

„Man sollte auf Ergonomie setzen“

Ergonomie ist als Trendthema in aller Munde. Doch was sind die Hintergründe und die Chancen für den stationären Handel? SAZbike sprach mit Dr. Achim Schmidt von der Sporthochschule Köln.



Dr. Achim Schmidt

Institut für Natursport und Ökologie
der Deutschen Sporthochschule
in Köln

Dr. Achim Schmidt blickt auf über 30 Jahre Radsportenerfahrung zurück. Der heute 49-Jährige lehrt und forscht am Institut für Natursport und Ökologie der Deutschen Sporthochschule in Köln zu allen Themen rund um das Fahrradfahren – von Gesundheit bis Training. Schmidt fuhr jahrelang selbst aktiv Rennen und war unter anderem Teil des Nachwuchsländeskaders in Nordrhein-Westfalen, ehe ihn eine Knieverletzung einbremste – und zur Medizin brachte. Neben seiner Tätigkeit in Köln arbeitet der Radsportexperte unter anderem als Berater mit Humpert/Ergotec zusammen und führt Schulungen für Fachhändler durch.

Von der einfachen Sitzhöhenanpassung bis hin zum komplexen Bikefitting – das Thema Ergonomie deckt eine unglaublich große Bandbreite an Möglichkeiten ab. „Der Grund dafür ist, dass man hier bei jedem Radfahrer sehr individuell vorgehen muss“, erklärt Dr. Achim Schmidt. Im Interview sprachen wir mit dem Radsportexperten der Deutschen Sporthochschule in Köln über die Bedeutung von Ergonomie beim Radfahren und die Chancen des stationären Handels von diesem Thema zu profitieren.

SAZbike: Herr Schmidt, in wenigen Wochen beginnt die Radsaison. Warum klagen eigentlich gerade am Jahresanfang viele Menschen über Beschwerden beim Radfahren?

Armin Schmidt: Das liegt in unserer Natur. Unser gesamter Bewegungsapparat – egal ob Muskeln, Bänder, Sehnen oder Knochen – kann sich an die verschiedens-

ten Bewegungen anpassen. Nur muss eben daran gewöhnt sein. Wenn man nun aufgrund der Witterung ein paar Wochen oder sogar Monate nicht auf dem Rad gesessen ist, ist die Wahrscheinlichkeit, dass es anfangs hier und da zwick, relativ groß. Wenn ein Rad aber richtig eingestellt ist und man regelmäßig zu fahren beginnt, sollten diese Beschwerden relativ schnell wieder verschwinden.

SAZbike: Sie sprechen bereits die richtige Einstellung des Rades an. In den letzten Jahren ist das Wort „Ergonomie“ zu einem Modebegriff in der Fahrradwelt geworden. Was hat es damit genau auf sich?

Schmidt: Das ist üblicherweise eine der ersten Fragen, die ich bei meinen Händler Schulungen meinen Händlern stelle. Die Antworten der Teilnehmenden sind dann meist so vielfältig wie das Feld Ergonomie selbst. Es geht um Effizienz, Energie, Komfort, Beschwerdefreiheit, aber auch um Themen wie Altersanpassung, Aerodynamik oder Individualität. Gerade letzteres ist extrem wichtig, da jeder Mensch verschieden ist. Prinzipiell versucht die Ergonomie den Fahrer möglichst komfortabel und gleichzeitig möglichst effizient auf das Rad anzupassen.

SAZbike: Gibt es gewisse Zielgruppen, die für ergonomische Anpassungen mehr in Frage kommt als andere?

Schmidt: Nicht wirklich, es gibt eher verschiedene Schwerpunkte. Bei einem Rennfahrer, der Triathlon oder Zeitfahren betreibt, spielt der Luftwiderstand bei gleichzeitig hoher Leistungsübertragung eine entscheidende Rolle. Bei einem E-Bike-Tourenfahrer geht es dagegen um Komfort, aber auch um Effizienz. Denn wenn das Rad perfekt angepasst ist, komme ich auch mit meinem Akku weiter.

SAZbike: Was sind die häufigsten Beschwerdebilder beim Radfahren?

Schmidt: Die häufigsten Probleme findet man sicherlich im Sitzbereich, gefolgt von der Halswirbelsäule. Typische Themen sind hier etwa ein überstreckter Nacken oder Probleme mit der Kopfhaltung. Es geht weiter mit den Händen, dem Rücken, den Knien und den Füßen. In einer Untersuchung haben wir herausgefunden, dass über 90 Prozent der Radfahrer entsprechende Probleme haben.

SAZbike: In einer repräsentativen Studie des Zentrums für Gesundheit an der deutschen Sporthochschule Köln im Auftrag von Humpert/Ergotec sagten 57 Prozent der befragten Radfahrer, dass sie bisher nichts unternommen haben, um Beschwerden beim Fahrradfahren zu reduzieren. Wie kommt das?

Schmidt: Gerade Vielfahrer tendieren oftmals dazu, die Schmerzen einfach auszuhalten, in der Hoffnung, dass sie verschwinden. Für den Handel sind gerade die „Wenigfahrer“ interessant: Diese stehen dann oft mit ihrem neu gekauften Rad vor der Wahl, ob sie es in die Ecke stellen oder eben etwas gegen die Beschwerden unternehmen. Hier kann der Radhändler mit vergleichsweise geringem Aufwand sehr viel bewirken und den Käufer glücklich machen.

SAZbike: Was kann der Radhändler hier konkret machen, um den Kunden möglichst ergonomisch auf sein Rad zu setzen?

Schmidt: Zuerst einmal muss er sich fortbilden. Die meisten Händler haben nur das rudimentäre Basiswissen, wenn es um solche Probleme geht. Das reicht aber nicht aus, um das Thema Ergonomie umfassend anzubieten. Abhilfe schaffen hier Händlerschulungen, Literatur oder die klassische Internetrecherche. Was ich jedem Händler in jedem Fall empfehle ist, die gesammelten Erfahrungen zu notieren. Das Thema Ergonomie ist so individuell, dass man viel Erfahrung braucht, um verschiedene Lösungsansätze zu kennen.

SAZbike: Wenn man einen Kunden nun möglichst perfekt auf das Rad setzen möchte – wo fängt man am besten an?

Schmidt: Das Prinzip von Fuß bis Kopf hat sich hier bewährt. Pedale spielen beispielsweise eine viel größere Rolle, als viele Alltagsradler denken. Im Sportbereich sind Klickpedale unbestritten, beim normalen Fahrrad dominieren aber die seit über 100 Jahren so gut wie unveränderten Standardpedale, die eigentlich viel zu klein sind. Daher kann ein ergonomisches Pedal mit einer großen Auflagefläche und Wölbung schon ein erster Schritt sein.

SAZbike: Wie sieht es in diesem Kontext mit Einlegesohlen aus?

Schmidt: Die machen absolut Sinn, wenn ein entsprechendes Problem vorliegt. Es



Fotos: Humpert/Ergotec

gibt sicherlich bereits gute Standardeinlegesohlen von verschiedenen Herstellern – aber hier sollte man das nötige Know-how haben, um sinnvoll zu beraten.

SAZbike: Was kann man in Sachen Sattel unternehmen?

Schmidt: Um das richtige Modell zu finden ist eine Sitzknochenvermessung sinnvoll. Hat man sich für einen Sattel entschieden sind das Ausmessen der Sitzhöhe, des Sattlerückstandes zur Pedalachse, die Sattelüberhöhung zum Lenker (oder

SAZbike: Wie schaffe ich das?

Schmidt: Man muss dem Kunden immer klarmachen, dass die Anpassung ein Prozess ist. Hat man die ersten Einstellungen getätigt, ist eine Testfahrt am besten. Bei sportlichen Positionen ist es auch wichtig auf die Konsequenzen der jeweiligen Änderungen hinzuweisen. So kann es durchaus sein, dass man bei den ersten Ausfahrten noch Muskelschmerzen hat, weil der Körper sich erst an die neue, bessere Position gewöhnen muss.

SAZbike: Sie haben nun die verschiedenen Messpunkte erklärt. Welcher finanzielle Aufwand ist eigentlich notwendig, um das Thema Ergonomie anzubieten?

Schmidt: Das kommt ganz auf die Kundschaft an. Im sportiven Bereich muss ich schon einen hohen technischen Aufwand betreiben, um die Kunden, die hier oftmals über sehr großes Vorwissen verfügen, zufriedenzustellen. Die Investitionen liegen hier im fünfstelligen Bereich. Beim Alltagsfahrer ist es dagegen schon gut, dass ich ihn in meinem Laden in irgendeiner Weise anständig vermessen kann.

SAZbike: Das Thema Ergonomie ist sehr komplex. Wo hört eigentlich „Fahrradhändler“ auf und fängt „Arzt“ an?

Schmidt: Ganz klar, wenn es um Verletzungen geht. Brüche, Quetschungen, Risse etc. sind kein Thema für den Handel. Geht es aber um die oben bereits genannten Beschwerden, halte ich den geschulten Fahrradhändler sogar für die bessere Adresse als viele Ärzte, die gegebenenfalls wenig Berührungspunkte mit der Fahrradergonomie haben.

SAZbike: Sichtwort Arzt: Inwieweit macht es für einen Händler eigentlich Sinn Crossmarketing mit beispielsweise einem Mediziner oder Physiotherapeuten zu betreiben?

Schmidt: Sehr. Wir sprechen hier vom sogenannten „Ergonomischen Dreieck“. Dieses besteht aus einem Radhändler, der die Ergonomieberatung durchführt, einem radaffinen Arzt und einem radaffinen Physiotherapeuten. Wenn man so eine Konstellation schaffen kann, kann man sich gegenseitig in Sachen Kunden bzw. Patienten unterstützen und die richtigen Adressen empfehlen – für alle Parteien inklusive Kunden eine Win-Win-Situation.

SAZbike: Viele Händler, die bisher noch keine tiefgreifenderen ergonomischen Dienstleistungen angeboten haben, schrecken trotzdem vor dem hohen Aufwand zurück, neu in die Materie einzusteigen. Was entgegen Sie diesen?

Schmidt: Dass sie sehr viel verschonen, wenn sie sich dem Thema verschließen. Wir alle wissen, dass sich der Handel derzeit großen Veränderungen ausgesetzt sieht und es für viele Radgeschäfte im Hinblick auf die wachsende Konkurrenz durch das Internet nicht einfacher wird. Aus diesem Grund sollte man sich auf Standpfeiler konzentrieren, die einen Vorteil gegenüber dem Netz bieten. Das kann die Werkstatt sein, das kann aber auch die Ergonomie sein. Die Händler in meinen Schulungen zeigen sich jedenfalls begeistert. Kürzlich hatte ich einen Geschäftsführer bei mir sitzen, der früher klassisch Räder verkauft hat – heute aber nur noch Einzeltermine mit seinen Kunden ausmacht. Für die ein bis zwei Stunden nimmt er 100 Euro mehr – aber die Leute gehen nach der Beratung in der Regel fast immer mit einem Rad nachhause. Gerade für kleinere Händler gilt deshalb: Man sollte auf Ergonomie setzen.

SAZbike: Herr Schmidt, vielen Dank für das interessante Gespräch!

Interview: Werner Müller-Schell

Ergonomische Parts wie Sätze, Stützen oder Pedale können oftmals Problemlöser sein.



CROSSMARKETING

Aufgrund seiner Komplexität bietet das Feld der Ergonomie gute Möglichkeiten, Crossmarketing mit anderen Experten zu betreiben. Händler können sich so beispielsweise mit Sportmedizinern, Orthopäden oder Physiotherapeuten zusammenschließen, die eine entsprechende Expertise im Bereich Fahrradfahren aufweisen. Experte Dr. Achim Schmidt bezeichnet dies als das „Kundenzufriedenheits-Dreieck der Ergonomie“.

Kundenzufriedenheits-Dreieck



Man muss dem Kunden immer klarmachen, dass die Anpassung ein Prozess ist.

Dr. Achim Schmidt



die Lenkerüberhöhung zum Sattel) der nächste Schritt. Anschließend folgt dann die Auswahl des richtigen Lenkermodells und gegebenenfalls der passenden Griffe. Als Händler muss man sich bei all diesen Schritten darüber klar sein, dass es nicht die eine richtige, sondern verschiedene Messmethoden gibt, die von verschiedenen Seiten empfohlen werden. Wichtig ist hier – wie im Übrigen bei allen Ergonomieschulen – dass man sich nicht auf eine Ideologie verlässt, sondern bereit ist auch verschiedene Sachen auszuprobieren. Am Ende ist entscheidend, dass sich der Kunde wohlfühlt.