

Decathlon hat große Pläne

Der französische Sporthändler eröffnet einen zweiten Standort in Österreich, 2021 folgt einer in Klagenfurt. Bis 2025 peilt man 10–15% Marktanteil an.

WIEN. Der französische Sportartikeldiskonter Decathlon will in den kommenden Jahren in Österreich kräftig wachsen. „Mein Ziel ist zehn bis 15 Prozent Marktanteil in vier bis fünf Jahren“, machte Decathlon-Österreich-Geschäftsführer Gabor Posfai eine Ansage.

Derzeit liegt der Marktanteil noch bei unter einem Prozent – Decathlon eröffnete im August 2018 die erste Filiale in Österreich in Vösendorf, die schwierige Standortsuche verhinderte eine zügigere Expansion.

Standortplanung

Mittlerweile sind zwei weitere Standorte fix: Im kommenden Monat sperrt ein zweites Geschäft im Gewerbepark Stadlau im Norden auf, im Frühjahr 2021 folgt dann ein dritter Store in Klagenfurt beim Möbelhaus Rutar.

Decathlon betreibt große Standorte – die Filiale in Vösendorf hat 5.000 m² und 120.000 Artikel – und verkauft fast ausschließlich Eigenmarken. In Österreich liegt der Eigenmarkenanteil beim Umsatz bei 92%. Das Ziel von Decathlon ist langfristig, in jedem größeren Bundesland zumindest eine Filiale zu



© Sebastian Fuchs

Decathlon Österreich-Geschäftsführer Gabor Posfai (l.) mit Akos Juhasz, dem Leiter des neuen Wien-Stores.

betreiben. „Weitere Standorte wie Graz, Linz, Salzburg und Innsbruck sind in Planung“, sagte Posfai. Man habe in den letzten Monaten viele Verhandlungen bezüglich neuer Standorte geführt.

Omnichannel

Besonders gut haben sich bei Decathlon in Österreich seit Beginn der Coronakrise unter an-

derem Fahrräder, Fitnessgeräte, Stand-up-Paddling-Boards, Tischtennistische und Wanderausrüstung verkauft. Der Sporthändler erzielte heuer bisher rund 15 Mio. € Umsatz hierzulande. Trotz sechswöchigem Corona-Shutdown im März und April liegt das Umsatzplus in der Vösendorfer Filiale im laufenden Jahr bei zwölf Prozent. Im Onlinegeschäft, welches mittler-

weile 40% des Gesamtumsatzes ausmacht, verdoppelten sich die Erlöse.

Bis Jahresende erwartet Posfai einen Gesamtumsatz von 20 Mio. Euro. Schon im nächsten Jahr sollen die Erlöse mit den neuen Filialen verdoppelt werden. Er geht von einer Konsolidierung im Sporthandel aus: „Online wird das Erfolgsrezept sein.“ (red)



© Spar

Christof Rissbacher, Geschäftsführer der Spar-Zentrale Wörgl, und Spar-Prokuristin Patricia Sepetavc mit Planlicht-CEO Felicitas Kohler (v.l.).

Es werde Licht(-desinfiziert)

Spar nutzt erstmals UV-Licht zur Wagerreinigung.

SALZBURG/ZIRL. Hygiene ist Kunden beim Lebensmitteleinkauf derzeit besonders wichtig. Statt der Desinfektion mit chemischen Mitteln nutzt Spar in seinem Supermarkt in Zirl bei Innsbruck nun erstmals UV-Licht für die Reinigung seiner Einkaufswagen. Die Reinigungsstation „seCube“ hat das Tiroler Familienunternehmen Planlicht entwickelt.

Die Desinfektionsanlage funktioniert halbautomatisch: Kunden holen und retournieren ihren Einkaufswagen statt in dem einfachen Unterstand jetzt aus dem „Desinfektionstunnel“. Hinweisleuchten zeigen an, auf welcher Seite die desinfizierten Wagen stehen. Ist eine Wagenstraße voll, schließt sich automatisch ein Rolltor und der Desinfektionsvorgang beginnt. (red)