

lief sich auf 24 Mio. €, 10 Mio. € wurden investiert.

Dass der österreichische Sporthandelsmarkt wettbewerbsintensiv ist, liegt nicht zuletzt daran, dass die Pro-Kopf-Ausgaben der Österreicher für Sportequipment zu den höchsten in Europa gehören. Im Markt, der sich rechnet, rennen neben den erwähnten neuerdings auch Nike, der Laufschuh-Hersteller Asics und der US-Sportartikelhersteller Under Armour um ihren Anteil am Kuchen.

Unter dem Radar?

XXL ließ sich in der Shopping City Süd (SCS) in Vösendorf (NÖ) sowie im Donauzentrum in Wien nieder – und trat somit an diesen Standorten in Direktkontakt mit Hervis. Der dürfte nicht allzu intensiv gewesen sein: „Über XXL können wir noch nichts sagen. An den zwei Standorten konnten wir nichts wahrnehmen“, diminiert Hervis-Chef Eichblatt den Gegenwind in der Branche auf ein Lüftchen. Trotzdem: Die Norweger stellen sich in Österreich bis zu 20 Filialen vor.

Auch Hervis ist auf Expansion gepolt: 2017 wurden zehn neue Filialen eröffnet, vier davon in Österreich; für 2018 sind sechs

Sportbegeistert

Spar-Vorstand Hans K. Reisch und Hervis-Chef Alfred Eichblatt bei der Hervis-Jahrespressekonferenz im Wiener Café Landtmann. Unten: Im Trend sind Sportbekleidung und Sneakers, Letztere bekommen beim Boot Doc (u.r.) den individuell passgenauen Feinschliff.



© Hervis/APA-Fotoservice/Kristian Juhász (3)

”

Hervis-Kunden zahlen für ausgewählte Produkte im Vergleich zu globalen Konzernen um etwa 30 Prozent weniger!

Alfred Eichblatt
Hervis-Geschäftsführer

“

neue Österreich-Filialen geplant und ebenso viele in Rumänien. Neben der Ansprache über den Filialausbau will Eichblatt den Kunden auf viele Wege führen, auf denen er shoppen soll. „Wie es für den Kunden am angenehmsten ist, so wollen wir es bringen“, resümiert Eichblatt unter Einbringung des für ihn maßgeblichen Trends im Han-

del: maßgeschneiderte Konzepte. Damit gemeint ist abseits der Omnichannel-Strategie „maßgeschneiderte Sportausrüstung“. Dafür gibt es ein Body Lab, das individuelle Sportartikel verpasst. Nach Tests und Messungen (Top: die 3D Fußvermessung) erfolgt eine Sohlen- oder Skischuhanpassung, oder die Wadenvermessung führt zur Kletterberatung. Auch nicht schlecht: die Vermessung des Gesäßes für den Fahrradsattel.

Sportlich in der Kleidung

Einen enormen Trend ortet der Händler bei der sportiven Freizeitkleidung; insbesondere der Markt für Sneakers sei explodiert. Das emotionale Befinden dahinter mag erschimmelt sein, aber es läuft erfolgreich darauf hinaus, dass man sich mit sportlicher Kleidung sportlich – und gesund – fühlt. Im besten Fall motiviert sportliche Kleidung zur sportlichen Betätigung.

In der Spur

Der heimische Sporthändler Hervis ist in sieben Ländern tätig und verzeichnet für 2017 einen Gesamtumsatz von 520 Mio. €; das bedeutet ein Plus von 5,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

+5,2
Prozent

Als Serviceleistung, die sich bereits etabliert hat, rundet „Mieten statt Kaufen“ die Angebotsvielfalt ab – durchaus in verfeinerter Form, wo beispielsweise geborgte Ski ins jeweilige Hotel geliefert werden.

Wer alle Kanäle bespielt, muss sich ebenso in der Preisgestaltung als sportlich erweisen. Hervis tut das mit einem „Preisbeweis“: Im Direktvergleich mit Amazon wurde in einer Kampagne dargelegt, dass „der beste Preis oft näher liegt als man denkt“.

Eichblatt dazu: „Mit dem ‚Preisbeweis‘ haben wir großes Aufsehen erregt: Einerseits haben wir ein deutliches Zeichen für österreichische Wertschöpfung gesetzt, andererseits konnten wir zeigen, wie faire Preisgestaltung aussieht. Hervis-Kunden zahlen für ausgewählte Produkte im Vergleich zu globalen Konzernen um etwa 30 Prozent weniger!“