

*Auf die grüne Wiese gebaut: Hier hat Kruitbosch genug Platz für sein expandierendes Geschäft.*



## Lässiger Look – präzise geplant

Lifestyle-Fahrräder zeichnen die Marke Cortina aus. Der Name klingt italienisch, aber dahinter steht die niederländische Firma Kruitbosch in Zwolle, einer der bedeutendsten Großhändler dort, ein Familienbetrieb in dritter Generation. Mit Cortina werden sehr junge Kundengruppen angesprochen – zunehmend auch mit E-Bikes.

Zwolle ist die Hauptstadt der Provinz Overijssel und seit Gründung Sitz der Firma Kruitbosch. Der Ort hat eine wunderschöne Innenstadt und über die Qualität der Radwege braucht man kein Wort zu verlieren. Nach Eindhoven hat Zwolle das größte Wirtschaftswachstum in den Niederlanden, reüssiert auch als klassischer Industriestandort – und hat 20.000 Studenten.

*Am Eingang zu Kruitbosch befindet sich ein Showroom.*



In diesem Mikrokosmos gedeiht das Unternehmen Kruitbosch, das neben dem traditionellen Grossistengeschäft mit 19.000 lagernden Artikeln das Thema Fashion für sich entdeckt hat. Genauer gesagt, das war der Schlüssel für den Aufschwung der Marke Cortina, die ursprünglich einen schleppenden Start hingelegt hatte.

Der Großvater von Wilco Kruitbosch gründete das Unternehmen 1955, damals der siebte Großhändler in Zwolle. Wilcos Vater und Onkel führten das Geschäft fort, aber als der Onkel aus gesundheitlichen Gründen schon mit 45 Jahren ausschied, musste Wilco mit 25 Jahren schon in die Führung einsteigen.

Heutzutage sieht er seinen Arbeitsschwerpunkt im Produktmanagement von Cortina – und das höchst kreativ. Nachdem er den Großhändler aus seiner regionalen Beschränkung befreit hatte und sich die ganzen Niederlande erschloss, hat er nun auch Nachbarländer im Visier. Gerade Cortina kann das Produkt sein, mit dem man beispielsweise in Deutschland Fuß fasst – mit holländischem Fahrgefühl.

### Start mit Kinderradmarke

Mit dem Thema Fahrrad hat Kruitbosch klein angefangen – im Sinne des Wortes: 2000 startete man mit der Kinderadmarke Alpina und erreichte damit in diesem Segment 2005 die Marktführerschaft in den Niederlanden. Dann kam der Gedanke auf an das passende Anschlussprodukt: ein bezahlbares Fahrrad für junge Erwachsene, das diese gerne fahren. 2006 sei man damit aber in den Startlöchern steckengeblieben, so Wilco Kruitbosch: »Die Händler sagten mir, sie bräuchten keine weitere Fahrradmarke.« Im ersten Jahr produzierte er 7.000 Cortina-Fahrräder, verkaufte aber nur 3.000. Als es 2007 nicht substantiell besser wurde,



*Models für Cortina-Fotoshootings werden in einem Contest ausgewählt – sie wirken natürlich und authentisch.*

*Beispiel eines Brandspots für Cortina, gesehen bei Schakelaar Tweewielers in Zwolle: edle Podeste, Designelemente an der Wand – den Rest des guten Eindrucks besorgen die Fahrräder.*

blieben nur zwei Möglichkeiten: entweder die Marke zu liquidieren oder ihr eine andere Identität zu verpassen, mit der man besser ankommt.

Daher wurde das bestehende Programm 2008 vom Markt genommen. Kruitbosch beschloss, das Unterscheidungsmerkmal müsse das Design sein. Er entwarf neue Lifestyle-Fahrräder, die unverwechselbar aussahen. Das funktionierte bereits in der ersten Saison gut und führte danach zu raschem Wachstum.

Die Werte der Marke hat man gerade in einem neuen über hundert Seiten starken Brandbook zusammengestellt: smart, positiv, ehrlich, ehrgeizig und noch einige Attribute mehr werden dort ausgeführt. Dazu passen diverse Kooperationen, etwa im Modebereich, aber auch mit dem Management von Katy Perry.

Bemerkenswert ist zudem das jährliche Modelcasting für die Imagefotos in den Broschüren und auf den Websites. Über 500 Bewerbungen gehen dort mittlerweile ein. Dabei entstehen Milieufotos auf höchstem Niveau, mit denen Cortina auch in den Fahrradläden in Szene gesetzt wird – insbesondere in den sogenannten Brandspots, edlen Shop-in-Shop-Systemen, die schon in einem Dutzend Geschäften in den Niederlanden umgesetzt wurden.

### **Lifestyle mit Nutzwert**

Eine Rolle spielten dabei auch die Mitnahmemöglichkeiten am Rad. Zwar würde man nicht im engeren Sinne von einem Transportrad sprechen, aber die gebotenen Lösungen mit zwei Trägern oder einem Korb waren klar darauf ausgelegt, dass man einiges mitnehmen kann. So sollten Design und Nutzen kein Widerspruch sein, sondern sich ergänzen. Daraus hat Kruitbosch mittlerweile eine ganze Produktfamilie generiert, indem Accessoires entwickelt wurden,



*Die Accessoires sind integraler Bestandteil des Cortina-Appeals.*



*Bis auf wenige Abteilungen, gibt es keine festen Plätze mehr – jeder sucht sich morgens seinen Platz im stylischen Kruitbosch-Büro. Auch Wilco Kruitbosch setzt sich dorthin, wo gerade frei ist.*



*Dieses Family-Bike soll im Herbst kommen, es nimmt viel Gepäck und einen Kindersitz auf.*



*Wilco Kruitbosch erklärt, dass bei dem neuen Family-Bike die Sattelstütze trotz Schnellspanner nicht ganz herausgezogen und daher nicht gestohlen werden kann.*

die besonders schick sind und teilweise auf die Fahrräder abgestimmt. Das Design wirkt im Ganzen liebevoll verspielt, beinahe zufällig – was aber nur so scheint. In Wahrheit sind die Designs ausgetüftelt bis ins Letzte, weil man möglichst oft den Geschmack treffen muss.

Im Auge hat man beispielsweise junge Mütter, die mit dem Fahrrad Einkäufe erledigen wollen. Für jene, die auch ein Kind zum Kindergarten bringen wollen, ist ein neues Modell in der Pipeline, dessen Hinterradträger einen Kindersitz aufnimmt und dahinter noch eine Ladefläche bietet – plus einen großen Korb am Lenker.

### **Händler profitiert von abgestimmtem Zubehör**

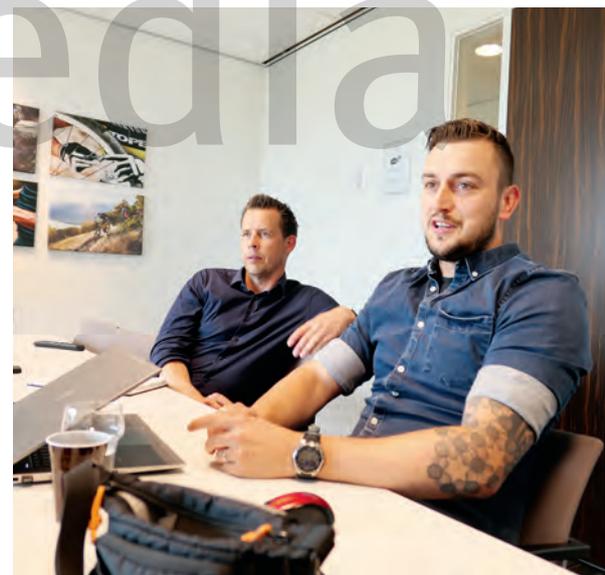
Für den Händler sind solche Produkte also doppelt interessant, die Fahrräder an sich wirken schon attraktiv und individuell und durch die passenden Accessoires kann er noch Zusatzverkäufe samt guten Rohertträgen generieren. Für den Gepäckträger bildet Atravelosystem (AVS) die Basis, denn es werden diverse Taschen und Körbe zum Einklicken geboten. Während das Klicksystem von Atravelo stammt, entwickelt Kruitbosch die Träger selbst, um sie im Design und in der Traglast nach eigenen Vorstellungen auslegen zu können. Der Träger des neuen Modells verkraftet beispielsweise 35 Kilo Last.

Eigenentwicklung ist ohnehin das Stichwort. Seit 2010 entwickelt Kruitbosch die Rahmen selbst und dazu einige Teile, etwa Gepäckträger und Lenker – sowie natürlich Taschen, Körbe und andere Accessoires, die das Produkt aufwerten.

Solche Eigenentwicklungen bildeten auch eine gute Grundlage, um das Sortiment um E-Bikes zu erweitern. Ursprünglich folgte Kruitbosch weiterhin seiner Linie, preislich moderat zu bleiben, und bis heute sind mehrere E-Bike-Modelle unter 2.000 Euro im Programm. Hiermit erreicht man beispielsweise Gymnasiasten, die längere Schulwege lieber per E-Bike als mit dem Bus absolvieren – falls überhaupt ein solcher fährt.

Auch junge Erwachsene kaufen gerne Cortina-E-Bikes. So sieht sich Kruitbosch als ein Anbieter, der die Lücke in der Fahrradnutzung schließt, die in der Altersspanne 12 bis 35 zu beobachten ist. Denn diese Menschen kann man mit dem richtigen Angebot abholen, indem man sie stolz macht auf ihr Fahrrad. Im Preisbereich von 700 bis 900 Euro hat Cortina in den Niederlanden einen Marktanteil von 23 Prozent.

*Reinier Foppen (hinten) und Tim Julsing erklären den aufwendigen Entwicklungsprozess eines neuen Modells.*



## Anspruchsvollere Modelle auch für deutschen Markt

Neuerdings begibt man sich auch in höhere Preisregionen, bietet exquisitesere Ausstattungen mit teureren Motorsystemen und Zahnriemen. Bei all dem steht aber immer im Mittelpunkt, was der Konsument wünscht, die Produkte haben keinen Selbstzweck. Da holt man auch schon mal über soziale Medien Endkunden-Feedback ein, ehe ein Produkt ins Programm genommen wird. Da die Arbeitgeber in den Niederlanden wegen der allgemeinen Parkplatznot das E-Bike als Alternative forcieren – unter anderem mit Leasing – will auch Kruitbosch einer der Treiber des Pendelns per E-Bike sein.

Eine Weile entwickelte das Cortina-Produktmanagement häufig zwei Modelle aus einem, nämlich mit und ohne Motor. Diese Parallelentwicklung wird nun seltener, weil das E-Bike stärker wächst und daher bestimmte Modelle nur als E-Bike entwickelt werden, wo das Sortiment noch ausgebaut werden soll.

Das Produktmanagement ist wegen der zahlreichen Eigenentwicklungen auf elf Mitarbeiter angewachsen, davon machen zwei nichts anderes, als E-Bike-Spezifikationen zu erstellen. Ein Mitarbeiter kümmert sich nur um Produktqualität und sichert damit die technische Flanke.

### So entsteht ein neues Modell

Den Entwicklungsprozess zum neuen E-Bike beschrieben dem RadMarkt Reinier Foppen, Leiter des Produktmanagements, und Tim Julsing, der sich vor allem um die technische Entwicklung kümmert. Ein typischer Prozess, bis ein Modell reif ist für die Serienproduktion, dauert 86 Wochen.

Die Grundidee für ein neues Modell kommt in der Regel von Wilco Kruitbosch. Dann wird im Team geprüft, ob und wie die Idee umsetzbar ist, Julsing kümmert sich beispielsweise um die Hauptteile des Fahrrades, die neu

Rahmenmuster aus dem 3-D-Drucker.



**FROG**  
★ b i k e s ★

## DIE LEICHTEN KINDERFAHRRÄDER

WWW.FROGBIKES.DE ★ INFO@FROGBIKES.COM

**MEHR  
SPASS BEIM  
RADFAHREN**

**DESIGN  
SPEZIELL  
FÜR KINDER**

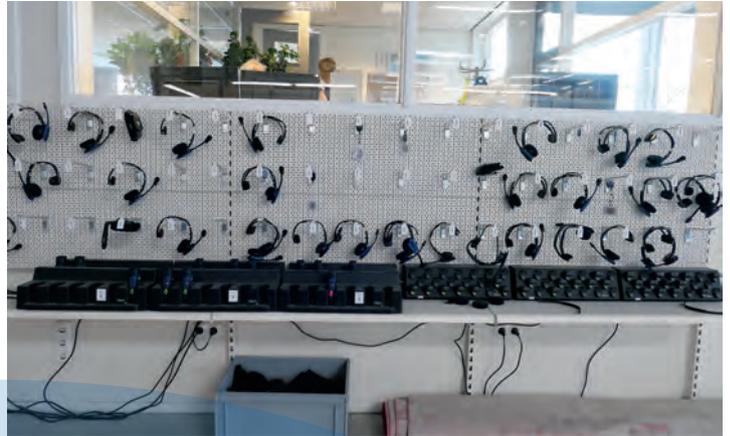
**REDUZIERTER  
Q-FAKTOR**

Leichte Kinderfahrräder mit kinderspezifischer Geometrie und farbenfrohem Design. Erhältlich in 6 Kategorien: Laufräder, Einstiegräder, Hybridräder, Rennräder, Bahnräder und Mountainbikes.

Werden Sie als Vertreter oder Händler in der DACH-Region Mitglied unserer Frog Familie.



*Blick in die Kommissionierung des Großhandels von Kruitbosch. Der Kunde kann zwischen 19.000 lagernden Artikeln wählen.*



*Den Mitarbeitern im Versand werden über Kopfhörer die hinterlegten Bestellungen angesagt und zwar so, dass sie auf einer optimierten Route durch die Regale geschickt werden, wo sie die angeforderte Ware zusammenstellen.*

gestaltet werden müssen. In einem Projekt-Chart wird ein Planungshorizont beschrieben, werden Machbarkeit und Kosten analysiert. Wahrscheinlich könnte man das Ergebnis dieses Abschnitts als Machbarkeitsstudie umschreiben. Es wird aber auch mit Wilco Kruitbosch geklärt, ob die Scribbles im Sinne seiner Idee sind, dann fällt der Beschluss, das Modell zu entwickeln oder nicht.

Wenn ja, wird ein Team aus internen und externen Personen gebildet, welches die eigentliche Entwicklung durchführt. Die Aufgaben werden verteilt und der Zeitrahmen abgesteckt. Dabei spielen neben technischen Aspekten auch rechtliche eine Rolle, zumal, wenn das Modell auch exportiert werden soll und dafür beispielsweise die deutsche Straßenverkehrs-Zulassungs-Ordnung (StVZO) einhalten muss.

Dann entstehen Designskizzen, die noch einmal in eine Feinabstimmung mit Wilco Kruitbosch gehen. Auf Basis des Abstimmungsergebnisses werden dann 3-D-Zeichnungen erstellt und die Rahmenform wird detailliert festgelegt mit allen Rohrquerschnitten und Schnittstellen, auch abhängig

davon, ob der Akku voll oder teilweise integriert oder doch extern platziert wird. Dann muss man einen Rahmenbauer finden, der einen solchen Rahmen umsetzen kann.

Zunächst entstehen Handmuster bei einem chinesischen Rahmenbauer, die er zu einem Montagebetrieb in Osteuropa weiterschiebt, welcher mit Kruitbosch zusammenarbeitet. Dort werden die Musterräder aufgebaut und von einem Teil des Entwicklungsteams vor Ort evaluiert. In der ersten Runde entstehen bis zu vier Muster, als Herren- und Damenrad, mit und ohne E-Bike-Antrieb. In einer zweiten Runde kommen weitere Muster mit Farbvariationen hinzu. In einer dritten Runde sollten die Muster zu 99 Prozent passen, bis auf letzte Feinheiten. Vertreter der Bereiche Produktsicherheit und After Sales schauen auf die Muster, das letzte Wort hat Wilco Kruitbosch und nach seinem Ja kann die Serienproduktion beginnen.

Derzeit sind vier neue E-Bikes so in der Entwicklung. Das beschriebene Family Bike ist am weitesten: Dieser schicke Alleskönner könnte schon im Oktober zu ordern sein.

[www.kruitbosch.nl/de](http://www.kruitbosch.nl/de)

*Text/Fotos: Michael Bollschweiler*



*Dass Kruitbosch Brooks-Importeur ist, sieht man auch am Mobiliar im Showroom.*



*Die auszuliefernde Ware rollt direkt in den Lkw.*