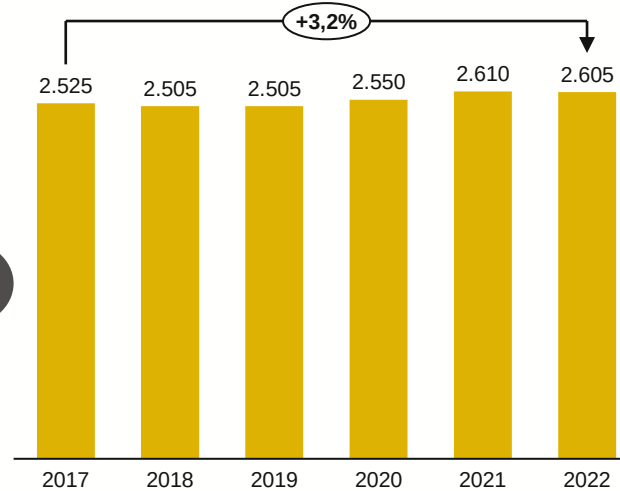
Dankzij de historisch sterke marktgroei van nieuwe fietsverkoop, accessoires en onderhoud realiseren fietsbedrijven gemiddeld 67% meer omzet dan vijf jaar geleden.

Ontwikkeling jaarlijkse omzet van de offline fietsbranche naar type product (in miljard euro)
2017 – 2022 ^(1 t/m 2)

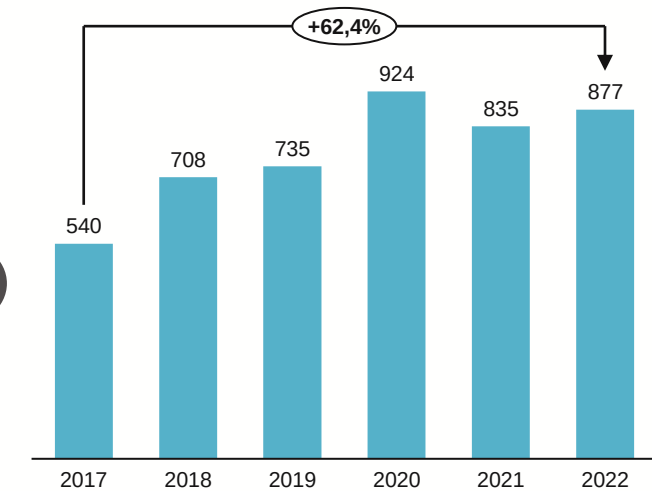


- Accessoires en onderdelen
- Onderhoud en reparatie
- Overige elektrische tweewielers (LEV)
- Elektrische fietsen
- Niet-elektrische fietsen

Aantal fietswinkels in Nederland
2017-2022⁽¹⁾



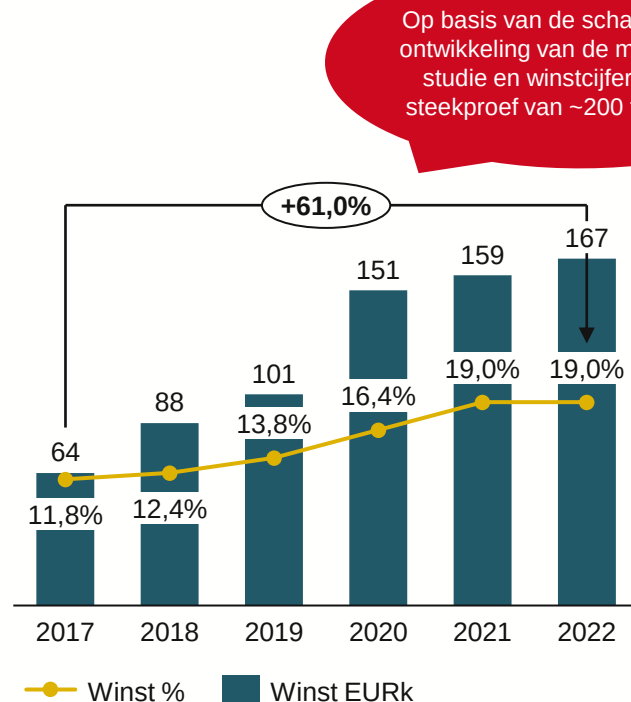
Gemiddelde (offline) omzet per fietswinkel (in duizend euro)
2017 – 2022 ^(1 t/m 2)



Op basis van GfK-cijfers is het online aandeel (23% in 2017 – 13% in 2021) gereduceerd voor alle categorieën (excl. onderhoud en reparatie).

Als gevolg van deze omzetstijging is ook de winst sterk toegenomen. De vaste kosten (personeel, huisvesting) bleven namelijk vaak relatief stabiel in vergelijking tot de hogere gemiddelde verkoopwaarde door elektrificatie.

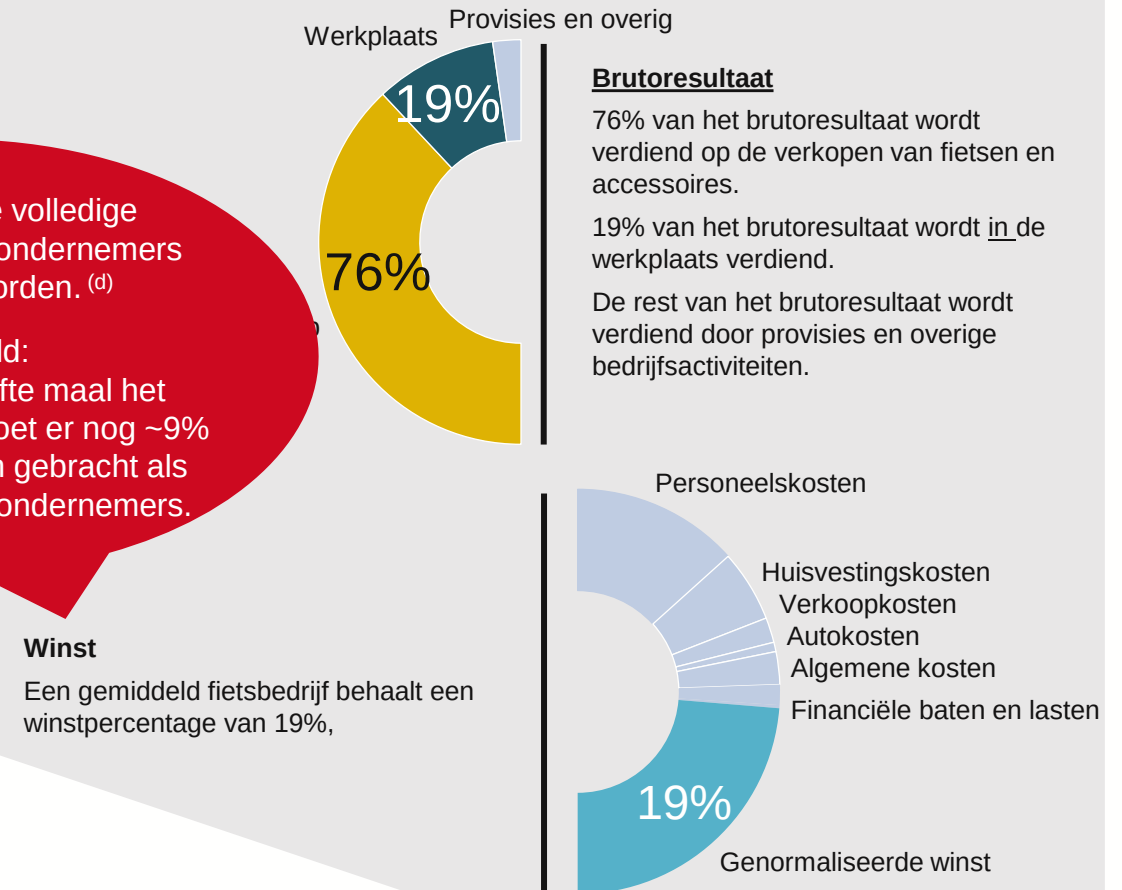
Gemiddelde winst per fietsenwinkel (percentage van de omzet)
2017 – 2022 ⁽¹⁾, (a-d)



Hiervan moet de volledige vergoeding van de ondernemers nog betaald worden. ^(d)

Voorbeeld:
Uitgaande van 1,5fte maal het gebruikelijk loon ^(e) moet er nog ~9% in mindering worden gebracht als vergoeding voor de ondernemers.

Overzicht brutoresultaat en winst fietsenwinkel ⁽¹⁾, (a-d)
2022



Noot: (a) Op basis van winkels in fietsen en bromfietsen sector (b) Schatting op basis van cijfers tot en met 4^e kwartaal (c) Deze cijfers zijn op basis van een steekproef van ~200 bedrijven in de sector. (d) De gemiddelde genormaliseerde winst is exclusief arbeidsloon, provisies en overige bedrijfsopbrengsten (e) Gebruikelijk loonregeling gaat uit van Euro 51.000 in 2023.

Bron: (1) H&L Accountants & Belastingadviseurs; (2) Belastingdienst; KPMG Analyse

POTENTIËLE RISICO'S VOOR FIETSBEDRIJVEN

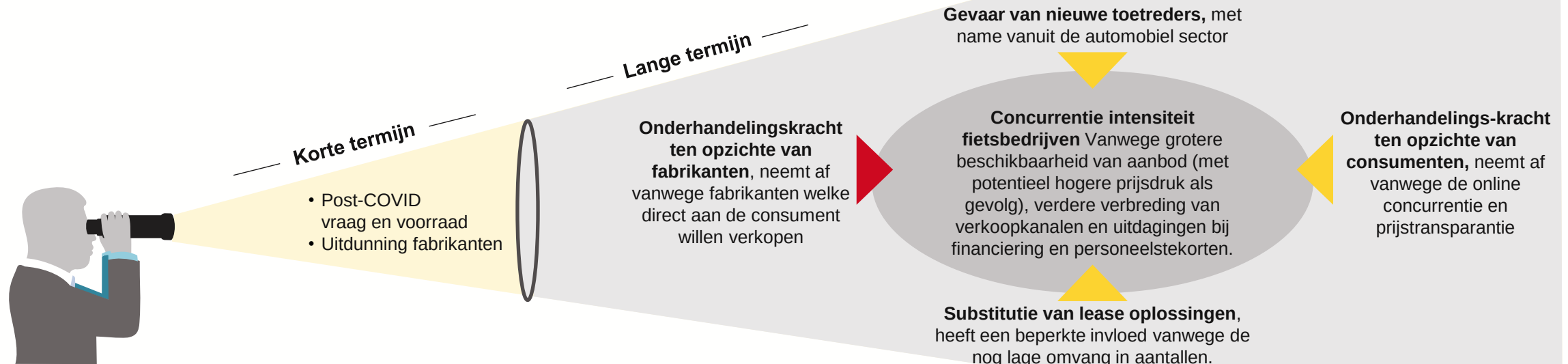
A	Er liggen potentiële risico's voor fietsbedrijven op de loer, zowel van directe concurrenten als indirect van fabrikanten. Daarnaast blijft voor een deel van de fietsbedrijven een gezonde bedrijfsvoering uitdagend door personeelstekorten en problemen bij het aantrekken van financiering.		
B	I	Concurrentie van binnenvuit (direct)	Recent opgebouwde voorraden kunnen leiden tot meer prijsdruk ('Bullwhip effect') en terugkeer naar een groter aandeel verkopen van de grootste fietsenmerken.
C			Verkoopkanalen zijn sterk gediversifieerd en hebben te maken met een toename van het aantal (innovatieve) spelers.
			De consument besteedt een deel van de klantreis online. Dit biedt mogelijkheden aan nieuwe spelers voor de (volledig) digitale verkoop van fietsen.
			Onlinespelers en megastores spelen hierop in. Ze zijn flink gegroeid doordat ze de consument effectief kunnen bereiken via een omnichannel benadering.
			De aantrekkelijkheid van de fietsenbranche gecombineerd met de toegenomen concurrentiedruk in de eigen sector zorgt voor toetreding van partijen uit de automotive sector.
D	II	Concurrentie van buitenaf (indirect)	Er is toenemende concurrentie door D2C-verkopen van fabrikanten.
			De opkomst van leaseoplossingen (als alternatief voor reguliere fietsverkoop) zorgt ervoor dat fietsbedrijven minder betrokken kunnen zijn, ten gunste van D2C vanuit de fietsfabrikanten.
E			De onderhandelingsmacht van fabrikanten neemt toe door: (I) een afname van het aanbod van fietsfabrikanten (II) de marktpositie van Pon en Accell die dit verder proberen te versterken (III) voorwaartse- en achterwaartse integratie van fietsfabrikanten in de waardeketen.
	III	Bedrijfsvoering	Het wordt complexer voor fietsbedrijven om financiering aan te trekken.
			Door krapte op de arbeidsmarkt en het regelen van bedrijfsopvolging blijft het managen van een fietsenwinkel een uitdaging.

POTENTIËLE RISICO'S VOOR FIETSBEDRIJVEN

D

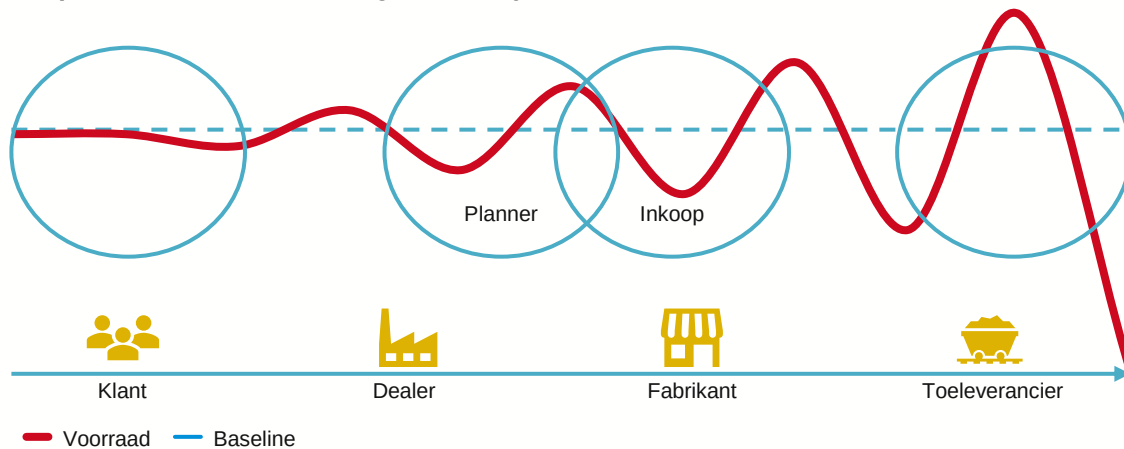
Er liggen potentiële risico's voor fietsbedrijven op de loer, zowel van directe concurrenten als indirect van fabrikanten. Daarnaast blijft voor een deel van de fietsbedrijven een gezonde bedrijfsvoering uitdagend door personeelstekorten en problemen bij het aantrekken van financiering.

Overzicht van krachten vanuit de waardeketen die de winstgevendheid van een fietsbedrijf naar verwachting zullen beïnvloeden.



Recent opgebouwde voorraden kunnen leiden tot meer prijsdruk ('Bullwhip effect') en terugkeer naar een groter aandeel verkopen van de grootste fietsenmerken.

Conceptueel voorbeeld: Het bullwhip effect begint door een verstoring in de vraag wat het plannen van bevoorrading vermoeilijkt.



Het herstel van de verstoringen in de waardeketen die tijdens COVID-19 optraden, zal naar verwachting gevolgen hebben voor fietsbedrijven.

- Door de grote schaarste van nieuwe fietsen tijdens de pandemie is er deze periode door een deel van de fietsbedrijven minder korting gegeven waardoor winkels meer winst maakten.
- Doordat de beschikbaarheid van nieuwe fietsen sindsdien weer toeneemt wordt verwacht dat ook de prijsdruk zal toenemen.
- Consumenten lijken hun koopgedrag te hebben veranderd door deze tekorten op voorraden. Doordat (premium) modellen van de grootste fietsenmerken in Nederland soms niet beschikbaar waren, werden deze merken minder verkocht dan potentieel had gekund. Door een beperkte beschikbaarheid van deze merken hebben minder grote merken gewonnen aan populariteit onder consumenten en fietsbedrijven. De verwachting is daarom dat bij een aanbodoverschot de bekende fietsenmerken meer in trek komen.

"Tijdens corona gaven we geen korting op nieuwe fietsen, omdat de markt schaars werd."
- BOVAG-fietsbedrijf

"Wij verwachten dat er komend prijsdruk zal ontstaan door partijen die omzet moeten laten zien. Hierdoor gaan waarschijnlijk spelers omvallen en bedrijven failliet."
- BOVAG-fietsbedrijf

Geselecteerde feedback uit interviews⁽³⁾

Epco Vlugt, Accell: 'Leveringsproblematiek heeft ons veel flexibeler gemaakt'

De leveringsproblemen hadden ook voor Accell directe gevolgen voor de productie. Het verkoopvolume van e-bikes daalde met 12,5 procent. Net als alle fabrikanten moest ook Accell zich aan de stokkende leveringen aanpassen. "Als fabrikant hebben we moeten leren inspelen op de bewegingen in de markt", vertelt Vlugt..

Tweewieler, September 2022 ⁽⁴⁾

(a) Op basis van Fietsvoordeelshop en 12GOBiking data van Batavus, Gazelle, Sparta en Pegasus modellen.

Bron: (1) Fietsvoordeelshop; (2) 12GOBiking; (3) Interviewprogramma; (4) Tweewieler; KPMG Analyse.

Verkoopkanalen zijn sterk gediversifieerd en hebben te maken met een toename van het aantal (innovatieve) spelers.

Schematisch overzicht van segmentering spelers in de retailmarkt van fietsbedrijven.

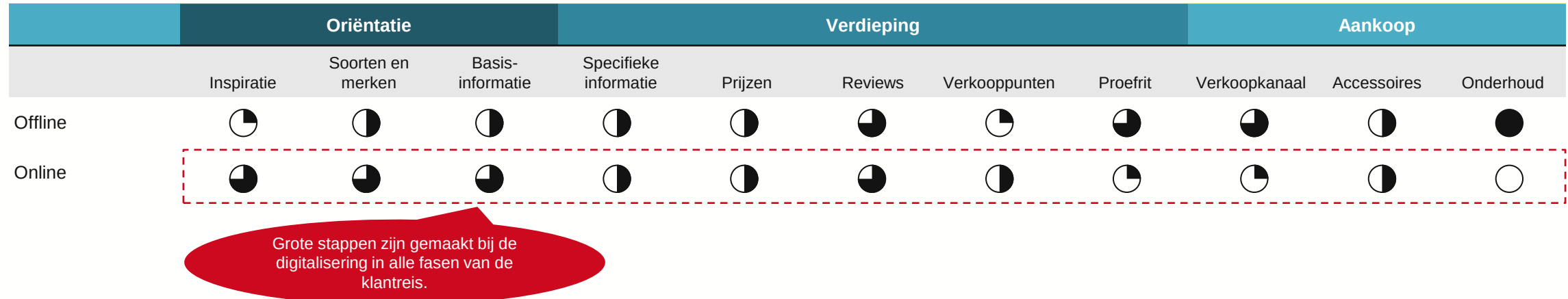
	Fietsbedrijven			Fabrikanten		Branchevreemde fietsenhandel		Overig		Deelconcepten		
	Lokale fietsenwinkel	Fietsenketen	Online retailer	Lokale OEM	Internationale OEM	Branchevreemd	Mobiliteitsretail	Onderdelen en accessoires	Onderhouds-specialist	Bike-as-a-service (BAAS)	Mobility-as-a-service (MAAS)	Lease
Omschrijving	Lokale fietsenwinkels die geen deel zijn van een keten. Focus op verkoopklare fietsen en onderhoudswerkzaamheden.	Winkels die onderdeel zijn van een keten en ondernemers die deel uitmaken van een franchiseorganisatie.	Online fietsenwinkels die een ruim aanbod van fietsen aanbieden. Mogelijk met fysieke winkels, maar met een online corebusiness.	Nederlandse tweewieler producenten die direct aan de consument verkopen.	Internationale tweewieler producenten die direct aan de consument verkopen.	Grote retailbedrijven die ook fietsen verkopen, waar dit niet hun corebusiness is.	Auto- en scooterverkopers die ook LEV's en (e-)bikes verkopen. Zowel OEM's als lokale retailers die (e-)bikes en LEV's buiten hun corebusiness verkopen vallen hier onder.	Verkopers van fietsonderdelen -accessoires die geen fietsen als product verkopen.	Bedrijven die geen fietsen verkopen, maar wel onderhoud en reparaties aanbieden voor fietsen en/of LEV's. Hier vallen zowel grotere organisaties als eenmanszaken onder.	Bedrijven die fietsen verhuren voor korte periodes: vaak minder dan 24 uur.	Bedrijven die tweewielers (zoals e-scooters) verhuren voor korte periodes, vaak in grotere steden.	Bedrijven die fietsen leasen aan zowel bedrijven als consumenten voor een langere periode.
Typische spelers		   	  	   	  	  	 	 	 	  	 	  
Aantal bedrijven ^(a)	~2200	~420	~20	~5	~20	~5	~2200 ^(b)	~20	~5	~5	~20	~10

De verkoop- en distributiekanaal hebben in het afgelopen decennium, naast de traditionele lokale fietsenwinkel, een sterke toename aan (innovatieve) spelers meegemaakt. In het begin voornamelijk onlinereetailers en fietsenketens, maar tegenwoordig ook retailers uit andere branches.

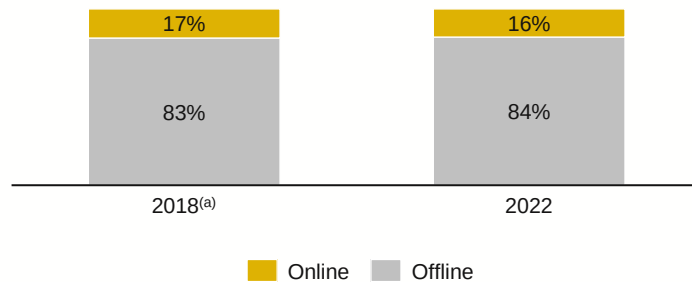
(a) Schattingen, voor fietsbedrijven zijn vestigingen gerekend met minimaal één werknemer (b) Totale autohandel en reparatie industrie
Bron: CBS; KPMG Analyse.

De consument besteedt een deel van de klantreis online. Dit biedt mogelijkheden aan nieuwe spelers voor (volledige) digitale verkoop van fietsen.

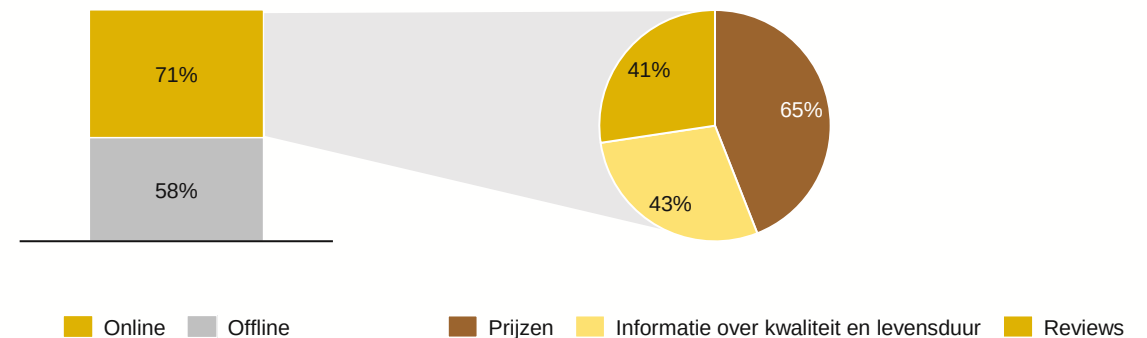
De prestatie van online- en offlineverkoopkanalen in de klantreis bij de aankoop van nieuwe fiets.



Aandeel online in de fietsenmarkt op basis van verkoopvolume (percentage)
2017 – 2022 ⁽¹⁾



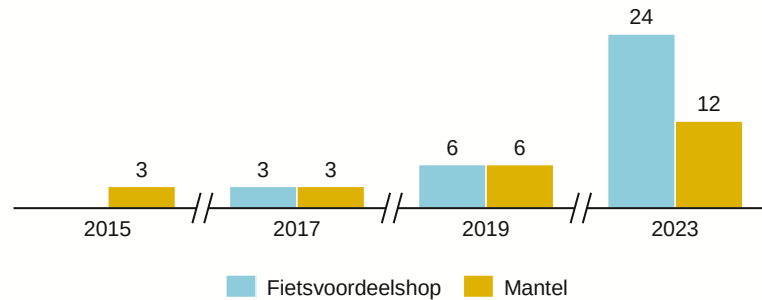
Kanalen waar de consument gebruik van maakt bij oriëntatie en verdieping en de drie onderwerpen waar ze het meest naar zochten (in percentage) ^{(b)(2)}



(a) Een wijziging in categorisering heeft ertoe geleid dat sinds 2018 offline aankopen bij Stella via eigen winkels niet meer als online geclassificeerd. (b) Percentages sommen tot meer dan 100% op door meerdere keuze mogelijkheden
Bron: (1) GfK (2) Consumentensurvey; KPMG Analyse.

Onlinespelers en megastores spelen in op de online oriëntatie van consumenten. Omdat ze de consument effectief kunnen bereiken via een omnichannel benadering zijn ze flink gegroeid.

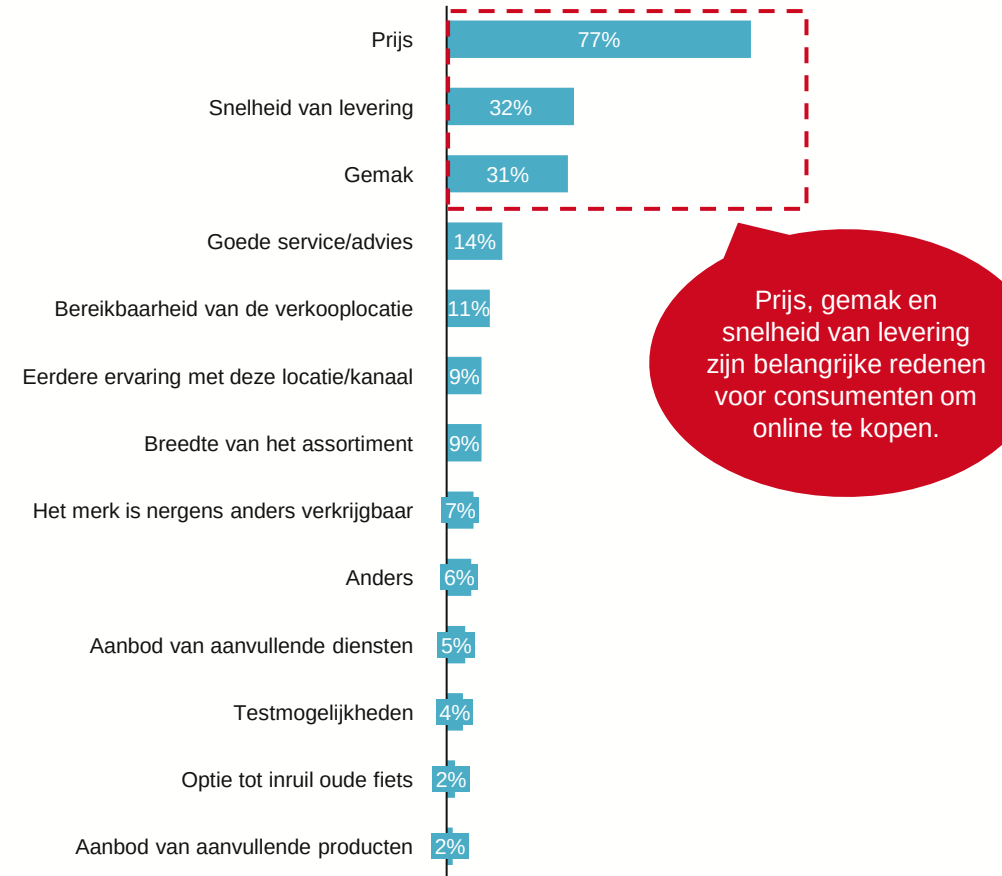
Ontwikkeling fysieke winkels (inclusief servicepunten) van megastores
2015 – 2022 (1 t/m 2)



Overzicht van onlineverkopers



Redenen voor aanschaf fiets bij een onlineverkoper (percentage)
2022 (3)



(a) Exclusief D2C verkopen door fietsfabrikanten

Bron: (1) Mantel; (2) Fietsvoordeelshop; (3) Consumentensurvey; KPMG Analyse.

De aantrekkelijkheid van de fietsenbranche gecombineerd met de toegenomen concurrentiedruk in de eigen sector zorgt voor toetreding van partijen uit de automotive sector.

Belangrijke, recente ontwikkelingen ⁽¹⁾

2019

LOUWMAN
GROUP

Louwman betreedt fietsbranche met minderheidsbelang in Fietsvoordeelshop.nl (uitgebreid in 2021 met overname Juizz) September 2019

KwikFit

Kwik-Fit stapt in e-bike-onderhoud. De onderhoudsketen voor auto's gaat in de grote steden ook fietsen onderhouden en repareren. April 2022

BROEKHUIS
beweegt mensen

Dealer holding Broekhuis neemt fietsspecialist in Noord-Nederland over. Augustus 2022

PON 

PON en Porsche gaan een hoogwaardige e-bike ontwikkelen. September 2022

century AUTOGROEP

Century Autogroep neemt Velodroom, een Experience fietsenshowroom, over. September 2022

Pon is een duidelijke koploper in de Nederlandse fietsenbranche, zie ook pagina 74.

2022

"Autoleasemaatschappijen zitten vaak al binnen bij de klant voor zakelijke autolease. Voor de klant is het makkelijk om ook eventueel fietsen te leasen bij dezelfde maatschappij. Ik snap de stap van automotive naar de fietsenbranche heel goed."

Leasefietsmaatschappij

"Ik zie toetreding van de automotive-industrie in de fietsenmarkt als een kans."

Marktexpert

"Autoboeren zijn veel meer gewend om met leasepartijen te werken en andere soort klanten te bedienen."

Fietsbedrijf

Geselecteerde feedback uit interviews⁽²⁾

Automotivebedrijven hebben een aantal sterke punten en onderscheidende factoren:

- Automotivebedrijven zijn in vergelijking met veel fietshandelaren kapitaalkrachtige marktpartijen. Zij hebben door de druk op hun huidige activiteiten belang bij diversificatie van hun productportfolio. Hierin investeren zij.
- Door een goede naamsbekendheid en een bestaand afzetkanaal is toetreding aantrekkelijk
- Automotivebedrijven brengen relevante ervaring met leaseactiviteiten in de branche. Ze hebben door schaalgrootte (vaak) een efficiënte sales-, aftersales- en backoffice organisatie.
- De stap naar de fietsmarkt lijkt vaak lastig door de branchespecifieke dynamieken van de klant (wensen en contact) en onderhoud(splanning).

Er is toenemende concurrentie door D2C-verkopen van fabrikanten.

Vernieuwende retail- en distributieconcepten zorgen voor sterkere posities van de fietsfabrikanten, terwijl die van de fietsbedrijven daarmee in het geding komt.

Ook fietsfabrikanten die van oorsprong online verkopen, zoals Stella, spelen in op de offline servicebehoefte met service centra, fysieke winkels en testcentra. Daarbij bieden traditionele fietsfabrikanten steeds meer onlineverkoopmogelijkheden en testlocaties.



Centra voor testritten

Locaties die volledig zijn ingericht om consumenten te adviseren en begeleiden bij de keuze voor een fiets.



“Gazelle is dichter naar de consument toe gekropen met haar grote Experience Centers. Je ziet dat ze echt een relatie met de consument proberen op te bouwen zonder tussenkomst van de dealer” – **Marktextpert** ⁽¹⁾



Servicecentra

Locaties van (online-)fietsfabrikanten die alleen reparaties en onderhoud uitvoeren op het eigen merk, zonder een winkel en verkopen.



“Shimano neemt een minderheidsbelang in het bedrijf Get Bike Service. Dit is Europa's grootste onafhankelijke organisatie voor onderhoud en reparatie van fietsen en licht elektrische vervoersmiddelen op locatie, Tegelijkertijd meldt het bedrijf dat afgelopen maand Bike Repair Geldermalsen als tweehonderdste fietsenwinkel is toegetreden tot het netwerk van Shimano Service Centers in de Benelux” – **Velozine** (2022) ⁽²⁾



Merkgeoriënteerde winkels

Vestigingen van (online-)fietsfabrikanten die alleen het eigen merk verkopen.



“Stella ontdekte ook dat niet alles online kan en is in gaan zien dat fysieke zichtbaarheid en de mogelijkheid om fietsen te zien en testen cruciaal is. Ze hebben volgens mij ondertussen al 40 winkels.” – **Fietsfabrikant** ⁽¹⁾



Online D2C-verkopen

Merken die direct aan de consument verkopen via hun website. Dit kan zowel direct bij de consument worden geleverd of via een dealer in de buurt.

VANMOOF Elektrische Fietsen

“Je ziet dat D2C-verkoop voorzichtig aan het groeien is, merken als VanMoof, Stella, Amslod, Canyon doen niet anders.” – **Nieuwsfiets.nu** (2022) ⁽³⁾



Thuisbezoek

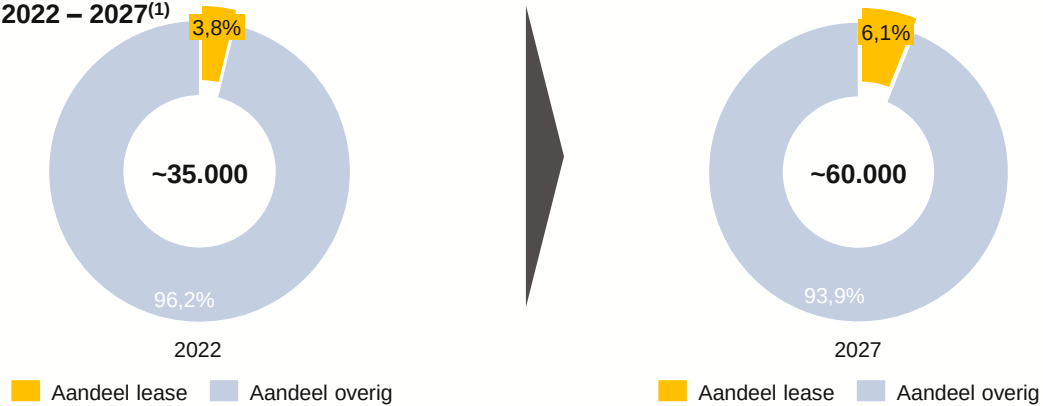
Consumenten die de fiets willen testen en niet de mogelijkheid hebben deze in een winkel te testen kunnen een thuisbezoek aanvragen



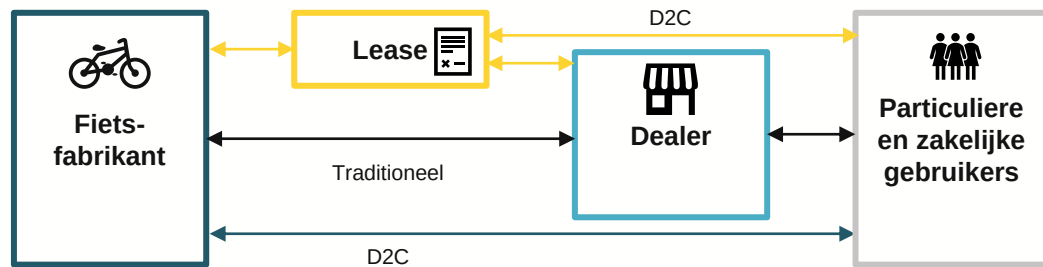
“Partijen als VanMoof en Cowboy zie je nu ook naar de consument toe gaan met een proefrit op locatie. Dit is voor veel consumenten toch belangrijk, zeker met een dure e-bike. Dit kost uiteraard wel veel meer dan wanneer mensen naar een winkel komen.” – **Fietsbedrijf** ⁽¹⁾

De opkomst van leaseoplossingen (als alternatief voor reguliere fietsverkoop) zorgt ervoor dat fietsbedrijven minder betrokken kan zijn, ten gunste van D2C vanuit de fietsfabrikanten.

Aandeel (in percentage) en aantallen jaarlijkse leasecontracten van totale verkoop nieuwe fietsen^(a)
2022 – 2027⁽¹⁾



Door zowel verkopen via dealers als D2C-klantwerving weten leasemaatschappijen hun positie in de waardeketen te versterken. Hierdoor verbetert hun positie ten opzichte van fietsfabrikanten in de onderhandeling.



Toename van private- en met name zakelijke leasefietsen versterkt de onderhandelingspositie van leasemaatschappijen richting fietsfabrikanten.

- De leasemarkt biedt een oplossing voor het financieren van duurdere (elektrische) fietsen.
- Leasemaatschappijen kopen op dit moment nog in vaak via fietsbedrijven. Met name grotere leasemaatschappijen als Friesland Lease en LeaseGemak gaan profiteren van toenemende volumes in hun onderhandeling met fietsfabrikanten.
- Leasemaatschappijen hebben goede relaties met fietsdealers en hebben hen nodig in de uitvoering. De verwachting is dat dit ongewijzigd blijft.

“De leasemarkt voor fietsen is echt nog jong, er liggen veel kansen om verder te groeien. Richting 2027 verwacht ik dat deze qua grootte is verdubbeld. De 5 à 6 grootste leasemaatschappijen zullen hier het meest van profiteren, omdat dealers niet met een oneindig aantal partijen willen en kunnen werken”

Leasemaatschappij ⁽¹⁾

“Gemiddeld leasen consumenten 3 tot 4 jaar bij ons, hierna kiest bijna iedereen voor een nieuwe leasefiets. De grootste drijver hiervoor is het ontzorgen van klanten: als ze dit eenmaal gewend zijn blijven ze bij het leasen van fietsen”

Leasemaatschappij ⁽¹⁾

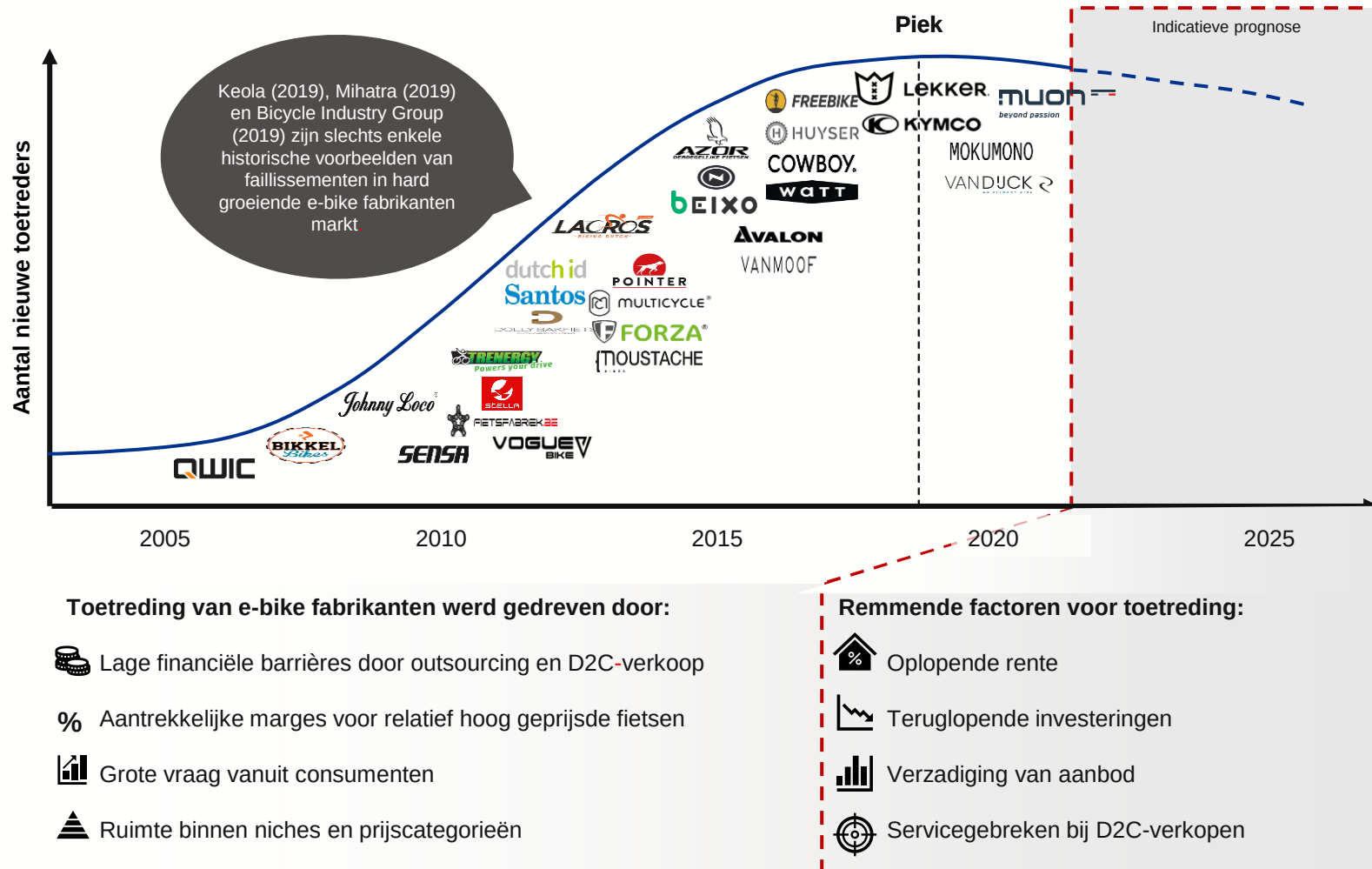
(a) Exclusief Swapfiets, deze heeft eigen productie van fietsen

Bron: (1) Interviewprogramma; KPMG Analysis

Onderhandelingsmacht van fabrikanten neemt toe door:

(I) Afname van het aanbod fietsfabrikanten.

Nieuwe e-bike fabrikanten en toetreding van kleinere Nederlandse fietsfabrikanten in de e-bike markt (a)
2009 – 2021 ⁽¹⁾



“Je ziet wel dat kleine bedrijven het blijven proberen door de lage entry barrières. Iemand uit Delft die afstudeert op fietsgebied, kan samen met een oud-atleet een fietsmerk oprichten. Momenteel zijn er meer dan 100 merken actief en er blijven partijen bijkomen.”

Fietsfabrikant (2)

“De trend van D2C-spelers heeft verschillende e-bike fabrikanten laten toetreden. Maar het kantelpunt is al gaande, mensen verwachten toch een servicepunt. Mede hierdoor zullen partijen omvallen die met hun marges niet uitkomen.”

Fietsfabrikant (2)

“Overschotten die nu in de markt ontstaan drukken prijzen, ik verwacht wel dat er partijen zullen omvallen. Ook omdat de rente oploopt en investeerders minder happig zijn.”

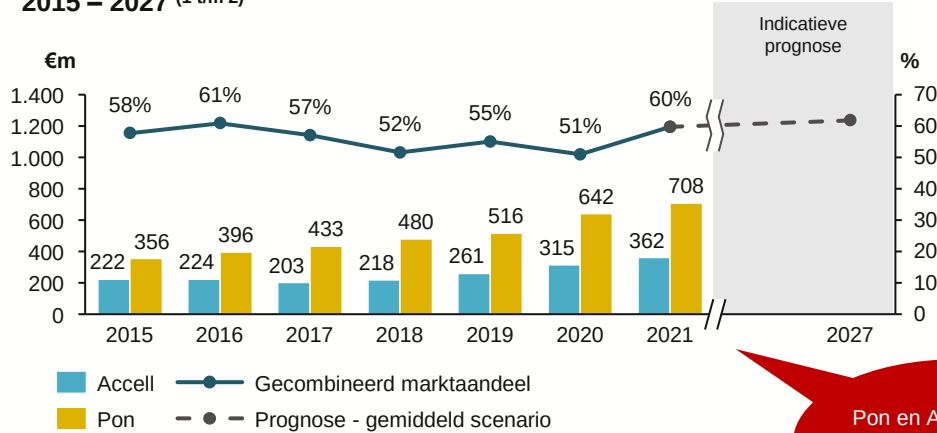
Fietsfabrikant (2)

(a) Dit betreft een selectie van e-bike fabrikanten met aanbod in Nederland

Bron: (1) Bedrijfswebsites; (2) Interviewprogramma; KPMG Analysis

Onderhandelingsmacht van fabrikanten neemt toe door: (II) De marktpositie van Pon en Accell die dit verder proberen te versterken.

Ontwikkeling omzet en marktaandeel Pon ^(a) en Accell in Nederland
2015 – 2027 (1 t/m 2)



Pon en Accell groeien zowel organisch als via acquisities.

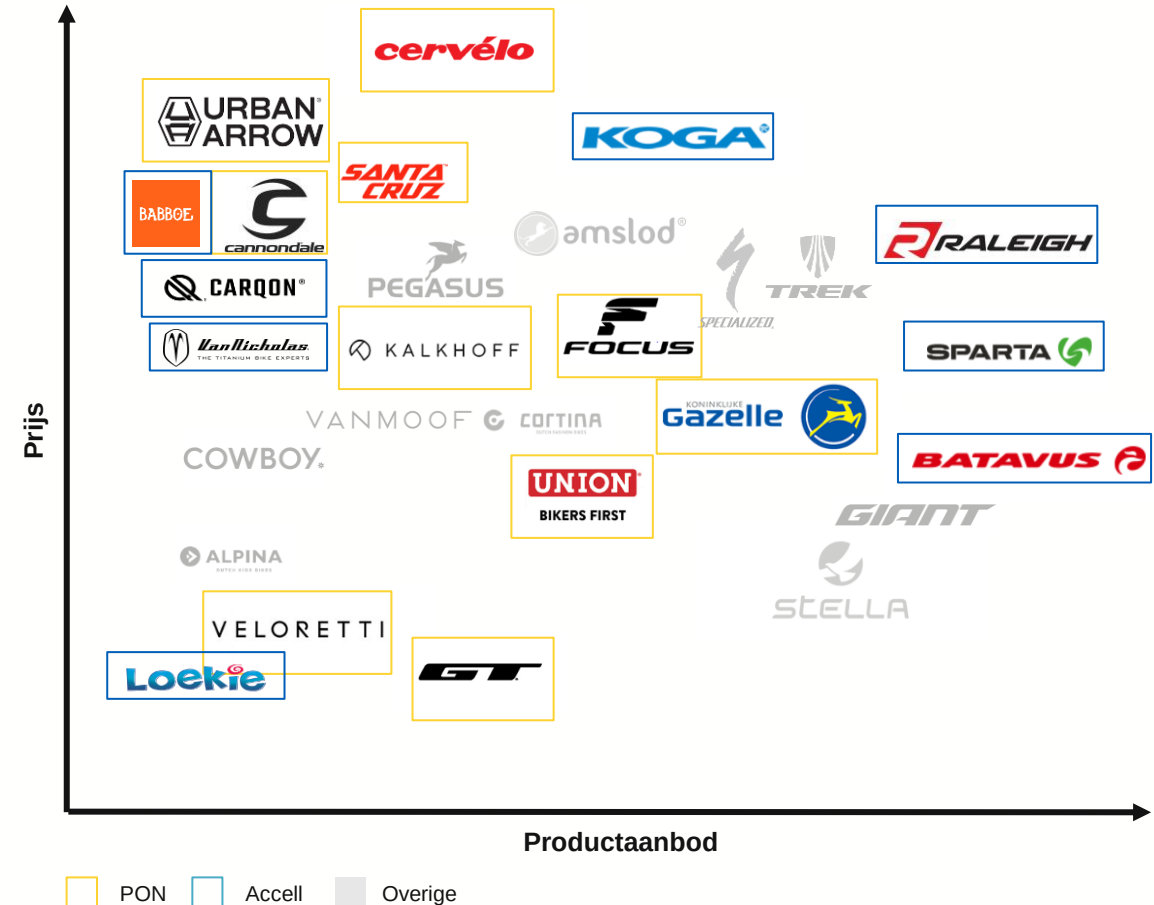
Het landschap zal verder professionaliseren, je ziet de KKR - Accell deal, Pon met Swapfiets, o.a. fietsenzaken gaan het zwaar krijgen. Als kleine winkel zonder organisatie sta je achterin de wachtrij bij de grote fabrikanten. Gazelle gaat dan op gegeven moment geen tijd en energie meer in jou steken.

BOVAG-fietsbedrijf ⁽⁴⁾

De onderhandelingspositie van normale fietsmakers wordt minder sterk ten opzichte van zo'n fabrikant. Hebben zich afhankelijk gemaakt van Gazelle, als je deze niet meer hebt, dan zal je omzet flink kelderen. Anderzijds zie je de eisen van grote fabrikanten toenemen omdat ze dit kunnen.

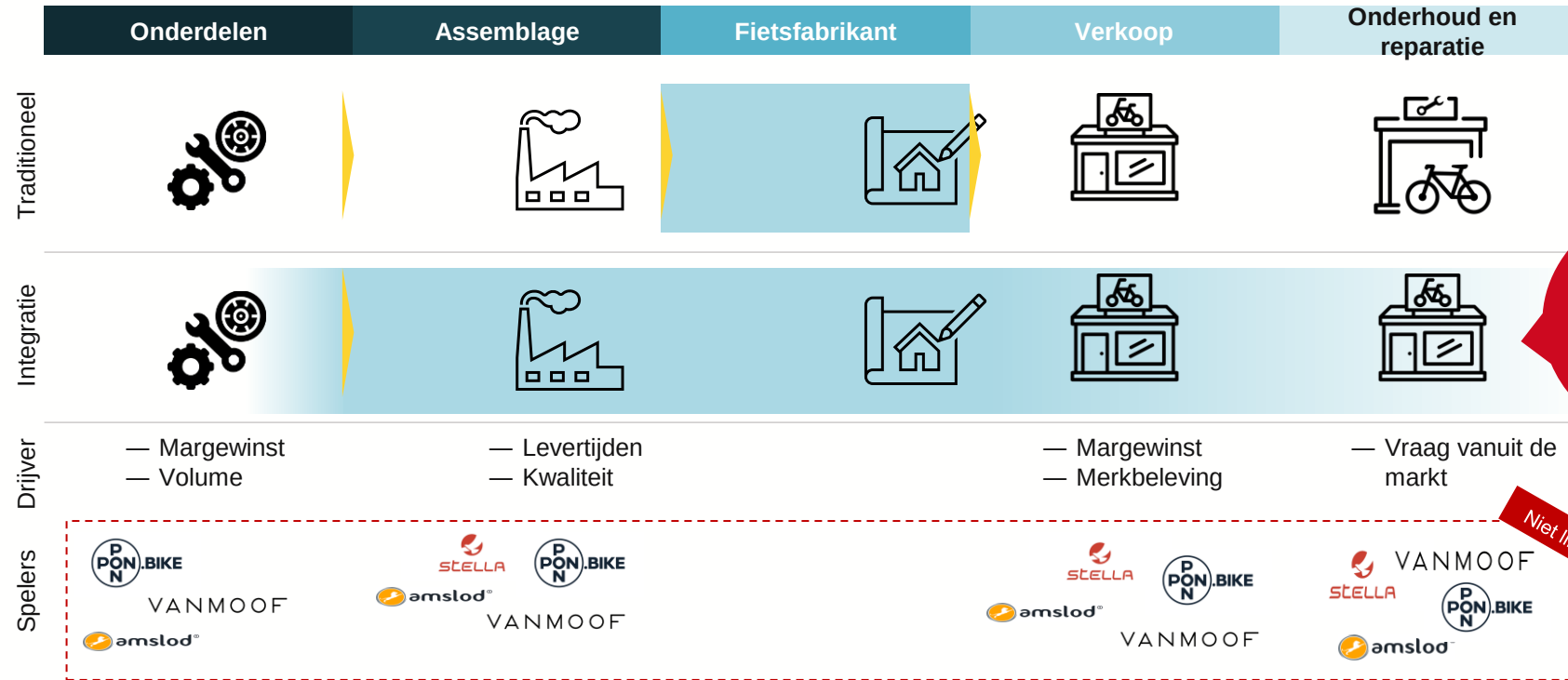
BOVAG-fietsbedrijf ⁽⁴⁾

De vertegenwoordiging van PON en Accell in Nederland (selectie)
2022 ⁽³⁾



Onderhandelingsmacht van fabrikanten neemt toe door: (III) Voorwaartse en achterwaartse integratie van fietsfabrikanten in de waardeketen.

Illustratie van integratie in de waardeketen door fietsfabrikanten.



Niet limitatief

"Stella ontwerpt z'n fietsen zelf, heeft een eigen R&D-afdeling en werkt met onderdelen die in Europa worden gemaakt"
Daan van Renselaar, Stella, 2019 ⁽¹⁾

Vanuit de markt blijkt dat het verzorgen van onderhoud en reparatie bij D2C-verkoop essentieel is voor consumenttevredenheid. Echter, het opzetten van een goed netwerk hiervoor is lastig voor fabrikanten.

"Wij hebben fabrieken door heel Europa, van Amsterdam tot Litouwen. Ik zie een insourcing trend, mensen willen kwaliteit en dat doen ze beter in Europa dan in bijvoorbeeld China"
OEM, 2022 ⁽²⁾

"Directeur Marsilio van brancheorganisatie Conebi verwacht dat de investeringen verder toenemen doordat de productie van onderdelen wordt verplaatst van Azië naar Europa. Dat heeft te maken met de onderdelentekorten die het gevolg zijn van de coronacrisis. Fabrikanten willen dicht bij de consument zitten en flexibeler kunnen werken."
FD, 2022 ⁽³⁾



Pon bouwt fabriek voor 600.000 fietsen in Litouwen

"Pon.Bike heeft plannen aangekondigd om in 2024 een assemblagefabriek te openen in Litouwen."

FD, 2022⁽³⁾

"Het helpt ook dat Accell meer productie draait in eigen assemblagefabrieken vergeleken met begin dit jaar."

TROUW, 2021⁽⁴⁾

"Porsche e-bike Performance GmbH, i.s.m. PON, gaat elektrische aandrijfsystemen voor tweewielers ontwikkelen."

Nieuwsfiets.nu, 2022⁽⁵⁾

"Met onze eigen VanMoof-fabriek in ons arsenaal, konden we na een korte onderbreking van het productieproces in januari, serieus opschalen om ruimte te creëren."

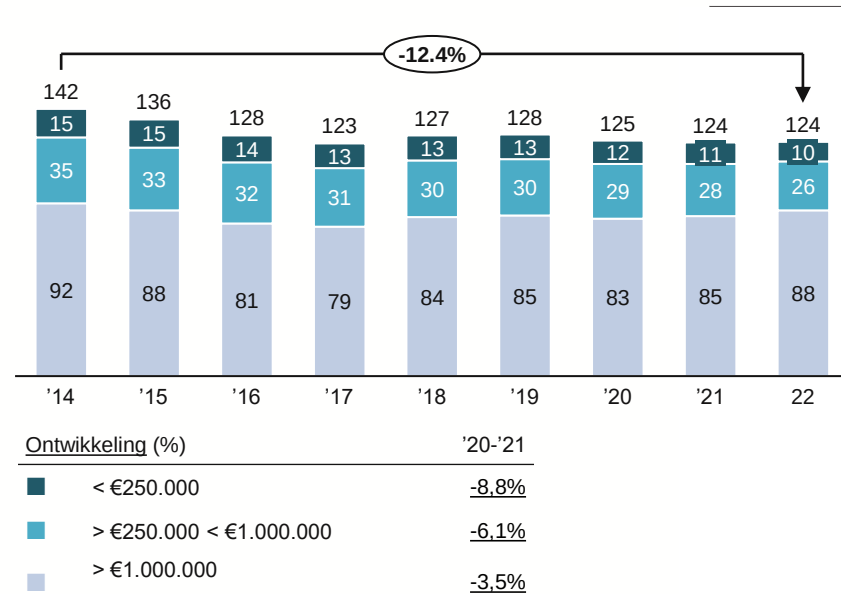
Begin 2020 duurde het 15 minuten om een fiets in elkaar te zetten – nu hebben we dat teruggebracht tot vijf."

VanMoof, 2021⁽⁶⁾

Het wordt complexer voor fietsbedrijven om financiering aan te trekken.

Historische ontwikkeling bancaire mkb-financiering (a)(b)

Uitstaande bedragen in miljard euro, op basis van verstrekt kredietbedrag ^(1 t/m 2)



Bancair krediet vertegenwoordigt nog maar ~47% van de verstrekte MKB-financiering in 2022. Bij kleinere ondernemingen liggen deze percentages lager. ⁽¹⁾⁽³⁾

Alternatieve financiers (non-bancair) zijn in toenemende mate actief waar de (groot)banken minder financieren. Door verschillende financiers te combineren om de financieringsbehoefte in te vullen ontstaan hierdoor zogenaamde stapelfinancieringen.

Aanbod vanuit alternatieve financiers in 2021

Lijst van partijen betreffen voorbeelden, deze is niet uitputtend



Nederland kent ruim 100+ alternatieve financiers, tezamen verstrekten ze ~€3.1 miljard in 2021⁽³⁾

Ondernemers zullen in toenemende mate een combinatie van financiering (stapelfinanciering) moeten zoeken om hun financieringsbehoefte in te vullen ⁽³⁾. Onafhankelijk advies is hierbij essentieel.

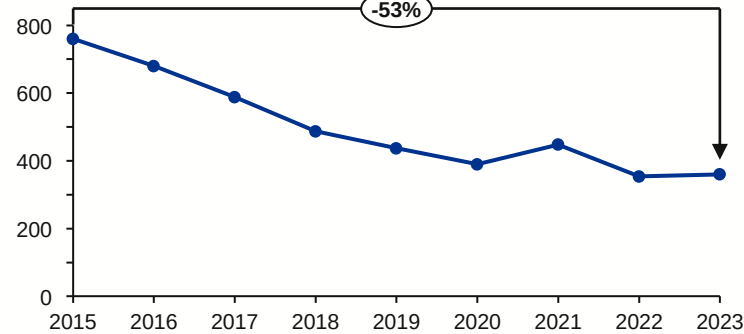
(a) De gehanteerde definitie voor het MKB betreft een bedrijf t/m 250 FTE (b) Betreft zowel leningen als rekening-courantkrediet

Bron: (1) CBS (2) DNB (3) Stichting mkb-financiering

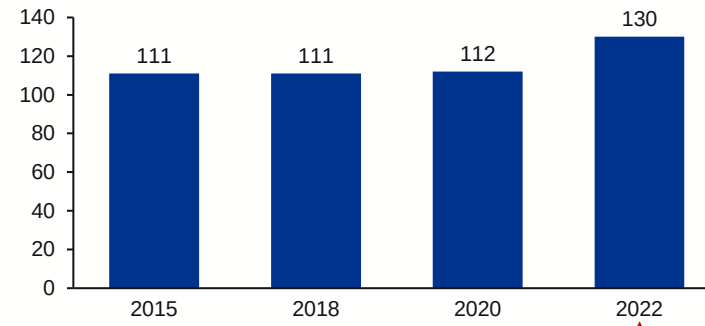
Door krapte op de arbeidsmarkt en het regelen van bedrijfsopvolging blijft het managen van een fietsenwinkel een uitdaging.

Arbeidskrapte versneld sinds 2021...

Werkeloosheid per 10.000 inwoners Nederland
2015 – 2022 ⁽¹⁾



Aantal vacatures fietsbedrijven (per 100 werkzoekenden)
2015 – 2022 ⁽²⁾



Vier op de vijf technische bedrijven maakt zich zorgen: 'duizenden nieuwe vakmensen nodig'

AD, 15 november 2021 ⁽³⁾

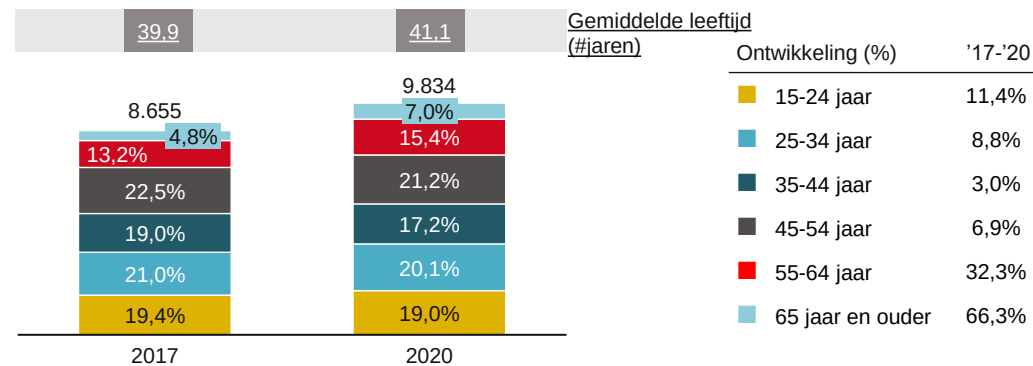
"Het vinden van het juiste personeel is al jaren heel lastig in deze markt."

Eigenaar fietsbedrijf, 21 oktober 2022 ⁽⁴⁾



In combinatie met vergrijzing in de sector...

Leeftijdverdeling van en aantal werkzame mensen in rijwielzaken, 2017 – 2020 ⁽²⁾



Gemiddelde leeftijd
(#jaren)

Ontwikkeling (%)	'17-'20
15-24 jaar	11,4%
25-34 jaar	8,8%
35-44 jaar	3,0%
45-54 jaar	6,9%
55-64 jaar	32,3%
65 jaar en ouder	66,3%

De gemiddelde leeftijd stijgt. Daarbij ligt de gemiddelde leeftijd van een BOVAG-lid met 53 jaar nog hoger. ⁽⁵⁾

...lijdt dit tot problematiek in het bedrijfsmanagement en bij opvolging.

"Veel fietsenwinkels zijn familiebedrijven. Zonder opvolging zijn ze genoodzaakt om te stoppen. Probleem is dat relatief kleine fietsenwinkels niet aantrekkelijk zijn om over te nemen."

Fietsbedrijf

"Je ziet verschuivingen in de markt. Er zijn zaken die last hebben met de opvolging, dus die hun tijd uitzingen."

Fietsbedrijf

"De druk op de medewerkers is vrij hoog, want er zijn gewoon personeelstekorten."

Fietsbedrijf

Geselecteerde feedback uit interviews ⁽⁴⁾

HANDELINGSPERSPECTIEF VOOR FIETSBEDRIJVEN

A	Fietsbedrijven kunnen bouwen op een sterke positie en capaciteiten die verder kunnen worden uitgenut.		
B	I	Exploitatie sterke positie	Ondanks de mogelijkheden en aantrekkingskracht van het onlinekanaal verwacht de consument hoge service. Daarbij wil een consument niet te ver reizen, waardoor een fijnmazig netwerk van verkoop- en onderhoudspunten essentieel is.
C			Fietsbedrijven staan voor de opgave om mensen de komende jaren op te leiden en te behouden. Dit lijkt nog lastiger te zijn voor nieuwe marktpartijen zonder (ervaren) opleidingscapaciteit.
D	II	Capaciteiten verder uitnutten	Voor werkplaatsactiviteiten lijken er in het algemeen mogelijkheden te zijn voor efficiëntieverbeteringen en vergroting van het kostenbewustzijn, waardoor het verdienpotentieel van werkplaatsactiviteiten kan worden vergroot.
			Betere samenwerking tussen fietsbedrijven kan tegenwicht bieden aan een sterkere positionering van fietsfabrikanten.
E			Ketens bieden potentieel meer toegang tot kennis, middelen en onderhandelingsmacht, doordat fietsfabrikanten de voorkeur geven aan grote afzetkanalen en betrouwbaar betaalgedrag, en realiseren daarmee extra inkoopkorting.
			Een fietsbedrijf kan zich bewuster strategisch positioneren, zodat het activiteiten optimaal kan inzetten om klanten te bedienen.

HANDELINGSPERSPECTIEF VOOR FIETSBEDRIJVEN

E

Fietsbedrijven kunnen bouwen op een sterke positie en capaciteiten die verder kunnen worden uitgenut.

EXPLOITATIE STERKE CAPACITEITEN

Huidige situatie

✓ HOGE MATE VAN SERVICE

✓ Fysieke en lokale representatie

✓ Onderhoudskennis en capaciteit

VERDERE UITNUTTING

Toekomstige kansen

➤ VERBETER EFFICIENTIE EN KOSTENINZICHT EN VOER WELOVERWOGEN COMMERCIEEL BELEID

➤ Verenigen in de branche

➤ Bepaal strategische positie

STRATEGISCHE POSITIONERING

Opties



Optie 1: Lokaal fietsbedrijf



Optie 2: Regionaal fietsbedrijf



Optie 3: Nichespeler

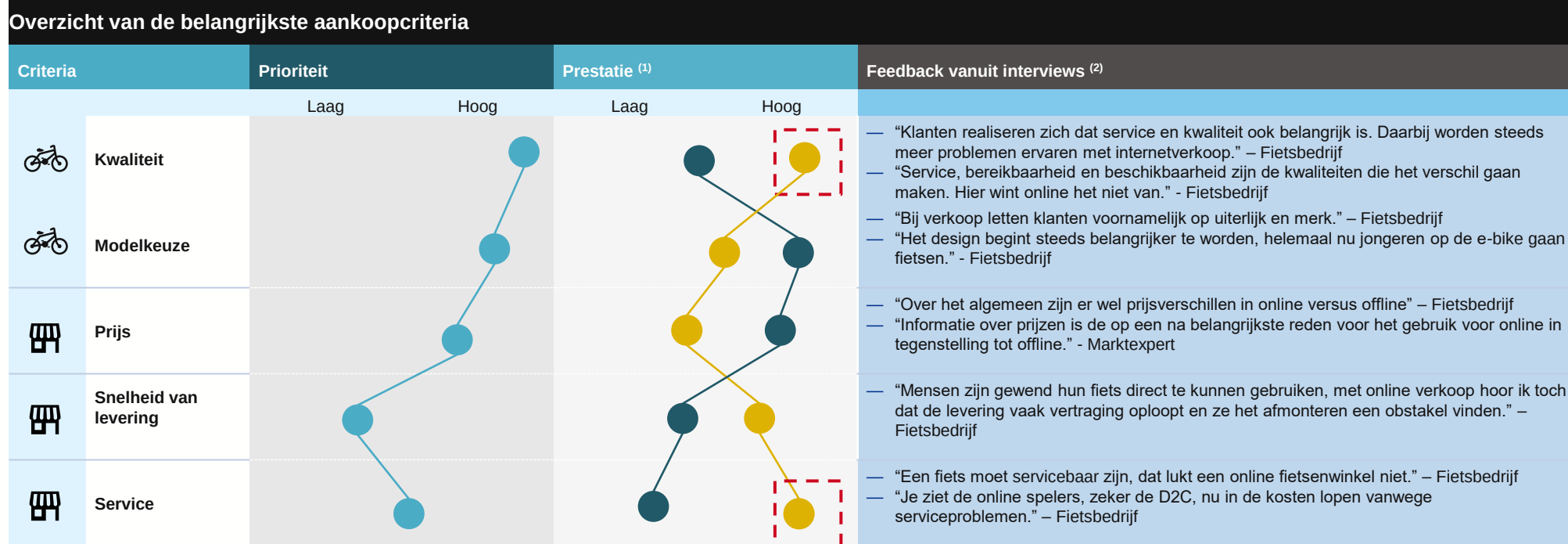


Optie 4: Professionele monteur



Optie 5: Bedrijf verkopen

Ondanks de mogelijkheden en aantrekkingskracht van het onlinekanaal verwacht de consument hoge service.



Betrekking op de winkel

 Belangrijkheid van criteria

 Online  Offline

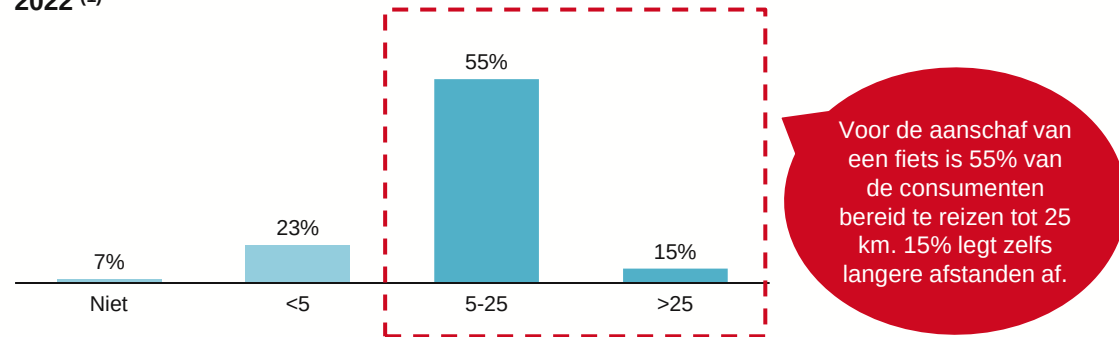


Betrekking op de fiets

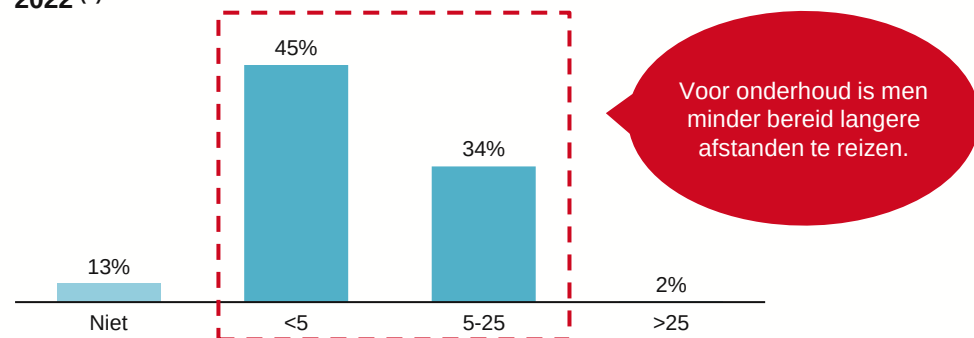
Het belang van prijs en keuzemogelijkheden voor de consument wordt beter behartigd door de online spelers. Fietsbedrijven presteren beter op het gebied van afmonteren, nazorg en kwaliteit.

Een consument wil niet te ver reizen, waardoor een fijnmazig netwerk van verkoop- en onderhoudspunten essentieel is.

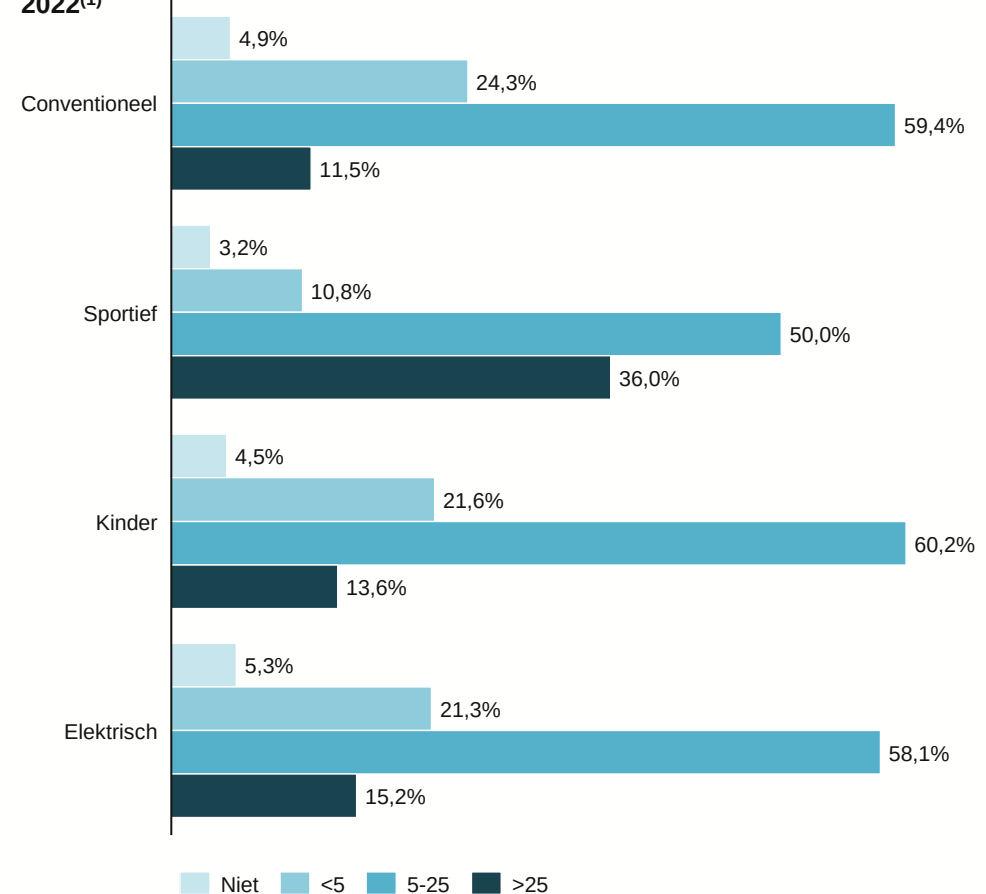
Bereidheid om te reizen voor de aanschaf van een nieuwe fiets (in kilometers)
2022 ⁽¹⁾



De afstand die een consument bereid is te reizen voor onderhoud/repairatie, aanschaf van onderdelen en aanschaf van accessoires (in kilometers)
2022 ⁽¹⁾



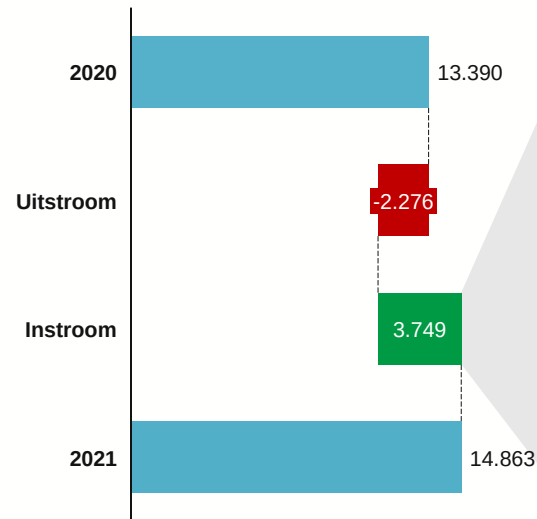
Bereidheid en afstand om te reizen voor de aanschaf van een nieuwe fiets per segment (in kilometers)
2022 ⁽¹⁾



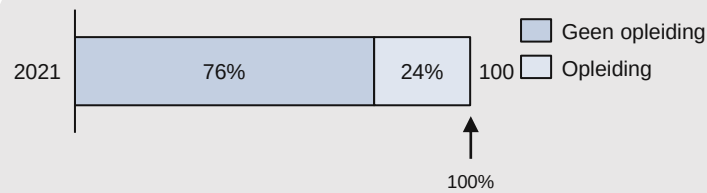
Fietsbedrijven staan voor de opgave om mensen de komende jaren op te leiden en te behouden. Dit lijkt nog lastiger te zijn voor nieuwe marktpartijen zonder (ervaren) opleidingscapaciteit.

Ontwikkeling aantal dienstverbanden in de tweewielerbranche

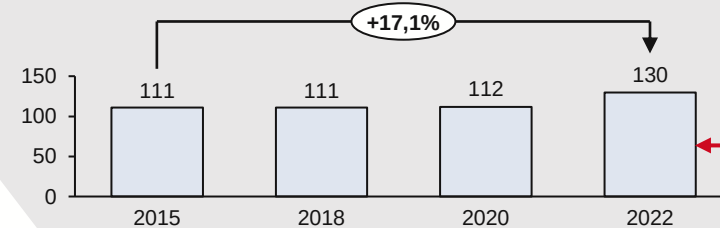
2020 – 2021 ⁽¹⁾



Instroom 2021 naar opleiding



Aantal vacatures fietsbedrijven per 100 werkzoekenden, 2015 – 2022 ⁽²⁾



De fietsenbranche heeft te maken met een tekort aan (technisch opgeleid) personeel en heeft een uitdaging om mensen te behouden.

Dankzij een instroom van ~28% is het personeel in de tweewielerbranche in 2021 gegroeid. Toch is het aantal vacatures bij fietsbedrijven opgelopen. Dit wordt gedreven door een jaarlijkse uitstroom in de branche van 17%.

Hoewel wel (veel) arbeidskrachten instromen, heeft het merendeel geen opleiding. Hierdoor ligt er een opgave om mensen technisch op te leiden.



“Vier op de vijf technische bedrijven maakt zich zorgen: ‘Duizenden nieuwe vakmensen nodig.’”

AD, 15 november 2021 ⁽²⁾

“Het vinden van het juiste personeel is al jaren heel lastig in deze markt.”

Fietsbedrijf, 21 oktober 2022 ⁽³⁾



“Onze werkplaats is eigenlijk altijd wel vol. We proberen dan ook te focussen op hoogwaardige fietsen of fietsen van eigen klanten.”
BOVAG-fietsbedrijf

“Hoe meer fietsen online worden verkocht, hoe meer vraag er is naar reparaties en onderhoud. De drukte van de werkplaats zal daardoor sterk toenemen. Toch is het vinden van de juiste mensen moeilijker geworden.”
BOVAG-fietsbedrijf

“Wij hebben een tijd samengewerkt met een D2C-partij waarbij wij het onderhoud deden. Na verschillende slechte ervaringen hebben we besloten te stoppen, we hebben onze mensen zelf hard nodig en de opbrengsten zijn niet de moeite waard.”
BOVAG-fietsbedrijf

“Onze werkplaatsmedewerkers bereiden ook fietsen klaar voor de verkoop, nemen de telefoon op of helpen mensen met een aankoop. Deze flexibiliteit krijg je niet als je 100% winkels voor reparatie en onderhoud gaat opzetten.”
BOVAG-fietsbedrijf

“Ik zie fabrikanten niet zo snel instappen in de markt van onderhoud. Mobiel is ook geen optie, dat is niet rendabel. Onderhoud is onderdeel van de service die fysieke winkels geven aan de klanten. Zolang je dat kunt bieden win je het van andere businessmodellen.”
BOVAG-fietsbedrijf

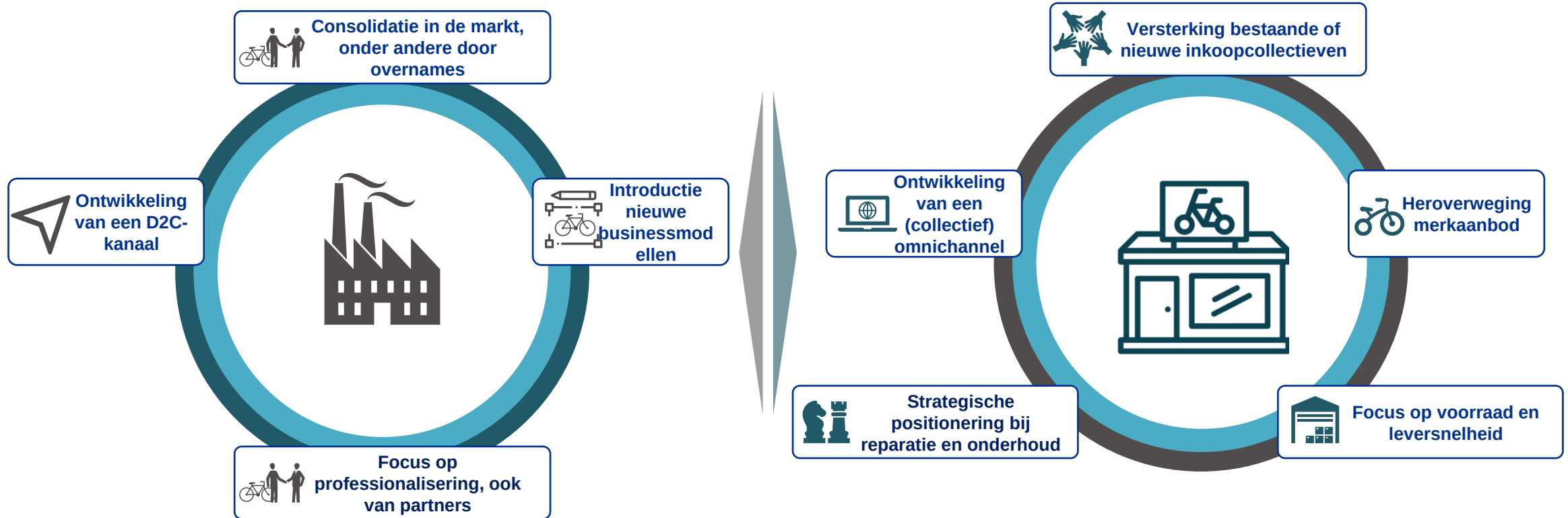
Voor werkplaatsactiviteiten lijken er in het algemeen mogelijkheden te zijn voor efficiëntieverbeteringen en vergroting van het kostenbewustzijn, waardoor het verdienpotentieel van werkplaatsactiviteiten kan worden.



Betere samenwerking tussen fietsbedrijven kan tegenwicht bieden aan sterkere positionering van fietsfabrikanten.

Doordat fietsfabrikanten met verschillende acties hun positie proberen te verbeteren...

... moeten fietsbedrijven aan de slag met het bieden van tegenwicht.



Ketens bieden potentieel meer toegang tot kennis, middelen en onderhandelingsmacht, doordat fietsfabrikanten de voorkeur geven aan grote afzetkanalen en betrouwbaar betaalgedrag, en realiseren daarmee extra inkoopkorting.

Overzicht van de grootste (merkonafhankelijke) ketens in de fietsmarkt ⁽¹⁾
2022

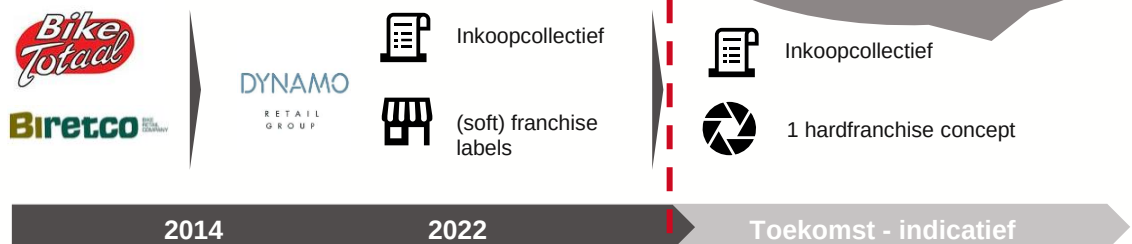
			Locaties	Franchise	Inkoop	Nationaal
Bike Totaal		DYNAMO RETAIL GROUP	~140	✓	✓	✓
Profile 'de Fietspecialist'		DYNAMO RETAIL GROUP	~90	✓	✓	✓
Halfords			~25	✓	✗	✓
Fietsned		POB	~20	✗	✗	✓
Het Zwarte Fietsenplan			~20	✗	✗	✗
Fietswereld		DYNAMO RETAIL GROUP	~20	✓	✓	✓
Fietsvoordeelshop		LOUWMAN GROUP	~20	✗	✓	✓
Juizz		LOUWMAN GROUP	~10	✗	✓	✓
Marktaandeel top-8 ^(a)			~13%			

"Als je wat afstand neemt en vanuit de ogen van de consument naar de beide formules kijkt, zie je dat ze dezelfde propositie hebben, identieke service bieden en dezelfde klantgroepen bedienen. Kortom, ze zijn weinig verschillend. Het samenvoegen van de formules is dan ook logisch."

Dynamo Retail Group, 19 januari 2023 ⁽⁴⁾

"De komende vijf jaar zal de macht van ketens ook toenemen. Ze verplichten een bepaald aantal afnames en modellen. Het versterkt elkaar, hoe meer mensen zich aansluiten hoe groter ze prijsdruk kunnen uitoefenen op fabrikanten, hoe aantrekkelijker het is om aan te sluiten."

Fietsbedrijf⁽¹⁾



Voor en nadelen van het aansluiten van een fietsenwinkel bij een keten

Omzetbijdrage

Deelnemers aan inkoopcollectieven moeten als bijdrage een deel van de omzet afstaan.

Inkoop voordelen

Collectief inkopen geeft meer onderhandelingsmacht richting fietsfabrikanten, waardoor betere prijzen en voorwaarden kunnen worden afgesproken.

Marketingkosten

Schaalvoordelen worden gecreëerd door gedeelde marketingkosten van de keten. Dit maakt ook de online positie sterker.

Naamsbekendheid

Met landelijke (online) acties en marketing wordt de naamsbekendheid onder consumenten continu onderhouden.

Autonomie

Verlies van autonomie in de keuze voor de fietsmerken die in het assortiment worden opgenomen.

"We dragen een fee af als percentage van de omzet."

Fietsbedrijf

"De marges zijn minder geworden afgelopen jaren, fabrikanten wisten er wat van af te snoepen. Via de Dynamo Retail Groep houden we de prijzen en marges beter."

Fietsbedrijf

"We hebben het eigenlijk niet nodig, maar doen het vooral vanwege de centrale betalingsmethode, de gezamenlijke inkoop van fietsen en onderdelen (onderhandelingen bij fabrikanten), maar voornamelijk voor het onderhoud van de website, beeldmateriaal, logo, sociale media. Het laatste zou ons anders heel veel tijd kosten."

Fietsbedrijf

"Dragen ook een marketingbudget af voor (Google) Ads. Wordt hard gewerkt om meer naamsbekendheid te krijgen. Afdracht is ongeveer 2 a 3% voor alle marketing. Plek voor advertentie moet wel zelf worden betaald."

Fietsbedrijf

"We waren ooit een Profile. Maar er zijn bepaalde richtlijnen waar je aan moet houden, zo moet je bepaalde fietsen in je assortiment hebben en je huisstijl moet in bepaalde kleuren zijn etc. Dat wilde mijn vader niet omdat hij zijn eigen ding wilde doen en meer vrijheid wilde daarin."

Fietsbedrijf

Geselecteerde feedback uit interviews ⁽²⁾

(a) Dit betreft het aandeel in het totaal aantal fysieke fietsenwinkels en is exclusief de aangesloten leden van de Dynamo Retail Group Inkooporganisatie
Bron: (1) Interviewprogramma; (2) Consumentensurvey; (3) BOVAG; (4) Dynamo Retail Group; KPMG Analyse.

Fietsbedrijven kunnen zich bewuster strategisch positioneren, zodat het activiteiten optimaal kan inzetten om klanten te bedienen.



Optie 1: Lokaal fietsbedrijf

Het lokale fietsbedrijf is allround en merkonafhankelijk. Hij biedt zowel verkoop als onderhoud aan.

Het lokale fietsbedrijf is in staat een vaste klantenkring te bedienen. Zij komen om de paar jaar bij hem terug om hun nieuwe fiets te kopen. Ook weten ze dat ze altijd bij hem terecht kunnen met vragen of voor een onderhoudsbeurt. Zij gunnen hem deze handel door zijn persoonlijke aanpak en flexibele houding.

Meestal is hij deel van een inkoopcollectief zodat hij een goede prijs betaald voor zijn onderdelen en zeker is van leveringen van nieuwe fietsen.

Opvolging kan een uitdaging zijn, hij moet hier tijdig en bewust mee aan de gang. Het inkoopcollectief of BOVAG kan hem hier ook helpen een passende oplossing te vinden.



Optie 2: Regionaal fietsbedrijf

Het regionale fietsbedrijf is een stukje groter dan het lokale fietsbedrijf. Hij bedient klanten in een groter gebied, omdat hij een groter assortiment heeft en daarnaast ook bredere diensten aanbiedt zoals financiering en lease. Hij kan daardoor ook met bedrijven uit de voeten.

Soms heeft hij ook meerdere locaties, zodat hij per locatie een bepaalde regio, of klantengroep beter kan bedienen.

Hij heeft een uitstekend begrip van zowel zijn lokale markt en van macro-economische ontwikkelingen. Daardoor ziet hij collectieve organisaties eerder als een klankbord waarmee hij gedachten kan uitwisselen en specifieke ondersteuning kan aanvragen als hij het nodig heeft.

Opvolging is geen probleem. Omdat het eerder een typische bedrijfsstructuur is.



Optie 3: Nichespeler

De nichespeler is gespecialiseerd in een bepaalde niche of merk in de fietsenmarkt. Hij weet alles van dit product of segment, klanten die in dit product of segment geïnteresseerd zijn komen van ver naar hem toe. Hij is in staat om met deze klanten op gelijk niveau over dit product te praten, want hij kent alle technische feitjes en alle trends rond dit product. Deze klanten vertrouwen naderhand het onderhoud van deze fiets ook alleen toe aan de nichespeler omdat zij verwachten dat hij weet hoe hij met het product om moet gaan.

Online is net zo belangrijk als zijn fysieke winkel. Door dit onlinekanaal kunnen ook klanten die niet bij hem in de buurt wonen hem vinden.

Hij biedt passende accessoires en diensten aan die bij het product passen: dit doet hij zowel on- als offline.



Optie 4: Professionele monteur

De professionele monteur richt zijn complete bedrijf in om kwalitatief en winstgevend onderhoud aan te kunnen bieden. Hij focust zich op een brede klantenbasis, die weet dat hij door zijn professionaliteit en deskundigheid gegarandeerd hun fiets goed en snel onderhoudt.

Dit krijgt hij voor elkaar door excellent te zijn met zijn planning, on- en offline vindbaarheid, prijsstrategie, doorlooptijden en capaciteit om grotere aantallen fietsen te onderhouden. Hierdoor kan hij ook perfect samenwerken met bedrijven die meerdere fietsen willen laten onderhouden of als partner fungeren van een leasepartij of andere grote aanbieder van fietsen.

Zijn personeel is een onderscheidende factor, hij investeert daarom in zijn personeel zodat zij zich kunnen ontwikkelen en de dienstverlening op het hoogst mogelijke niveau is.



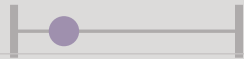
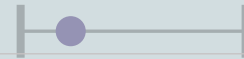
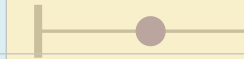
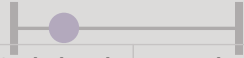
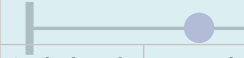
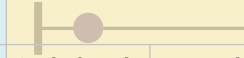
Optie 5: Bedrijf verkopen

De ondernemer verkoopt zijn aandelen en wordt onderdeel van een OEM, onderhoudsketen, merkonafhankelijke verkoopketen of andere organisatie. Hij geeft zijn ondernemersrisico volledig op en wordt daarmee een medewerker. Hierdoor heeft hij zelf meer zekerheid, maar is ook minder vrij in zijn bedrijfsvoering.

Hij richt zijn bedrijf in naar de voorgeschreven regels van de koper, zowel operationeel als strategisch.

Zijn online aanwezigheid, klantengroep en bedrijfsopvolging is daardoor de verantwoordelijkheid van de koper.

Fietsbedrijven kunnen zich bewuster strategisch positioneren, zodat het activiteiten optimaal kan inzetten om klanten te bedienen.

Focusthema			Lokaal fietsbedrijf		Regionaal fietsbedrijf		Nichespeler		Monteur		Bedrijf verkopen	
Toelichting			Behoud	Groei	Behoud	Groei	Behoud	Groei	Behoud	Groei	Behoud	Groei
Doelstellingen / Ambitie	Volume / Omzet	— Behoud van volume betreft het volgen van de marktontwikkeling. Groei betekent dat doelstellingen hier (ruim) boven zitten										
	Marge	— Behoud van de gemiddelde marge volgens de marktontwikkeling; of verbetering (groei) hiervan										
Business-model (Where to play)	Markten	— Focus op je bestaande regio (behoud) of geografische uitbreiding waar mogelijk (groei)										
	Producten en diensten	— Focus op onderhoud of verkoop van fietsen of accessoires	Onderhoud	Verkoop	Onderhoud	Verkoop	Onderhoud	Verkoop	Onderhoud	Verkoop	Onderhoud	Verkoop
		— Hoe ziet het aanbod van fietsen, accessoires en diensten eruit	Beperkt o.b.v. lokale behoefte		Ruim aanbod van fietsen en accessoires		Ruime aanbod van niche product		Ruim aanbod vanuit de werkplaats, beperkte verkoop van producten		O.b.v. nieuwe eigenaar	
	Prijsvorming	— In hoeverre is prijs van producten belangrijk	Marktcomfort		Marktcomfort / competitief		Premium		Marktcomform		O.b.v. nieuwe eigenaar	
	Klanten	— Welk klantsegment spreek je aan als ondernemer, uiteenlopend van lokaal tot nationaal	Vaste bestaande klantenkring		Uitbreiding van klantenkring naar regio		Bedienen van specifieke niche die bereid zijn verder te reizen		Vaste klantenkring lokaal		Behoud klantenbasis	
	Kanalen	— Welke verkoopkanalen zet je in als ondernemer om klanten te bedienen	Fysiek met online showroom		Omnichannel		Omnichannel		Fysiek ondersteund met online planningstool		O.b.v. nieuwe eigenaar	
	Inkoop	— Hoe richt je de inkoop van fietsen in, variërende tussen zelf met veel vrijheid en via inkoopcollectieven	Veelal via inkooporganisaties		Inkopen via (eigen of externe) inkooporganisatie		Eigen inkopen met veel vrijheid		Eigen inkopen met veel vrijheid		Inkopen via nieuwe eigenaar	
Operationeel model (How to win)	Primair proces (verkoop / onderhoud)	— Welke elementen zijn van belang bij de verkoop of het onderhoud van fietsen	Focus op klantenbinding en tevredenheid		Brede product kennis en aansluiting tussen online/offline verkoop		Focus op unieke (merk-) beleving en uitstralen van kennis en kunde		Hoge mate van efficiëntie in de werkplaats door standaardisatie van taken		O.b.v. nieuwe eigenaar	
	Technologie	— Ondersteunende (informatietechnologie) infrastructuur	Behoud van systemen		Investeren in omnichannel ondersteund door goede CRM		Investeren in omnichannel ondersteund door goede CRM		Investeren in goede CRM en (online) planningssysteem		Gebruik systemen van nieuwe eigenaar	
	Mensen en cultuur	— De benodigde vaardigheden en cultuur, aangevuld met prestatiemeting en stimuli	Focus op klantgerichte cultuur		Belang van brede kennis en verkoop staan voorop		Focus op kennis en kunde van het personeel over de niche		Focus op efficiency en aantrekkelijke werkomgeving		Behoud van personeel	

Keuze mogelijkheid voor het fietsbedrijf

BIJLAGEN

Bijlage I - Definities en afkortingen

000	Duizend
€000	Euro in duizenden
#	Aantal
%	Percentage
~	Ongeveer
€	Euro
Σ	Optelling van meerdere getallen
20xx	Volledig jaar van 1 januari 20xx tot en met 31 december 20xx
B2B	'Business to business' (verkoop tussen twee bedrijven)
B2C	'Business to consumer' (verkoop van bedrijf aan consument)
C2C	'Consumer to consumer' (verkoop tussen twee consumenten)
CBS	Centraal Bureau voor de Statistiek
CAGR	Compound Annual Growth Rate (jaarlijkse gemiddelde groei)
D2B	'Direct to business' (verkoop door OEM aan bedrijf)
D2C	'Direct to consumer' (verkoop door OEM aan consument)
EU	Europese Unie
Km	Kilometer
LEV	Light Electric Vehicle (licht elektrisch voertuig)
gem.	Gemiddeld
Mln.	Miljoen
Mrd.	Miljard
Mton	Megaton
OEM	'Original equipment manufacturer' (autofabrikant)
p.	Pagina
R&D	'Research & Development' (onderzoek en ontwikkeling)

Contact

BOVAG

Kosterijland 15
3981 AJ BUNNIK

Postbus 1100
3980 DC BUNNIK
mijn.bovag.nl/netwerkstudiefiets

© 2023