MOE SCHACHT | JAPANISCH-DEUTSCHE UNTERNEHMENSBERATUNG

MUSTERBERICHT

Markteintrittsbericht Japan

Einlegesohlen für den Radsport: Chancen für deutsche Hersteller in Japan

Beispielprodukt: eine Einlegesohle für den Radsport, „PedalFit“ (Platzhaltername)

Erstellt von: Moe Schacht

Datum: September 2026

Dieses Dokument ist ein kostenlos zugängliches Muster auf Basis eines fiktiven Beispielprodukts.

Über diesen Bericht

Dieses Dokument ist ein kostenlos zugängliches Muster. Es soll den Aufbau und die Analysequalität eines Marktberichts von Moe Schacht veranschaulichen. Es enthält keine nicht öffentlichen Informationen zu einem realen Unternehmen. Stattdessen wird ein fiktives Beispielprodukt verwendet: eine Einlegesohle speziell für den Radsport, hier „PedalFit“ genannt, aufgebaut auf Basis öffentlich zugänglicher Markt-, Regulierungs- und Messeinformationen.

Ein beauftragter Bericht wird individuell auf Ihre tatsächlichen Produktspezifikationen, Ihre Zielgruppe, Ihre Preispositionierung und Ihr Wettbewerbsumfeld zugeschnitten und durch zusätzliche Recherche ergänzt, zum Beispiel Gespräche auf Messen, einen Vergleich konkurrierender Produkte oder eine direkte Abstimmung mit japanischen Regulierungsstellen. Bitte betrachten Sie dieses Muster als Beispiel für Aufbau, Umfang und analytische Herangehensweise, nicht als Marktforschung zu einer bestehenden Marke.

Zu diesem Muster

Beispielprodukt: eine Einlegesohle für die Biomechanik des Radfahrens, mit Druckverteilung gegen Taubheitsgefühle und dem sogenannten „Hot Foot Syndrom“ auf langen Ausfahrten

Angesprochene Leser: ein deutsches KMU aus dem Bereich orthopädische Sportartikel, Medizinprodukte oder Performance-Schuhwerk mit Interesse am Markteintritt in Japan

Zweck: ein erster Überblick über Marktchancen, regulatorisches Umfeld und Wettbewerbssituation, bevor Ressourcen für Japan eingeplant werden

Zusammenfassung

- Der japanische Radsportmarkt befindet sich in einer echten Wachstumsphase: Regierungsinitiativen wie „Good Cycle Japan“ (gestartet im Februar 2026) und der dritte nationale Radverkehrsförderplan (jp: 第3次自転車活用推進計画), der das Radwegenetz bis 2030 auf rund 12.000 km ausbauen soll, verschieben das Radfahren vom Nischenhobby hin zu einer Alltagsaktivität für Pendlerverkehr, Tourismus und Gesundheit.
- Märkte für orthopädische Einlagen wachsen weltweit strukturell, getragen von einer alternden Bevölkerung, steigender Diabetes-Prävalenz und einer Verschiebung hin zu präventiver statt reaktiver Gesundheitsversorgung. Japan folgt diesem Trend eng, mit einer eigenen alternden Bevölkerung und einer ausgeprägten Gehkultur als zusätzlichen Wachstumstreibern für orthopädische Produkte.
- Deutsche Marken für Einlagen und orthopädische Hilfsmittel sind in Japan bereits bekannt: Bauerfeind und Pedag werden über etablierte japanische Vertriebspartner und Fachhändler verkauft. Ein neuer deutscher Anbieter muss japanischen Käufern also kein unbekanntes Herkunftsland erklären.
- Die Komplexität des Markteintritts hängt stark von der Positionierung ab: Einlegesohlen, die als allgemeines Sport- und Komfortzubehör vermarktet werden, können in der Regel über die üblichen Import- und Einzelhandelswege in Japan vertrieben werden. Produkte mit medizinischen oder orthopädischen Aussagen unterliegen dagegen dem japanischen Medizinprodukterecht, mit

Registrierung des ausländischen Herstellers bei der PMDA (jp: 医療機器外国製造業者登録) und in vielen Fällen einem in Japan ansässigen Inverkehrbringer (jp: 選任製造販売業者).

- CYCLE MODE TOKYO, die größte Sportfahrrad-Messe Japans (Tokyo Big Sight, April 2026), findet inzwischen zeitgleich mit der „Karada EXPO“ (de: Körper“) statt, einer Halle für körperliches und mentales Wohlbefinden. Damit entsteht ein passendes, bereits vorhandenes Publikum genau an der Schnittstelle von Radsport und Fußgesundheit.
- Das Invest Japan Business Support Center (IBSC) von JETRO bietet ausländischen Unternehmen kostengünstige Unterstützung beim Markteintritt in Japan, einschließlich Orientierung zum Markt und zu regulatorischen Fragen, und eignet sich als praktischer erster Ansprechpartner vor der Suche nach einem Vertriebspartner.

1 Beispielprodukt

Dieses Muster verwendet das folgende fiktive Produkt zur Veranschaulichung. Ein beauftragter Bericht würde diesen Abschnitt durch Ihre tatsächlichen Produktspezifikationen, Belege und Erfahrungswerte aus dem Heimatmarkt ersetzen.

Produkt (Platzhalter)	PedalFit
Beschreibung	Eine Einlegesohle für die Biomechanik des Radfahrens: Unterstützung im Mittelfußbereich, abgestimmt auf eine feste Tretposition, Druckverteilung gegen Taubheitsgefühle und „Hot Foot Syndrom“ auf langen Ausfahrten sowie eine flache Bauform, kompatibel mit Klickschuhen
Zielgruppe	Renn- und Gravel-Radfahrer, Pendler mit E-Bike auf längeren Strecken, Triathleten sowie Radtouristen
Erfahrung im Heimatmarkt (angenommen)	Etablierter Vertrieb über Fachhändler für Radsport und Orthopädie im DACH-Raum
Produktklassifizierung (angenommen)	Vermarktet als Sportzubehör, nicht als Medizinprodukt, das heißt ohne therapeutische oder diagnostische Aussagen

2 Das Marktumfeld in Japan

2.1 Radsport wird vom Nischen- zum Massenmarkt

Der japanische Fahrradmarkt war lange von Alltags- und Pendlerrädern geprägt. Aktuelle politische und gesellschaftliche Trends deuten jedoch auf eine echte Verschiebung hin zum Sport- und Freizeitradsport hin. Die im Februar 2026 gestartete Initiative „Good Cycle Japan“ bringt Regierung, Kommunen, Unternehmen und zivilgesellschaftliche Gruppen rund um das Thema Radverkehrsförderung zusammen. Der dritte nationale Radverkehrsförderplan (jp: 第 3 次自転車活用推進計画) sieht vor, das dedizierte Radwegenetz von rund 9.800 km auf etwa 12.000 km bis 2030 auszubauen. Parallel dazu gelten E-Bikes durchgehend als am schnellsten wachsendes Segment des japanischen Fahrradmarkts, und Radtourismus wird gezielt als Teil der japanischen Tourismusstrategie gefördert.

2.2 Ein strukturell wachsender Markt für Einlagen

Globale Schätzungen für den Markt orthopädischer Einlegesohlen liegen für 2026 im niedrigen bis mittleren einstelligen Milliarden-US-Dollar-Bereich, wobei die meisten Prognosen bis in die frühen 2030er Jahre von anhaltendem Wachstum im mittleren bis oberen einstelligen Prozentbereich pro Jahr ausgehen, getragen von einer alternden Bevölkerung, steigender Diabetes-Prävalenz und zunehmender Sport- und Fitnessaktivität. Für Japan wird das lokale Nachfragewachstum auf denselben demografischen Trend zurückgeführt, zusammen mit einer steigenden Zahl von Erkrankungen des Bewegungsapparats und einer ausgeprägten Alltagskultur des Zufußgehens in japanischen Städten. Beides begünstigt eine breitere Akzeptanz biomechanischer Unterstützungsprodukte, einschließlich sportlicher Einlegesohlen.

2.3 Ein natürlicher Treffpunkt: CYCLE MODE TOKYO und Karada EXPO

CYCLE MODE TOKYO, im April 2026 im Tokyo Big Sight ausgerichtet, ist die größte Sportfahrrad-Messe Japans mit kompletten Fahrrädern, Komponenten, Bekleidung und E-Bike-Ausstellungen sowie Testfahrmöglichkeiten. Bemerkenswert ist, dass die Messe inzwischen zeitgleich mit der „Karada EXPO“ (jp: カラダ, „Körper“) stattfindet, einer Halle für körperliches und mentales Wohlbefinden, vom Training über Hautpflege bis zur Körperzusammensetzungsmessung und Regeneration. Für ein Produkt genau an der Schnittstelle von Radsportleistung und Fußgesundheit entsteht dadurch ein passendes, bereits vorhandenes Publikum, statt eines Publikums, das erst mühsam aufgebaut werden müsste.

3 Regulatorische Aspekte und Import

Wie eine Radsport-Einlegesohle positioniert wird, hat einen erheblichen Einfluss auf die Komplexität des Markteintritts. Die beiden grundsätzlichen Wege sind unten dargestellt. Ein beauftragter Bericht würde den passenden Weg für Ihre konkrete Produktbeschreibung und Ihre Aussagen gemeinsam mit einem in Japan ansässigen regulatorischen Ansprechpartner klären.

Positionierung	Bedeutung in Japan	Praktische Auswirkung
Allgemeines Sport- und Komfortzubehör (keine medizinischen Aussagen)	Wird in der Regel als gewöhnliches Konsumgut behandelt, nicht als Medizinprodukt, und kann über übliche Import-, Vertriebs- und Einzelhandelswege vertrieben werden	Schnellster und kostengünstigster Weg zum Markt. Im Vordergrund stehen kaufmännische Themen wie Vertriebsvertrag, Kennzeichnung und Importlogistik, nicht regulatorische Hürden
Medizinprodukt oder orthopädisches Hilfsmittel (therapeutische oder korrigierende Aussagen)	Fällt unter das japanische Arzneimittel- und Medizinproduktegesetz. Erforderlich sind die Registrierung des ausländischen Herstellungsstandorts bei der PMDA (jp: 医療機器外国製造業者登録) sowie in den meisten Fällen ein in Japan ansässiger Inverkehrbringer (jp: 選任製造販売業者), der die regulatorische Verantwortung vor Ort übernimmt	Längere Vorlaufzeit und höhere Kosten, dafür Zugang zu klinischen, orthopädischen und podologischen Vertriebswegen sowie zu einer Positionierung nahe an möglichen Erstattungsmodellen

Für die meisten Radsport-Einlegesohlen ist der Weg über allgemeine Konsumgüter der realistische Einstieg, mit der Option, eine Registrierung als Medizinprodukt später zu verfolgen, falls die Produktlinie in Richtung Orthopädie oder Podologie erweitert wird.

4 Wettbewerbsumfeld und Präzedenzfälle

Dieses Muster verwendet keine nicht öffentlichen Wettbewerbsdaten. Ein beauftragter Bericht würde einen detaillierten Vergleich von Preisen und Produkteigenschaften enthalten. Im Folgenden werden ausschließlich öffentlich beobachtbare Präzedenzfälle dargestellt.

- Deutsche Marken für Einlagen und orthopädische Hilfsmittel sind in Japan bereits präsent: Bauerfeind und Pedag werden über etablierte lokale Partner sowie Fachgeschäfte für Fußpflege und Orthopädie vertrieben. Ein neuer deutscher Anbieter muss japanischen Käufern und Verbraucherinnen also kein unbekanntes Herkunftsland erklären.
- Der bisherige Vertrieb deutscher Einlagenmarken in Japan verläuft eher über allgemeine orthopädische und Komfortschuh-Kanäle als über radsportspezifischen Einzelhandel. Eine radsportspezifische Positionierung dürfte daher aktuell auf begrenzte direkte Konkurrenz durch deutsche Anbieter in dieser konkreten Nische treffen.
- Japanische und internationale Marken für sportliche Einlegesohlen sind im allgemeinen Segment aktiv. Eine Abgrenzung wird sich daher vermutlich auf ein radsportspezifisches biomechanisches Design stützen müssen, etwa die Tretposition und die Kompatibilität mit Klickschuhen, statt auf allgemeine Komfort- oder Fußgewölbe-Aussagen allein.

5 Chancen für Markteintritt und Kontaktaufnahme

CYCLE MODE TOKYO (Tokyo Big Sight)	Die größte Sportfahrrad-Messe Japans, ausgerichtet im April 2026, inzwischen zeitgleich mit der wellnessorientierten „Karada EXPO“. Ein passender Ort, an dem ein Produkt an der Schnittstelle von Radsport und Gesundheit sowohl Fachhändler als auch wellnessorientierte Einkäufer bei einem Besuch erreichen kann
JETRO Invest Japan Business Support Center (IBSC)	Eigene Unterstützung für ausländische Unternehmen beim Markteintritt oder bei der Expansion in Japan, einschließlich Marktorientierung, regulatorischer Beratung und Vermittlung von Kontakten. Ein praktischer, kostengünstiger erster Ansprechpartner vor der Suche nach einem Vertriebspartner
Fachhandel für Radsport und Orthopädie	Unabhängige Radsportgeschäfte und Fachgeschäfte für Fußpflege (derselbe Kanaltyp, über den Bauerfeind und Pedag aktuell vertrieben werden) sind ein realistisches erstes Vertriebsziel, noch vor größeren Sportartikelketten

6 Empfohlenes Vorgehen (beispielhaft)

- Frühzeitig klären, ob der Markteintritt in Japan mit medizinischen oder orthopädischen Aussagen verbunden sein soll, da dies bestimmt, ob eine PMDA-Registrierung als ausländischer Hersteller sowie ein in Japan ansässiger Inverkehrbringer erforderlich sind oder ob der übliche Weg für Konsumgüter genutzt werden kann
- CYCLE MODE TOKYO als Ort für den Aufbau von Beziehungen behandeln, nicht als einmalige Präsentation: Zielpartner unter Vertriebshändlern und Fachhändlern vorab identifizieren und Termine bereits vor Messebeginn vereinbaren

- Produktunterlagen, Verpackung und Online-Angebote ins Japanische lokalisieren, mit besonderem Augenmerk auf Größenangaben, da sich Fußgrößen-Konventionen und Passformerwartungen vom DACH-Markt unterscheiden
- Den bestehenden Vertrieb von Bauerfeind und Pedag als Bezugspunkt in Gesprächen mit Vertriebspartnern nutzen, da dies das wahrgenommene Risiko für einen japanischen Partner bei einer neuen deutschen Marke senkt
- Zunächst den Fokus auf Fachhandel für Radsport und Fußpflege legen, bevor größere Sportartikelketten angesprochen werden, um zuerst Referenzkunden und Bewertungen in einer glaubwürdigen Nische aufzubauen

7 Nächste Schritte

Eine beauftragte Version dieses Berichts würde rund um Ihr tatsächliches Produkt aufgebaut und durch direkte Kontaktaufnahme sowie die Klärung der folgenden Punkte ergänzt.

- Ein detaillierter Wettbewerbsvergleich mit in Japan aktuell verkauften Einlegesohlen, einschließlich Preisen und Produkteigenschaften
- Klärung des passenden regulatorischen Wegs für Ihre konkreten Produktaussagen, in direktem Kontakt mit auf die PMDA spezialisierten Beratern
- Eine Vorauswahl geeigneter Vertriebspartner und Fachhändler, einschließlich Unterstützung bei der Kontaktaufnahme
- Verkaufs- und Marketingunterlagen auf Japanisch sowie Unterstützung bei Kontakt-E-Mails oder Online-Terminen mit potenziellen Partnern

Kontakt

Für Fragen oder zur Vereinbarung eines Beratungstermins erreichen Sie uns per E-Mail.

contact@moeschacht.de

Quellen

Dieser Bericht stützt sich auf die folgenden öffentlich zugänglichen Quellen (Abruf jeweils im September 2026). Ein beauftragter Bericht würde durch zusätzliche Recherche und eine direkte regulatorische Abstimmung ergänzt.

• CYCLE MODE TOKYO 2026, Überblick und Details zur Messe (Cycle Mode Executive Committee) https://www.cyclemode.net/exhibition/overview/

• Initiative „Good Cycle Japan“ und dritter nationaler Radverkehrsförderplan (Research Nester, Japan Bicycle Market Report) https://newscast.jp/news/7617621

• Größe und Wachstumsprognosen des japanischen Fahrradmarkts (Fortune Business Insights / atpress.ne.jp, Marktzusammenfassungen) https://www.atpress.ne.jp/news/7141799

- Marktgröße und Wachstumstreiber für orthopädische Einlegesohlen (GlobalInfoResearch (gii.co.jp), Marktberichtzusammenfassung) https://www.gii.co.jp/report/moi1906182-foot-orthotic-insoles-market-share-analysis.html
- Japanischer Markt für orthopädische Einlegesohlen, alternde Bevölkerung und Mobilitätsbedarf als Nachfragetreiber (Spherical Insights, Japan Foot Orthotic Insoles Market) https://www.sphericalinsights.com/jp/reports/japan-foot-orthotic-insoles-market
- Vertrieb und Produktinformationen von Bauerfeind Japan (Autorisierte Bauerfeind-Japan-Händler (p-supply.co.jp, ashidoraku.com)) https://bauerfeind.p-supply.co.jp/about/
- Vertrieb der Pedag-Einlegesohlen (Deutschland) in Japan (Isaacs Shokai Co., Ltd., autorisierter Japan-Vertrieb) https://www.isaacs.co.jp
- Registrierungsanforderungen für ausländische Medizinprodukthersteller (Pharmaceuticals and Medical Devices Agency (PMDA)) https://www.pmda.go.jp/review-services/drug-reviews/about-reviews/devices/0059.html
- Invest Japan Business Support Center (IBSC), Unterstützung für ausländische Unternehmen (Japan External Trade Organization (JETRO)) https://www.jetro.go.jp/invest/jetros_support/ibsc/

Hinweis: Das Beispielprodukt „PedalFit“ und die angenommene Erfahrung im Heimatmarkt sind fiktiv und dienen ausschließlich der Veranschaulichung. Sie stellen keine nicht öffentlichen Informationen zu einem realen Unternehmen dar.