



© Helmut Harringer

Intersport-Marketingleiter Ralph Hofmann sieht den Kurs des Händlervereins anhand der Sportstudie 2017 bestätigt.

Sportmuffel ade!

63% der Österreicher sind laut Marketagent.com einmal wöchentlich sportlich – eine gute Nachricht für Intersport.

••• Von Christian Novacek

WIEN. „Es war ein erfolgreiches Jahr“, blickt Intersport Austria-Geschäftsführer Mathias Boenke zurück, „bei einem Erlös über 600 Mio. Euro ist auch unser Wachstum deutlich stärker

als die Marktentwicklung ausgefallen.“

Damit der sportliche Erfolgsweg der Gruppe – die per August 2017 108 Intersport-Händler an 271 Standorten umfasst – auch künftig nicht zum Hindernisparcours mutiert, dafür hat

man Marketagent.com mit einer Sportstudie beauftragt. Intersport-Marketingleiter Ralph Hofmann zum nun vorliegenden Sportreport 2017: „Daraus können wir Potenziale für die Zukunft ablesen, beispielsweise bei den eBikes, wo 600.000

Österreicher eine Anschaffung in Erwägung ziehen.“ Grundsätzlich ist das sportliche Jahresbudget der Österreicher mit 312 € stattlich bemessen. Allerdings lag die Einschätzung des Budgets bei den Befragten – die konnten somit nach Lust und Laune auch ihre Sneakers dem Sportbudget zuschlagen.

Als Kaufkriterium ist für 68% der Österreicher das Preis-Leistungsverhältnis entscheidend. Der Intersport-Chef differenziert: „Das ist nicht gleichzusetzen mit der Billigste!“ Was die Einkaufsstätte betrifft, liegt der beratungskompetente stationäre Handel mit 79% Zuspruch klar vor dem Onlinegeschäft.

Sportlich unterwegs

Kriterien fürs perfekte Sportgeschäft

Gutes Preis-Leistungsverhältnis	68%
Kompetentes Verkaufspersonal	65%
Freundliches Verkaufspersonal	58%
Die richtigen Produkte	54%
Qualitativ hochwertige Produkte	48%
Günstige Preise	45%
Breites Sortiment	43%

Quelle: Marketagent.com



| Finde deine maßgeschneiderte Agentur

SES auf der Expo Real

Starker Messeauftritt zum 10jährigen Jubiläum.

MÜNCHEN. 2007 gegründet und heute einer der führenden Entwickler und Manager von erstklassigen Shopping-Centern in Top-Lagen: Der diesjährige Messeauftritt von SES Spar European Shopping Centers steht im Zeichen des zehnjährigen Bestehens. Die Expo Real in München findet heute, Freitag, 6. Oktober, ihren Abschluss. SES – in sechs Ländern mit rd. 30

Shopping-Standorten vertreten – präsentierte ebenda ihr Erfolgsrezept: niemals Shopping-Center von der Stange zu entwickeln, sondern jedem Center die regionale Identität zu lassen, gepaart mit Wohlfühlarchitektur und vielen Services für die Kunden.

Auch neue Projekte wie das Shopping-Center in Ljubljana-Šiška zeigt SES auf dem Messestand in Halle A2. (red)



© SES

Shopping-Center Šiška: multifunktional und direkt im Zentrum von Ljubljana.