

# Lifestyle auf Rädern



Retrovelo Klara

Mode-Farben, eigenständige Formen und vor allem durchgestylt von Vorbau bis zum Ausfallende: Viele Rad-Hersteller verkaufen immer mehr auch über modische und Lifestyle-Aspekte. Die Zukunft des Fahrrads?

Radfahren ist in Mode, also wieso soll das Rad selbst nicht auch Modeartikel sein? Für manchen Hersteller gehört Lifestyle heute grundsätzlich zur Konzeption eines Rads: Die dynamischen, aber feinen Formen und exquisiten Farben des Birdy-Faltrads von Riese und Müller etwa sprechen eine Sprache, die über die reine Funktionalität weit hinausgeht. Auch der minimalistische Stil der MTB-Cycletech-Bikes von Butch Gaudy fällt in die Lifestyle-Kategorie, und

auch Hochpreis-Hersteller wie Cannondale führen einen Teil ihres Erfolgs auf die starke Konzentration auf das Design zurück. Grundsätzlich immer schon vorhanden, ist der Trend zu mehr Design und Mode am Fahrrad heute unübersehbar – auch die schon vor einigen Jahren kräftig in Schwung gekommene Cruiser- und Retro-Welle macht das klar. Heute sieht man immer mehr Fahrradkomponenten in Rahmenfarbe, Accessoires wie praktische Einkaufstaschen zum Anklicken werden vom Hersteller gleich mitgeliefert, selbst vor Reifen in Rahmenfarbe macht der Wille zur Wirkung dabei nicht Halt, wie zum Beispiel bei Modellen der Firma Retrovelo – wie der Name schon sagt, ist Design hier vor allem retro-kultig. Anders als viele andere Hersteller setzt dieser dabei auf Schlichtheit und meist eher puristische Ausstattung; trotzdem sind auch die Bikes in den unteren Preiskategorien sehr stimmig durchgestylt.

Frauen im Fokus:  
Feminine Optik  
beim Hase Tagun



## Lebensstil: mobil

Werden Räder nach der Optik gekauft? Ja und nein: Es geht darum, einen Lebensstil auszudrücken, sagen die Leute von Viva Bikes bei denen die Bike-als-Mode-Linie vielleicht am deutlichsten zum Vorschein kommt. Das tragende Konzept ist nicht die Radtechnik, sondern der Lebensstil, der dahinter steckt – vom trendy Singlespeed-Renner für den Großstadthelden bis hin zum Pseudo-Hollandrad wie dem Juliett mit schwungvoller, durchkonzipierter Rahmenform für das Girlie von heute ist da alles drin.

Eine nicht ganz so extreme Fashion-Perspektive nimmt man bei Kettler ein, aber auch hier wird eine klare Design-Linie verfolgt: Florale Muster prangen nicht nur auf dem Rahmen der Damenräder, auch Komponenten wie Sattel und Kurbel sind stilistisch eingebunden und schimmern zum Beispiel in sanftem Elfenbein. Die Rahmenform selbst wird dabei allerdings nicht angetastet – abgesehen von den zeitgemäßen, abgeflachten und kastenartigen Rohrformen. »Wir gehen klar auf die emotionale Ebene« umschreibt Mike Dietz von Kettler die neue Linie, »und das hört bei den Komponenten nicht auf. Wir orientieren uns an Käufer-Typen, die ihren Lifestyle auf dem Rad wirklich leben möchten.« Konsequenz: Auch Accessoires wie in Zusammenarbeit mit einer Modefirma entwickelten Taschen (als Zubehör erhältlich) passen sich in die Optik des Rads ein, so soll sich ein schlüssiges Gesamtbild ergeben.

Auch Spezialrad-Firmen stellen Lifestyle auf Räder: Das Liegerad Tagun der Firma Hase ist laut Hersteller vor allem bei Frauen beliebt. Flower Power-Design am Logo und sanfte, pastellige Farben bestimmen die modische Optik am Rad.

Life in the City:  
Kettler LayalaDesign trifft  
Funktion:  
Velotraum

## Rad mit Design oder Designerbike?

Während die eine Firma primär Lifestyle-Objekte anbietet, die mit verschiedenen Funktionen – also etwa als City-, Cruiser- oder Singlespeed-Bike ausgestattet sind – bringt der andere Hersteller seinen technisch als City-, Cross- etc. definierten Rädern eine stylische Optik bei. Auch die Verknüpfung von Lifestyle-Elementen ist angesagt. So zeigte vor Kurzem eine Werbekampagne von Giant einen Radler mit Spiegelreflex-Kamera auf der Pirsch nach neuen Motiven – und sorgte damit für Style-Transfer der angesagten Hightech-Kamera zum Fahrrad.

Auch Stefan Stiener, Chef von Velotraum, meint: »Hochwertige Funktion und lange Lebensdauer kann man heute in fast allen Preisregionen erwarten. Wer sich abheben will, muss mehr am Mode-Artikel Fahrrad arbeiten. Natürlich darf das Rad nicht zur reinen Designkone mutieren – das ist nicht nur von der technischen Seite her schwierig, sondern stellt uns auch vor Praxis-Probleme: Was ist etwa, wenn ich aus Witterungsgründen einen anderen Reifen aufziehen will, der – natürlich – nicht mehr mit dem Gesamtdesign harmoniert?« So viel Fashion wie geht, ohne Einbußen bei der Technik, heißt also die Devise.

## Möbelhaus statt Fahrradladen?

Das moderne Lifestyle-Rad wird ganz neue Verkaufsquellen finden, erklären manche Vertreter der Lifestyle-Gemeinde. Beispiele: Brillenladen und Möbelhaus. Da bekommt feines Design sprichwörtlich den Raum, den es braucht, meint man bei [Viva] und Velotraum. Aber keine Angst: Der Fahrradhändler an der Ecke wird deshalb keine Probleme bekommen. Wenn er den feinen Dingen des Velo-Alltags mehr Platz macht und die Präsentation nicht nur den üblichen Lenker-an-Lenker-Charakter hat, dann wird auch der Ästhetiker sein Rad nach wie vor beim Fachhandel kaufen. Nur Fahrradneulinge kommen ausschließlich über das Design zum Rad; alle anderen lassen sich lieber nach wie vor kompetent im Radgeschäft beraten – egal, wie modisch das Rad sein soll ...

Georg Bleicher

