



© Sport 2000

Sport 2000 hat das Ziel klar vor Augen

Die Nummer 2 im heimischen Sportfachhandel will Nummer 1 werden – das Mittel zum Zweck lautet auf Spezialisierung.

Ambitioniert

Andreas Viehböck, Sport-2000-Testimonial; Holger Schwarting, Vorstand Sport 2000; Natascha Krawinkler, Marketingleiterin, und Hans Knauß, Sport-2000-Testimonial.

... Von Christian Novacek

Es geht sportlich zu im Sportfachhandel in Österreich. Neueinsteiger wie XXL (vier Standorte, zwei weitere in Planung) und Decathlon (ein Standort in Vösendorf) fassen Tritt, und alte Sportsfreunde wie Intersport und Sport 2000/Gigasport matchen um die

Marktführerschaft. Die ist derzeit bei Intersport verortet, mit einem Anteil von rd. 31% und einer stabilen Unterfütterung mit jährlichen Wachstumsraten im zweistelligen Bereich.

Trotz eines Wachstums von zuletzt „nur“ 6% und einem Marktanteil von aktuell rd. 29% (lt. RegioPlan) will Sport 2000 lieber früher als später Marktführer werden. Davon hat Chef

Holger Schwarting recht konkrete Vorstellungen. „Es gibt Gewinner und Verlierer im Sportmarkt“, holt Schwarting aus, „es hängt jetzt viel davon ab, wie man sich neuen Anforderungen stellt. Wir werden jedenfalls die aktuellen Bewegungen im Sportmarkt nutzen und uns weiterhin stärken!“

Der Sport 2000-Chef definiert das Mitbewerberfeld vorwie-

gend aus der Preisperspektive: Im heimischen Sporthandel habe man zunehmend Spieler im Bereich des Preiswettbewerbs, die neuen Marktteilnehmer Decathlon und XXL seien extrem preisgetriebene Unternehmen. „Dieser Marktbereich ist sehr umkämpft, und auch der Onlinehandel ist sehr preisgetrieben“, konstatiert Schwarting – um sich infolge klar abzugrenzen: