

Moto-Zürich – das neue überregionale Töff-Event

«SICH TREFFEN UND ETWAS ERLEBEN»

Mit der «Moto-Zürich» wird im Februar ein neues Motorrad-Event als überregionaler Saisonstart lanciert. Deutlich kleiner als «Swiss-Moto» und «motofestival», aber mit den wichtigsten Neuheiten diverser Marken.

— Text: Dimitri Hüppi — Fotos: Moto-Zürich, Archiv

Vom 20. bis 22. Februar wird die «Moto-Zürich» in den beiden benachbarten Event-Locations «StageOne» und «Halle550» in Zürich-Oerlikon (ganz in Bahnhofsnahe) ihre Premiere feiern. Nach dem Ende der «Swiss-Moto» in Zürich und der Absage des «motofestivals» in Bern soll die «Moto-Zürich» den neuen Saisonstart markieren. Initiator des Events ist Yves Vollenweider, der frühere, längjährige Messeleiter der Swiss-Moto – er sagt: «Die Moto-Zürich ist ein überregionaler Event. Flächenmäßig kompakter als frühere Grossformate, bewusst kuratiert statt klassische Grossstände. Wichtig ist uns zu betonen: Unsere Besucherinnen und Besucher dürfen viel erwarten – nur in einer neuen Form. Die Moto-Zürich setzt auf ein frisches, markennahes Konzept, das die Essenz der Marken erlebbar macht und ein intensives, persönliches Event-Erlebnis schafft.»

Zur Einordnung: Die Swiss-Moto nutzte in den Hallen der Messe Zürich eine Fläche von rund 30 000 Quadratmetern, und es besuchten sie jeweils bis zu

70 000 Motorradbegeisterte aus der ganzen Schweiz und sogar aus dem angrenzenden Ausland. Die Moto-Zürich wird zu ihrer Premiere eine Fläche von rund 8000 Quadratmetern haben, also rund ein Viertel. Allerdings liesse sich in Folgejahren bei entsprechender Nachfrage die Event- und Ausstellungsfläche bis auf über 13 000 Quadratmeter erweitern.

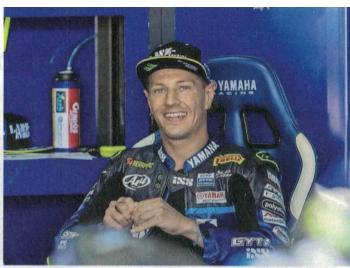
Von Aprilia bis Yamaha

Trotzdem können sich die Besucher der Moto-Zürich auf eine grosse Vielfalt freuen. Definitiv vertreten sind die Marken Aprilia, BMW, CFMoto, Ducati, Fantic, Harley-Davidson, Honda, Kawasaki, Moto Guzzi, Suzuki, Triumph, Vespa, Yamaha und weitere. KTM habe seine Teilnahmeabsicht signalisiert; die finale Bestätigung stehe noch aus.

Yves Vollenweider sagt: «Für mich war klar, dass ich diesen Event nur dann durchführen werde, wenn er auch repräsentativ ist – also die beliebtesten Marken vor Ort sind und die Szene breit abgebildet wird.» Und weiter hält er fest: «An der Moto-Zürich sind sowohl Importeure als auch Händler präsent. Gewisse Marken werden direkt durch ihre Schweizer Importeure ins Rampenlicht gestellt, andere über autorisierte Händler.»

Von Action über Rennsport bis Party

Neben den Motorrad-Neuheiten und aktuellen Modellen werden auch Vertreter aus den Bereichen



Öffnungszeiten und Tickets

Freitag, 20. Februar: 12.00 – 22.00 Uhr
Samstag, 21. Februar: 9.00 – 22.00 Uhr (Im Anschluss Season Start Party geplant)
Sonntag, 22. Februar: 9.00 – 18.00 Uhr
Die Tickets sind im Vorverkauf auf motozuerich.ch ab sofort erhältlich.

Oben: Das Team der Moto-Zürich v.l.: Yves Vollenweider, Ksenia Chudina und Chris Schweizer. Auch Bekleidungsneuheiten wird man an der Moto-Zürich sehen.

Ein geplanter Programmypunkt: Interview mit Domi Aegerter (o.r.) live vom Rennplatz.

Zubehör, Bekleidung und Reisen an der Moto-Zürich präsent sein. Und auch den Custom-Bikes, Oldtimern und Raritäten sowie dem Clubleben werden Ausstellungsflächen gewidmet. Actionreiche Stunt-Shows (Freestyle und Pit-Bikes) sowie spannende Interviews – etwa mit Rennfahrern – stehen ebenso auf dem Programm. Bereits fix ist auch die Teilnahme des Team Bolliger Switzerland, das mit dem grossen Rennteam-LKW vor Ort sein und verschiedene Einblicke geben wird. So werden z. B. Boxenstops demonstriert oder ein kompletter Töff zusammengebaut. In der Action-Halle sollen Besucher, die selbst mal ein Pit-Bike fahren wollen, die Möglichkeit dazu bekommen. MB Racing (Marcel Brenner) ist ebenfalls vor Ort.

Zudem sei geplant, Dominique Aegerter – der am Event-Wochenende voraussichtlich in Australien ein Rennen bestreitet – live vom Rennplatz auf die 13-Meter-LED-Wand der Moto-Zürich-Arena zuzuschalten. «Und wenn alles klappt», so Vollenweider, «wird es die eine oder andere Schweizer-Premiere neuer Motorrad-Modelle geben. Als zusätzliches Highlight arbeiten wir an einer Season-Start-Party am Samstagabend nach Messeschluss – als Hommage an die legendären Swiss-Moto-Partys.»

Treffpunkt für Szene und Saisonstart

Yves Vollenweider, der die Moto-Zürich zusammen mit Custom-Szene-Kenner Chris Schweizer – der die damalige «Swiss-Custom» mitgestaltet hat – sowie Ksenia Chudina auf die Beine stellt, sagt: «Für die allermeisten ist Töfffahren ein Hobby, eine Leidenschaft. Sie wollen fahren und viele wollen sich auch treffen, mit ihren Freunden was erleben. Dazu gehört unserer Meinung nach auch ein Event, der dieses bei jedem Töfffahrer bekannte Kribbeln kurz vor dem Saisonstart auslöst.»

LOCATIONS

Die Event-Locations «StageOne» und «Halle550» liegen 450 m vom Bahnhof Zürich-Oerlikon entfernt. Es befinden sich verschiedene öffentliche Parkhäuser in füsseläufiger Umgebung. Die Veranstalter empfehlen die Parkhäuser Cityport, Center Eleven, Jungholz, Octavo und Accu.

Stimmen aus der Branche

Wir haben bei einigen Vertretern aus der Branche nachgefragt – was sagen sie zum neuen Event? Der Schweizer Importeursverband stehe dem neuen Anlass positiv gegenüber und wünsche viel Erfolg, sagt Präsident Jörg Bucher. Ihm ist es ein Anliegen, zu unterstreichen, dass es sich bei der Moto-Zürich «nicht um eine Motorradmesse von nationalem Charakter, sondern um einen regionalen Händlerevent» handle und der Verband «weder in Planung, Vermarktung noch Durchführung der Moto-Zürich involviert ist».

Ducati Schweiz betreibt seinen Auftritt als Aussteller zusammen mit den Ducati-Händlern aus dem Grossraum Zürich, der Ostschweiz, dem Aargau und der Zentralschweiz. «Die Moto-Zürich sehen wir als

spannendes, neues Format mit regionalem Fokus.» Während man mit den eigenen Eventformaten primär die Schweizer Ducatisti-Community anspreche, wolle man an der Moto-Zürich bewusst einen breiteren Kreis von Motorrad-Enthusiasten erreichen. Wenn das Konzept überzeugt, könne die Moto-Zürich sich schnell als fester Treffpunkt der Szene etablieren.

Bei BMW sind «ausgewählte Händler» im Lead, aber BMW Motorrad Schweiz unterstützt diese «aufgrund der Kosten- und Aufwanddimension in vielerlei Hinsicht. Die gewählte Location mit dem speziellen Layout ist attraktiv und für den Event gut geeignet.» Ferner hält der Importeur fest: «Wir sind zudem überzeugt, dass Greater Zürich als Wirtschaftsraum mit hoher Kaufkraft und Motorraddichte einen solchen Event annimmt.»

Von Form und Standort überzeugt ist auch Harley-Davidson Schweiz: «Das kompakte Format ermöglicht direkten Kontakt und persönliche Gespräche – genau das, was unsere Marke ausmacht. Für uns und unsere Händler ist die Moto-Zürich die ideale Plattform, um mit der Community in die neue Saison zu starten und die aktuellen Modelle zu präsentieren.» Man gehe von Besuchern aus der ganzen Schweiz aus. «Harley-Davidson zieht Enthusiasten landesweit an, und Zürich ist dafür gut gelegen.»

Bei Triumph Schweiz glaubt man sogar, eine Händlerveranstaltung sei näher am Endverbraucher als eine grosse Importeurs-Show. Die Location betrachte man als «sympathisch und echt». «Wir haben acht Händler, die sich beteiligen. Dies zeigt das überregionale Interesse klar und deutlich.»

Und beim Schweizer Yamaha-Importeur Hostettler, der sich über seine regional abgestützte Retail-Organisation hostettler moto ag mit den beiden Filialen Zürich Nord und Zürich Süd beteiligen wird, heisst es: «Das Konzept ist neu. Nun gilt es, nach der ersten Ausgabe die Reichweite und das Potenzial eines solchen Anlasses zu beurteilen. Wird das Publikum kommen und von wo, wie stark wird die Teilnahme der Aussteller sein? All dies wird das Potenzial und die Nachhaltigkeit beeinflussen.»

Ja zum gemeinsamen Auftakt

Neues bringt meist auch Ungewissheiten mit sich, weil sich nie alles exakt vorausplanen lässt. Im Hinblick auf die Premiere der Moto-Zürich sind daher Bedenken oder Zurückhaltung genauso berechtigt wie Zuversicht und Vorfreude. Am Ende zeigt sich: So unterschiedlich die Herangehensweisen der angefragten Importeure auch sein mögen, so einhellig befürworten sie die Grundidee eines markenübergreifenden, die Szene verbindenden Saisonauftakts. ■



The poster features a black and white photograph of a biker in a helmet and leather jacket on a motorcycle. The text includes:

- MOTO ZÜRICH** logo with a stylized bird icon above the word "MOTO".
- ERLEBEN ENTDECKEN EINTAUCHEN** in blue and white text.
- 20.-22. FEBRUAR 2026** in large white letters.
- Starte mit MOTO-ZÜRICH in die neue Saison:**
- Das StageOne und die Halle 550 in Zürich-Oerlikon** werden zum Treffpunkt für alle Töff-Fans.
- DEIN TICKET FÜR DEN SAISONSTART!** in a blue box.
- Entdecke Neuheiten, Technik-Highlights, Shows und alles,** was dein Bikerherz höherschlagen lässt.
- GUTSCHEINCODE** **MOTOCHE** in a red box.

Presenting Partner



Co-Sponsor



Medienpartner



motozuerich.ch

LÖSE DAS ONLINE-TICKET MIT 20% VERGÜNSTIGUNG BIS ZUM 12.FEBR. MIT DEM CODE «MZ26TOBLER»

In den Jahren 1994, damals oberhalb des Strassenverkehrsamtes Albisgüetli, und ab 1996 in den Züspa-Hallen, mit Probefahr-Möglichkeit für Motorräder auf dem Hunziker-Areal an der Hagenholzstrasse, wurde diese Ausstellung durch die Zürcher Motorradhändler ausgerichtet. Sie fand bis im Jahr 2000 in den Zwischenjahren der IFMA (Int. Fahrrad- & Motorrad-Ausstellung) statt. Die Fahrräder wurden dann herausgenommen (nach Basel) und die 2Rad, Vorläufer der Swiss-Moto, wurde dann alljährlich durchgeführt: So starb die «Moto-Züri», leider.



DIE GRÖSSTE TÖFF- UND ROLLER-AUSSTELLUNG DES JAHRES

PROBEFAHRDEN MIT ALLEN 96er NEUHEITEN

WANN?
29.-31. März 1996, Öffnungszeiten: Fr 14-21 Uhr, Sa 9-21 Uhr, So 9-18 Uhr

WO?
Zürich-Oerlikon, Hagenholzstrasse 80
(vis-à-vis Fernsehstudio Schweiz 4)

WAS?
Alle Marken, alle Neuheiten 96!
Töffs, Roller, Trikes, Seitenwagen, Bekleidung, Zubehör,
Modeshow, Festbetrieb, Töff-Gratisverlosung

MOTO ZURI '96

RADIO 24 102.8

Mitglieder der IG Motorrad erhalten jährlich zwei Mal ein Gratis-Exemplar des moto.ch (früher Töff), mit einer informativen Doppelseite macht die IG Motorrad jeweils aufmerksam auf ihre Aktivitäten – und wirbt natürlich damit auch um neue Mitglieder