Ausgabe April 2019 ■ 21. Jahrgang

profil

SCHWALBE

Die Reise der Reifen

Schnell, zuverlässig, transparent: Neue weltweite Logistik-Struktur verbessert Lieferperformance

Schwalbe Airless System startet in die Fahrradsaison

Alles über Zertifizierung, Zielgruppen und Werbemittel ... **Seite 6**

Schwalbe-Urgestein Bernd Hopp verabschiedet sich in den Ruhestand

Vom Fünf-Mann-Unternehmen bis zum weltweit operierenden Konzern: Vertriebsleiter Bernd Hopp blickt zum Abschied zurück und nach vorn ... **Seite 7**

Kostenloser Check zum Saisonstart

Es kommt so sicher wie der Frühling: Das Techniker-Team für den kostenlosen Check des Schlauchautomaten ist auch in diesem Frühjahr wieder im Einsatz.

Für Sie unterwegs (v. l.): Peter Dudek, Willi Hansen, Mathias Schmitz, Krenar Tahiri und Ibrahim Sewah.

Ab März besuchen die Wartungstechniker alle Händler in den Postleitzahlen-Gebieten mit den ungeraden Zahlen 1, 3, 5, 7, 9 sowie in Österreich und der Schweiz. Denn so robust der Schlauchautomat auch ist, über die Jahre können Feuchtigkeit, Frost und intensive Nutzung ihre Spuren am Gerät hinterlassen. Die Techniker schmieren Schlösser, Scharniere und Schlauchauswurf, prüfen Batterie-Stromspannung, Münzzähler und Geldrückgabe. Bei Bedarf bessern sie auch den Lack und Beschädigungen aus, säubern den Automaten, tauschen ausgeblichene Schlauchbeschriftungen sowie veraltete Preisangaben aus und stellen den Preis um. „Es ist ein kostenloser Service. Die Wartung wird voraussichtlich bis Ende Mai dauern", erläutert Philipp Hawle vom Schwalbe Point of Sale-Marketing.

Mit mehr als 1.500 Geräten ist der Schwalbe-Automat der meist verkaufte Schlauchautomat im deutschsprachigen Raum. Doch auch europaweit nutzen Radler die Möglichkeit, rund um die Uhr Schwalbe-Schläuche zu ziehen – ob in Paris, London, Edinburgh, Dublin, Kopenhagen, Bozen, Turin, Wien, Zürich, Prag oder auf Madeira. Den Kaufpreis von 990 Euro erstattet Schwalbe in Ware – das sind 175 Schläuche, durch deren Verkauf der Händler seinen Automaten refinanziert. Tipp: Der Automat funktioniert auch freistehend mit dem passenden Montageständer. Preis: 190 Euro, dafür liefert Schwalbe 25 kostenlose Schläuche mit. Info: 02265 109-14

Neun auf einen Streich

Mit neun kostenlosen Werbemitteln exklusiv für den Fachhandel startet Schwalbe seine Frühjahrs-Verkaufsoffensive.

Sorglos und pannenfrei radeln – das ist immer noch das beste Versprechen für Verbraucher. „Machen Sie auf den Marathon Plus aufmerksam mit Display, Zahlteller, Poster, Schaufensteraufkleber und dem beliebten ‚Einbahnstraßen'-Sticker", rät Philipp Hawle vom Schwalbe Point of Sale-Marketing. Für das Thekendisplay sind zudem Nachfüllprospekte erhältlich, jeweils 50 Stück. Auch das filigrane, dreiteilige Mobilé lenkt den Fokus auf die unplattbaren Reifen. Es ist immer in Bewegung und zieht die Aufmerksamkeit auf sich, ohne viel Platz zu beanspruchen. Mit Haken oder Klebepunkt lässt es sich im Schaufenster oder im Inneren des Geschäfts mühelos befestigen. Besondere Aufmerksamkeit weckt der Hinweis „Auch für E-Bikes" am unteren Ende des Mobilés.

Luftig und stilvoll präsentiert sich auch die Werbung für die Marathon GT-Familie. Die doppelseitigen Deckenhänger im Aquarell-Stil wirken so modern und urban wie die Marathon GT-Modelle. „Damit stellen Sie die Reifen ins Rampenlicht und haben zugleich eine attraktive Dekoration", erläutert Philipp Hawle.

Zusätzliche nützliche Informationen für diese und andere Reifen liefert der Pannenschutzlevel-Hänger mit sieben Levels von K-Guard bis SmartGuard. „Jetzt ist der ideale Zeitpunkt, sich für den Saisonstart mit allem auszustatten, was den Verkauf fördert", betont Philipp Hawle. „Die Werbemittel können Sie bis 31. Mai 2019 kostenlos über das Portal bestellen." www.schwalbe.com/fruehjahrsaktion

Dieses und acht weitere Werbemittel lenken die Blicke auf sich und ziehen die Kunden ins Geschäft.

Wegweisend: Unplattbar-Service und Schwalbe Marathon Plus gibt es nur im Fachhandel.

im profil

Schwalbe Pressure Prof: Individuelle Luftdruckberechnung für maximale Performance

Mit dem richtigen Luftdruck können Mountainbiker das Maximum aus ihrem Bike herausholen. Doch der richtige Druck ist so individuell wie die Facetten des Mountainbikens. Zur Orientierung bietet Schwalbe jetzt einen Online-Rechner an: Der neue Schwalbe Pressure Prof ermittelt aus neun Parametern den optimalen Reifendruck – und ist damit eine echte Weltneuheit! „Nur selten werden Reifen mit dem richtigen Luftdruck gefahren. Viele Biker haben deutlich zu viel oder zu wenig Luft im Reifen und können so weder das Potenzial des Reifens, noch das des Bikes wirklich ausschöpfen", erläutert Carl Kämper, Schwalbe Junior Product Manager. „Mit dem Pressure Prof lässt sich der optimale Luftdruck im Reifen präzise und schnell online berechnen – für alle Disziplinen des Mountainbikens mit mehreren Optionen für jeden Einsatz."
www.schwalbe.com/pressureprof

Eddy Current: „König der E-MTB-Reifen"

Gleich mehrere Reifentests widmeten sich dem E-MTB-Spezialisten Eddy Current: „Fantastisches Fahrverhalten und Grip ohne Ende", befand das Online-Magazin eMTB News. „Dies liegt zum einen an der Addix Soft-Gummimischung und zum anderen am niedrigen Luftdruck, den wir problemlos fahren können. Die dicken Stollen am Hinterrad graben sich förmlich in den Untergrund und generieren auch auf losem Untergrund viel Traktion. Beim Vorderrad sind wir überrascht, wie präzise es jedem Richtungswechsel folgt." Auch das World of MTB Travel Special 2019 empfiehlt Eddy Current – als optimalen Reifen für das E-MTB mit „enormem Grip und Fahrsicherheit". Und beim Portal Pinkbike resümierten die Tester: „Alles in Allem ist Eddy Current aktuell der König der E-MTB-Reifen! Ausgezeichneter Grip, Berechenbarkeit, Dämpfung, Puncture Protection und Haltbarkeit."

Leserwahl: Schwalbe erneut Best Brand

Auch 2018 konnte Schwalbe seinen langjährigen Spitzenplatz als Best Brand des Magazins Mountainbike verteidigen: 16.190 Teilnehmer der Leserumfrage wählten Schwalbe zur besten Marke! Mit einem Votum von 78,3 Prozent konnten Nobby Nic, Magic Mary & Co den Abstand zum Zweitplatzierten im Vergleich zur vorigen Wahl 2016 um rund fünf Prozent ausbauen. Beim Magazin Roadbike belegte Schwalbe 2018 den zweiten Platz und verringerte den Abstand zum Erstplatzierten um sieben Prozentpunkte. Erfreulich aus Schwalbe-Perspektive: Bereits 18 Prozent der mehr als 8.300 Leserwahl-Teilnehmer bekundeten eine Kaufabsicht für Road Tubeless-Reifen!

Editorial

Liebe Schwalbe-Partner,

von der Vulkanisation bis in Ihr Verkaufsregal reisen Schwalbe-Reifen mit dem Containerschiff um die halbe Welt. Die richtige Ware zur richtigen Zeit in rund 70 Länder zu transportieren, verlangt eine hochkomplexe weltweite Logistikstruktur, die wir 2018 komplett neu aufgestellt haben. Wie Sie jetzt von einer besseren Lieferperformance profitieren und dabei verfolgen können, wo sich Ihre Ware aktuell befindet, das lesen Sie in unserer Titelgeschichte.

Seit Anfang des Jahres rollen erste Airless-Reifen auf den Straßen. Mehr als 500 Fachhändler haben sich bereits zertifizieren lassen. Alles Wissenswerte über Zielgruppen, Werbemittel und über die Erfahrungen des Fachhandels haben wir in dieser Ausgabe noch einmal kompakt zusammengefasst.

Am Ende dieses Heftes würdigen wir gleich zwei Urgesteine, die uns jahrzehntelang begleitet haben: Artur Tabat übergibt die Verantwortung für den Radklassiker Rund um Köln. Und unser erster Lehrling und dienstältester Mitarbeiter Bernd Hopp verabschiedete sich in den Ruhestand. Im Schwalbe profil verrät der langjährige Vertriebsleiter Anekdoten aus 42 bewegten Dienstjahren (Seite 7).

Herzlichst, Ihr

Frank Bohle

Impressum

Herausgeber: Ralf Bohle GmbH
Otto-Hahn-Str. 1, 51580 Reichshof-Wehnrath
Telefon 02265 1090, Fax 02265 7022,
eMail: info@schwalbe.com, www.schwalbe.com
Verlag: Vincentz Kundenmedien
Postfach 6247, 30062 Hannover
Telefon 0511 9910-310, Fax 0511 9910-309
Redaktion: Claudia Müller (V.i.S.d.P.)
Gestaltung: Angelika Jungvogel
Titelfoto: getty / Prat
Druck: BWH GmbH
© Vincentz Network GmbH & Co. KG

Die Reise der Reifen

Von der Vulkanisation bis ins Verkaufsregal legen Schwalbe-Reifen eine halbe Weltreise zurück. Die Steuerung der Warenströme in fast 70 Länder ist eine Wissenschaft für sich. 2018 startete Schwalbe ein komplett neues Logistik-System für schnellere, verlässlichere und umweltfreundlichere Transporte.

Das Jahr 2018 wird keiner bei Schwalbe so schnell vergessen. Zum 1. Januar wurden die alten IT-Systeme abgeschaltet und zeitgleich – ohne doppelten Boden – eine neue, hochkomplexe IT-Struktur in Betrieb genommen. Was jahrelang von mehreren Projektteams geplant war und wofür man die Belegschaft monatelang schulte, wurde im Moment des Jahreswechsels Realität. Nun folgte, was jeder kennt, der schon einmal mit IT-Umstellungen zu tun hatte: Kinderkrankheiten. Funktioniert ein kleines Rädchen nicht, gibt es

Verantwortlich für die Logistik (v. l.): Maik Kuttig, Global Warehouse Manager und Projektleiter Logistiksoftware, André Bösinghaus, Head of Logistics Global, und Luca Neumann, Operations Manager und verantwortlich für den Schwalbe Tire Tracker.

sofort größere Probleme. Schwalbe Logistik-Chef André Bösinghaus: „Durch das außergewöhnliche Engagement der beteiligten Teams konnte nach anstrengenden Monaten im dritten Quartal gemeldet werden: Die neuen Systeme laufen!“

Ob weltweite Lagerhaltung, Zollbestimmungen oder Reedereimanagement: Die hochkomplexe Wertschöpfungskette von Schwalbe-Produkten wird jetzt noch moderner und effizienter gesteuert. Diverse neue, ineinandergreifende Systeme, insbesondere für Ressourcenplanung sowie Lager- und Datenmanagement, wurden installiert. Kontrolliert werden diese über eine ebenfalls neue Konzernebene. Hier laufen alle Fäden zusammen: für sage und schreibe 3.500 verschiedene Artikel, entwickelt in Reichshof-Wehnrath, produziert in den Schwalbe-Werken in Indonesien und Vietnam, verstaut in einem der beiden Zentralläger in Asien, disponiert von den fünf Unternehmen der Bohle-Gruppe für Kunden in 69 Ländern.

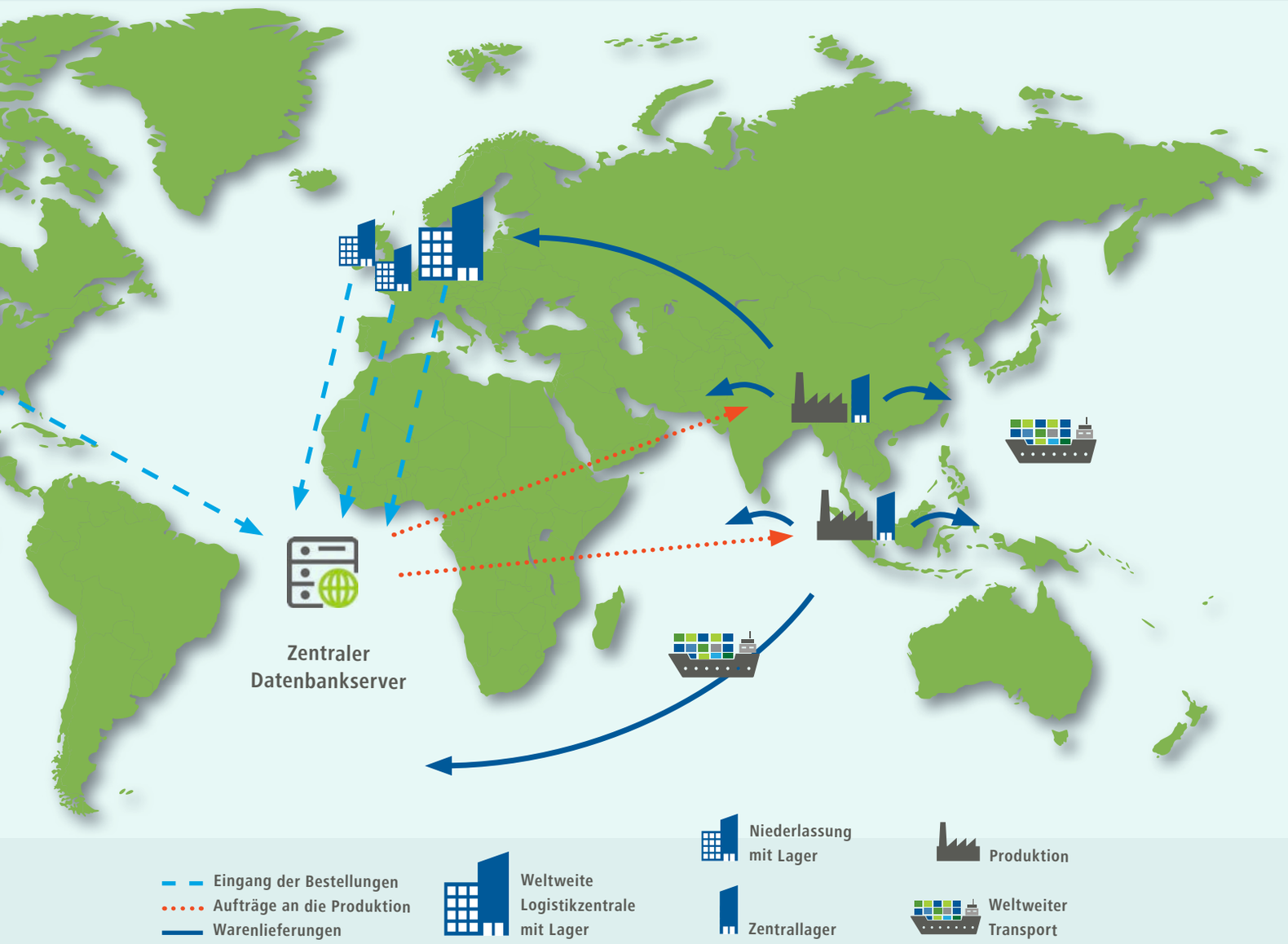
Und zwar schneller und effizienter als bisher. Daten und Auswertungen über Kosten, Bestände und Warenflüsse im Im- und Export bilden die Basis für zielorientierte Entscheidungen. Die Vereinheitlichung von Bestellverfahren und Lieferstruktur, die digitale Einbindung des Produktions- und Joint Venture-Partners Hung-A sowie der Zentralläger machen eine Vielzahl von Einzelabstimmungen überflüssig. André Bösinghaus: „Die neuen Strukturen zeigen Wirkung. Wir können vorausschauender und gezielter produzieren. Je frühzeitiger und genauer unsere Kunden ihren Bedarf anmelden, desto nachhaltiger können wir unsere Lieferperformance steigern.“

Zwei neue Zentralläger für die weltweite Lieferung

Parallel zur IT-Umstellung nahm Schwalbe seine beiden Zentralläger in Indonesien und Vietnam in Betrieb, zuvor hatten diese bereits als Läger für die Asien-Pazifik-Region gedient. „Zentralläger, das bedeutet, dass die Waren direkt von dort weltweit ausgeliefert werden“, erklärt André Bösinghaus. „In diesen Lägern findet der Vorstau statt. Sie dienen als Nachschub für alle anderen Läger.“ Zeitgleich erweiterte Schwalbe in seinen Lägern weltweit massiv die Kapazitäten von 26.200 Paletten-Plätzen auf heute 44.000, eine Steigerung um

Warum werden Schwalbe-Reifen in Asien produziert?

Bohle, 1922 als Exportfirma für Fahrradteile nach Asien gegründet, wandelte sich Anfang der 70er Jahre zum Importunternehmen. Seit 1973 ist das koreanische Familienunternehmen Hung-A der Produktionspartner der Ralf Bohle GmbH. Aus dessen Marke „Swallow“ wurde Schwalbe. 1992 verlagerte Hung-A die Produktion von Korea nach Indonesien und nahm 2015 ein zweites Schwalbe-Werk in Vietnam in Betrieb. Beide Unternehmen verbindet nicht nur ein Joint Venture – sondern auch eine mehr als 45 Jahre dauernde Freundschaft, die in der Branche ihresgleichen sucht!



Weltweite Logistik: 3.500 Artikel liefert Schwalbe in 69 Länder. Mehr als 100 Container mit Schwalbe-Reifen sind ständig auf Schiff, LKW oder Schiene unterwegs – von der Produktion in die Zentralläger in Asien, zur Zentrale in Reichshof-Wehnrath oder zu den drei der fünf Tochterunternehmen, die eigene Läger unterhalten: Schwalbe Nederland, Schwalbe UK und Schwalbe North America.

rund 70 Prozent in nur vier Jahren! Damit sämtliche Potenziale der neuen Lagerstruktur genutzt werden können, wurde zusätzlich ein neues System mit der Bezeichnung „Masterbarcode“ installiert (siehe Kasten rechts).

Weltweite Lieferungen in 69 Länder – was bedeutet das eigentlich in der Praxis? Bösinghaus: „Jedes Detail muss akribisch recherchiert und berücksichtigt werden – etwa politische Systeme, Zollbestimmungen, Infrastruktur, Klima, Kulturkreise oder Sprachen. Das geht nur mit zahlreichen kompetenten Partnern in der ganzen Welt, zum Beispiel internationale Logistikfirmen oder Reederei-Agenturen, die sicherstellen, dass wir immer die benötigten Kapazitäten auf den Containerschiffen bekommen.“ Zudem verlagert Schwalbe immer mehr Transporte auf die Schiene. Zwei der größten deutschen Kunden werden bereits mit der Bahn beliefert, weitere werden folgen. So wird die Reise der Reifen kontinuierlich umweltfreundlicher.

Schwalbe Tire Tracker

2019 folgt ein weiterer Meilenstein: Der „Schwalbe Tire Tracker“ läuft an, ein bislang einzigartiger Service im Reifenmarkt. Bei allen Sendungen, die von Asien oder von Reichshof aus direkt an Großhändler, OEM oder Einzelhändler gehen, kann der Kunde sehen, wo sich die Ware befindet und wann sie geliefert wird.

André Bösinghaus fasst zusammen: „Primäres Ziel unserer Logistik-Weiterentwicklungen ist die Transparenz für die Kunden. Für sie geht es neben der Qualität um die zeitnahe Verfügbarkeit und eine gute Lieferperformance. Dazu gehört auch, dass wir uns mit der Logistik der Kunden eng verzahnen, um genau die Waren auf Lager zu haben, die unsere Kunden brauchen.“

Neues Masterbarcode-System

Alle Reifen werden mit einem „Single Barcode“, der alle produktionsbedingten Daten enthält, erfasst. Beim Verpacken der Reifen zu Gebinden bündelt man die Einzelbarcodes in einem „Masterbarcode“. Dieser garantiert eine individuelle Nachverfolgbarkeit im Sinne des Qualitätsmanagements jedes einzelnen Reifens.

Schwalbe Airless System nimmt

Mit viel Schwung rollt das Schwalbe Airless System in die Verkaufssaison: Attraktive Werbemittel und eine Medienkampagne ziehen die Verbraucher ins Fachgeschäft. Die neue Online-Händlersuche weist den Weg zu den mehr als 500 zertifizierten Fachhändlern.

Nie wieder pumpen: Diese Botschaft transportiert Schwalbe über Anzeigen in führenden Medien einer breiten Öffentlichkeit.

„Kein Schlauch, keine Platten, keine Wartung", so bringt Marc Möllmann die Vorteile des Systems auf den Punkt. Der Fachhändler aus Lünen stattet unter anderem Betriebsfahrräder für die örtlichen Kupferwerke und seine Leihradflotte mit Airless-Reifen aus. Das überzeugt Verbraucher wie gewerbliche Kunden: Sie profitieren von einer wartungsfreien Lebensdauer bis zu 10.000 Kilometern.

Marcus Schnieders von Fahrrad Helmig in Hörstel sieht die Vorteile vor allem für E-Bike-Fahrer und Verbraucher, die einen Reifen haben wollen, der einfach nur funktioniert. „Der Reifen fährt sich zwar etwas anders, aber bei der Erstinspektion hatten sich alle Kunden daran gewöhnt und waren zufrieden."

Auch Patrick Prinz, Fahrradcenter Prinz, Leverkusen, stellt die Rundum-sorglos-Qualitäten in den Vordergrund: „Ich empfehle das System nicht den Profis, sondern denjenigen, die einfach nie mehr pumpen oder flicken möchten."

Airless System: Exklusiv im Fachhandel

Statt auf einem Luftschlauch rollt der Airless Reifen (Größe 40-622) auf einem Airless Tube aus hochelastischem, thermoplastischem Polyurethan – mit einem Fahrgefühl, das dem eines mit 3,5 Bar aufgepumpten Luftreifens entspricht. Ähnlich wie Autoreifen wird das Airless System ausschließlich in zertifizierten Fachwerkstätten montiert. „Das dreiteilige Airless System kann nur mit einer speziellen Maschine montiert werden. Nach einer Schulung, die wir ausschließlich dem Fachhandel anbieten, erhält der Händler das Zertifikat – und damit die Berechtigung, das Airless System zu montieren und zu verkaufen", erläutert Johannes Binner vom Schwalbe Marketing.

Zum Saisonstart rollt Schwalbe eine Werbekampagne in führenden Publikumsmedien aus und macht so einer breiten Öffentlichkeit den neuen Service unter dem Motto „Nie wieder pumpen" bekannt. Darüber hinaus können Fachhändler mit Kundenstopper, Display und Türsticker für das wartungsfreie Radfahren werben.

Auch die exklusive Online-Suche nach zertifizierten Airless-Händlern auf der Schwalbe-Homepage weist Verbrauchern den Weg in den Fachhandel. Johannes Binner: „Mit diesem

Zielgruppen Schwalbe Airless System

Wer fährt gut damit

- ✔ Alltagsradler und Berufspendler
- ✔ E-Biker mit Pedelecs bis 25 km/h
- ✔ Ausflugsradler auf Kurzstrecken
- ✔ Gelegenheitsfahrer
- ✔ Verleihrad-Anbieter

und wer nicht?

- – Performance-orientierte Fahrer
- – Fahrer mit einem Körpergewicht über 95 Kilogramm
- – Langstreckenfahrer und Radreisende

Fahrt auf

Hat den Dreh raus: Michael Schmidt-Jordan (rechts), Zweiradmechanikermeister bei Burckhardt in Hannover, montiert das Schwalbe Airless System. Stephan Gallinat-Leeder, Schwalbe Außendienst, leitete die Zertifizierung.

innovativen Service kann sich der Händler vom Wettbewerb absetzen und seinen Kunden völlig neue Angebote machen."

Händlersuche:
www.schwalbe.com/haendlersuche
Website:
www.schwalbe.com/airless-system

Kundenstopper: Der Hingucker vor dem Fachgeschäft.

Das Schwalbe-Team der IFMA 1976 (v. l.): Bernd Hopp, Andrea Bohle (heute Jahn), Norbert Bohle, Mr. Lese, Technical Director Hung-A, Susanne Drenks, Hermann Marx, Frank Bohle, Hyo-Tek Jung, Chairman Hung-A, Karl-Heinz Gsänger, Dietrich Sting, Ralf Bohle, Klaus Jurk.

Alles Gute, Bernd Hopp!

Von nächtlichen Telex-Sessions bis zur weltumspannenden digitalen Logistik erlebte Vertriebsleiter Bernd Hopp fünf ereignisreiche Jahrzehnte bei Schwalbe. Jetzt verabschiedete sich Schwalbes dienstältester Mitarbeiter in den Ruhestand.

Als Bernd Hopp am 1.8.76 als erster Lehrling der Schwalbe-Ära bei Bohle anfing, herrschte dort eine einzigartige Aufbruchstimmung. Die Ralf Bohle GmbH hatte drei Jahre zuvor begonnen, Reifen der Marke Swallow, später Schwalbe, aus Korea zu importieren. „Die Firma war im Keller des Wohnhauses der Familie Bohle in Bergneustadt untergebracht und hatte mit mir fünf Mitarbeiter. Morgens habe ich in unserem Lager in Pernze mit dem Lagermeister Überseecontainer ausgeladen, dann ging es ins Büro, wo die Daten der neu eingetroffenen Reifen und Schläuche in Karteikarten eingetragen wurden. An der Pinnwand hingen die Namen der Containerschiffe, die die Reifen von Korea nach Hamburg brachten. Um den 20. jedes Monats haben wir nachts stundenlang per Telex unsere Bestellungen übermittelt."

Bernd Hopp

Es folgten Jahre stetigen Wachstums, 1976 zog die Familie Bohle in ein neues Haus nebenan und das alte Gebäude wurde zur Firmenzentrale. Kunden wie Kalkhoff und Kynast sicherten erste Großaufträge auch auf Fahrradhersteller-Seite. Und dann rollte auch schon 1983 der erste Marathon-Prototyp auf seiner Testfahrt um die Welt, um auf der IFMA 1985 als erster hochwertiger Alltags-Fahrradreifen überhaupt vorgestellt zu werden. „Ralf Bohle hatte Bedenken, der Reifen sei mit einem Preis um die 20 Mark zu exklusiv", berichtet Hopp. „Doch es stellte sich heraus, dass ihn vor allem Studenten kauften, weil er so lange hielt." Der Marathon, die BMX- und später die MTB-Welle waren die großen Wachstumstreiber dieser Zeit.

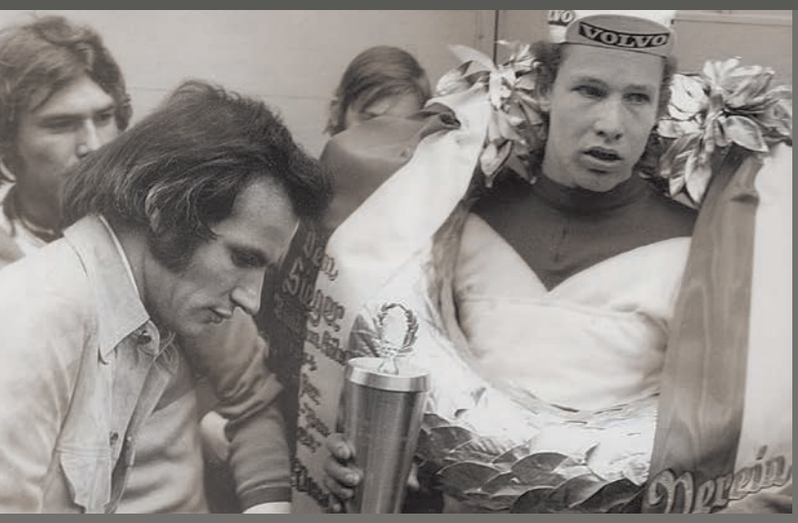
Bernd Hopp betreute ab 1990 den Großhandel, als es in Deutschland noch über 70 Grossisten gab. „Doch in den folgenden Jahren meldeten leider viele Großhändler – oft nach großen Jubiläen – Insolvenz an, sodass wir Jubiläumseinladungen mit sehr gemischten Gefühlen zugesagt haben", erinnert sich Bernd Hopp an bewegte Zeiten.

Schwalbe schuf in den 90ern neue Strukturen, um weiter zu wachsen: Die direkte Einzelhandelsbetreuung durch den Außendienst, die Gründung der fünf internationalen Tochterfirmen und 1995 der Umzug nach Reichshof. „Die großzügig ausgelegte Zentrale und die vier gigantischen Lagerhallen kamen mir geradezu unwirklich vor", erinnert sich Bernd Hopp. Jetzt sind auch diese Gebäude zu klein, und der Neubau wird 2020 fertiggestellt sein.

Bernd Hopp drängt sich nicht in den Vordergrund, er ist ein besonnener Geschäftsmann der alten Schule. Seinen größten Verdienst sieht er darin, zu seinen Geschäftspartnern ein jahrzehntelanges vertrauensvolles Verhältnis aufgebaut zu haben. „Nur wenn es unseren Kunden gut geht, geht es auch uns gut. Obwohl wir fast jedes Jahr gewachsen sind, haben wir das nie aus dem Blick verloren." Während im Markt oft mit harten Bandagen gekämpft wurde, begegnete man sich persönlich mit Respekt, ob Kunden, Lieferanten oder Wettbewerber. „Hätte Ralf Bohle nicht einfach Bananen importieren können!", vertraute ihm einmal ein Kollege von der Konkurrenz an.

„Mit Schwalbe bin ich länger verheiratet als mit meiner Frau", sagt der 62-jährige Vater von drei Söhnen und einer Tochter im Alter von 19 bis 40 Jahren. Nun freue er sich sehr darauf, die Zeit mit der Familie und den Freunden zu verbringen.

5. – 7.4.2019 E-Bike-Festival Dortmund
27. – 28.4.2019 Velo Berlin
3. – 5.5.2019 Bike Festival Riva del Garda



Artur Tabat 1974 mit Rund um Köln-Sieger Didi Thurau (Foto links) und 2018 am Siegertreppchen neben Kölns Oberbürgermeisterin Henriette Reker (2. v. l.) mit Erik Zabel (r.) und Frank Bohle (2. v. r.). Schwalbe ist langjähriger Premiumsponsor des Radklassikers „vor der eigenen Haustür".

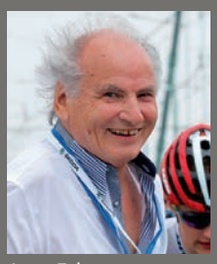
Fotos: Roth (2), Artur Tabat (l.)

Abschied von „Mister Rund um Köln"

45 Jahre lang organisierte Artur Tabat das älteste deutsche Profi-Rennen Rund um Köln. Ohne sein außergewöhnliches ehrenamtliches Engagement würde es dieses Rennen, das im Juni zum 103. Mal ausgetragen wird, wohl nicht mehr geben.

Es waren intensive Höhen und Tiefen, die der rheinische Radklassiker in den vergangenen Jahrzehnten erlebte. Glanzvolle Siege großer Radsporthelden und finanzielle Schwierigkeiten folgten unmittelbar aufeinander, und so manches Mal stand das Radsportfest, das rund eine Million Menschen an die Strecke lockt, vor dem Aus. „Doch wir haben es immer geschafft, 45 Jahre lang die Fahne hochzuhalten", sagt Artur Tabat. Seit 1908 wird das Rennen vom Verein Cölner Straßenfahrer 08 e. V. organisiert, dessen Vorsitzender Tabat ist. Von den 30er bis 80er Jahren wurde es meist als Amateur-Rennen ausgetragen, so auch 1973, als Tabat die Organisation übernahm. „Wir machten anfangs oft Minus, und ich schoss privates Geld nach." 1990 gelang die Rückkehr in den Profisport, und Rund um Köln fuhr in die Erfolgsspur – mit Live-Übertragungen im Fernsehen, berühmt Siegern, dem legendären Telekom-Team und großem Sport.

Doch auch an diesem Rennen ging die Doping-Debatte nicht spurlos vorbei. Sponsoren und das Fernsehen sprangen ab, 2008 wurde die Finanzierung erst in letzter Minute – vor allem durch Schwalbe als Premiumsponsor – gesichert. Und dann wurde es aufgrund heftiger Schneefälle am Veranstaltungstag abgesagt. Aber auch diesen Tiefpunkt überstand der Radklassiker. Dieses Jahr sind wieder rund 150 Profis und 4.000 Jedermänner am Start, unterstützt von 1.200 Helfern, 1.800 Sicherungsposten und Hunderttausenden Zuschauern.



Artur Tabat

Bei der 103. Auflage am 2. Juni wird Artur Tabat etwas entspannter sein, Ende 2018 hat er die Verantwortung an seine langjährige „rechte Hand" Alexander Donike übergeben. Setzt er sich dann zur Ruhe? „Nein", sagt der 76-Jährige. „Ich trage mit dem Verein Cölner Straßenfahrer die wirtschaftliche Verantwortung. Zudem führe ich noch meine Autowerkstatt mit neun Mitarbeitern und kümmere mich um das Kölner Radrennen Rund um die Eigelsteintorburg. Dies habe ich 1976 mit einem Vereinskameraden gegründet, um das finanziell schwache Rund um Köln zu unterstützen. Von Ruhe kann also keine Rede sein, aber ich hoffe, dass ich Rund um Köln nun besser genießen kann."

German Design Award für Addix-Kampagne

Addix gewinnt. Nicht nur auf den Trails, sondern auch mit der Kommunikationslinie. Im Februar wurde die Kampagne mit dem „Special Mention" in der Kategorie „Integrated Campaigns and Advertising" des German Design Awards ausgezeichnet. Die Kampagne der Agentur fellowz überzeugte die Jury mit ihrem digitalen Schwerpunkt und dem durchgängigen Design-Konzept. „Wenn eine außergewöhnliche Idee umgesetzt wird und die Kampagne dann wie bei Addix sehr gut läuft, ist eine Auszeichnung die Krönung!", sagt fellowz-Geschäftsführer Gregor Strathmann. Der German Design Award ist der internationale Preis des Rat für Formgebung und zählt zu den anerkanntesten Design-Wettbewerben weltweit.

GERMAN DESIGN AWARD SPECIAL 2019