



Die Marke. Das Unternehmen.

Schwalbe. Gewandt fliegender Singvogel.
Steht für Glück, Sehnsucht, Freiheit. Für uns
Symbol dafür, wie wunderbar Fahrradfahren
ist. Unterwegs sein, unbeschwert und kraftvoll,
natürlich und souverän.



„Schauen wir zehn Jahre in die Zukunft: Wer wird wie und wo auf der Welt wie oft am Tag Fahrrad fahren? Niemand kann das wissen. Aber ich wage zu sagen: Es werden mehr Menschen sein und sie werden es öfter tun. Denn jenseits aller konjunkturellen Unwägbarkeiten stehen die gesellschaftlichen Zeichen für das Fahrrad auf Zuspruch und Wachstum. Urbanisierung, Energieeffizienz, Umweltschonung, Gesundheit durch Bewegung, Individualisierung der Lebensentwürfe ... es braucht nicht viel Nachdenken, um hinter all diesen aktuellen Stichworten die Dynamik „pro Fahrrad“ zu entdecken.

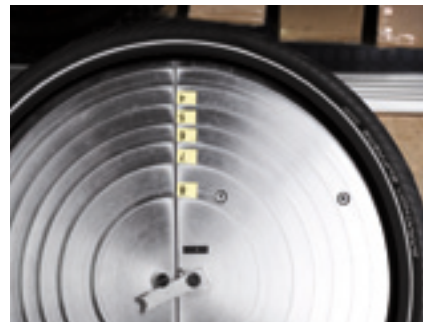
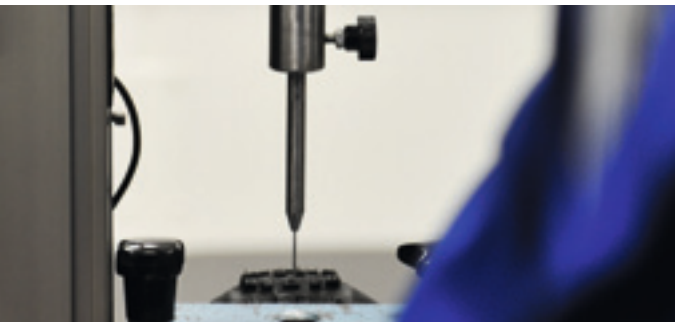
Wir alle bei Schwalbe lieben das Fahrrad. Meine Familie ist ihm seit über 100 Jahren verbunden. Was seine Faszination ausmacht, ist die geniale Einfachheit und zugleich überraschende Wandlungsfähigkeit – durch bessere Technik, in kreativen Designs, als neue Sportdisziplin. Dazu tragen wir mit ungebrochenem Enthusiasmus unseren Teil bei – als die weltweit führenden Spezialisten für Fahrradreifen.



Es gab eine Zeit in der Fahrradbranche, da zählte Masse vor Klasse. Damals hat mein Vater visionär vorausgesehen: Sich konsequent auf ein Produkt konzentrieren und leidenschaftlich an seiner Verbesserung arbeiten, das ist der Schlüssel zum Erfolg. Und noch etwas hat er als Grundregel der Marke Schwalbe festgeschrieben. In Fairness unternehmerisch handeln: gegenüber allen, die uns vertrauen – den Partnern und Mitarbeitern, den Kunden, den Fahrradherstellern, dem Handel, den Verbrauchern. Durch Innovation und Qualität überzeugen – und die Qualität hochhalten, egal was da komme. Mit genau dieser Philosophie leben wir unsere Marktführerschaft.“




Frank Bohle, geschäftsführender Gesellschafter
und Sprecher der Geschäftsleitung

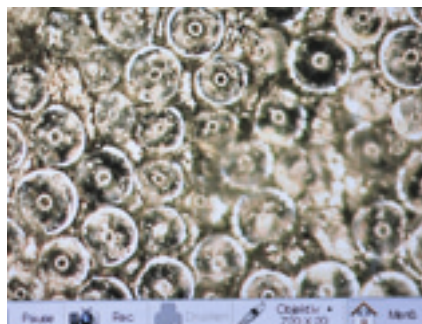
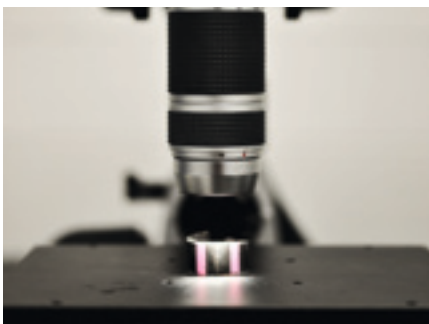


Holger Jahn, Geschäftsführer Technik. Leitet die Produktentwicklung. Enthusiastischer Radsporler. Wenn irgend möglich, fährt er im Sommer die Schwalbe-TourTransalp – sieben Tage über die Alpen.

Innovation

Die Quadratur des Kreises. Einen Fahrradreifen bauen, der nicht verbessert werden kann. Dieser Reifen müsste die Superlative von Eigenschaften in sich vereinen, die sich prinzipiell widersprechen: maximaler Grip, höchste Laufleistung, sicherster Pannenschutz, bestes Rollverhalten, geringstes Gewicht. Das Ideal ist nie erreichbar. Aber das ist kein Grund, es nicht zu versuchen. Ganz im Gegenteil. Reifen bauen ist eine wunderbare Herausforderung. Kreativität und Klugheit sind die Basis. Präzision und Erfahrung sind unabdingbar. Und ohne Leidenschaft und Leidenschaftlichkeit geht gar nichts. Unzählige Testreihen durchstehen, weiter suchen oder nochmals ganz neu anfangen, aber auf keinen Fall aufgeben: Rezepturen ändern, Konstruktionsprinzipien variieren, Materialien neu kombinieren, an Profildetails feilen ... erst das kreative Spiel mit allen Optionen lässt den neuen Reifen entstehen.

Es ist durch und durch ein evolutionärer Prozess. Darum haben wir unseren High-End-Entwicklungen einen gemeinsamen Seriennamen gegeben: EVO. Evolution. Ein neuer Reifen wird entwickelt: Konstruktionen berechnen, Varianten virtuell simulieren, Rezepturen im Labor analysieren, Testreihen aufzeichnen – all diese Prozesse gehören zu jeder Schwalbe-Innovation. Sie brauchen viele Köpfe und Hände. Denn sie laufen nicht nur einmal ab, sondern mehrfach. Nicht nur im Forschungs- und Entwicklungsteam in Deutschland, sondern identisch bei den Ingenieurskollegen im Werk in Indonesien. Diese hochproduktive Teambildung über Länder- und Kulturgrenzen hinweg ist für Schwalbe essenziell. Was heute „globale Arbeitsteilung“ heißt, praktizieren wir als gleichberechtigte Partnerschaft schon seit weit über 30 Jahren.





Marcus Lambertz. Produktmanager Rollstuhl, Motorroller und Schläuche.



René Marks. Produktmanager Trekking und Tour. Weltreisender auf dem Rad.

Was muss ein Reifen können? Wann ist er der beste seiner Klasse? Das entscheiden nicht die Entwickler. Das entscheiden die, die damit fahren. Also hören wir zu, fragen wir, diskutieren wir, lernen wir. Denn wir wollen Reifen bauen, die Wünsche wirklich erfüllen, die wahrhaftig besser sind als ihre Vorgänger. Und bevor eine Innovation wirklich serienreif ist, wird sie im Schwalbe Development Program „First Ride“ getestet und getestet und getestet – von Profis und Bike-Enthusiasten, die uns unbarmherzig die Wahrheit sagen.

Innovation ist die eine Seite. Qualitätssicherung ist die andere Seite. Wir sind überzeugt: Erst beides zusammen verdient den Namen Markenqualität. Deshalb kennt Schwalbe keine verschiedenen Produktionsländer und Standorte, einen für High-End-Reifen, andere für Massenproduktion. Deshalb durchlaufen alle Produkte von Schwalbe dasselbe äußerst strenge doppelte Qualitätssicherungssystem. Unabhängig voneinander werden sie am Ende der Herstellung im Werk und erneut in Europa vor Auslieferung in den Markt geprüft.



Markus Hachmeyer. Der Chiefentwickler. Im Kopf: Tausende Ideen, Reifen besser zu machen. In den Beinen: Tausende MTB-Rennkilometer.

Fahrradfahren ist Leistungs- und Breitensport – in vielen sehr unterschiedlichen Disziplinen. Fahrradfahren ist moderne Individualmobilität – im Stadtverkehr, im Tourismus, als Freizeitvergnügen. Fahrradfahren ist Trend. Und: Fahrradfahren ist so vielfältig und anspruchsvoll wie nie. Wir als die kreativen Reifeningenieur für Fahrräder sind gefordert. Wir freuen uns darüber.



Entwickeln, was der Markt braucht. Beispiel 6-Level-Pannenschutz-System: Reifen mit der blauen Pannenschutzeinlage dürfen sich als einzige „unplattbar“ nennen. Beispiel Twentyniner: Als die Nachfrage stieg, konnte Schwalbe sehr schnell verschiedenste Modelle in der neuen Reifengröße liefern.



In der Konfektionierung entsteht aus vielen Bestandteilen ein Reifen mit eigener Größe und Ausstattung, der sogenannte „Greentire“. Besonders in diesem Produktionsschritt wird sichtbar: Trotz aller maschinellen Unterstützung – in jedem Reifen stecken hochpräzise Handgriffe.

Produktion

Am Anfang steht unternehmerische Weitsicht. Die siebziger Jahre des letzten Jahrhunderts: Niemand hält Fahrradreifen für ein Qualitätsprodukt. Für Fahrradhersteller sind es Verschleißteile, möglichst billig einzukaufen. Radfahrer assoziieren damit meist nur eine einzige unangenehme Erfahrung: Panne. Ralf Bohle, der Gründer von Schwalbe, hatte eine andere Vision. Er glaubte, dass sich Fahrradreifen mit guter und gleichbleibender Qualität am Markt durchsetzen können und dass Fahrradreifen ein großes Potenzial haben. Er sieht auch klar voraus, dass solche Produkte in Europa in Massenproduktion kaum mehr konkurrenzfähig herzustellen sein werden.

Das Familienunternehmen Bohle aus Reichshof, 60 Kilometer östlich von Köln, ist seit Jahrzehnten in der Fahrradbranche aktiv, hat traditionell gute Kontakte nach Asien. 1973 beginnt Ralf Bohle die Zusammenarbeit mit dem koreanischen Familienunternehmen Hung-A, das bereits in Korea und später auch in Indonesien Reifen produziert. Vom ersten Tag an lebt dieses frühe mittelständische europäisch-asiatische Joint Venture von Respekt und Vertrauen. Denn es gibt ein großes gemeinsames Ziel: Ein neuer Typ Fahrradreifen, ein hochwertiges Qualitätsprodukt – gemeinsam will man es entwickeln, bauen und anbieten.



Jung Yong Wan (links) und Jung Sung Won (rechts), geschäftsführende Gesellschafter von Hung-A.



Schlauchreifen sind Stück für Stück von Anfang bis Ende handgemacht. Für diese ganz besondere Technik gibt es eigens eine separate Manufaktur. Von der Karkasse bis zur letzten Naht – die Verantwortung für alle Fertigungsschritte liegt hier in den Händen der erfahrensten Mitarbeiter.



Entscheidend für hohe und gleichbleibende Qualität ist ein effizienter und präziser Workflow. Die Produktionslinien im Schwalbe-Werk sind so organisiert, dass trotz der Vielfalt der Produkte nur ein Minimum an Umrüstungen nötig ist.

Zeitsprung: bald ein halbes Jahrhundert später. Die nächste Generation führt das Joint Venture der Familienunternehmen. Schwalbe Reifen entstehen zu 100 Prozent im Schwalbe-Werk in Jakarta, Indonesien. Pro Jahr werden über 14 Millionen Reifen gefertigt, Tendenz steigend. Das bedeutet sichere Arbeitsplätze für über 3.000 Menschen.

Personelle Kontinuität durch qualifizierte Mitarbeiter ist dabei ein entscheidender Erfolgsfaktor. Im Werk wird mit Blick auf globale Marktchancen unablässig investiert. Schwalbe setzt ganz auf Exklusivität in der Produktion. Kein Reifen, kein Schlauch wird aus anderen Produktionsstätten zugekauft. Keine einzige Charge wird für fremde Marken produziert.

Alle Fertigungsschritte erfolgen unter einem Dach. Die Wege sind kurz. Die Abhängigkeit von Zulieferern ist äußerst gering. Jedes Produkt entsteht von A bis Z unter der vollen Kontrolle von Schwalbe – es ist wörtlich und wahrhaftig „garantiert Schwalbe-Qualität“.



Abertausende Produkte verlassen täglich das Schwalbe-Werk. Alle erfüllen den hohen Anspruch an ein Markenprodukt. Das bedeutet: Einstellungen, Materialien, Bestandteile und Zwischenprodukte müssen ununterbrochen kontrolliert werden.



Ralf Bohle (1935-2010). Führt das Familienunternehmen über 45 Jahre. Gründete die Marke Schwalbe. Seine Weitsicht, sein Mut, sein Vorbild sind die Quellen des Erfolgs.

1922

Die Brüder Eugen und Willy Bohle starten ihr Unternehmen für den weltweiten Export von Fahrradkomponenten aus deutscher und europäischer Herstellung. Die Zielländer liegen meistens in Asien. Schon zuvor hatte sich ein Familienmitglied dem Fahrrad gewidmet. In England war Ernst-Wilhelm Bohle 1911 Mitgründer der Fahrradfabrik Phillips. Später wird sie auf der Insel zur zweitgrößten Fahrradmarke aufsteigen.

1939 Mit Beginn des zweiten Weltkriegs kommt der Export zum Erliegen. Fahrradteile werden in der Kriegswirtschaft kaum noch produziert und können nur noch innerhalb der nationalen Grenzen vertrieben werden.

1951 Die Gebrüder Bohle erhalten wieder eine Exportlizenz.

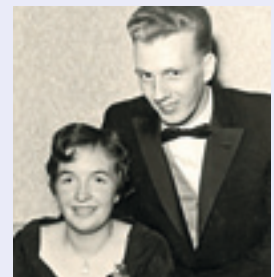
1955 Ralf Bohle tritt mit 20 Jahren in das Unternehmen seines Vaters ein, der nur kurze Zeit später verstirbt. Ein globaler Umbruch hat begonnen. Aus Kolonien werden unabhängige Staaten, aus Zielregionen für Importe werden Länder mit



Eugen und Willy Bohle 1922



Phillips: mitgegründet von Ernst-Wilhelm Bohle



Der junge Ralf Bohle mit seiner Frau Ute 1955



Haus der Familie in Bergneustadt, zugleich Arbeitsplatz für die ersten Mitarbeiter

eigener industrieller Produktion. Fahrradteile aus Deutschland können in diesem Wettbewerb auf Dauer nicht bestehen. Statt zu exportieren, wird mehr und mehr importiert. „Es waren ganz harte Übergangsjahre“, erinnert sich Ralf Bohle später.

1970 Ralf Bohle nutzt seine herausragenden Kenntnisse und Kontakte im fernöstlichen Wirtschaftsraum und beginnt mit dem gezielten Import von Fahrradteilen für inländische Fahrradhersteller.

1973

Die Geburt der Marke Schwalbe. Ralf Bohle entscheidet: „Wir spezialisieren uns ausschließlich auf Fahrradreifen.“ In der koreanischen Unternehmerfamilie Hung-A findet er den Partner, mit dem es möglich ist, gleichbleibend hochwertige Qualität zu gewährleisten. Schon nach zwei Jahren ist das selbst gesteckte Fünf-Jahres-Ziel von drei Millionen Reifen pro Jahr erreicht.

1983 Die Alltagsmobilität per Fahrrad nimmt in der motorisierten Gesellschaft allmählich wieder zu. Im harten Praxistest



In den Achtzigern:
Aus „Swallow“ wird „Schwalbe“.



In den Neunzigern steht der Kaktus für neuen Pannenschutz.



2000: Werbefigur „Hai“, bissig wie die MTB-Profile.

einer Radweltreise wird ein neuer Reifen entwickelt – der Marathon. Der Reifen hat eine bis dahin nicht gekannte Laufeistung. Es ist der erste Reifen für Touren- und Alltagsräder, der in puncto Qualität absolut kompromisslos ist. Seitdem setzt die Marathon-Serie die Maßstäbe in dieser Klasse.

1995

Das Logistikzentrum für die weltweite Distribution wird eingeweiht. Es ist zugleich Unternehmenszentrale und Arbeitsplatz für 100 Mitarbeiter – beim Start der Marke Schwalbe in Deutschland waren es sieben.

2000 Die nächste Generation tritt in die Führung des Unternehmens ein: Frank Bohle (CEO) Holger Jahn (Technik) und Andreas Grothe (Finanzen) werden Geschäftsführer.

2011 Die direkte Markenpräsenz wächst auf 43 Länder.



Mobilität



Carsten Zahn. Leitet das weltweite Marketing. Muss seinen Traum, die Asiadurchquerung per Rad, deshalb auf jährliche Urlaubsetappen aufteilen.



Das Rad, mit dem Wolfgang Reiche einmal um die Welt fuhr.

Marathon heißt der bekannteste Schwalbe-Reifen. Heute wird er weltweit millionenfach gefahren. Zum ersten Mal rollte er 1986 über die Straßen. Vorausgegangen war eine Produktentwicklung für einen Fahrradreifen, die noch nie zuvor so aufwändig und unerbittlich durchgeführt wurde. Der Radabenteurer Wolfgang Reiche war mehrere Jahre unterwegs auf seiner Weltumradlung. Keiner war besser geeignet, die Ideen der Ingenieure unter härtesten Bedingungen zu erproben. Überall auf seinen Stationen warteten neue Testreifen aus Deutschland auf ihn, von überall schickte er seine Testberichte – Kontinent für Kontinent reifte der erste Marathon heran.

Beides – das Fahrrad und der Marathon von damals – sind heute wahrlich nicht mehr Stand der Technik. Aber die Philosophie ist geblieben, die schon im Namen steckt: ausdauernd, zuverlässig, nahezu unverwüstlich sein – der beste Reifen für individuelle, selbstbestimmte Mobilität auf dem Fahrrad. Längst gibt es nicht mehr nur den einen Marathon, sondern die Marathon-Serie – unterschiedliche Reifen, Profile und Ausstattungen für die verschiedensten Ansprüche, für große Expeditionen und für komfortable Touren, für quirligen Stadtverkehr und für höchste Pannensicherheit im Alltag, für winterlich eisglatte Strecken und für Fahrten abseits fester Wege.

Zur Marathon-Familie gehören seit 2001 auch die einzigen Fahrradreifen, die sich „unplattbar“ nennen dürfen. Schwalbe entwickelte einen besonderen Pannenschutz bis zur Serienreife. Wer mit diesem Unplattbar-Pannenschutz fährt, für den ist das, was vormals unterwegs das größte Missvergnügen war, schnell nur noch eine ferne Erinnerung. Diese bahnbrechende Innovation von Schwalbe hat nicht unerheblich zur neuen Attraktivität des Radfahrens beigetragen.





Weltweit wird Fahrradfahren zur Alternative im Stadtverkehr.

Wir von Schwalbe waren immer überzeugt, dass trotz jahrzehntelanger Betonung des motorisierten Individualverkehrs Fahrradfahren unersetzbar zu unserer Alltagskultur gehört – ganz einfach, weil es eine natürliche, eine menschengerechte Form der Mobilität ist. Heute gibt es sehr viele Länder und insbesondere große Weltstädte, die Fahrradfahren wieder oder neu als Alternative entdecken, allein schon um drohendem Verkehrsinfarkt und steigenden Energiepreisen entgegenzuwirken.

Das Fahrrad erweist sich weltweit und ganz praktisch als sehr kluge Individualmobilität. Deshalb hat es ein riesiges Potenzial. Deshalb ist die Typologie der Fahrräder und Fahrstile so vielfältig wie nie. Deshalb wachsen die Ansprüche der immer stärker differenzierten Zielgruppen. Deshalb sind wir von Kopf bis Fuß auf die Zukunft des Fahrrads eingestellt, indem wir immer neue, immer bessere Reifen erfinden.

Moderne Mobilität auf zwei Rädern gibt es aber auch motorisiert. Scooter und in Zukunft sicherlich die neue Form der E-Scooter gehören dazu. Für diese spezielle Fahrzeugklasse fertigt Schwalbe schon seit langem die typischen kompakten Reifen.



Manuela Zahn. Engagiert sich leidenschaftlich für die Rollstuhlfahrer und verantwortet das entsprechende Produktmanagement.

Mobilität auf zwei Rädern ist für alle Menschen, die im Rollstuhl sitzen, ein existenzielles Anliegen: Sie ist die Grundlage für Lebensqualität und Souveränität. Dazu können wir von Schwalbe einen Teil beitragen. Deshalb haben wir seit den neunziger Jahren spezielle Lösungen entwickelt und die Technik und das Design für Rollstuhlreifen geradezu revolutioniert.



Spezialisierung auf besondere Ansprüche: Energizer heißt die Reifen-Serie für E-Bikes. Mit dem großvolumigen Big-Apple-Reifen begann der Trend zum Balloonbike. Schwalbe fertigt auch Zweirad-Reifen für Scooter, u. a. in nostalgischer Weißwandoptik.



Sport



Doris Klytta. Öffentlichkeitsarbeit und Events. Gehörte zum Nationalteam Rennrad. Teilnehmerin Tour de France.

Eurobike, größte Sportfahrradmesse der Welt. Wie jedes Jahr sind in Friedrichshafen am Bodensee wieder Tausende neuer Mountainbikes zu bewundern. Auf den großvolumigen Reifen stehen in weiß-silbernen Buchstaben Namen wie Nobby Nic, Racing Ralph, Big Betty, Dirty Dan, Muddy Mary, Fat Albert, Hans Dampf ... Es ist unverkennbar: Alle diese Reifen gehören zur Schwalbe-Familie. Die Fahrradmarken aus Europa, Nordamerika und Asien vertrauen auf Schwalbe, auf die Reifen mit dem legendären Ruf, erworben in zahllosen Rennen, Tests und im Einsatz bei Millionen Mountainbikern weltweit.



Olympische Spiele. Sabine Spitz gewinnt Gold auf Schwalbe.

Es war Mitte der Neunziger des letzten Jahrhunderts, als die neu entwickelten Offroad-Reifen von Schwalbe zum ersten Mal für Aufsehen sorgten, der Marke aus Deutschland, die bis dahin hauptsächlich für exzellente, aber kaum für sportliche Tourenreifen bekannt war. Nur wenige Jahre später: Schwalbe ist die „Best Brand“ der Mountainbiker. Seit 2002 vergeben die Leser des größten Mountainbike-Magazins Europas diese Auszeichnung regelmäßig und unangefochten an die Reifen mit den typischen Namen.

Diesen Titel zu verteidigen, das ist harte Arbeit. Denn Mountainbiken – erst seit 1996 olympisch, 2008 die erste Goldmedaille auf Schwalbe – ist eine junge und kreative Sportart. Die Offroad-Strecken haben extrem unterschiedliche Charaktere. Die Reifen sind bei den immer differenzierteren Bike-Konstruktionen ein ungemein wichtiger Faktor für die Performance der Rennmaschinen. Ganz



Events: im Sommer das spektakuläre Etappenrennen für „Jedermann“, die Schwalbe-TourTransalp. Im September kommen Tausende Besucher auf den Schwalbe-Messestand während der Weltfahrradmesse Eurobike.



Downhill-Weltmeister Danny Hart auf dem Reifen „Dirty Dan“



Reifen-Support auf den Events

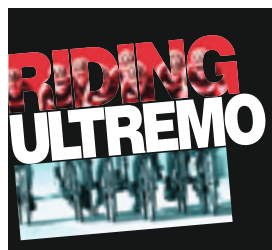
neue Disziplinen entstehen, unbarmherzig stellen die Athleten immer ehrgeizigere Anforderungen. Also müssen unsere Reifeningenieur*innen auf den Punkt genau Innovationen liefern: Zum Beispiel als Schwalbe für den jungen englischen Downhill-Weltmeister Danny Hart einen Spezialreifen entwickelte, auf dem er in einem spektakulären Regenrennen mit sagenhaften elf Sekunden Vorsprung zum Titel fuhr. Oder als der Markt schnellstens mit hochwertigen Reifen versorgt werden musste, weil neue Rahmengenometrien der Bikes und neue Reifengrößen Furore machten. Oder als binnen einer Saison die besten „Tubeless Ready“ Reifen zu entwickeln waren, um durch die Kombination mit Latexmilch auf den Schlauch verzichten zu können. Mountainbiker wissen: Wenn Reifeninnovationen für Begeisterung sorgen, dann steckt Schwalbe dahinter.

Rennradspor*t. Ums Gelbe Trikot der Tour de France wird seit über 100 Jahren gekämpft. Schwalbe ist viel jünger. Aber nicht nur die Königsetappen der berühmtesten Rundfahrt der Welt wurden schon auf Schwalbe gewonnen. Denn wir sind kein Stück weniger ehrgeizig, wenn es darum geht, in dieser traditionsreichen Sportart Zeichen zu setzen. Seit Jahren statten wir internationale Teams



Nico Simons.
Sales Manager OEM.

aus. Der markeneigene Race-Support ist bei den Rennen und im Training vor Ort. Feedbacks der Athleten fließen permanent in neue Entwicklungen ein. Seit 2006 heißt die Profi-Reifenserie Ultrero. Es gibt Versionen für die verschiedensten Ansprüche: als Faltreifen, als Tubeless-Reifen, als Zeitfahrreifen, als Regenreifen, als Triathlon-Reifen und als Schlauchreifen, der in eigener Manufaktur komplett in Handarbeit entsteht.



Ultrero im Einsatz. Bei den Eintages-Klassikern genauso wie bei den großen Rundfahrten.



Bernd Hopp. Mitarbeiter der ersten Stunde. Leitet den weltweiten Vertrieb.



Anne Konrad. Leitet Einkauf und Disposition.

Distribution

Markenprodukte brauchen perfekte Distribution. Deshalb gilt, seit der erste Schwalbe-Reifen verkauft wurde, eine Regel: Schwalbe-Produkte gibt es nur im Fachhandel. Denn um Menschen dauerhaft für das Fahrradfahren zu gewinnen, sind seriöse Beratung, große Auswahl, attraktive Warenpräsentation und fachgerechter Service unabdingbar.

Die Produkte selbst nehmen den effektivsten Weg via Großhandel. Unser Know-how aber tragen unsere Außendienstberater direkt in den Fachhandel. Sie unterstützen – frei vom operativen Verkauf – die Händler direkt vor Ort und erfahren zugleich als sensible „Seismografen“, welcher neue Bedarf im Markt entsteht.

Ein Beispiel für diese Partnerschaft: 2003 haben wir erstmals ein modulares Shop-in-Shop-System vorgestellt. Inzwischen steht es in unzähligen Fachgeschäften. Nie zuvor wurden Reifen so übersichtlich, vielfältig und erfolgreich präsentiert. Deshalb entscheiden sich immer mehr Fachhändler für diesen



Andreas Grothe.
Geschäftsführer Finanzen.

Weg, für klare Markenidentität und konsequenten Service. Und das längst nicht mehr nur in den „Fahrradländern“ Deutschland und Niederlande, sondern in ganz Europa. Schwalbe ist in Europa die führende Marke für Fahrradreifen. Schwalbe-Reifen gibt es heute auf allen Kontinenten – denn die Marke ist durch Unternehmenstöchter oder durch Generalvertretungen in über 40 Ländern vertreten. Fahrradfahren hat weltweit Zukunft. Wir sind gut vorbereitet, unseren Beitrag zu leisten.



Der Warenumsatz in der Fahrradbranche kennt große saisonale Schwankungen. In kürzester Zeit sind Maximalleistungen verlangt. Entsprechend flexibel sind die Kapazitätsreserven im weltweiten Logistikzentrum ausgelegt. Und die selbst gesetzten hohen Standards bei Qualitätskontrolle und Service gelten immer uneingeschränkt.



Ralf Bohle GmbH. Firmenzentrale und Logistikzentrum für weltweite Distribution. Eröffnet 1995.



Schwalbe UK. Office und Logistikzentrum für Fahrradhersteller und Fachgroßhandel in Großbritannien und Irland. Eröffnet 2008.



Schwalbe Nederland. Office und Logistikzentrum für Fahrradhersteller und Fachgroßhandel in den Niederlanden. Eröffnet 2004.

Und in Argentinien, Australien, Belgien, Brasilien, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Hongkong, Indonesien, Italien, Japan, Kanada, Korea, Lettland, Luxemburg, Malaysia, Malta, Mexiko, Montenegro, Neuseeland, Norwegen, Österreich, Philippinen, Polen, Portugal, Rumänien, Russland, Schweden, Schweiz, Serbien, Singapur, Slovenien, Slowakei, Spanien, Südafrika, Taiwan, Thailand, Tschechien, Ukraine, Ungarn, USA, Vereinigte Arabische Emirate.

