

Eurobike setzt auf internationalen Dialog, Innovationen und schärferes Profil

- **Leitmesse konzentriert sich künftig auf B2B**
- **Marktdaten unterstreichen: Persönliche Vernetzung und technologischer Fortschritt werden wichtiger**

Frankfurt am Main – Auf der Auftakt-Pressekonferenz der Eurobike 2026 stellt die internationale Leitmesse zentrale Trends, Wachstumspotenziale und ihre zukünftige Ausrichtung vor. Mit der Neuausrichtung ab 2027 schärft die Eurobike ihr Profil als führende europäische B2B-Plattform für das Bike-Business, Ecomobility und Innovation. Philipp Ferger, Geschäftsführer des Veranstalters Fairnamic GmbH erklärt am vorgelagerten Media Day die nächsten Entwicklungsschritte der Eurobike. Ziel ist es, die internationale Leitmesse noch konsequenter an den Bedürfnissen des Marktes auszurichten und ihre Rolle als zentrale B2B-Plattform weiter auszubauen. „Die Branche braucht einen starken internationalen Treffpunkt für persönliche Begegnung. Deshalb entwickeln wir die Eurobike konsequent weiter – fokussierter und noch näher an den Bedürfnissen unserer Aussteller, Fachbesucher und Marktpartner. Wir freuen uns über rund 800 Aussteller aus 44 Ländern, die hier in Frankfurt vom 24. bis 27. Juni ihre Neuheiten präsentieren.“

Marktdaten bestätigen die Bedeutung persönlicher Netzwerke

Die Bedeutung von Messen als Dreh- und Angelpunkt für die Fahrradbranche unterstreicht auch Dr. Ralf Deckers, Bereichsleiter Strategic Insights & Analytics und Mitglied der Geschäftsleitung des IFH Köln. Die Analyse einer internationalen Befragung zeigt: „Die Branche muss sich in einem anspruchsvollen wirtschaftlichen Umfeld behaupten. Belastend wirken vor allem geopolitische Unsicherheiten.“ 70 Prozent der Befragten erwarten steigende Einkaufspreise, 61 Prozent sehen eine allgemein wachsende Unsicherheit und 55 Prozent rechnen mit weiterem Margendruck. Gleichzeitig zeigen sich erste Anzeichen einer Verbesserung im Geschäftsklima und im Sourcing. Vor diesem Hintergrund gewinnen persönliche Kontakte weiter an Bedeutung: Für 73 Prozent sind persönliche Netzwerke und für 68 Prozent direkte Lieferantenbesuche besonders relevante Kanäle.

Frauen als Schlüssel für die Zukunft der Branche

Eine aktuelle Studie von Women in Cycling Germany und IFH Köln zeigt, dass Frauen zu den bislang größten ungenutzten Wachstumspotenzialen der Fahrradbranche zählen. Während der deutsche Gesamtmarkt bis 2030 voraussichtlich stagniert, könnten durch eine gezieltere Ansprache weiblicher Zielgruppen zusätzliche Umsätze von bis zu 950 Millionen Euro entstehen. Entscheidend sind dabei weniger neue Nachfrage als der Abbau bestehender Zugangsbarrieren. „Die Fahrradbranche hat kein Nachfrageproblem, sie hat ein Zugangsproblem. Wer statt über Technik stärker über Sicherheit, Komfort und Alltagstauglichkeit spricht, erschließt erhebliches Wachstumspotenzial“, sagt Isabell Eberlein, Geschäftsführerin von Velokonzept und Gründerin von Women in Cycling Germany. Für Unternehmen der Fahrradbranche ergeben sich daraus erhebliche zusätzliche Umsatzchancen.

Technologische Disruption verändert die Mobilität

Den Blick in die Zukunft richtete Hannes Neupert, Experte für EPACs und Mikromobilität. Seine Einschätzung: Die Branche steht vor einer technologischen Umbruchphase, die in ihrer Bedeutung mit den großen Mobilitätsrevolutionen des frühen 20. Jahrhunderts vergleichbar ist. Software werde künftig sämtliche Bereiche der Mobilität durchdringen – von Fahrzeugsteuerung und Vernetzung bis hin zu Service, Wartung und Nutzererlebnis. Die Grenzen zwischen Hardware- und Softwareunternehmen verschwimmen zunehmend. Gleichzeitig entstehen neue Fahrzeugkategorien, neue Mobilitätskonzepte und neue Anforderungen an Regulierung und Produktsicherheit. Technologische Innovationen müssen nicht nur erklärt, sondern erlebbar gemacht werden. „Gerade in einer Welt zunehmender Digitalisierung gewinnen physische Veranstaltungen an Bedeutung, weil sie den direkten Vergleich von Produkten, Technologien und Anwendungen ermöglichen. Allerdings ist es nicht einfach, Software als Messeinhalt zu thematisieren. Hier braucht es signifikant neu gedachte Ansätze“, so Neupert mit eindringlichem Appell an alle Marktteilnehmer.

Neuheiten und weitere Informationen

Informationen zu den Neuheiten, die am Eurobike Media Day 2026 vorgestellt wurden, gibt es unter: <https://eurobike.com/frankfurt/de/presse-und->

[medien/press-kit.html](#). Die 34. Eurobike findet von Mittwoch, 24. bis Samstag, 27. Juni 2026 auf dem Gelände der Messe Frankfurt statt. Auf die drei, dem internationalen Fachpublikum vorbehaltenen Auftakttage (24. - 26. Juni), folgt am 27. Juni 2026 der Publikumstag. Weitere Informationen unter:

www.eurobike.com .

Pressekontakt

Frank Gauß, Leiter Kommunikation & Pressesprecher

Tel.: +49 7541 708-310

E-Mail: frank.gauss@messe-fn.de

Über die Eurobike:

Die Eurobike ist die führende internationale Fachmesse für die Fahrradbranche und den Bereich Ecomobility, also für nachhaltige, urbane Mobilitäts-, Transport- und Logistiklösungen. Zusammen mit allen Beteiligten aus Politik, Wirtschaft, Industrie und Gesellschaft schafft die Messe Räume für Austausch, neue Ideen, Perspektivwechsel, starke Partnerschaften und neue Geschäftsmodelle. Sie identifiziert aktuelle Leitthemen in den Bereichen Sport, Freizeit, Gesundheit und Alltagsmobilität.

Über die Fairnamic GmbH:

Das 2021 von den beiden Messegesellschaften Frankfurt und Friedrichshafen gegründete Joint Venture fairnamic GmbH ist ein hochspezialisierter Veranstalter für innovative und zukünftige Mobilität. Mit der AERO – Internationale Leitmesse für die allgemeine Luftfahrt sowie der Eurobike als führende internationale Fachmesse für die Fahrradbranche und den wachsenden Bereich Ecomobility ist die Fairnamic GmbH Marktführerin in den Themenwelt Avionik und nachhaltige, urbane Mobilität. Durch gebündelte Kompetenzen, Marktexpertise, globale Netzwerke, Markenstärke und Agilität baut die fairnamic GmbH die Marktposition ihrer beiden Leitmessen sowie internationalen Satelliten sukzessive global weiter aus.