

INTERVIEW:

Eine Fabrik für viele Marken

Viele Radhersteller lassen in derselben Fabrik fertigen. Warum wird darüber oft geschwiegen?

Viele Konsumenten betrachten die Fertigungstiefe einer Marke als Qualitätsmerkmal. Wenn ein Radhersteller aus Carbonfäden Rohre fertigt und daraus einen Rahmen baut, dann wird dieser Firma mehr Know-How und Qualität zugeschrieben als einem Hersteller, der nur fertige Rohre kauft und dann zusammenklebt. Wenn ein Hersteller nur den Rahmen einkauft, dann wird der Marke generell weniger Kompetenz zugeschrieben. Bei einem zentralen Teil wie dem Rahmen sind viele Kunden wohl besonders sensibel

Immerhin werden die Rahmen bei Trek und Canyon von Ingenieuren entwickelt.

Wenn immer häufiger nach der Herkunft aus Fernost gefragt wird, sollten diese Anbieter zeigen, wie dort bei ihren Vertragspartnern die hohen Ansprüche der westlichen Ingenieure eingelöst und sichergestellt werden. Das nennt man transitives Vertrauen: Ich vertraue hier darauf, dass die Marke bei einem in der Wertschöpfungskette vorgelagerten Akteur schon für die richtige Qualität sorgen wird.

Wie wichtig ist dem Kunden die Herkunft?

Die Herkunft ist den Kunden wichtig, aber meistens kein Kauftreiber. Apple etwa schreibt „Made in China“ auf die Geräte und hat nicht mal durch das PR-Desaster um die China-Lieferanten Kaufeintrübe erlebt. Natürlich sollten nachhaltig arbeitende Marken anders agieren und auch ihre Lieferanten in Marken-Standards einbinden.

Die Fahrradindustrie ist also eine Ausnahme?

Nein, in vielen Branchen wird mehr oder weniger zentral produziert. Etwa bei Zahnbürsten und Sonnenbrillen, wo ein zentraler Fabrikant das Sortiment vieler Marken herstellt, also auch unterschiedliche Qualitäten. Trotzdem versucht jeder Sonnenbrillenhersteller, sein eigenes Image zu kreieren. Über die Fabrik redet man dann nicht gern. Das ist ja wohl bei Rädern auch so.

Die Verschwiegenheit beruht also einzig auf Psychologie?

Nein, das hat auch handfeste Gründe. Würden Canyon und Trek mit der Produktion bei Giant werben, dann würden sie sich vergleichbar machen.



Andreas Pogoda, 45, ist Markenexperte. Bei der Brandmeyer Markenberatung in Hamburg arbeitet er am Auftritt von Marken wie Alpecin und Ajona.

Wer würde mehr profitieren, wenn die Produktion und der Einkauf der Marken transparent wäre?

Eindeutig Giant. Die Fertigungstiefe und das Vertrauen anderer Marken würde dem Image von Giant nützen. Für fast jeden Branchengiganten ist nämlich die eigene Größe oft ein Imageproblem. Dem Branchenriesen wird selten Spitzenqualität zugeschrieben. Das Vorurteil „Wer von ganz unten bis oben alles bietet, macht keine Spitzenqualität“ ist ja weit verbreitet.

Sollte Giant also offen damit werben?

Nicht unbedingt. Wenn etwa Giant die Nachfrage bereits jetzt kaum noch bedienen kann, dann hätte der Imagegewinn keinen wirtschaftlichen Nutzen. Und wenn sich die Industriekunden von Giant, also anderer Marken, dann auch noch mit Giant streiten, dann würde das allen schaden.



Die Produktionsstraße in der C-Tech-Fabrik.

» Für fast jeden Branchengiganten ist nämlich die eigene Größe oft ein Imageproblem. Dem Branchenriesen wird selten Spitzenqualität zugeschrieben.

» Beim Transport hatten sich die Carbonrohre aus den Aluminiummuffen gelöst. Da wurden alle Arbeiter zusammen gerufen und die Rahmen vor ihren Augen zertrümmert. Danach hatten wir das Problem nie wieder.



Werk ist ein Teil von uns, das Rad ist ein Teil von uns. Dadurch haben wir eine tiefere Bindung zum Produkt und stehen so vehement dahinter“ so der Pressesprecher.

Trek hat, wie auch Look und Time, mit Rahmen aus den Heimatwerken Weltcuprennen und Etappen bei der Tour und beim Giro gewonnen. Aber mit Giant vergleichbare Stückzahlen hat keiner verkauft. „Nach der Qualität ist auch der Preis wichtig, und anscheinend stimmt bei uns beides“, so Liu. Besonders stolz ist Liu auf die Fertigungstiefe. Er sagt, Giant hat als erster Hersteller aus Carbonfäden einen Rahmen gefertigt, anstatt nur fertige Teile zu kaufen und zusammen zu kleben. „Das schafft bis heute fast niemand.“

Liu und sein Assistent Cheng stehen jetzt auf. Mit 78 Jahren brauchen viele Menschen eine Hilfe im Alltag, an Sport ist nicht zu denken. Liu geht genauso aufrecht und mühelos wie sein etwa 30-jähriger Assistent. Cheng führt uns über das Werksgelände zu C-Tech, der wichtigsten Carbonrahmenfabrik von Giant. Nichts weist von außen darauf hin, dass in den schmucklosen Hallen aus

Eine Arbeiterin prüft Rahmen in der Lackiererei.



Rahmen in ihrer US-Zentrale. 47 Arbeiter bauen das Spitzenmodell, das 6er Madone, in Wisconsin. Mit diesem Rahmen und seinem Vorgänger haben Armstrong und Contador binnen zwölf Jahren neunmal die Tour de France gewonnen. „Handmade in USA“ prangt in zentimeterhohen Lettern auf der Kettenstrebe. Es kann nicht in Fernost produziert werden, da das Carbon nur in NATO-Länder exportiert werden darf. „Wir haben schon immer Fahrräder hier in den USA gebaut. Das



links: Die selbst produzierten Carbonmatten werden verklebt und geföhnt.

rechts: Das können nur wenige Hersteller: Carbonfäden werden zu Matten verwoben....

