

»Coole Produkte brauchen ein gutes Design, weil es deren Message, begehrenswert und attraktiv zu sein, verstärkt.«



»Cool products need a good design because it reinforces the message that they're desirable and attractive.«



→ Welche Bedeutung hat das Design in der Fahrradbranche heute?

Design ist in der Fahrradindustrie wichtiger denn je. Das Image des Fahrrads hat sich in den letzten Jahren grundlegend verändert. Noch nie war es so cool wie jetzt, mit einem stylischen Rad unterwegs zu sein. Coole Produkte brauchen natürlich auch ein gutes Design, weil es deren Message, begehrenswert und attraktiv zu sein, verstärkt.

Der E-Bike-Markt boomt, trotzdem haben Sie eine Scheinwerfervariante für motorlose Fahrräder entwickelt. Warum?

Mit Leuchten für E-Bikes kann man natürlich aktuell deutlich mehr Umsatz machen, aber ich finde es wichtig, auch im Bereich der motorlosen Fahrräder die Entwicklung von innovativen Lichtsystemen voranzutreiben. Supernova entwickelt sehr oft Produkte, die ich mir aus meiner persönlichen Erfahrung heraus tatsächlich selbst wünsche. Das ist aus betriebswirtschaftlicher Sicht nicht immer sofort verständlich, aber in den letzten Jahren lag ich eigentlich ganz gut mit meinem Bauchgefühl, was Radfahrende so brauchen.

Wie würden Sie die Zielgruppe des Produktes beschreiben?

Wir haben verschiedene Zielgruppen. Viele unserer Kund*innen sind Pendler*innen, die bei Wind und Wetter zur Arbeit fahren und auf der Suche nach langlebigen Produkten sind. In einer weiteren Zielgruppe mischen sich Hobbyfahrer*innen und Extremsportler*innen, die den Scheinwerfer auf dem Mountainbike oder Rennrad nutzen. Hobbyfahrer*innen können mit einem hellen Lichtsystem ihre Fahrradsaison bis in den Herbst und Winter verlängern. Extremsportler*innen erfreut die bis zu 50 Stunden lange Leuchtzeit und die minutengenaue Leuchtzeitangabe. Zuverlässigkeit ist zudem ein wichtiger Faktor, wenn man sich teilweise jahrelang auf eine Weltumrundung vorbereitet hat.

Akkus, LEDs und Steuerungschips kommen in der Regel von internationalen Zulieferern – wie anfällig sind diese Lieferketten – etwa vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie?

Bisher gab es bei uns nur geringe »coronabedingte« Verzögerungen. Wir haben unsere Lieferketten sehr gut im Griff und sichern unsere Bedarfe bis über ein Jahr im Voraus. Zusätzlich haben wir ein Notlager von allen wichtigen Mikrochips, LED-Treibern und LEDs angelegt, für die es keine Alternativen gibt. Akkuzellen haben wir ebenfalls frühzeitig reserviert. Hier hatten wir vor Jahren böse Erfahrungen gemacht, als uns Tesla alle Panasonic-18650-Zellen vor der Nase weggeschnappt hat.

Seinen ersten Fahrrad-Scheinwerfer baute sich der Gründer und Radrennfahrer Marcus Wallmeyer 1995 – aus einer Tomatenmarkdose und einer Motorradbatterie, um auch in der Nacht lange trainieren zu können. Inzwischen entwickelt und produziert das Unternehmen mit über 50 Mitarbeiter*innen im industriellen Maßstab Hochleistungs-Lichtanlagen für Fahrräder mit und ohne elektrische Motorisierung. Daneben betreut Supernova nach wie vor auch Designaufträge von Drittkunden.

www.supernova-lights.com

→ How important is design in today's bike sector?

Design is more important in the bike industry than ever before. There have been fundamental changes in the image of the bicycle in recent years. Riding a stylish bike has never been as cool as it is today. And cool products need a good design because it reinforces the message that they're desirable and attractive.

The e-bike market is booming, but that didn't stop you developing a version of the headlight for motorless bikes. Why?

In today's market, you can obviously sell a lot more product if you make lamps for e-bikes, but I think it's important to drive the development of innovative lighting systems for motorless bikes too. Very often, the products Supernova develops are things I want to have myself, based on my personal experience. That doesn't always immediately make sense from a business perspective, but in recent years my gut feeling as to what cyclists need has actually been pretty accurate.

How would you describe the product's target group?

We cater to various target groups. A lot of our customers are commuters who cycle to work in all weathers and are looking for products that will last a long time. Another of our target groups is a mix of hobbyists and extreme athletes who use the headlight on their mountain or racing bikes. For hobbyists, bright lights mean they can prolong their cycling season into the autumn and winter, whereas extreme athletes love the fact that the system gives them up to 50 hours of light and displays the charge status to the exact minute. And if you've invested years in preparing to cycle round the world, reliability is obviously an important factor too.

As a rule, rechargeable batteries, LEDs and chips are sourced from international suppliers. How vulnerable are those supply chains – for instance in the light of the corona pandemic?

Up until now, we've only had minimal delays because of corona. We stay on top of our supply chains and secure our needs in good time, sometimes more than a year in advance. In addition, we have emergency stocks of all the important microchips, LED drivers and LEDs that there are no alternatives for. We also reserved a good supply of rechargeable cells early on. That was something we had a really bad experience with years ago, when Tesla snapped up all the Panasonic 18650 cells from under our nose.

Because he wanted to be able to train for extended periods at night too, founder and racing cyclist Marcus Wallmeyer built his first bicycle headlight back in 1995 – out of a tomato puree can and a motorbike battery. Nowadays the company employs over 50 people and produces high-performance light systems for bikes with and without an electric motor on an industrial scale. In addition, Supernova continues to take on design assignments from third-party customers.

www.supernova-lights.com