



Der Zalando der Sportnahrung

Sportnahrung.at-Chef Konrad Kreid über Expansionspläne und den Markt für Nahrungsergänzungsmittel.

... Von Nataša Nikolic

Das Marktvolumen des globalen Wellness- und Fitnessmarkts belief sich im Jahr 2014 in den Segmenten Diätindustrie und Nahrungsmittel auf rund 595 bzw. 391 Mrd. USD (insgesamt 931 Mrd. €, Quelle: Statista). „Der Markt für Nahrungsergän-

zungsmittel beträgt im deutschsprachigen Raum etwa eine Milliarde Euro. Er wurde bisher eher als Nische wahrgenommen; dies ändert sich zunehmend, da auch immer mehr Hobbysportler zu den Produkten greifen“, sagt Konrad Kreid, Geschäftsführender Gesellschafter von Sportnahrung.at, dem heimischen Marktführer mit über 50% Marktanteil.

medianet traf Kreid, der das Unternehmen vor zwei Jahren vom Firmengründer Johannes Mitteregger übernommen hat, zum Gespräch. Gegründet wurde Sportnahrung 1999 in Österreich; heute zeichnet sich der Fachhändler u.a. durch starke Expansion in Deutschland aus, wo er zwölf Shops betreibt. Insgesamt betreibt der Multi-Channel-Anbieter 34 Shops

hierzulande und in Deutschland und erzielt einen Umsatz im zweistelligen Millionenbetrag. Zu den Kunden zählen Leistungssportler, Athleten, teils Fitnessstudios und Hobbysportler. Seit dem letzten Jahr sind einige Produkte der Eigenmarken Powertech und Sportnahrung.de bei Merkur gelistet. „Sie sind als Teaser für die breite Masse gedacht, die das Sortiment