

RennRad

www.radsport-rennrad.de

Nov.-Dez. 11-12/2009

Test: Straße & Labor: 6 Traumbikes
Gelände: 24 Cyclocrosser

powered by



Test

GPS-Geräte

24 Cyclocrosser

6 Traumbikes 2010

Schnellspanner im Labor

Bahn-WM

Endlich Evans

2x Bronze für BDR



Eurobike

12 Seiten Messerückschau

Tandemreise

Von Regensburg nach Wien

Reportage

»Alpenbrevet«: 172 km, 5 294 hm

Made in Germany

Wippermann: Feuer, Stahl & Wackeldackel



- Cannondale SuperSix
- Focus Izalco Team Milram
- Specialized Tarmac SL3
- Simplon Serum
- Storck Fenomalist
- Trek Madone



4 196209 203505



Feuer, Stahl &



Hitzebehandlung: Die Laschen laufen auf Bändern durch einen Ofen, werden so ausgehärtet. Das soll die Bruchkraft erhöhen und vor Verschleiß und Korrosion schützen.



Am Rande des Ruhrgebiets, direkt neben der A 45, Abfahrt Hagen Süd, liegt die Fabrik. Die Fassade ist denkmalgeschützt.



Reinhard Bludom im Kundengespräch auf der Eurobike 2009 am Bodensee. Im Hintergrund Martina Röhl

Wackeldackel



Wissen Sie eigentlich, was auf den Laschen Ihrer Fahrradkette steht? Wenn nicht, so könnte eine kleine Firma aus Hagen das bald ändern.

Für Reinhard Bludom hat das Wohl seiner Erzfeinde oberste Priorität, ihre Namen: Shimano, Campagnolo, Sram. Bludom entwickelt für Wippermann Fahrradketten – und die laufen auf den Ritzeln der Teile-Giganten.

»Wer die Haltbarkeit unserer Connex-Ketten kennt, der will nix anderes mehr. Stärker als die ist hier nur

unser Kaffee«, ist Bludom überzeugt und schenkt mir noch einen Flüssigwecker ein, während mein Herz in den Rennmodus hochfährt.

Wir sitzen zu fünft im Wippermann-Werk beim Frühstück. Auf dem Tisch Brötchen, Butter und Kaffee, das Gespräch kreist um Kettenschlösser, Nietstifte und Außenlaschen.

»Die Gelddruckmaschine der Teile-Giganten heißt »Gewährleistung«, erklärt der Produktmanager.

»Damit zwingen sie die Bikefirmen, ihre Räder mit Komplettgruppen auszurüsten – mit unseren Ketten an ihrer Schaltung entfällt die Gewährleistung. Wenn Shimano Forderungen stellt, können die Bikefirmen nur noch nicken wie die Wackeldackel.« Die versammelte Runde nickt. Bemüht unauffällig.

Das sind sie also: die Herausforderer, angetreten

als »David« Wippermann gegen gleich drei Goliaths. Als Erstausrüster hat es Wippermann schwer. Also konzentriert sich die Firma vor allem auf so genannte »Endverbraucher« – Radfahrer, die eine neue Kette brauchen.

Werbung, Fingerzeige und ein VW Polo

Das Problem bei der Vermarktung: Fahrradketten sind zu klein für schicke Logos. Viele Biker kaufen Kettenblätter, Kette und Kassette im Verschleiß-Set. Der Antrieb fristet dann oft eine karge Existenz, raselt verdeckt seinem Ende entgegen, bis die Gänge springen. Als edles Tuningteil kann man Ketten nur schwer verkaufen.

Connex-Ketten sollten besser schalten und länger halten als die Konkurrenz, gleich gut reicht nicht. Bludoms Zeigefinger schnell hoch, dirigiert Tonlagen und Zahlen, betont Ausrufezeichen: »10800 Newton Zuglast, also etwa eine Tonne Gewicht, halten Connex-Ketten aus! Man könnte einen VW Polo dranhängen! Die Konkurrenz schafft etwa 100 Kilo weniger – nicht, dass ein Radfahrer so viel Maximalkraft aufbringt, aber auf unserem Prüfstand verschleiben unsere Ketten langsamer als die Konkurrenz.« Müssen sie auch, vom Herausforderer wird mehr erwartet als vom Platzhirschen.

»Da wir an einem Hochlohnstandort leben und Umweltstandards erfüllen müssen und wollen, sind billige Ketten nicht drin. Die Qualität ist auf dem Niveau hochwertiger Schaltgruppen angesiedelt«, ergänzt Martina Röhl, zuständig für Kundenberatung auf Messen.

Die Kette als regionales Produkt

Die teils denkmalgeschützte Fabrik wirkt auf Besucher wie eine Mischung aus Industriemuseum und Hightech-Schmiede. Computergesteuerte CNC-Fräsen stehen neben Industrieöfen, die so viel Wärme abstrahlen, dass im Winter nicht geheizt wird und die Arbeiter im Sommer Wasser bekommen. 2010 sollen modernere Öfen die Ökobilanz aufbessern. Überhaupt wird Umweltschutz hier großgeschrieben, die Transportwege klein gehalten. Stahl und Kartons kommen aus der Region – Altena und Iserlohn statt Asien und Osteuropa.

Eine fünf Meter hohe Presse lässt die Backsteine in den Wänden erzittern und Worte ungehört verhallen. Die Werksführung wird zum Stummfilm, vor-

*Von der Stahlplatte zur Außenlasche:
Jeder Stanzschritt ist
auf der Schablone dargestellt.
Der Bolzen (nicht im Bild)
ist das teuerste Teil.*



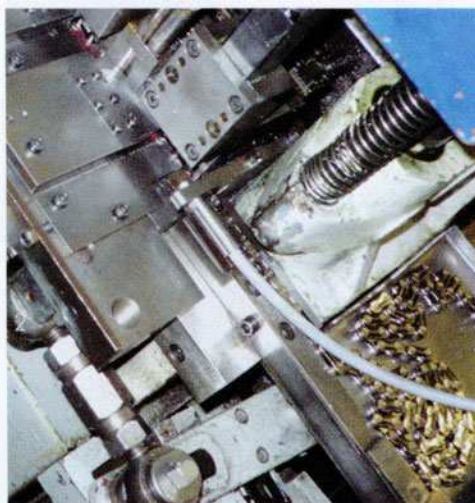
Oben: Die fertigen Laschen werden sortiert, in Position gebracht und von der Nietmaschine (rechts) zur Fahrradkette vernietet.

Unten: Das Team Nutrixxion-Sparkasse vertraut auf Connex-Ketten.

bei an Technikern, Mechanikern und Ingenieuren; gelbe Linien im Boden dienen Gabelstaplern als Markierung. Blechschilder mahnen zu »Sauberkeit, Ordnung, Qualität und Sicherheit«, zum »Langsam fahren« und »Gehörschutz benutzen«.

Einige Maschinen sehen aus wie Verwandte vom Terminator; von ihnen rinnt Öl in übergitterte Auffangbecken, wird mit den Schuhsohlen der Arbeiter verteilt. Staub, Innenlaschen, Außenlaschen und Nietstifte bleiben darin hängen, bilden ein bizarres Mosaik im Holzboden.

Aber so genanntes »kreatives Chaos«, die übliche Verniedlichung von Unordnung, sucht man zwischen Warschildern, Fahrweglinien und Staubschutzkabinen für Computer vergebens. Eine



16-Stunden-Doppelschicht produziert 1 200 Meter Fahrradkette, genug für über 850 Fahrräder, das geht nur dank effizienter Abläufe.

Lange Wege, harte Arbeit

Wie die Ketten bei Radfahrern ankommen? Wieder draußen strahlt Bludom mit der Sonne um die Wette. »Wer Connex-Ketten ausprobiert, ist begeistert. Dazu müssen wir die Kunden aber erst mal kriegen. Viele fahren nämlich nur die üblichen Verdächtigen. Markenmix ist die Ausnahme. Immerhin entfacht Connex keinen Glaubenskrieg wie eine Dura Ace-Kette am Super Record-Schaltwerk. Das »Made In Germany« reicht allein natürlich nicht. Wir brauchen handfeste Argumente, wie unser Kettenschloss: Damit kann man die Kette ohne Werkzeug abnehmen, Ketteputzen ist damit deutlich einfacher.«

Bludom und Röhl reisen an bis zu 25 Wochenenden im Jahr dorthin, wo sich die Szene trifft: vom Ruhr-Bike-Festival über die Eurobike bis zur Interbike in Las Vegas und zur Taipei Messe in Taiwan; sie schütteln Hände, sprechen mit Radfahrern, sponsern kleine Teams und Athleten.

Knochenarbeit, die sich lohnt: Die Auftragsbücher sind voll. Der direkte Kundenkontakt ist das stärkste Marketinginstrument der Hagener Truppe. Würde Wippermann die Fahrradkettensparte dichtmachen, käme wegen 24 Arbeitsplätzen kein Fernseheteam. Und schon gar kein Politiker.

Die Manager sind optimistisch: »Unsere Fahrradsparte brummt. Das kann natürlich schnell kippen, aber durch die Wirtschaftskrise achten die Kunden wieder stärker auf heimische Fertigung. Daher drücken wir auch »Connex Germany« auf die Außenlaschen. So hat die Krise für uns auch etwas Positives.« Genau das ist die Chance der Hagener: Dass der Kunde seine Kette bewusst auswählt.

Tillman Lambert

