

# RadMarkt

Dezember

12/92

## INCL. NASENLÄNGE VORAUSS

MODERNSTE TECHNOLOGIE

TOP QUALITÄT

TRANSPLANT  
SYSTEM

97% FAHRBEREIT

OHNE VERPACKUNG

QUALITÄTS-MONTAGE  
IN DEUTSCHLAND

BELEGEXEMPLAR

S 38

AKTUELLER KATALOG  
TEL: 06327/1635

**HOPP**  
*bicycles*

EINFACH MEISTERHAFT

G. Franz HOPP GmbH • 6730 Neustadt 22 • Böbinger Straße 9 • Tel 06327/1635 (Frau Willem)

Warenwirtschaft:  
DOS und UNIX –  
zwei Wege –  
ein Ziel

Junginger:  
Zeichen für  
die Zukunft  
gesetzt

Interview:  
MDF mit  
neuem  
Konzept

Detlev Heisinger:

## „Ich fühle mich mit dem Unternehmen verwachsen“

Lange Zeit sah es so aus, als ob die Mitteldeutschen Fahrradwerke nicht zu privatisieren wären. Mittlerweile hat eine Hamburger Investorengruppe den Zuschlag erhalten. Der Geschäftsführer Detlev Heisinger erläuterte dem RadMarkt die derzeitige Situation in Sangerhausen und sprach über zukünftige Pläne des Unternehmens. Das Interview führte Bernd Meierrieks.

**RM:** Herr Heisinger, Sie sind Geschäftsführer der Mitteldeutschen Fahrradwerke. Seit wann, und wie kam es dazu?

nehmersberatung. In dieser Eigenschaft habe ich über längere Zeit in den neuen Bundesländern, vor allem in Sachsen und Thüringen, gearbeitet und verschiedenste Unternehmen in der Betriebsführung beraten. Nachdem ich mich bereits aus dem Osten Deutschlands wieder zurückgezogen hatte, wurde ich angesprochen, ob ich nicht wieder eine interessante Aufgabe übernehmen wolle. Nach mehreren Gesprächen mit der Treuhand kristallisierten sich die Mitteldeutschen Fahrradwerke heraus. Nach intensiver Beschäftigung mit diesem Unternehmen erachtete ich die Aufgabe in Sangerhausen als sehr interessant und herausfordernd. Seit dem 1.6.1992 bin ich dort Geschäftsführer.



Zunächst ist diese Tätigkeit auf drei Monate beschränkt gewesen, aber nach einem nochmaligen Gespräch mit der Treuhand und den Gesellschaftern kamen wir gemeinsam zu dem Schluß, daß wir weitermachen wollten. Heute fühle ich mich mit dem Unternehmen verwachsen.

**RM:** Wie sieht denn die derzeitige Führungs- und Eigentümerstruktur aus?

**Heisinger:** Das Unternehmen ist privatisiert. Erworben hat es eine Hamburger Investorengruppe. Sprecher ist Rechtsanwalt Frank Moerchen.

**RM:** Ist damit der Prozeß der Privatisierung abgeschlossen?

**Heisinger:** Ja, so ist es. Zur

Führungsstruktur ist noch folgendes zu sagen: Heute bilden drei Leute die Geschäftsführung. Da ist zunächst einmal Herr Dr. Köpf, zuständig für Einkauf und Administration. Herr Paulus ist verantwortlich für die Produktion und ich bin für die Markteinführung und -platzierung zuständig, das heißt der gesamte Bereich Marketing und Vertrieb. Auf Sicht, denke ich mal, werden zwei Geschäftsführer für das gesamte Unternehmen ausreichen. Auf jeden Fall werde ich den Mitteldeutschen Fahrradwerken treu bleiben, solange es Geschäftsführung und Unternehmen wünschen.

**RM:** Können Sie etwas darüber sagen, welche Sum-

me an die Treuhand bezahlt worden ist und welche Bedingungen an den Verkauf geknüpft waren?

**Heisinger:** Nein, ich kann Ihnen dazu nichts sagen. Das ist ausschließlich Sache der Gesellschafter.

**RM:** Wie sieht im Moment die ökonomische Lage der MDF aus und welche Politik hinsichtlich Segment, Programm und Vertrieb wollen Sie einschlagen?

**Heisinger:** Die momentane ökonomische Situation sieht sicher nicht rosig aus. Wir arbeiten auch zeitweise kurz und werden, um unser Konzept realisieren zu können, Entlassungen vornehmen müssen. Das aber ist nicht allein ein Problem der Zweiradbranche. Solche Einschnitte müssen bei allen Unternehmen in der ehemaligen DDR vorgenommen werden. Wir haben derzeit 230 Mitarbeiter und müssen auf etwa 170 bis 180 reduzieren.

langerfristig für die MDF gesetzt? Wo wollen Sie hin?

**Heisinger:** Ich gehe davon aus, daß die Mitteldeutschen Fahrradwerke den ostdeutschen Markt eigentlich schon ganz ordentlich beachert haben. Die Marke Askania ist relativ bekannt. Sträflich vernachlässigt wurde der westdeutsche Markt. Die paar Händler, die uns führen, sind kaum der Rede wert. Das muß und wird sich 1993 grundsätzlich ändern. Auf der IFMA haben wir ja unserer Produktlinie Cyco Bike präsentiert. Das war zumindest ein Achtungserfolg, auf dem wir aufbauen können. Ich denke, damit haben wir ein interessantes Angebot ausschließlich für den Fachhandel.

**RM:** In welchen Preisre-

gionen wollen Sie sich denn ansiedeln?

**Heisinger:** Für unsere preiswerte Marke Askania liegt sicher eine Obergrenze etwa bei 600 DM. Darüber können wir in den neuen Bundesländern heute kaum Fahrräder verkaufen. Der gesamte Spielraum bei Askania wird so ungefähr zwischen 400 und 1000 DM liegen. Unsere höherwertige Linie Cyco Bike siedeln wir so etwa zwischen 800 bis 3.000 DM an. Die Fahrräder der Spitzenpreise sind sicher nicht unsere Umsatzträger, aber wir zeigen damit, daß wir auch so etwas können. Das ist einfach wichtig fürs Image.

**RM:** Wie sieht denn Ihre Vertriebspolitik aus?

**Heisinger:** Unsere Vertriebspolitik sehe ich eigentlich auf drei Beinen. In bestimmten Bereichen den Großhandel, der mit Sicherheit noch eine ernstzunehmende Funktion hat und der uns auch Kosten sparen hilft. Zum Zweiten sind es in einer eng begrenzten Zahl auch Großabnehmer. Ich möchte unser mittelständisches Unternehmen auf gar keinen Fall zum Beispiel von einem Großabnehmer abhängig sehen. Das ist zu riskant. Das dritte Standbein, das man unbedingt haben muß, ist der Fachhandel.



Das gilt insbesondere für die westlichen Bundesländer, weil wir dort so gut wie noch nicht präsent sind. Wir wollen damit zeigen, daß sich die Mitteldeutschen Fahrradwerke vor anderen deutschen und auch ausländischen Anbietern nicht zu verstecken brauchen.

**RM:** Da geben Sie ein gutes Stichwort. Der Wettbewerb von Fahrradfirmen aus den neuen Ländern trifft ja hierzulande nicht nur auf Gegenliebe. Von unechten Subventionen ist die Rede. Wie gehen Sie damit um?

**Heisinger:** Von keiner Mark, die bei uns in irgend einer Form an Zuwendungen geflossen ist, hat ein einziger Pfennig Auswirkungen auf unsere Preise. Die Zuwendungen, die wir erhielten, waren sämtlich zweckgebunden zur Sanierung der MDF und zur Finanzierung der Sozialpläne. Zweck war ausschließlich, ein wettbewerbsfähiges Unternehmen zu schaffen. Mit den Preisen orientieren wir uns am Markt. Wir brauchten natürlich Unterstützung, weil wir

Schwierigkeiten zu kämpfen hatten. Es gibt wohl kein Unternehmen in Westdeutschland, das mit solch einem Überhang an Mitarbeitern zu kämpfen hatte wie wir. Ein großer Teil der Subventionen ist daher zur Finanzierung von Sozialplänen gezahlt worden. Mit den Preisen hat das überhaupt nichts zu tun. Die sind marktgerecht.

**RM:** Marktgerecht ist natürlich ein sehr dehnbarer Begriff. Da geht es manchmal um 20 DM pro Rad. Das kann für den Zuschlag schon entscheidend sein.

**Heisinger:** Das ist richtig. Ich kann Ihnen sogar ein Beispiel erzählen. Wir hatten kürzlich eine Anfrage über die Lieferung von 8.000 Rädern mit einem vorgegebenen Preis von 198,80 DM,

„Nach Abschluß aller Modernisierungsarbeiten wird MDF zu den leistungsfähigen Betrieben in Deutschland gehören. Auf der Vertriebsseite werden wir uns intensiv um den Fachhandel kümmern.“

glaube ich. Die Größenordnung war sicher interessant für uns. Aber nachdem wir hin- und hergerechnet haben, sind wir schließlich von dem Auftrag zurückgetreten, weil es sich für uns nicht gerechnet hat. Die Mifa wäre vor einiger Zeit noch darauf eingestiegen und hätte bei jedem Rad draufgezahlt. In Zukunft wird es so etwas bei uns nicht mehr geben.

**RM:** Herr Heisinger, ich konfrontiere Sie jetzt einmal mit einem Ausspruch, den Wolfgang Schlüter, Geschäftsführer der Derby Cycle Werke Cloppenburg über die Mitteldeutschen Fahrradwerke getan hat. Er sagte: „Was dort geschieht, erfüllt den Tatbestand der Konkursverschleppung.“ Was sagen Sie dazu?

**Heisinger:** Ich kenne Herrn Schlüter leider nicht persönlich, habe aber das Interview mit ihm im RadMarkt gele-



„Ich fühle mich mittlerweile mit den Mitteldeutschen Fahrradwerken verwachsen.“

sen. Er hat in vielen Dingen recht, was die Fahrradbranche anbetrifft und ich schätze die Art, seine Meinung auch offen zu äußern. Den von Ihnen zitierten Spruch möchte ich jetzt nicht kommentieren, denn zu der Zeit 1991 war ich noch nicht bei MDF und kann die Situation, auf die der Ausspruch gemünzt war, nicht beurteilen. Würde Herr Schlüter zur jetzigen Zeit so etwas wiederholen, würde ich es für Verleumdung halten.



„Von den Zuwendungen, die wir erhalten haben, ist kein Pfennig in unserer Preisgestaltung geflossen. Die ist absolut marktgerecht.“

RM: Fast alle deutschen Fahrradhersteller haben derzeit mit Umsatzrückgängen zu kämpfen. Wie wollen Sie da MDF nach vorn bringen?

Heisinger: Nach Abschluß aller Modernisierungsarbeiten wird die MDF auf der Produktionsseite zu den leistungsfähigen Werken gehören. Im Bereich Marketing und Vertrieb haben wir ebenfalls einige Ideen. So wollen wir zum Beispiel aggressiv an den Fachhandel gehen. Nicht preisaggressiv, sondern durch intensive Kundenpflege und schnelle Lieferung in hoher Qualität. Wir versuchen durch ein neues Verpackungskonzept den Handel zu motivieren, damit er von der Problematik der Pappenentsorgung entlastet wird. Auf der Vertriebsseite haben wir jetzt bereits drei große Gebiete abgedeckt. Das ist einmal Bayern, dann Baden Württemberg und

„Es gibt wohl kein Fahrradunternehmen in Westdeutschland, das mit einem solchen Überhang an Mitarbeitern zu kämpfen hat wie wir.“



schließlich Nordrhein-Westfalen. Diese Gebiete werden von unseren Außendienstmitarbeitern betreut. Das ist zwar noch nicht ganz West-

deutschland, aber es ist ja auch nicht einfach, qualifizierte und engagierte Leute zu bekommen. Wir suchen für die Postleitzahlgebiete 2

und 3 noch Mitarbeiter. Ich denke, für 1993 und 1994 haben wir dann eine leistungsfähige Außendienstmannschaft zusammen.

RM: Zuletzt Herr Heisinger, sind Sie ein optimistischer Mensch?

Heisinger: Mein Sternzeichen ist Schütze, und wenn Sie sich darunter etwas vorstellen können, hätten Sie mir diese Frage nicht zu stellen brauchen. Schützen sind von ihrer Grundeinstellung immer optimistisch und deswegen bin ich es auch. Für mich gibt es selten ein Zurück, sondern ich schaue immer nach vorn.

RM: Herr Heisinger, ich bedanke mich für das Gespräch.

ZWEIRAD +  
SPORT GMBH

CYCLEUROPE

*CYCLEUROPE die  
besten Menschen  
die gute Zusammen  
ein gutes und erfolg*



CYCLEUROPE Zweirad + Sport GmbH

FACH-INFO FAHRRAD & MOTORRAD

# ZWEIRAD

M · A · G · A · Z · I · N

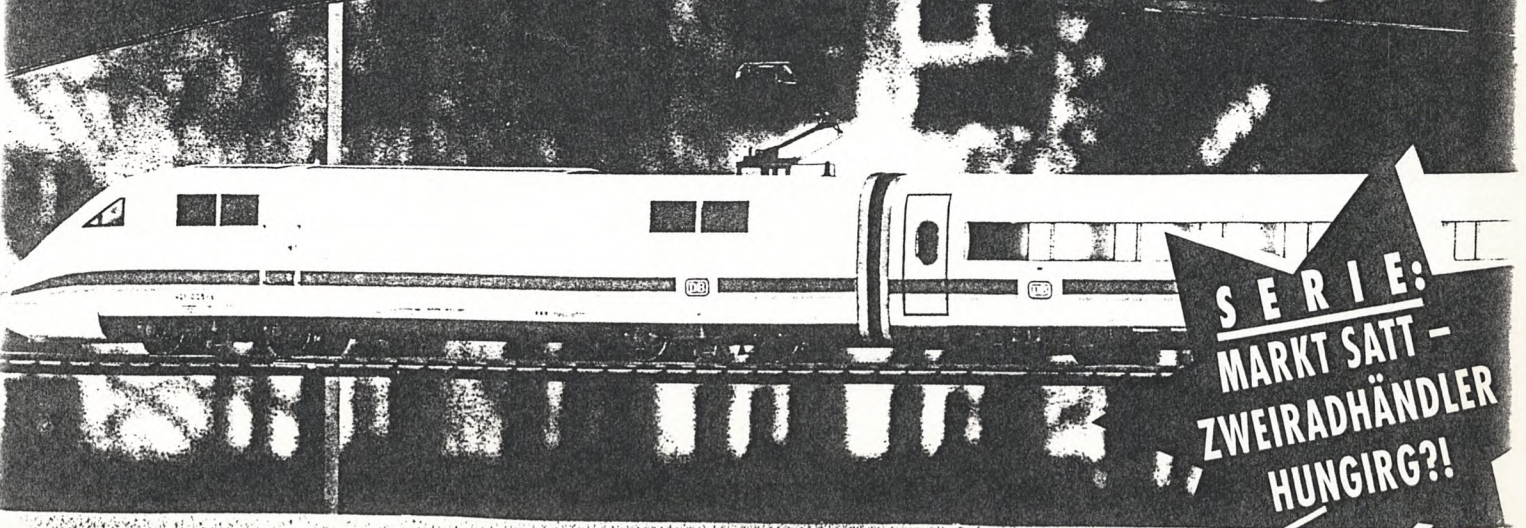
12/Dez.  
1992

FRITZ RADI &  
die COLLI-BIKE  
GESCHICHTE:  
VERPACKUNG,



MESSE:  
ERSTE PRAGER  
FAHRRAD-SHOW

K.-P. THALER  
IM INTERVIEW:  
KLEIDER MACHEN  
RADLER



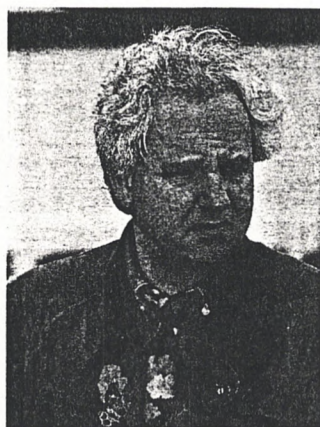
SERIE:  
MARKT SATT -  
ZWEIRADHÄNDLER  
HUNGRIG?!

## Fragen an MDF-Sanierer Detlev Heisinger:

# M „METHODISCHES D = DUMPING DANK F FISKUS“?!

Reine Provokation, diese Überschrift. Motzki-Deutsch. Aber so und nicht anders sehen viele Wessi-Mitbewerber auf dem immer enger werdenden Fahrrad-Markt die Aktivitäten der ehemaligen Mifa-Werker zu Sangerhausen: Da ist von Treuhand-Subventionen in vielfacher Millionenhöhe die Rede, von Sozial-Dumping - und von den so möglich werdenden sagenhaften Angeboten, mit denen MDF die mühsam gehaltene (?) Preisfront der Branche schamlos unterlaufe; geradezu euphorische Test-Berichte wie jener über ein aufsehenerregendes MDF-Ringeläübchen in Rennrad-Gestalt („tour“ 4/93) mögen da nur als Beispiel dienen.

Es stimmt ja: Fahrradhersteller haben es heute alles andere als leicht. Auf einem rezessiven Markt verstopfen Restbestände allerorten die „Abflußkanäle“ für neue Ware; die durch Anti-Dumping-Maßnahmen gerade halbwegs gebannte Fernost-Import-Gefahr geht nahtlos über in eine mörderische Osteuropa-Konkurrenz mit Lohnzwergen aus Polen und der Tschechischen Republik; dazu kommt das Diktat der immer neuen Komponenten-Gruppen - das 1994 erstmals massiv auch Einfluß auf den Rahmenbau zu nehmen droht.



Detlev Heisinger

Verständlich irgendwie, daß man die neudeutschen Kollegen da nicht eben offenherzig und erfreut begrüßt auf unserem Markt. Verzeihlich, daß man ihre Aktivitäten - speziell wenn sie zu eigenen Lasten gehen könnten - mit Argwohn belauert. Geboten freilich ist auch Verständnis für die ganz eigenen Sachzwänge, denen die ostdeutschen Fahrrad-Macher unterliegen.

Um dieses herzustellen, um ein bißchen mehr Fairne? in der Auseinandersetzung zu ermöglichen, sprachen wir mit Detlev Heisinger, der vor allem für den innovativen Schwung verantwortlich zeichnet, mit dem die Mifa von einst seit der IFMA '92 von sich reden macht.

**ZM: Herr Heisinger, bitte geben Sie uns zunächst ein paar Eckdaten zu Ihrer Person.**

**A:** Ich bin am 29.11.1952 in Hannover geboren, lebte und studierte später zwölf Jahre in Berlin. Mein beruflicher Werdegang führt vom Konsumgüter-Marketing hin zur Berater-tätigkeit für Industrieunternehmen, was ich nun seit drei Jahren betreibe.

**ZM: Wie kommen Sie da aufs Fahrrad? Und wie zu MDF?**

**A:** Ich hatte schon vorher viel in den neuen Bundesländern zu tun gehabt - und eigentlich den Plan, mich mit einem guten Partner und früheren Kommilitonen selbst an einem Unternehmen zu beteiligen. So bekamen wir Kontakt zur Treuhand, wurden weitergereicht - und landeten schließlich bei der Treuhand Halle. Denen lagen die Mitteldeutschen Fahrradwerke am Herzen, und die Sache hörte sich interessant an... Natürlich kam angesichts der Betriebsgröße allenfalls eine Beratung in Frage.

**ZM: Wann war das? Und wie sah MDF damals aus?**

**A:** Ich fing ziemlich genau vor einem Jahr an: April-Mai '92. MDF war damals noch immer ein Riesen-Koloß mit, glaube ich, über 600 Beschäftigten -

nur für die Fahrrad-Produktion! Zu DDR-Zeiten hat es hier sogar über 1.400 Mitarbeiter gegeben, die dann - mit enormer Fertigungstiefe natürlich - bis zu 480.000 Fahrräder jährlich bauten...

**ZM: Wieviele Leute würde man für diese Menge denn heute in einer modernen westdeutschen Fertigung einsetzen?**

**A:** Ein montierender Betrieb kalkuliert wohl mit etwa 1.000 Rädern, die pro Beschäftigtem vom Band laufen müssen; kommt der Rahmenbau dazu, veranschlagt man 1,5 Arbeiter pro 1.000 Fahrräder. Mit anderen Worten: Die Mifa hätte nach unseren Maßstäben jährlich 720.000 Fahrräder produzieren müssen!

**ZM: Also hatte die Mifa zu DDR-Zeiten fast doppelt so viele Gehälter zu zahlen wie marktwirtschaftlich vertretbar. Entsprechend desolat war wohl die technische Ausstattung des Werkes...**

**A:** Wie gesagt, ich kenne die Mifa nicht seit '90, und bis zu meinem Antritt war schon so einiges passiert in Sachen Renovierung. Noch aus Vor-Wendezeiten aber existierte dort bereits eine relativ moderne Eisenmann-Lackieranlage sowie etliche andere Maschi-

nen mit modernem Standard. Dann wiederum gab es eine Halle, in der die ganzen Alt-Maschinen gelagert waren. Tolle Sachen dabei, Maschinen von 1920 und so...

Na ja, die Treuhand Halle suchte jedenfalls kurzfristig und mit befristetem Auftrag zwei Manager, die die Fabrik wieder flottmachen sollten. Die fanden sie in Person des Herrn Krämer von der Schweizer Beratungsgesellschaft ICME - und mich fragte man, ob ich nicht Marketing und Vertrieb machen wollte.

Wie das so ist, wenn man frisch in ein Unternehmen kommt: Man steht vor dem Nichts. Man kennt die internen Strukturen nicht, oft nicht einmal den speziellen Markt. Man muß sich

da reinarbeiten. Und da haben wir dann bald festgestellt, daß seit der Wende eine ganze Reihe von Beratern bei der Mifa tätig gewesen waren; alle aber immer nur vorübergehend.

Unser Engagement sollte drei Monate dauern. Aber nach sechs Wochen haben wir uns dann mit den Treuhand-Leuten zusammengesetzt und klargestellt, daß man auf solcher Basis keine Firma sanieren kann. Der Vertrag wurde daraufhin verlängert.

Der Herr Krämer schied später trotzdem aus, während ich blieb und einen neuen Kollegen an die Seite bekam, der nun für die gesamte Administration verantwortlich ist: Controlling, Finanzen etc..



**ZM: Was hatte sich die Treuhand denn erhofft? Was soll mit der Mifa denn nun passieren?**

**A:** Dieser Betrieb soll komplett saniert werden - die ganz große Lösung. Dazu gehört wesentlich der weitgehende Erhalt von Arbeitsplätzen sowie das Ziel, in den neuen Bundesländern einen Betrieb auf Wettbewerbsfähigkeit zu trimmen.

Die MDF sitzt ja heute noch auf einem Gelände von rund 70.000 qm - was aber nun sukzessive auf 18.000 qm reduziert werden soll; daran arbeiten wir. Ziel ist die Zusammenlegung von Produktion und Montage in einer der großen Hallen auf dem Gelände. Die bietet alle Möglichkeiten dazu, weil sie erst knapp zehn Jahre alt ist: ein neues Hochregal-Lager, komplett sanierter Boden - eine sehr schöne Halle.

Stand heute ist, daß man versucht, das Unternehmen zu privatisieren. Das ist in der Branche bekannt, und es gibt meines Wissens nach auch einige Interessenten dafür. Wie aber der aktuelle Verhandlungsstand ist, weiß ich auch nicht.

**ZM: Darauf haben Sie auch keinen Einfluß?**

**A:** Nein. Ich bin eben nicht Eigentü-

mer. Ich mache für die Treuhand das Operative. Das Geschäft. Die Treuhand ist mein Gesellschafter - denn seit 1.4.93 sind wir wieder Treuhand-Betrieb...

**ZM: ...und vorher?!**

**A:** Vorher war MDF im Prinzip schon privatisiert, aber dann klappte es nicht mit der Über- eignung des Unternehmens - doch darüber weiß ich auch keine Details.

**ZM: Und wer da einsteigen wollte, wissen Sie das?**

**A:** Da gab es einen Rechtsanwalt - als Sprecher einer Investorengruppe, welche das Unternehmen kaufen wollte. Das Interesse war wohl sehr ernsthaft. Zuständig allerdings war immer die Treuhand... Eine einigermaßen endlose Geschichte.

Die Umstellung einer gesamten Produktion, das ist ein ziemlich gewaltiger Akt: Von absoluten Billig-Rädern - von Schrotträdern! - zu einer vernünftigen Sortimentspolitik zu kommen, eine eigene Marke aufzubauen, das ist nicht leicht.

**ZM: Richtig. Wer so etwas schon mal durchexerziert hat, weiß es.**



**A:** Unser Cyco-Programm, das haben wir innerhalb von nur drei Monaten aus dem Boden gestampft, damit wir überhaupt etwas hatten, mit dem wir uns bei der IFMA sehen lassen konnten!

**ZM: Moment, bitte: Noch einmal zurück zu Ihrem Start bei Mifa. Damals gab es 600 Arbeitnehmer. Demnach war da ja bereits kräftig „reduziert“ worden.**

Anzeige

## INDUSTRIE-RAT HAMBURG

### Konkurs-Versteigerung

Im Auftrag des Konkursverwalters, Herrn Reinald Drensek, Glinde, versteigere ich die neuwertige **Betriebs- und Geschäftsausstattung**, den **Fuhrpark** sowie die neuen **Fahrräder** der Firma

### Pacific Cycles Europa GmbH

Rögen 52  
W-2060 Bad Oldesloe

**Donnerstag, 27. Mai 93, 10.00 Uhr**

Zur Versteigerung gelangen ca. 400 **Fahrräder** Pacific Cycles, Lagerausstattung, Büromöbel, u. a. ca. 40 **MTB Typ Discovery Extra**, ca. 120 **Fahrräder Typ Tour Extra**, ca. 60 **Trekkingräder Typ Trekking 1**, ca. 130 **Fahrräder Typ Tour**, ca. 25 **Rennräder Typ Action**, ca. 40 **MTB Typ Challenger**, 10 **MTB Typ Challenger Extra**, ca. 5 **Fahrräder Typ Ovation**, ca. 3 **Fahrräder Typ Grand Prix** sowie ca. 500 **Vorderradgabeln**, ca. 200 **Rahmensätze** und div. Zubehörteile sowie 5 **Reifenfüllgeräte**, weiterhin die **Betriebs- und Geschäftsausstattung** mit Hochregalsystem, 16 **Regalbahnen** sowie **Fuhrpark** u. v. a. m. Einzel- und Gruppenverkauf möglich.

Besichtigung: **Mittwoch, 26. Mai 93**, von 9.30 bis 17.00 Uhr sowie am **Versteigerungstag** von 8.00 bis 9.45 Uhr. **Ausführlicher Katalog auf Anforderung.**

KOMMANDITGESELLSCHAFT IRHH INDUSTRIE-RAT HAMBURG  
HILBRAND BUSEMANN & CHRISTIAN BAHR

VEREIDIGTE UND ÖFFENTLICH BESTELLTE AUKTIONATOREN SOWIE SACHVERSTÄNDIGER  
HAGENAU 5 • 2000 HAMBURG 76,  
TELEFON 0 40/25 7172 • TELEFAX 0 40/250 54 04 • TELEX 2 173 574 irhh

**A:** Richtig, es hatte bereits mehrere Massen-Entlassungswellen gegeben, und wir mußten dann auch noch, wenn Sie so wollen, „nachbessern“. Überlegen Sie mal: 100.000 bis 120.000 Räder mit 600 Leuten - da lacht uns doch jeder westdeutsche Hersteller aus! Dazu kommt, daß wir um jede Chance kämp-

**ZM:** In dieser Situation haben Sie innerhalb von drei Monaten ein komplett neues Fahrrad-Programm lanciert. Wie macht man das - noch dazu als Branchenfremder?

**A:** In allen technischen Fragen hatte ich Hilfe aus dem Unternehmen selbst, das war kein Problem. Produkt-Marketing -

beagentur Sportive. Da sitzen echte Rad-Freaks, die Zusammenarbeit hat sehr viel Spaß gemacht. Eine Menge Ideen für die 94er Kollektion kommt auch von da. Die wollen wir auf der Intercycle präsentieren. Nun hoffen wir nur, daß wir am Markt weiterhin bestehen können mit den Fahrrädern, die wir verkaufen...

**ZM:** Dank attraktiver Preise.

**A:** Nein, insgesamt sind wir im Preisvergleichbar. Wir haben's dabei schwer genug! Beispiel Columbus-Rohr: Das wurde hier vorher nie verarbeitet. Hier gab's Wasserleitung - und fertig. Wenn Sie nun Columbus haben, und das Röhrchen fällt mal irgendwie hin, dann können Sie's vergessen, dann können Sie's wegschmeißen! Das müssen Sie einem Rahmenschweißer natürlich erst mal klarmachen, daß es da Unterschiede gibt: keine groben Schweißnähte mehr, kein Verglühen etc.

**„KEINER HAT AUF MDF GEWARTET!“**

**ZM:** Wovon hängt das ab?

**A:** Da gibt es viele Faktoren - die alle weitgehend vom Investor abhängen. Der bestimmt die Linie. Was beispielsweise soll ein Groß-Hersteller mit einem Cyco-Programm von Rädern, die sich dem gehobenen Mittel-Segment zugehörig fühlen?

**ZM:** Können Sie sich angesichts der derzeitigen Marktlage denn überhaupt vorstellen, daß jemand MDF so mir nichts, dir nichts übernimmt?!

**A:** Ja. Natürlich.

**ZM:** Aber es werden doch nicht mehr Fahrräder in Deutschland gebraucht - demnach liefe es auf einen Verdrängungs-Wettbewerb hinaus. Und müßte ein eventueller Interessent sich dazu heute nicht noch ein Stück weiter östlich ansiedeln?!

**A:** Natürlich hat kein Mensch auf MDF gewartet. Aber offenbar werden wir am Markt akzeptiert, obwohl wir noch ein paar Qualitätsprobleme hatten. Montage-Probleme. Manche Teilchen waren bei uns nicht so, wie sie ein Top-Hersteller vielleicht liefert. Da mußten wir noch üben, da mußten wir noch lernen. Aber wir verkaufen gut, und das ist aus meiner Sicht wichtig.

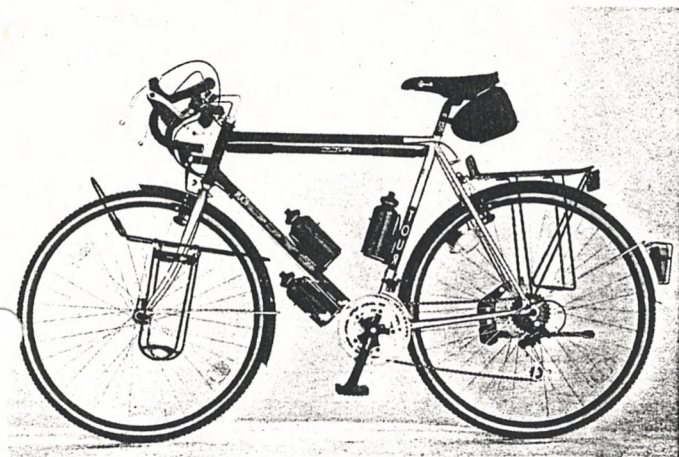
**ZM:** Gar nicht so einfach... Haben Sie denn eine Vorstellung, in welcher Größenordnung jemand einsteigen müßte, um MDF zu übernehmen?

**A:** Hätte ich - aber die handle ich natürlich nicht öffentlich. Wenn ich es jedoch richtig sehe, dann geht es der Treuhand zunächst einmal gar nicht so sehr um den Kaufpreis, sondern um eine Sicherung der Arbeitsplätze. Und da müßte man wohl mindestens 180-200 Stellen garantieren, damit die Treuhand überhaupt mitmacht...

**ZM:** Moment, das wäre ja nur ein Drittel der erwähnten 600 Arbeitsstellen!

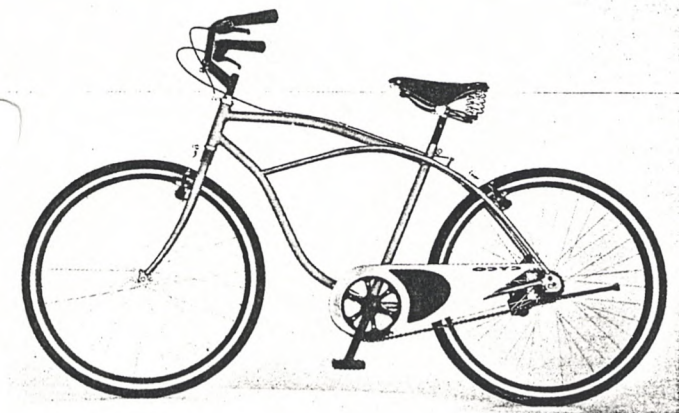
**A:** Ja, wir haben derzeit etwa 220 Leute, und glauben Sie mir, es hat überhaupt keinen Spaß gemacht, die Belegschaft noch einmal so radikal zu reduzieren. Da macht man sich nicht nur Freunde...

Wenn jemand diesen Bestand nun garantieren will, dann sollte er sich darüber im klaren sein, daß er dann pro Jahr auch eine Größenordnung von 200.000 Fahrrädern auf den Markt wirft - und dort unterzubringen hat!



fen, eine vernünftige Personalstruktur aufzubauen. Was im Westen allmählich gewachsen ist, muß hier im Hauruck-Verfahren ablaufen - im Grunde darf da keiner groß den Mund aufreißen...

das wiederum ist es, was ich seit vielen Jahren mache; das ist mein Handwerkszeug. Da ging es um Rahmen-Geometrie, Farben, um die Bestückung der einzelnen Modelle mit Komponenten. Gerade da



**ZM:** Und sicher kämpfen Ihre Metaller derzeit für die versprochene Angleichung der Löhne...

**A:** 26% - das können wir uns wirtschaftlich nicht leisten! Darum wird derzeit noch gestritten.

gibt es jede Menge Hilfestellung: Wenn Shimano neue Gruppen bringt, sind die Preisgruppen ja gleich schon vorgegeben - das ist ein erster Anhaltspunkt.

Die Umsetzung schließlich erfolgt über die Münchner Wer-



**ZM: Welche Stückzahl schätzen Sie denn für 1993?**

**A:** Gut, Planung und Wirklichkeit sind immer zweierlei. Aber ich meine, so um die 70.000 bis 80.000 Stück sollten wir rausbringen.

**WO SIND DIE MILLIONEN?**

**ZM: Hmmm... Damit kommen wir zur Frage, die sicher die gesamte Branche beschäftigt: Wo sind die 30 Treuhand-Millionen? Wie kamen sie, wo sind sie hin, und was passiert mit ihnen?**

**A:** Gute Frage. Fangen wir mal ganz vorn an: Als wir noch 1.400 Mitarbeiter waren, wollten natürlich auch die jeden Monat ihr Geld. Das lief sicher mehr als ein Jahr so. Und wenn Sie dann Stellen abbauen, müssen Sie Sozialpläne aufstellen. Das kostet enorm viel Geld, aber das allein ist es nicht einmal.

Bedenken Sie, daß wir in den neuen Bundesländern sind: Da wurden Schulden aus DDR-Zeiten im Verhältnis 2:1 umgeteilt, das Vermögen einer Firma - Maschinen oder Anlagen etwa - aber 1:5 oder gar 1:6. Für MDF kam erschwerend dazu, daß die gesetzlich vorgeschriebenen Entsorgungsmaßnahmen nachgeholt werden mußten. Früher wurde bei uns eine riesige Galvanik-Anlage betrieben, die samt ihren manifestierten „Nebenwirkungen“ zu verschwinden hatte. Das allein kostete Millionen.

Überlegen Sie außerdem: Kapital gab es im Osten früher ja quasi nicht. Da sorgte das sozialistische Wirtschaftssystem zentral dafür, nötige Anschaffungen zu machen oder auch nicht. Seit der Wende aber braucht auch MDF Geld; und

das kommt eben heute nicht mehr so einfach von Vater Staat - auch nicht von der Treuhand -, sondern von diversen Banken. Zu den bekannten Konditionen, wohlgermerkt. Und die Treuhand übernimmt dabei nicht mehr als die Bürgschaft.

So gesehen, was sind da 30 Millionen?! Hätte man dieses Geld konzentriert für ein strammes Sanierungsprogramm einsetzen können, wir wären heute weiter. Aber so ist es im Leben: Diese Entwicklung war 1990 einfach noch nicht absehbar.

Ganz ähnlich übrigens sieht es ja auch im Vertrieb aus, auch er früher staatlich gesteuert. Ganz plötzlich mußten da nach der Wende „Manager“ ran - Leute aus dem Osten, wohlgermerkt -, und da sind dann zunächst auch eklatante Fehler begangen worden: Da wurde etwa auf Teufel komm' raus eingekauft - Teile, die man ein halbes Jahr später dann nicht mehr verwenden konnte.

**ZM: Mit anderen Worten, ein Großteil des schönen Geldes wurde „unproduktiv“ im Sinne des Fortbestands von MDF eingesetzt...**

**A:** Klar, aber die Bestimmungen des Einheits-Vertrages wurden weder von der Treuhand noch von MDF erfunden... Ich will es vielleicht nicht gar so negativ ausdrücken, aber in dieser anfänglichen Zwangslage standen besagte Mifa-Manager zusätzlich noch vor der Aufgabe, im Markt Fuß zu fassen; und sie haben damals - Betonung auf 'damals' - wohl auch zu Preisen verkauft, die fernab jeder Kalkulationsgrundlage entstanden.

Man muß das verstehen: Das einzige, was diese Leute wollten, war, daß die Mifa nicht sofort kaputtging.

**MDF MIT ERGOWPOWER: 999 MARK!**

**ZM: Aber wenn ich dieses Rennrad sehe, das in „tour“ getestet wurde: Mannesmann-Rahmen mit Rival 5000 und Ergopower-Hebel für 999 Mark - da kann doch jeder Endverbraucher nur mit der Zunge schnalzen! Smolik schrieb, das Fahrrad sei „zur Hälfte verschenkt“, weil es so billig sei.**

**A:** Da gab es eine Fehlinformation aus dem Einkauf - auch da sind wir noch nicht ganz perfekt. Eigentlich nämlich

müßte das Rad im VK 150 Mark teurer sein... Bei einem Posten hat man sich da eklatant verrechnet.. Aber ich störe mich nicht mal an diesem Preis! An den Handel nämlich verkaufen wir dieses Rennrad nur im Paket mit anderen Cyco-Modellen.

Anzeige

... wenn der Preis entscheiden soll ...

**B. G. TRADING**  
Esperia  
-FAHRRÄDER  
Tel. 0261/679253  
Fax 0261/679256

**NEU**

**Zweirad Adressbuch '93**

Das einzige Nachschlagewerk dieser Branche. Über 6000 Adressen rund ums Zweirad

Hier bestellen

Medienagentur Michael Kern  
Gutshof 5, W-7801 Umkirch  
Tel. 07665/8074  
Fax 07665/5444

ANZEIGE

**EAGLE CLAW**

FÜR ALLE CANTILEVER SYSTEME  
FÜR STAHL-UND ALL-FELGEN

MEHR BREMSWIRKUNG UND KEINE UNREGELMÄSSIGE ABNÜTZUNG DANK "POWER-STOP" DRUCKPUNKT

**BREMST... BEI JEDEM WETTER**

KEIN PROBLEM...  
COOL-STOP

**PLUS! 3-JAHRES GARANTIE**

MADE IN U.S.A. GARANTIE UND MONTAGEANLEITUNG SIEHE RÜCKSEITE

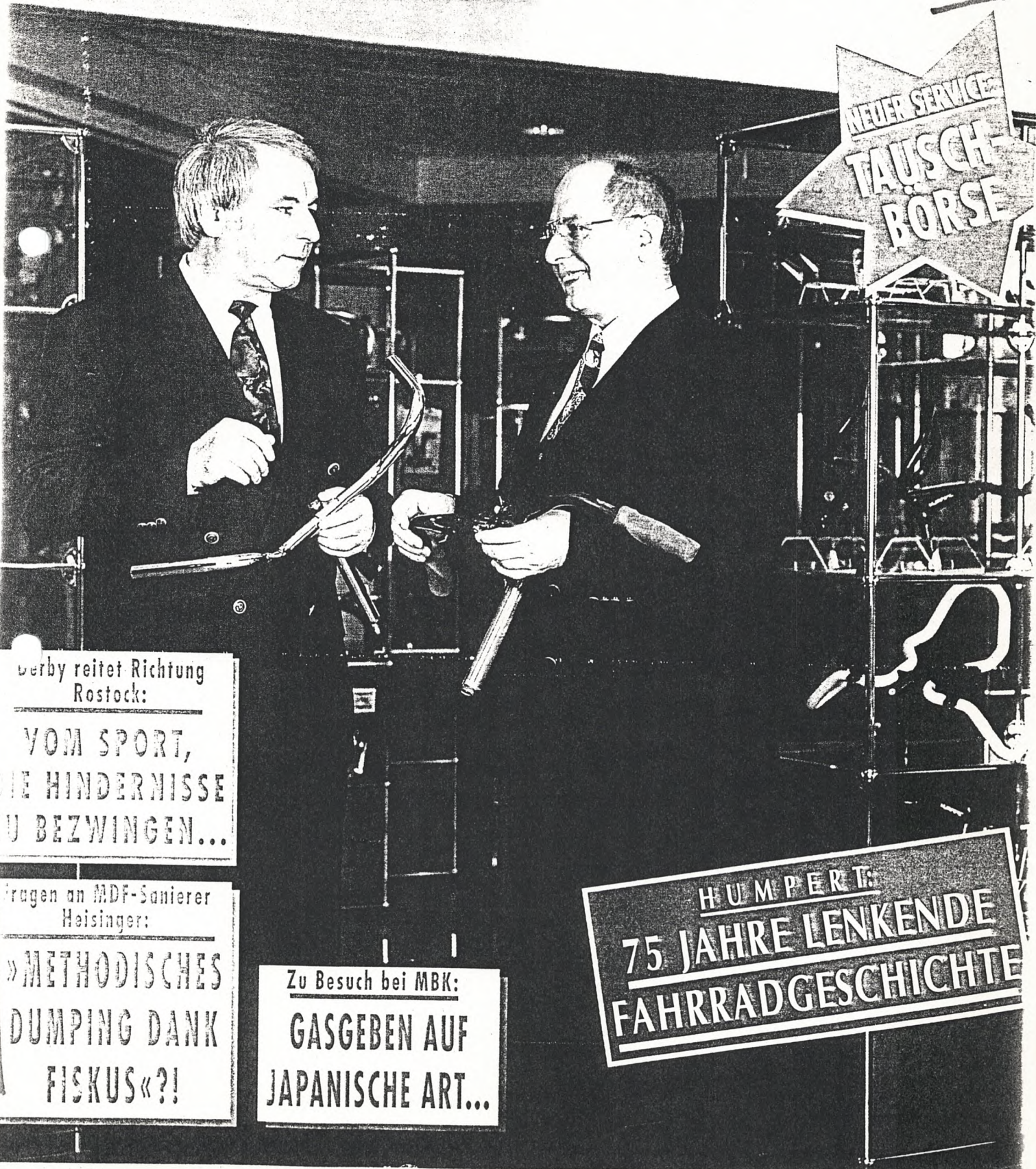
**Lieferbar durch die meisten Großhändler**  
**Importeur: Third Wave Carriers B.V.**  
Tel: 31-(0)20 - 6273312 • Fax: 31-(0)20 - 6273355

# ZWEIRAD

M · A · G · A · Z · I · N

5/ MAI 1993

CHLORFREI



NEUER SERVICE  
TAUSCH-  
BORSE

Derby reitet Richtung  
Rostock:

VOM SPORT,  
DIE HINDERNISSE  
ZU BEZWINGEN...

Fragen an MDF-Sanierer  
Heisinger:

»METHODISCHES  
DUMPING DANK  
FISKUS«?!

Zu Besuch bei MBK:

GASGEBEN AUF  
JAPANISCHE ART...

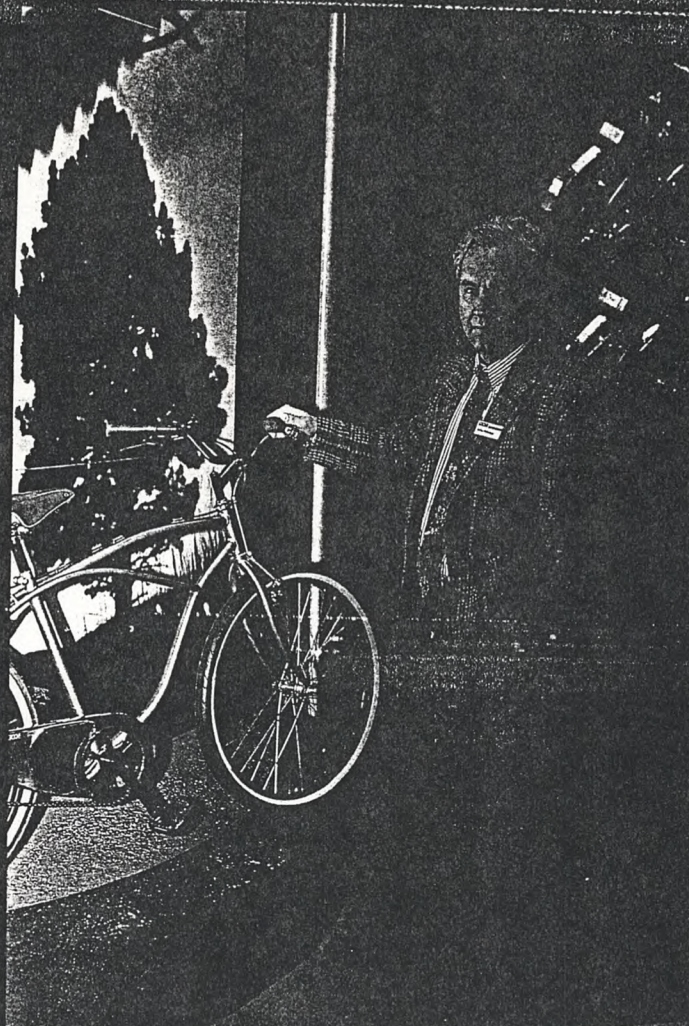
HUMPERTS  
75 JAHRE LENKENDE  
FAHRRADGESCHICHTE

In dieser kurzen Zeit mußte man schier unmenschliche Arbeiten bewältigen: neue Produktionsanlagen installieren, Kontakte zu Händlern knüpfen, Kataloge entwerfen ...

Schließlich wartete noch eine fast unlösbare Prüfung auf die armen Menschen. Es galt nämlich, innerhalb von nur neunzig Tagen eine komplett neue Fahrradlinie zu entwerfen und zu bauen!

Man war gar sehr verzweifelt, denn dazu benötigte man außer guten Ideen doch auch noch viele, viele glänzende Goldstückchen.

Da geschah es, daß ein starker Prinz namens „Treuhand“ des Weges kam und seine Hilfe anbot. In seiner Gefolgschaft befanden sich die Herren „Sachsen-Anhalt“ und „Kommune Sangerhausen“, die ebenfalls fest mit anpackten. Und gemeinsam schafften sie das Wunder: Man sanierte den Betrieb, schuf die



MDF-Geschäftsführer Detlev Heisinger

## MDFs NEUE DEUTSCHE WELLE:

Hinter vorgehaltener Hand erzählte man sich auf der IFMA folgende, fast märchenhaft anmutende Geschichte: „Es war einmal ein kleines Team, das sich kaum mehr als drei Monate vor der IFMA formierte, um einem maroden Staatsunternehmen der ehemaligen DDR - Abteilung Fahrradbau in ein marktwirtschaftliches Mäntelchen zu helfen.

# EIN MODERNES MÄRCHEN

benötigte Infrastruktur und baute moderne und schöne Fahrräder, die man der staunenden Öffentlichkeit rechtzeitig zur IFMA präsentierte...

Was sich da anhört wie ein Märchen aus „1001 Nacht“, hat sich bei den Mitteldeutschen Fahrradwerken in Sangerhausen im Bundesland Sachsen-Anhalt wirklich zugezogen.

Detlev Heisinger, ein „Wessi“ aus München, kündigte seinen Job in der Marketing-Abteilung einer Konsumgüterfirma und bemühte sich fortan, die nach dem Mauerfall nicht mehr salonfähige MDF zu neuem Glanz zu führen. Mit Unterstützung von Treuhand, Land und Kommune gelang vorläufig der Weg aus der Pleite. Innerhalb der Minimalzeit von einem Vierteljahr trimmte die Heisinger-Truppe die MDF auf Marktwirtschaft. Das Wort „Wunder“ hört der gebürtige Hannoveraner in diesem Zusammenhang nicht gerne: „Die drei Monate vor der Kölner Messe bestanden aus knallharter und dabei sehr kreativer Arbeit. Wir haben das Marketing sicherlich nicht neu erfunden. Es gibt Maßnahmen, die jedem Unternehmer bekannt sein müßten. Unser Vorteil war aber wahrscheinlich, daß bei MDF überhaupt noch kein Marketing existierte. Wir mußten erst mal anfangen, marktgerechte Mechanismen bei uns zu installieren; angefangen bei einem Katalog, der sich optisch in unserem Messestand auf der IFMA wieder spiegelt. Da stimmt die Farbe des Teppichs, den wir auf dem Stand verlegt haben, mit dem Fond unseres Katalogs überein. Auf solche Wiedererkennungs-Effekte werden wir in Zukunft setzen.“

Weiterer Eckpfeiler in der Firmenpolitik der „neuen“ MDF ist der enge Kontakt zum Fachhandel: Anstatt das künftige Programm am Reißbrett zu entwerfen, führte Heisinger Händlerseminare durch, bei denen die eigenen Vorstellungen mit den Erfordernissen aus der Händlerpraxis abgeglichen wurden.



Auch in Zukunft will man auf solche Aktionen nicht verzichten: Geplant sind z.B. Testwochenenden, an denen Händlern eine bestimmte Zahl von Rädern unverbindlich zur Verfügung gestellt wird. „Wir haben viele andere Ideen, die wir bis zum Zeitpunkt unserer Lieferfähigkeit im März '93 noch konkret ausarbeiten wollen“, meint Heisinger optimistisch.

Erste Kontakte knüpfte MDF auch zum Freizeitbereich, sprich zu Fremdenverkehrsvereinen in Deutschland und Österreich, denen man anbot, Fahrradverleihstationen mit Velos auszustatten.

## DAS PROGRAMM

Das negativ beladene „made in DDR“-Image möchte MDF mit zwei völlig neu konzipierten Fahrrad-Linien abschütteln: zum einen der „Askania“ genannten Baureihe mit Alltags- und Kinderrädern, deren Preise zwischen 400 und 900 DM liegen. Diese Räder rüstet MDF mit Komponenten von F & S und Shimano aus.

Die zweite, mit dem geschützten Namen „cyco“ betitelte Produktlinie umfaßt Mountain Bikes, Trekking- und Reiseräder sowie Rennräder im mittleren bis oberen Preis-

segment: Das MDF-Spitzenmodell „cyco machine“, eine mit Shimanos Top-Gruppe Dura Ace ausgestattete, reinrassige Rennmaschine, kostet satte 3000 Mark. Zu teuer für die Ost-Klientel? Detlev Heisinger dazu: „Mit solch hochpreisigen Fahrrädern sprechen wir sicher nicht“ den Durchschnittsbürger im Osten an; dem fehlen die finanziellen Mittel, um 3000 Mark für ein Sportgerät auf den Tisch zu blättern. Doch der weniger finanzstarke Kunde findet im „cyco“-Programm gute Alternativen zu diesem Top-Fahrrad. Wir durften natürlich nicht den Fehler begehen, unsere Produkte nur für den

hiesigen Markt auszulegen. Um auf unseren anderen Zielmärkten in Westdeutschland, Österreich, Benelux und der Schweiz konkurrenzfähig sein zu können, brauchen wir einfach eine Palette, die auch Fahrräder im High-End-Bereich umfaßt.“

Wo aber liegt der Markt von MDF? Die Sachsen haben dafür ein klares Konzept: Vorrang hat der Fahrrad-Einzelhandel, denn der, so Heisinger, könne MDF die Kontinuität versprechen, die ein Qualitäts-Unternehmen für langfristige Erfolge brauche. Heisinger: „In den neuen Bundesländern besteht

hier sicherlich eine Ausnahmesituation. Dort werden wir das 'Askania'-Programm über den Großhandel vertreiben. Auch im Westen Deutschlands rechnen wir mit ein bis drei anspruchsvollen Großabnehmern, wobei ich darunter nicht Ladenketten und Grüne Wiese-Anbieter verstehe. Denn die pressen einem Hersteller jedes Jahr zwei, drei Prozent mehr Rabatt heraus. Das bringt jeden Produzenten um. Außerdem schafft es nicht gerade Vertrauen beim Fachhandel, wenn ich nebenbei noch Filialisten beliebere.“

Natürlich wird Heisingers Kampf um das Vertrauen des Handels dadurch nicht leichter, daß selbst in Insiderkreisen hartnäckige Falschmeldungen über MDF die Runde machen. Heisinger: „Ich hatte vor der IFMA ein Gespräch mit einem potentiellen Gebietsverkaufsleiter. Der sagte zu mir: 'Ja, was wollen Sie eigentlich? Das Werk ist doch bereits jetzt so gut wie sicher bei der Firma Derby unter Vertrag'. Kein Wort davon stimmt. MDF ist voll privatisiert, so daß an einem Verkauf momentan nicht das geringste Interesse besteht. Das schließt einen späteren Verkauf sicherlich nicht aus; doch was wäre gewesen, wenn ein Fahrradhersteller aus Deutschland oder Europa die Firma übernehmen würde? Es würde es den Namen 'Mitteldeutsche Fahrrad-Werke' wohl nicht mehr geben. Sangerhausen wäre für viele nur eine relativ preiswerte Produktionsstätte für den Übergang gewesen, aber kein langfristiges Investitionsobjekt.“

## BESSER-WESSI?

Großen Wert legt Heisinger auf die Feststellung, daß „wir nicht einfach ein komplettes West-Team eingeflogen haben, das alle entscheidenden Stellen besetzt und den Arbeitern aus dem Osten sagt, wo's langgeht.“ Nur noch zwei Assistenten der Geschäftsleitung kommen aus den alten Bundesländern, alle anderen stammen

aus der Region. „Für mich und meine zwei Kollegen aus dem Westen steht außer Frage, daß wir uns hier integrieren müssen und nicht umgekehrt. Viele Unternehmer aus den alten Bundesländern begehen den Fehler, daß sie ihr Ost-Personal bevormunden. Bevormunden ist schlecht, Steuern und Heranführen der Mitarbeiter angesagt. Wir müssen uns mit den Leuten nicht unbedingt anfreunden, denn das wäre in unserer Position ein Fehler, sondern wir bemühen uns,

ein Team zu bilden, Verantwortung zu teilen. Wenn wir es schaffen, den Graben zwischen Ossi und Wessi ein wenig schmaler zu machen, kann das unserer Arbeit nur helfen. Ich habe durch meine ständige Präsenz jedenfalls viel über die Menschen hier gelernt und glaube, daß ich ihre Ansichten und Ängste mittlerweile besser verstehen kann. Eines aber weiß ich genau: Die Leute haben sicherlich noch das eine oder andere zu lernen, doch wenn man die paar

Ecken und Kanten sorgsam schleift, hat man unheimlich motivationsfähige Mitarbeiter, die richtig anpacken.“

## GESUNDSCHRUMPFEN

Die Schattenseiten der Marktwirtschaft bekam die Belegschaft von MDF freilich auch zu spüren. Auf Anweisung der Treuhand wurde das Stammpersonal von ehemals 1400 auf nun 200 gekürzt. Hei-

singer: „Diese Radikalkur war nötig, denn es bringt überhaupt nichts, wenn wir 500 Leute beschäftigen und nach einem Jahr Pleite machen. Dann lieber den harten Schnitt, damit man Arbeitsplätze langfristig sichern kann.“ Der Personalabbau ging mit dem Verkauf von etwa 55.000 der knapp 70.000 Quadratmeter großen Firmenfläche einher. „So bekamen wir Mittel, die an die Treuhand und das Land als Investor zurückfließen konnten“, erklärt Heisinger die Aktion.

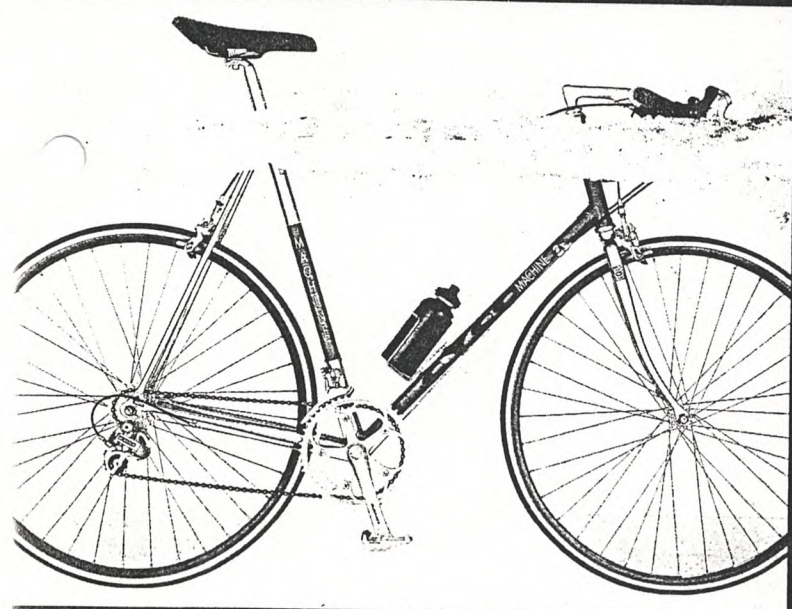
Die Zukunftsaussichten bei MDF sind von Hoffen und Bangen geprägt, denn die momentan mehr als bescheidene Konjunktur sowie

antang. Doch Heisinger ist optimistisch, daß die Trumpfkarte „Marketing“ stechen wird. „Den meisten bundesdeutschen Herstellern fehlt ein konsequentes Fahrrad-Marketing. Wir haben das erkannt und arbeiten daran. Auf Sicht wollen wir eine CI (Corporate Identity, Anm. d. Red.) schaffen. Ich und alle anderen Beteiligten sind davon überzeugt, daß wir mit unserem Programm nicht in den Kinderschuhen steckenbleiben werden.“

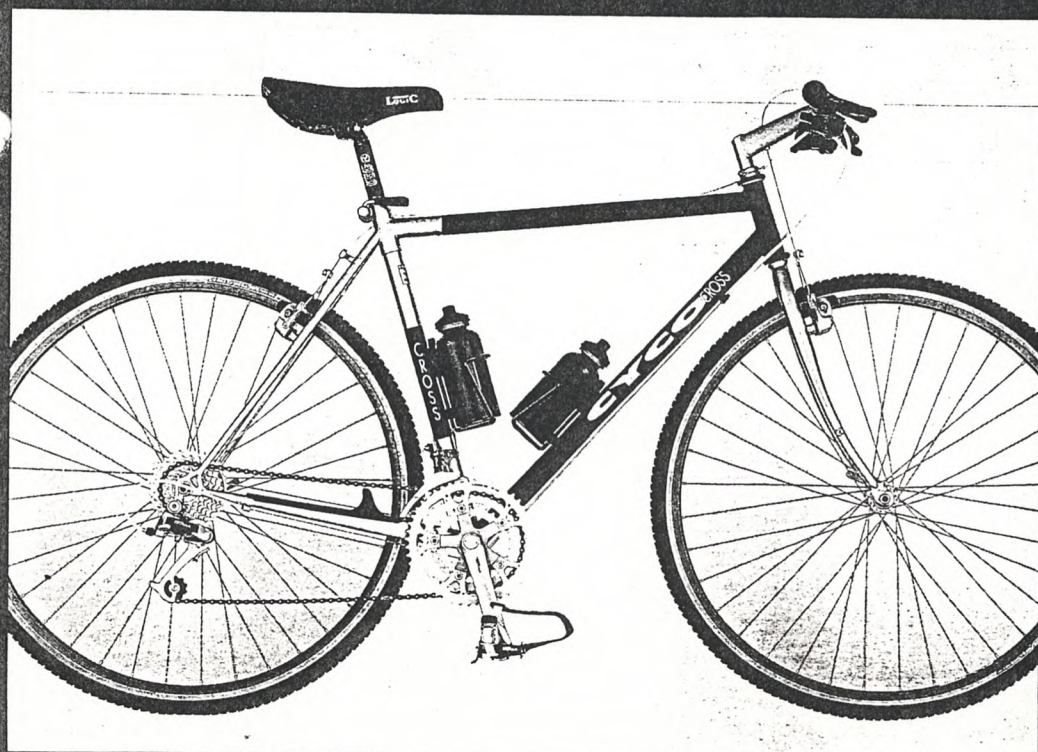
Sicherlich können wir jetzt nicht die Beine hochlegen. Wir haben zwar einen ausreichenden finanziellen Rückhalt, doch fehlt der Speck, den sich die andere Anbieter über lange Jahre angefressen haben, die jetzt eine unglaublich aggressive Preispolitik fahren. Wir haben vorsichtig kalkuliert, können es uns aber, weiß Gott nicht leisten, auf 20.000 verkaufte Räder zu verzichten. Wir werden viel geben müssen, um MDF wieder auf die Beine zu stellen, das sind wir den Leuten hier schuldig.“

Worte, die gut tun - vor allem in einem Bundesland, in dem der Alltag vieler Menschen von drohender Arbeitslosigkeit und daraus resultierender Zukunftsangst geprägt wird.

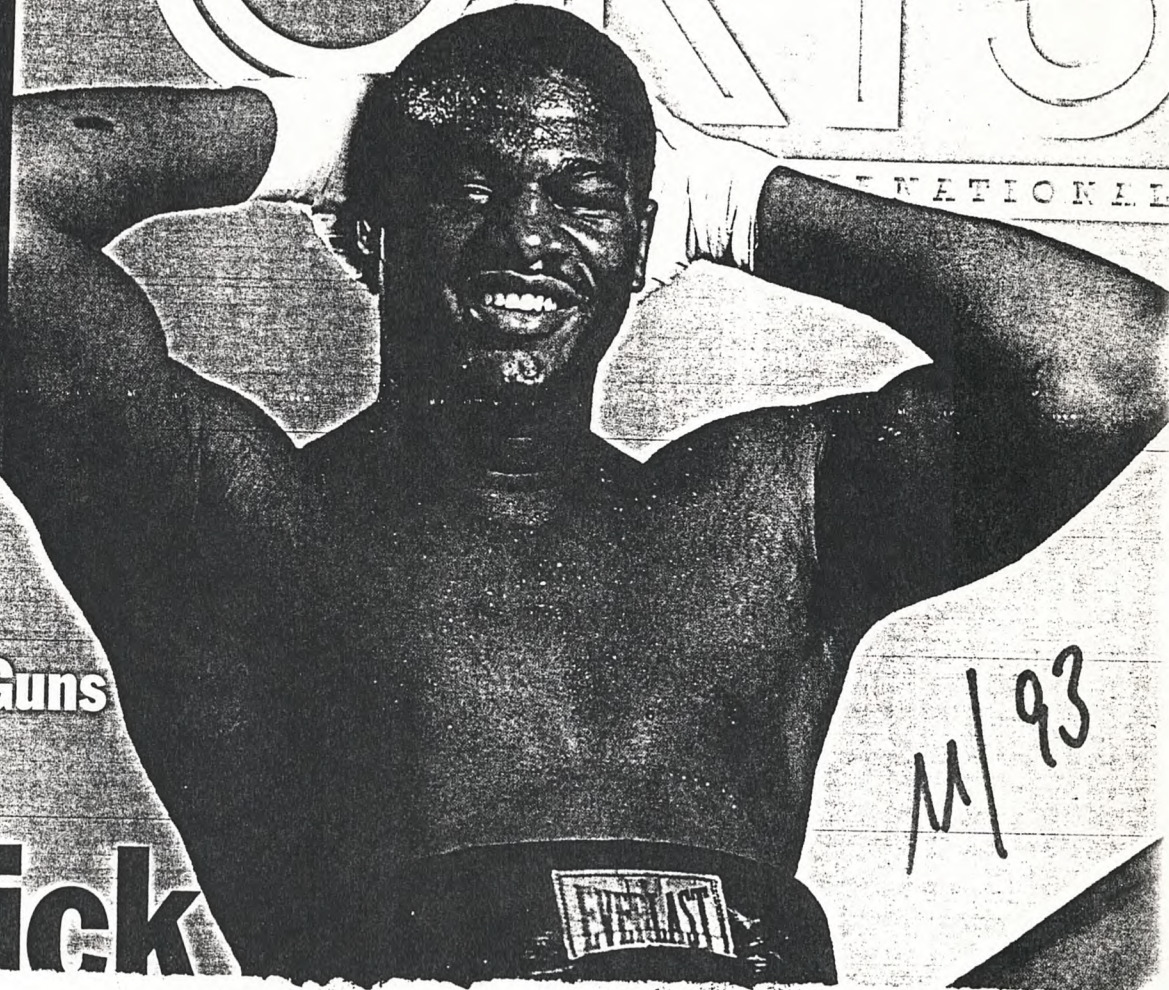
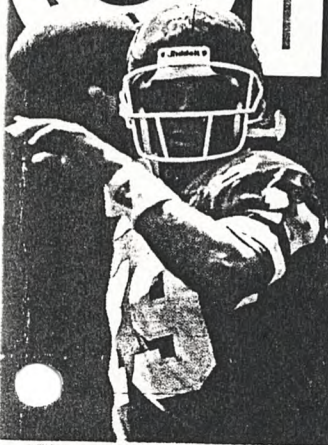
Text: Thomas Seidelmann



Links: Die „Cycomaschine“ mit Top-Ausstattung  
Unten: Das Trekking-Bike „Cycocross“.



# SPORTS



## FOOTBALL

Joe Montana  
und die Big Guns

## BOXEN

# Riddick

# Bowe

WM-Fight:  
SPORTS mit dem Champ  
im Camp

## EXTRA

16 Seiten Tennis-WM

Report  
Alles über  
Videokids



Schrempf Ganz groß  
im Heft

Abenteuer  
Die Welt  
Down Und

# Ost-Bike für die Börse

**Mit Designer-Rädern aus Ostdeutschland wollen zwei Schweizer den Markt erobern**

**D**er Stand präsentierte sich modern, aber nicht klotzig, das Fahrrad stand zentral, aber nicht exponiert und war dennoch die einzig wirklich neue Klasse auf den Fahrradmesen des Herbstes: Das Business-Rad aus Designerhand, ein Bike mit dunkel gebeiztem Eschenholzrahmen, edel und ausgefallen genug, darauf im Maßanzug zur Börse zu fahren. Sein Name: Boss, zu haben für 3998 Mark. Der Hersteller, Cyco, ist ein Unbekannter unter den Radmachern. Im Katalog, dem „Book 94“, illustriert mit Fotos, edel wie das Boss-Bike, präsentiert er sich überraschend professionell. Die Räder liegen im Trend: Trekking- und Mountainbikes, Rennmaschinen,

ner Agentur Sportive, bestückt mit Komponenten von Shimano. Um so ungewöhnlicher die Adresse: Sangerhausen, Sachsen-Anhalt.

Inhaber sind die Schweizer Urs Haymoz und Franco Knill. Im August kauften sie die Mitteldeutschen Fahrradwerke Sangerhausen, Mifa genannt. Ein Traditionsunternehmen (Fahrräder seit 1907) aus der Konkursmasse der DDR, Jahresoutput seinerzeit 450 000 Räder, Manpower 1400. Haymoz und Knill übernahmen die Sachwerte, die Fabrikation, die Garantie für die letzten 121

Arbeitsplätze. Und das Design-Konzept des Treuhand-Beraters Detlev Heisinger, ohne das sie nicht eingestiegen wären.

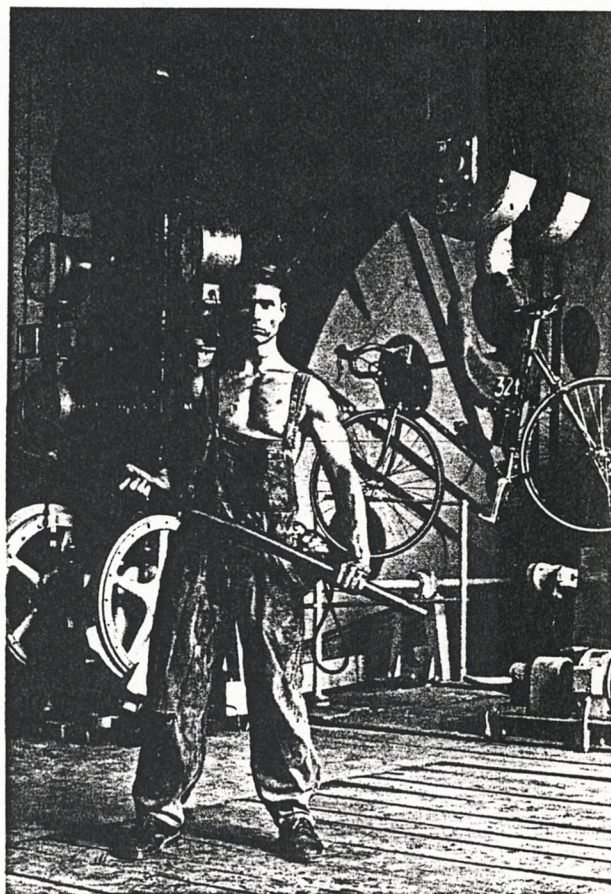
Ihre Devise: klein, aber fein; klein das Unternehmen, fein die Bikes. „Wir haben keine Angst vor der Konkurrenz. Schauff, Herkules, Biria sind alte Familienunternehmen, die auf ihrer Tradition beharren“, sagt Urs Haymoz, „groß, träge, und manchmal verstellt ihnen die Tradition den Blick auf das Zeitgeschehen.“ Fahrräder, stellt er fest, seien austauschbar. Man müsse jenseits des Rades Verkaufsargumente finden: Lifestyle und Image, denn Fahrräder würden heute schon verkauft wie Surfbretter oder Skier, häufig im selben Laden. „Es gibt einen Zeitgeschmack. Darauf müssen wir flexibel und schnell reagieren, jedes Jahr mit einem neuen Eyecatcher.“

Zwischen 800 und 4000 Mark kosten die Cyco-Bikes, doch etablieren will

teuer genug, um Qualität zu produzieren und niedrig genug, daß Käufer zwei Jahre später wieder mit dem Neuesten liebäugeln können, um up to date zu bleiben.

Von der Tradition ist nur das handwerkliche Können geblieben.

Den alten Mief jagte man mit dem



AGENTUR SPORTIVE

neuen Label zum Teufel, die Firma selbst wurde umge-

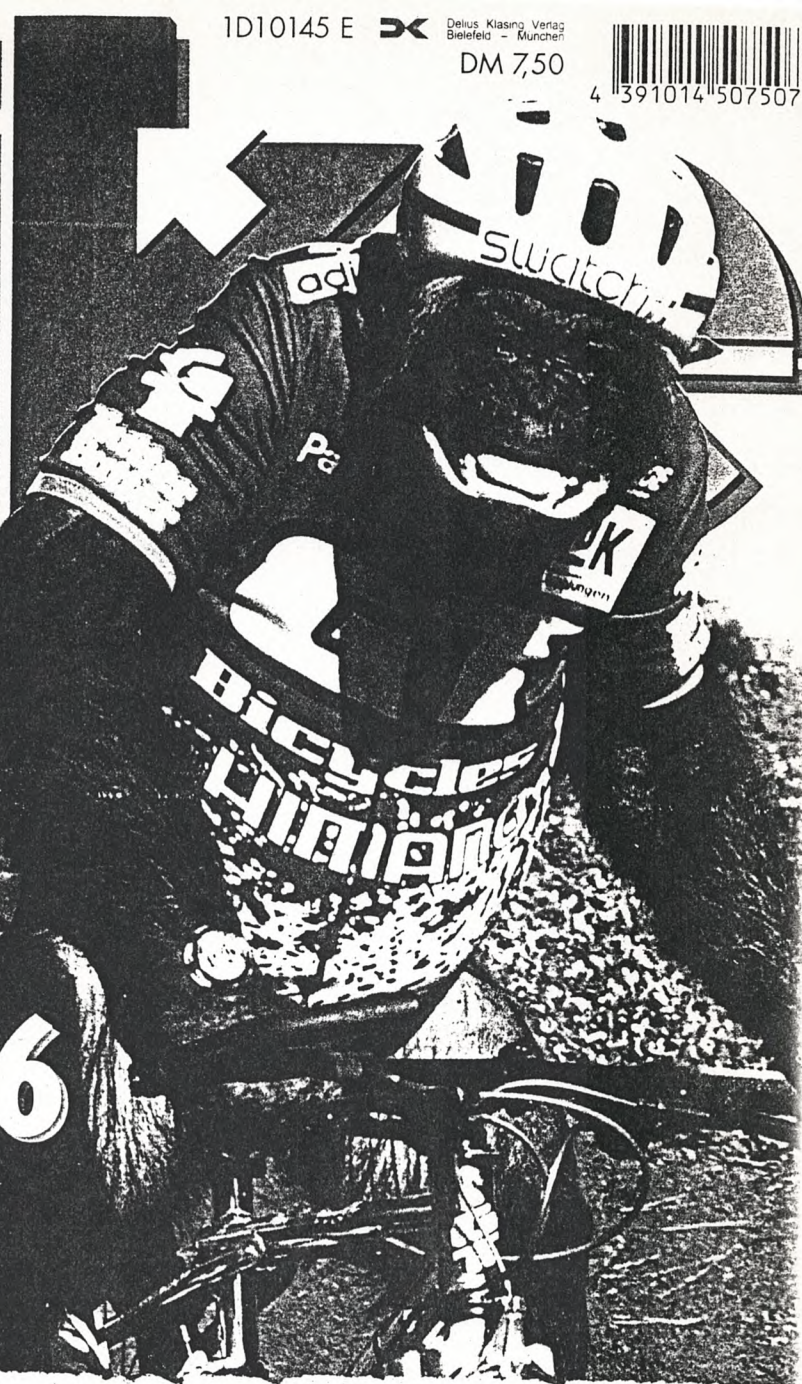
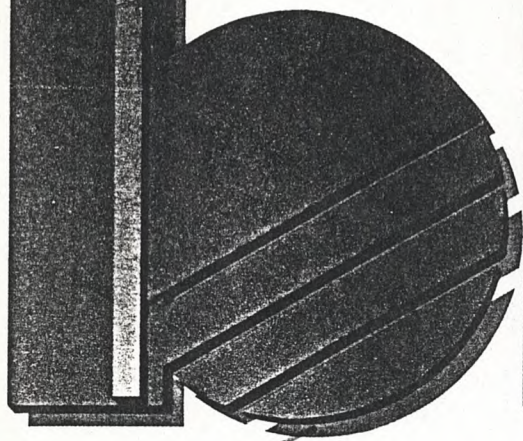
**Die stillgelegte Zeche von Sanger-**

radwerke. Nur versteht es sich jetzt („etwas vollmundig“, gesteht man ein) als „die deutsche Herausforderung“. Bereits in zwei Jahren will man schwarze Zahlen schreiben.

PATRICIA LÖSCHE

**Cyco-Räder ins rechte Bild zu rücken – hier das Rennrad „Machine“. Eine Kategorie für sich ist das Rad „Boss“ mit einem Rahmen aus Eschenholz**





7/95 Juli

DAS MOUN...

# AFFENGEIL

Mr. Jiggs in Hans Reys Trialshow

FAHRBERICHTE

# NEU FÜR '96

AMP, Cannondale, GT,  
Manitou, Marin, Rock Shox,  
Specialized, Sunn

# DEUTSCHBIKES

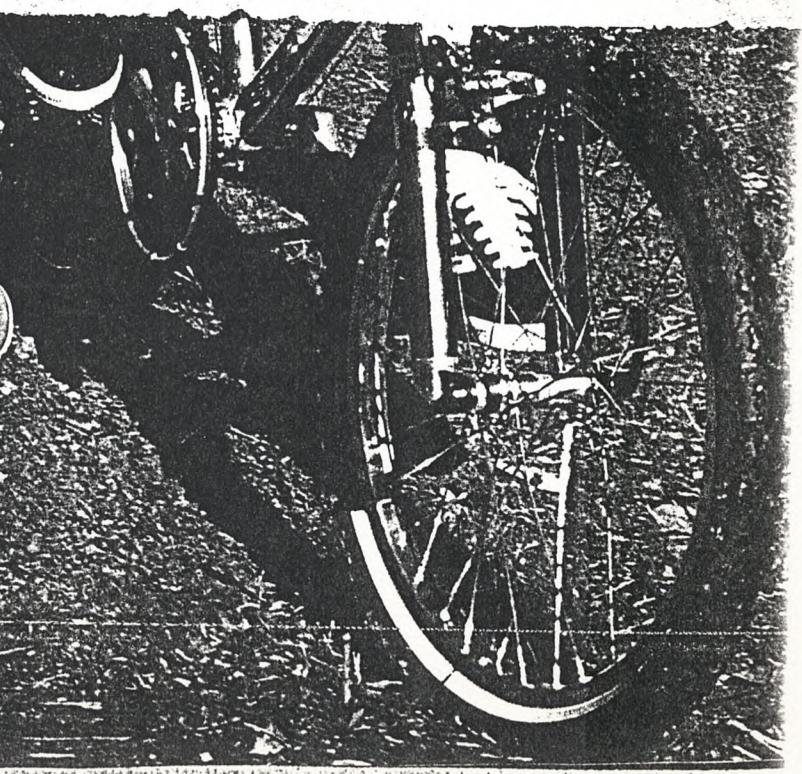
Schauff & Co: besser als ihr Ruf?

# BILLIGVERSAND

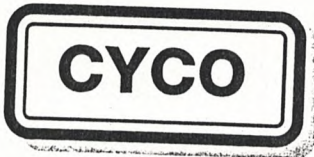
Schnäppchen oder Reinfall?

# KIRCHZARTEN

Die besten Touren im WM-Revier







# DAS MARKETING-PRODUKT

Eigentlich hatte der Züricher Wirtschaftsberater Urs Haymoz mit Mountainbikes noch nie etwas am Hut. Er arbeitete seit 1992 für die Treuhand in der ehemaligen DDR. In dieser Funktion stieß er auf ein Unternehmen namens Mifa in Sangerhausen, nach der Wende auch "Mitteldeutsche Fahrradwerke" genannt. Die Belegschaft der Firma war gerade um die Hälfte reduziert worden, 600 Angestellte arbeiteten noch für den Betrieb. Doch trotzdem war das Werk in Sachen Produktivität äußerst marode, eine Firmenpleite drohte. Haymoz, immer noch für die Treuhand tätig, beauftragte zur Rettung der Firma den Münch-

ner Marketingspezialisten Detlef Heisinger. Der sah dann für MDF nur eine Chance: Raus aus der Massenfertigung, rein ins gehobene Segment. Mit dieser Aufgabenstellung beauftragte Heisinger die Münchner Werbeagentur Sportive, die sich als Marketingstrategie "Cyco - die deutsche Herausforderung" ausdachte. Cyco war dann auch der Grund, der Urs Haymoz dazu bewegte, zusammen mit seinem Partner Franco Knill, in Sangerhausen einzusteigen.

Fotos: Thomas Streubel



Foto: Peter Hummel



## CYCO BULLET



Über den Ranmen des Bullets schweift der Blick des Betrachters meistens gleich zweimal - die schiefen Rohre vermitteln in einem im ersten Augenblick das Gefühl, etwas zu tief ins Glas geschaut zu haben. Im Fachjargon heißt dieses Rohrdesign querovalisiert. Man benutzt es, um einen Rahmen dort zu versteifen, wo er steif sein muß. Folglich besitzen die italienischen Thron-Rohre im Tretlagerbereich und am hinteren Teil des Oberrohrs eine ovale Form quer zur Fahrtrichtung. Bei den

Schweißnähten gab man sich in Sangerhausen allerdings nicht allzu viel Mühe: Die sehen etwas lieblos aus. Ansonsten ist die Ausstattung des Bikes aus dem Osten nicht besonders auffällig, aber grundsolide. Cyco verbaut als Komponentengruppe konsequent die Shimano-Topgruppe Deore XT. Sogar auf die in puncto Schaltverhal-

man nicht verzichten.

### FAHREIGENSCHAFTEN

Das Bullet wird vor allem auf schnellen Downhills zum Geschoß. Kontrolliert bügelt man im Highspeed-Bereich dank der guten Marzocchi-Federgabel über die Hindernisse. Der relativ flache Lenkwinkel von 70 Grad sorgt hier für extreme Laufruhe. Aber auch auf sehr engen, kurvigen Trails macht das Bullet seinem Namen alle Ehre: Es besitzt die Wendigkeit einer Rakete, nämlich eine sehr mäßige. Verantwortlich dafür ist auch der flache Lenkwinkel, kombiniert mit dem ellenlangen Oberrohr von 605 Millimetern. Das ist selbst für diese Rahmehöhe zuviel des Guten und nur für Biker mit sehr langen Oberkörpern zu

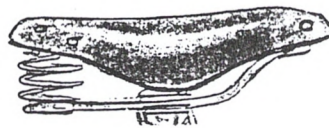
Cyco's guter Durchschnitt: Das Vorderrad steigt spät hoch und im Wiegetritt spielt der Rahmen seine Steifigkeitsvorteile aus. Kritik gibt's allerdings auch hier: Der Black Fire-Reifen von Schwalbe liefert in steilen Uphill-Passagen nur mäßige Traktion. Dafür geht die perfekt funktionierende XT-Ausstattung von Shimano wider auf das Haben-Konto des Bullets.

### FAZIT

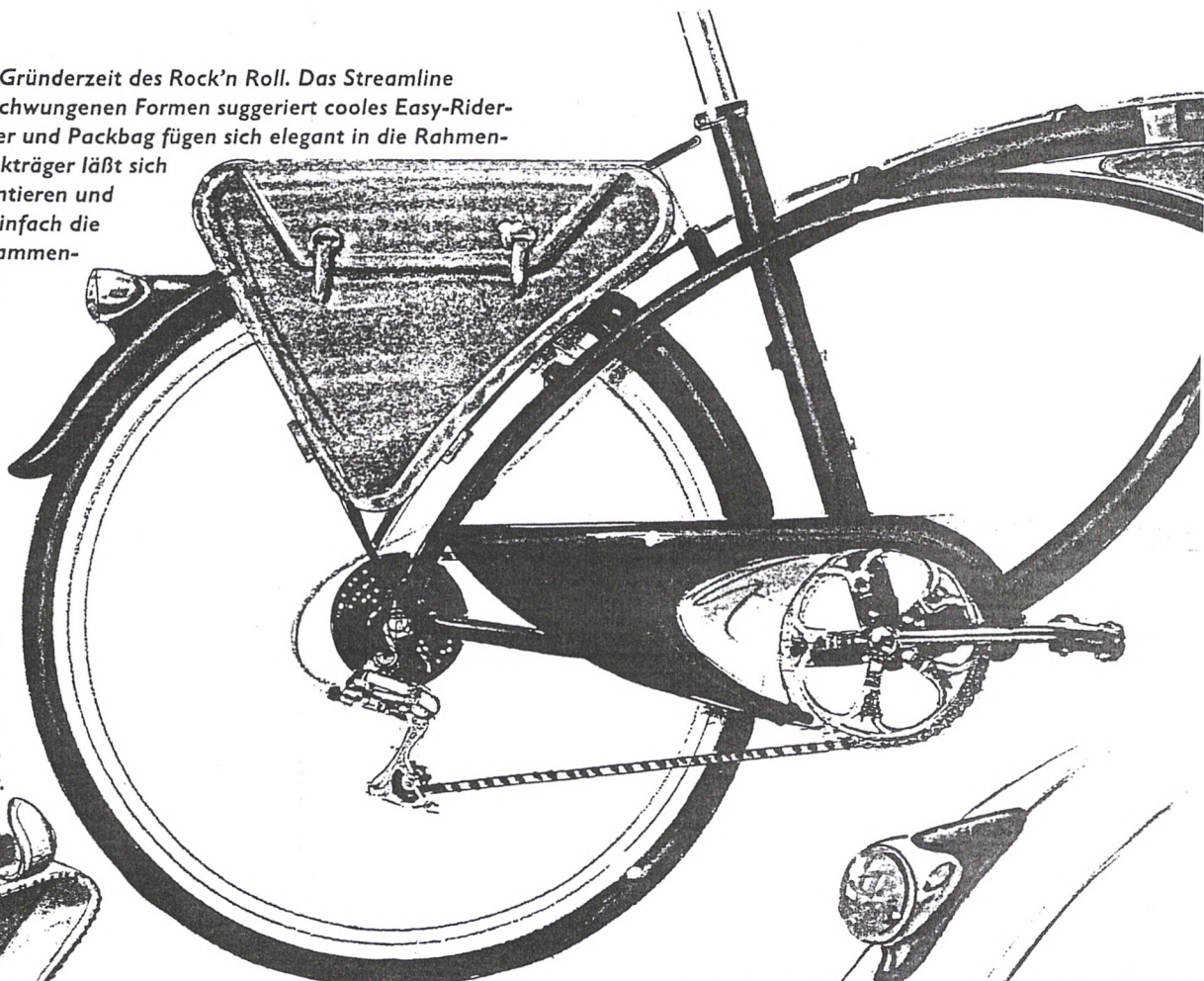
Das Bullet eignet sich vor allem für Down-Heizer, die auf gute Geradeauslauf stehen. Die Kehrseite ist allerdings die mäßige Wendigkeit des Bikes auf engen Single Tracks. Aufgrund des langen Oberrohrs empfiehlt sich das let vor allem für Biker mit langem Oberkörper.

Vertrieb: CYCO, Tel. 03464/5370	
Preis: 2998 Mark	Gewicht: 11,5 kg
Rahmen: Columbus Thron	Größen: 44/48/50/52
<b>GEOMETRIE</b>	
Sitzwinkel: 72 Grad	Oberrohrlänge: 605mm
Lenkwinkel: 70 Grad	Kettenstreben: 425mm
Radstand: 1100 mm	Tretlagerhöhe: 305mm
Sitzrohrlänge: 500 mm	Vorbaulänge: 130/3°
<b>KOMPONENTEN</b>	
Schalthebel: Shimano XT	Tretlager: Shimano XT
Schaltwerk: Shimano XT	Naben: Shimano XT
Umwerfer: Shimano XT	Felgen: Conbrio MT 900
Bremshebel: Shimano XT	Reifen: Schwalbe Spezial
Bremsen: Shimano XT	Steuersatz: YST Ahead
Vorbau: Zanzi	Lenker: Humpert
Sattel: Selle Italia Expedition	Pedale: keine Angabe

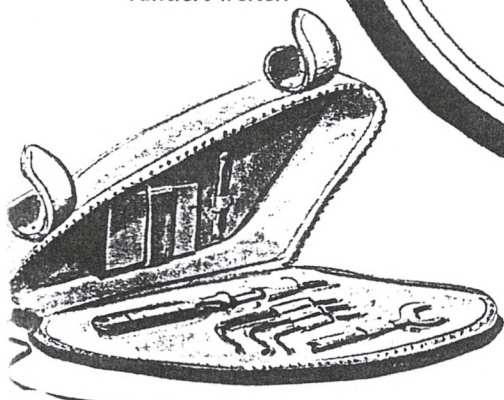
Locker und easy: Egal ob Bergradler oder **STREET** Biker – die ostdeutsche Bikeschmiede Cyco bringt einen Cruiser mit jeder Menge Life-**STYLE**. Hier exklusiv die Design-Zeichnungen.



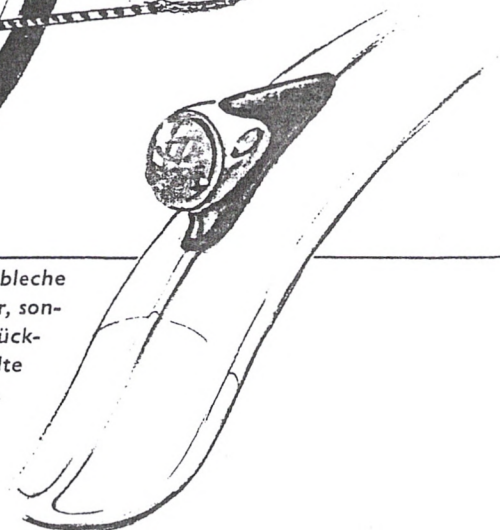
Ein Rad wie aus der Gründerzeit des Rock'n Roll. Das Streamline Design mit lässig geschwungenen Formen suggeriert cooles Easy-Rider-Feeling. Gepäckträger und Packbag fügen sich elegant in die Rahmenform ein. Der Gepäckträger lässt sich sekundenschnell montieren und wieder abnehmen. Einfach die Rutschkupplung zusammenstecken – und fertig!



Im Falle eines Falles: Das Bordwerkzeug im exklusiven Lederbag hilft bei kleinen Pannen garantiert weiter.



Die sanft geschwungenen Schutzbleche schützen nicht nur vor Spritzwasser, sondern sehen auch klasse aus. Das Rücklicht erinnert an die gute alte Straßenkreuzer-Ära.



Designer-Bikes aus deutschen Landen – jetzt geben die Jungs aus dem Osten richtig Gas. MIFA-Nachfolgerin Cyco bringt die Cruiser-Welle weiter in Schwung. Ein Rahmen, zwei Versionen – die Idee zur brandneuen Cruiserlinie ist simpel. Die Optik dafür vom feinsten. Elegant geschwungene Alu-Rohre und Schutzbleche geben der City-Version ein kultiges Harley-

Image. Die edle Ausstattung macht auf dem Weg zum Dienst oder zum Date ordentlich was her. Griffe, Brooks-Sattel und Taschen sind aus Leder. Ein Handgriff, und die Packtasche mutiert zum lässigen Schulterbag. Selbst das Werkzeug ist standesgemäß im Lederbag verstaut. Blitzschnell läßt sich der Gepäckträger mit Rutschkupplung montieren.

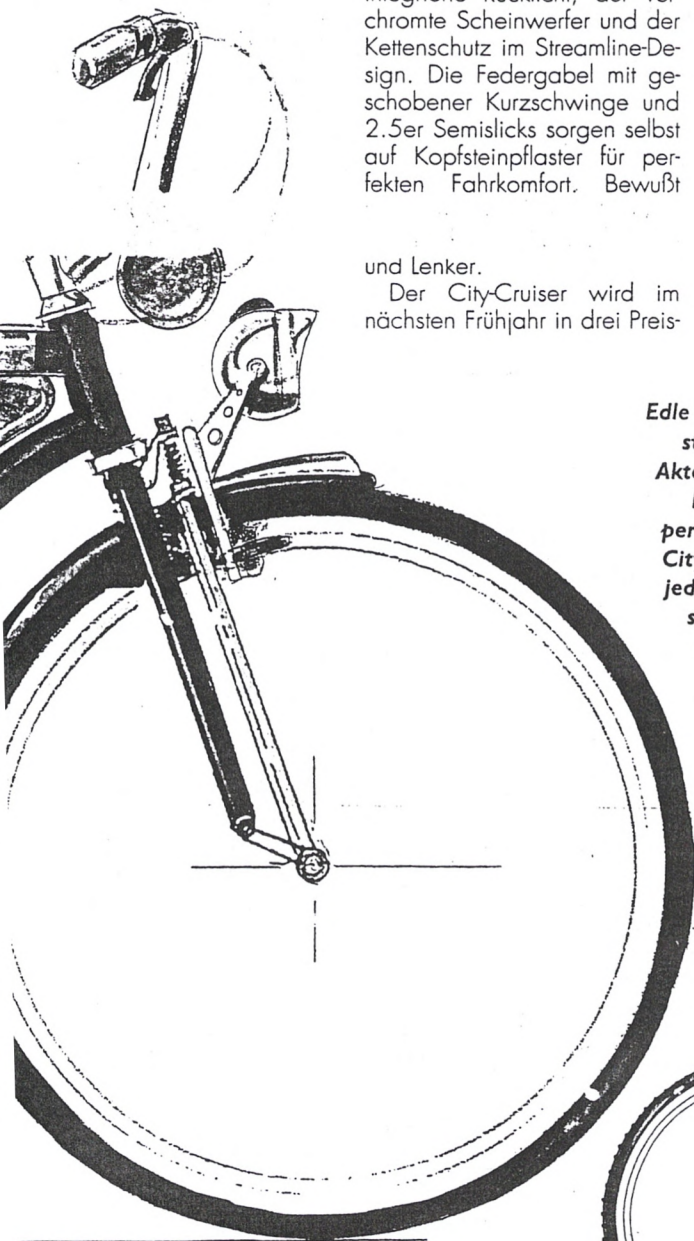
Einen Hauch von Nostalgie verbreiten das ins Schutzblech integrierte Rücklicht, der verchromte Scheinwerfer und der Kettenschutz im Streamline-Design. Die Federgabel mit geschobener Kurzschwinge und 2.5er Semislicks sorgen selbst auf Kopfsteinpflaster für perfekten Fahrkomfort. Bewußt

kategorien mit Shimano-Komponenten (Alivio, STX und XT) auf den Markt kommen. Das Basismodell kostet rund 1500 Mark. Farben: british racing green oder Alu poliert.

Cooler Chopper-Feeling vermittelt die gestrippte Mountainbike-Version. Aheadset-Vorbau mit Bar Ends, Flite-Sattel und wahlweise eine Federgabel machen den Cruiser zum sportlichen Spaßmobil.

Bei der Rahmenkonstruktion nahm Designer Guido Golling ohnehin klassische Mountainbike-Geometrien zum Vorbild. Gemäß dem Motto „Coladosen zu Bikes“ besteht der Rahmen zu 50 Prozent aus recyceltem Aluminium. Wird er ausrangiert, nimmt der Hersteller den Rahmen zurück.

Fehlt nur noch ein origineller Name für die Art Deco Bikes. „Ein Bike als Belohnung“, verspricht Marketing-Berater Detlev Heisinger, „dem Leser, der den originellsten Namen für Cycos jüngstes Kind findet.“ Vorschläge und Infos: Detlev Heisinger, Münchener Str. 2, 85640 Putzbrunn.

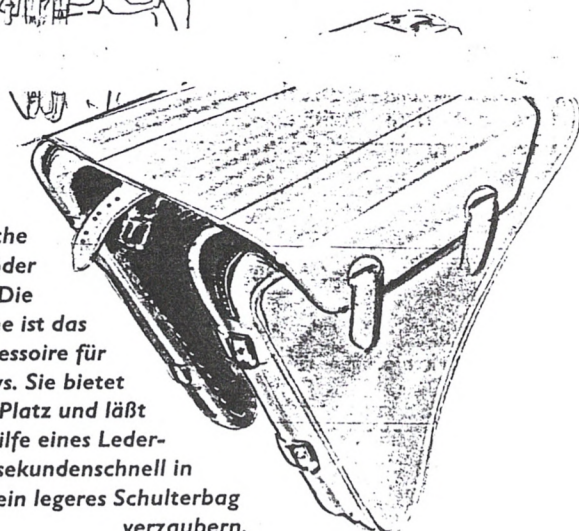


und Lenker.

Der City-Cruiser wird im nächsten Frühjahr in drei Preis-



**Edle Ledertasche statt schnöder Aktenkoffer: Die Packtasche ist das perfekte Accessoire für City-Cowboys. Sie bietet jede Menge Platz und läßt sich mit Hilfe eines Lederriemens sekundenschnell in ein legeres Schulterbag verzaubern.**



**Ein Rahmen, zwei Gesichter: Ohne Schutzbleche, dafür mit Aheadset-Vorbau, Rennsattel und 21- oder 24-Gang-Schaltung kommt der Cruiser locker über alle Berge.**

