

REPORT CYCLE WEEK 2026

«Lebendige Veloszene, engagierte Community, starker Imagetransfer»

06.2026

CYCLE WEEK 2026 IN ZAHLEN

90'000

Besuchende an 4 Tagen:
80'000 Europaallee, 8'500 Brunau,
1'500 Sihlcity (ZüriDirt Contest)

50 Mio.

Reichweite über Kommunikation und
Medien

4'474

Registrierte Testfahrten

374'474

Reichweite über Social-Media Kampagne
(Facebook & Instagram)

2'213

Registrierte Testfahrer:innen

96%

besuchen die Cycle Week nächstes
Jahr wieder

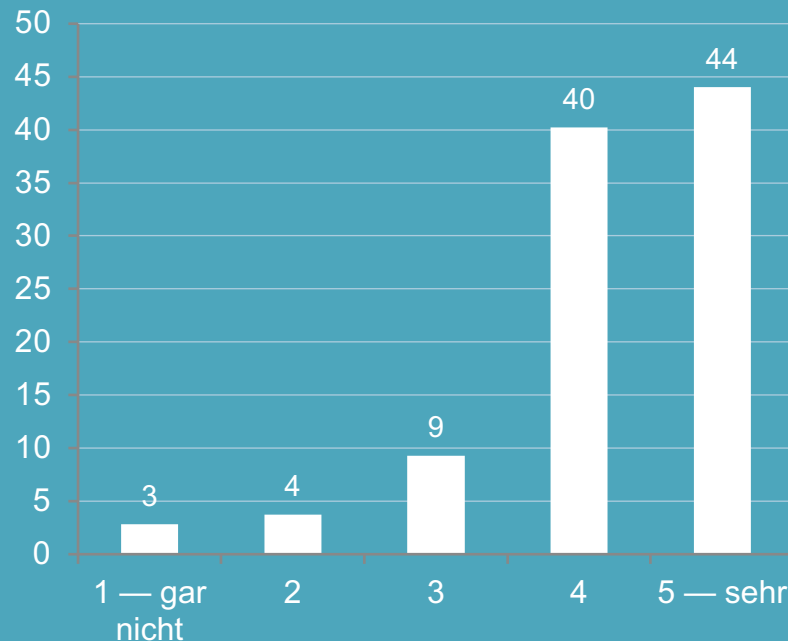
1'333

Registrierte Workshop-Teilnehmer:innen
bei 142 Durchführungen

GESAMTZUFRIEDENHEIT

- 84% geben dem Gesamteindruck 4 oder 5 Sterne (Skala 1-5).
- Velo-Test besonders stark: 90% bewerteten den Velo-Test als «gut» oder «sehr gut».
- Workshop-Zufriedenheit hoch: 72% «sehr zufrieden» oder «zufrieden» (n=185).
- 96% würden die Cycle Week wieder besuchen (Ja oder eher Ja).

Gesamteindruck Cycle Week 2026 (%)



... und das sagen Besucherinnen und Besucher:

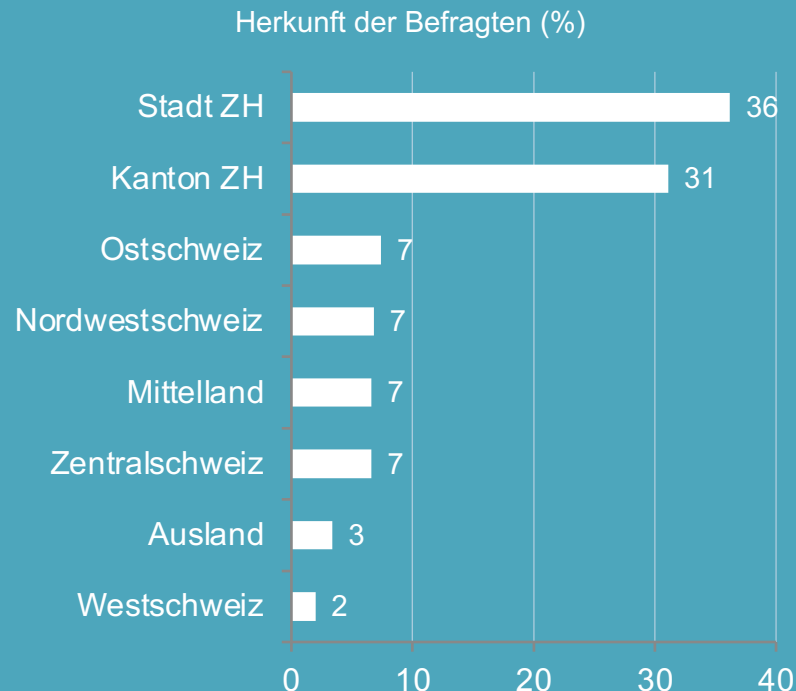
«Es war die beste Veranstaltung des Jahres!»

«Velo-Test war super — Austausch & Test von Bio MTB»

«Community, Skills und Testvelos — man lernt immer wieder etwas dazu»

WER BESUCHT DIE CYCLE WEEK?

- 36% aus Stadt Zürich, 31% aus dem Kanton Zürich — starke regionale Verankerung.
- Kern-Altersgruppe 35–54 Jahre: 50% aller Befragten.
- Bei Workshops & Rides: 50% Frauen — deutlich ausgewogeneres Verhältnis.
- 63% der Befragten kamen an einem Tag, 24% an 2 Tagen.

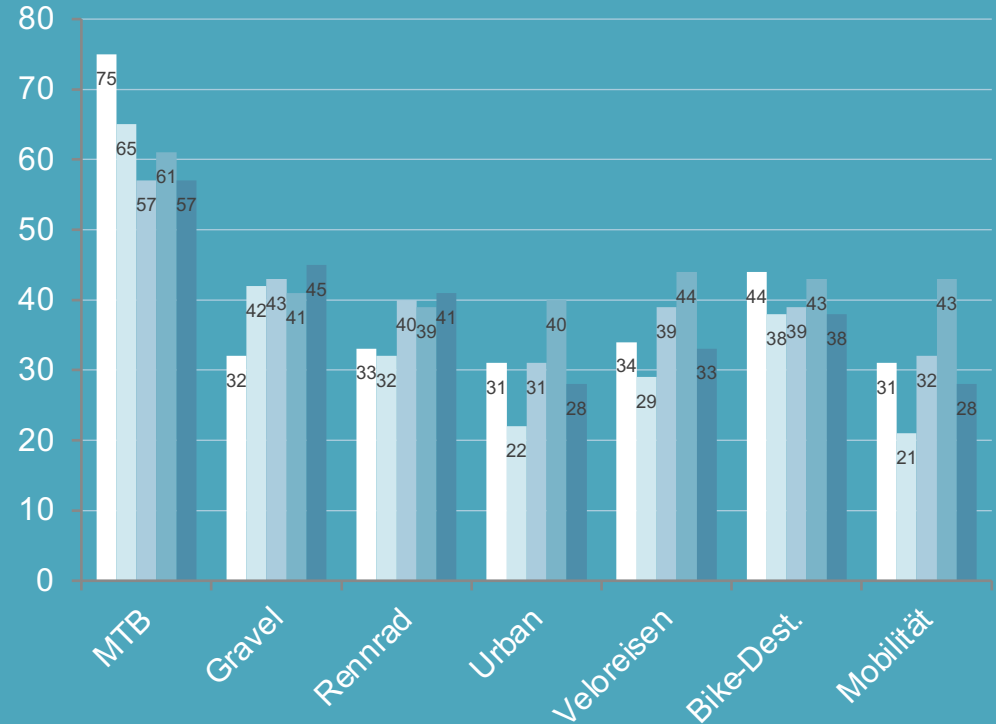


n = 351 Befragte (Besucher, Velo-Test, Workshops)

BESUCHERINTERESSEN – ENTWICKLUNG 2022–2026

- Mountainbike bleibt führend, aber Gravelbike holt stetig auf (32%→45%).
- Rennrad stabil auf hohem Niveau (33%→41%).
- Veloreisen und Bike-Destinationen bleiben auf hohem Niveau – trotz leichtem Rückgang gegenüber 2025 weiterhin stark vertreten.
- Urban/City schwankt stark – 2026 wieder auf 28% nach Höchststand 2025 (40%).

Interesse nach Thema (% , Mehrfachantworten)



VELOTESTS

4'474

Velo-Test-
Registrierungen

2'213

Registrierte
Personen

666

Bikes im
Testcenter

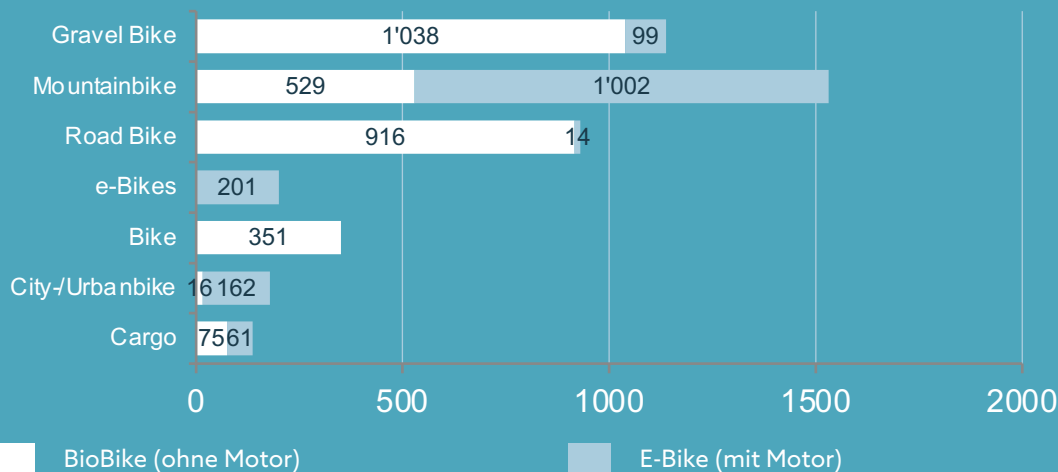
30.9 min

Ø Testdauer
(bereinigt)

59

Marken
getestet

Tests nach Bike-Kategorie (weiss = BioBike, blau = E)



Velo-Test Beurteilung (n=134)



WORKSHOPS & RIDES

1'262

Buchungen

142

Durchführungen

1'117

Teilnahmen

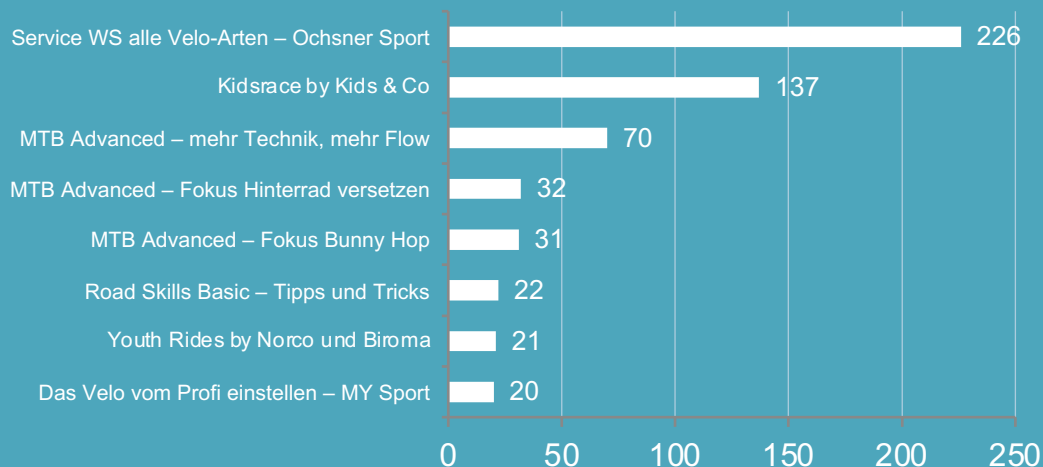
49.5%

Ø Auslastung

30

Ausgebucht
(100%)

Top 8 Workshops nach Buchungen



Workshop-Typ (n=58)

Fahrtechnikkurs 40%

Workshop 40%

Ride / Social Ride 9%

Vortrag / Talk 3%

Bike Test 3%

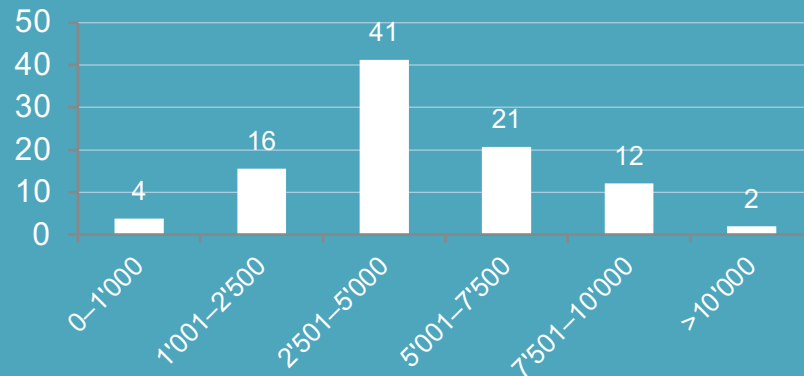
Zufriedenheit (n=185):

sehr zufrieden / zufrieden: 72%

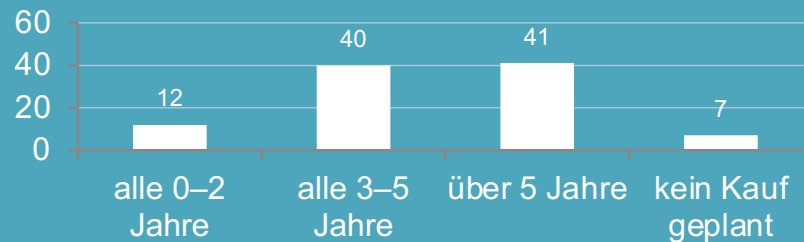
KAUFBEREITSCHAFT

- 41% geben CHF 2'501–5'000 pro neuem Bike aus.
- 21% geben CHF 5'001–7'500 aus;
12% über CHF 7'500.
- 45% kaufen innerhalb von 5 Jahren ein neues Bike.
- Aussteller bestätigen: Die Besuchenden waren informiert, velo-begeistert und mit echter Kaufabsicht vor Ort.

Budget pro Bike-Kauf (CHF) in %

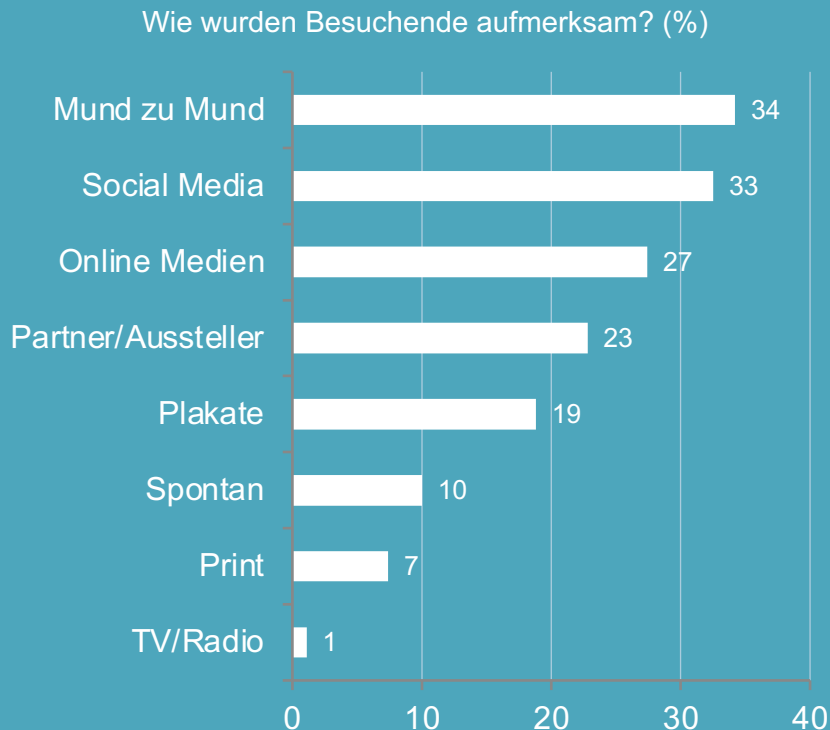


Kauffrequenz der Velo-Test-Nutzenden (n=137, DTC-Umfrage)



KOMMUNIKATION

- Mund-zu-Mund bleibt mit 34% der stärkste Kanal — lebendige Community.
- Social Media (33%) und Online-Medien (27%) sind die digitalen Säulen.
- Partner & Aussteller tragen mit 23% zur Bekanntheit bei.
- Plakate / Aussenwerbung: 19%.



SOCIAL MEDIA

374'474

Facebook & Instagram
Reichweite (paid)

30'200

TikTok
Reichweite (organisch)

54'804

Facebook
Videoaufrufe

85'000+

Website
aktive Nutzer

Paid Kampagne Facebook & Instagram — Vergleich 2025 vs. 2026

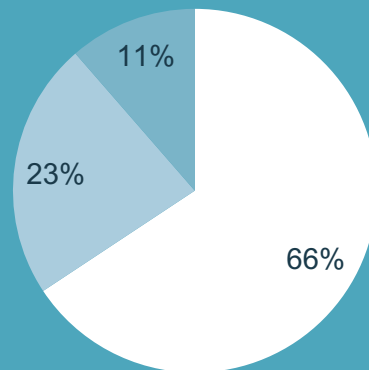
Landingpage Views	24'723	47'780	+93%
Click-Through-Rate	2.18%	4.23%	+94%
Reichweite	511'777	374'474	-27%
Impressions	1'459'019	1'269'902	-13%

Top 5 Link Clicks: Zürich 11'437 · Bern 5'384 · Vaud 5'187 · Ticino 4'190 · Aargau 3'754

AUSSTELLER-FEEDBACK

- n=35 antwortende Aussteller. 93% planen Teilnahme in Zürich 2027.
- Organisation: 59% «sehr gut» beim Support VOR dem Event.
- Bester Tag: Samstag (65%), Freitag (23%), Sonntag (11%).
- Kontaktart: 47% «vor allem neue Kontakte», 47% «ausgewogen».
- Velo-Test-Zufriedenheit: 69% «zufrieden»/«sehr zufrieden», 31% «nicht genutzt».

Bester Tag für Besucherkontakte



«Hohe Kontaktqualität und Sichtbarkeit – starker
Imagetransfer»
«Zugang zu einer kaufkräftigen Zielgruppe mit Bezug
zur Mobilität»
«Die Cycle Week ist das Klassentreffen der Schweizer
Veloszene»

... und das sagen Ausstellerinnen und Aussteller:

*«Hohe Kontaktqualität und Sichtbarkeit für Marken –
positive Stimmung, inspirierendes Umfeld, starker Imagetransfer»*

*«Zugang zu einer aktiven, kaufkräftigen Zielgruppe mit starkem Bezug zur Mobilität
und zum Sport»*

«Feedback direkt von Endkund:innen vor Ort»

«Möglichkeit, neue Produkte und Innovationen zu testen und zu zeigen»

«Die Cycle Week ist der Treffpunkt für die Schweizer Veloszene»