

SWOT-Matrix zu Aufg. 7

Stärken	Schwächen
A gute Eigenkapitalbasis	A geringe Markenbekanntheit sowohl aktiv als auch passiv
A positive finanzielle Situation	A diffuses und unklares Markenimage
A ansprechendes Design der Fahrräder ⇒ belegt durch Designpreise	A nur teilweise Übereinstimmung zwischen tatsächlichem und angestrebtem Markenimage
A Fahrräder sind innovativ (Materialien, Antrieb, Rahmenkonstruktion, Verwendungsmöglichkeiten) ⇒ belegt durch Tests	A kaum Kommunikationsmaßnahmen in der Vergangenheit
A Fahrräder sind langlebig ⇒ belegt durch Tests	A zur Zeit werden keine Elektrofahrräder angeboten
A Fahrräder bieten hohen Komfort ⇒ belegt durch Tests	B durchschnittlicher Verkaufswert pro Fahrrad wächst prozentual langsamer als auf dem Gesamtmarkt
A Fahrräder sind besonders sicher ⇒ belegt durch Tests	
A individuelle Ansprüche und Anforderungen werden den Kunden werden bei Konstruktion und Produktion berücksichtigt	
A effektive und innovative Produktionsverfahren, dadurch günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis	
A gutes Image der Marke im Fachhandel	
B Absatz und Umsatz entwickeln sich besser als auf dem Gesamtmarkt	
B Marktanteile (mengen- und wertmäßig) steigen mittelfristig	
Chancen	Risiken
A relativ starkes Wachstum des mengen- und vor allem wertmäßigen Markt volumens in den letzten beiden Jahren	B hoher und wachsender Anteil importierter Fahrräder am mengenmäßigen Markt volumens
A relativ hoher Anstieg des durchschnittlichen Verkaufswertes pro Fahrrad	B Fahrrad als Verkehrsmittel wird bei einigen Aspekten schlechter bewertet als das Auto (Flexibilität, Zeit, Sicherheit, Komfort, Transportmöglichkeiten)
A hohes Wachstum des mengenmäßigen Markt volumens von Pedelecs	B hoher Bestand an Fahrrädern
A die von der inbike GmbH aktuell angebotenen Modellgruppen haben einen Anteil von über 70% am mengenmäßigen Markt volumens	B Fahrräder werden teilweise sehr lange genutzt
A fast 70% aller Fahrräder werden über den Fachhandel verkauft	A beim Fahrrad hat die Marke nur eine geringe Bedeutung (nur 44% kennen die Marke ihres Fahrrads)
A das Fahrrad wird von einem relativ großen Anteil der Bevölkerung regelmäßig genutzt, z. B. <ul style="list-style-type: none"> • als Verkehrsmittel • in der Freizeit (Ausflüge, Sport, Entspannung, alltägliche Erledigungen) 	B bei der überwiegenden Mehrheit (83%) liegt der Anschaffungspreis des genutzten Fahrrads deutlich unter dem durchschnittlichen Verkaufswert pro Fahrrad der inbike GmbH
A das Fahrrad als Verkehrsmittel wird bei vielen Aspekten besser bewertet als das Auto oder der ÖPNV	A hohe Zufriedenheit mit dem genutzten Fahrrad (86% sind zufrieden oder sehr zufrieden)
A relativ hoher Anteil von Personen, die innerhalb des nächsten Jahres zumindest vielleicht ein neues Fahrrad kaufen möchten	
A gemäß der Fahrradstudie fahrrad.de wollen 41 % innerhalb der nächsten 2 Jahre ein neues Fahrrad kaufen	
A relativ hoher Anteil der Bevölkerung (ein Drittel), die das Fahrrad positiver bewerten als das Auto	
A hohe Nutzungsfrequenz des Fahrrads (90% nutzen das Fahrrad mindestens einmal pro Woche, laut Studie fahrrad.de)	
A hohe Investitionsbereitschaft für ein neues Fahrrad (über 60% würden 1.500 EUR oder mehr ausgeben)	
A hohe Bekanntheit von E-Bikes und Pedelecs	
A relativ hohes Interesse an Pedelecs, vor allem in der Altersgruppe 40 +	