

Sportfachhandel schlägt Alarm

Wie 2020 droht ein Totalausfall der Weihnachtssaison – dazu kommen unaufholbare Umsatzverlagerungen.



© Intersport Austria

WIEN. Kaum eine Branche erlebt die Pandemie so gespalten wie der Sportartikelhandel: Während einige Händler, besonders in urbanen Lagen, entsprechend ihrer Spezialisierung vom Heimfitness- und E-Bike-Boom profitierten und sich zu den Krisengewinnern zählen durften, hatten Händler in Tourismusgebieten angesichts des Ausfalls der Wintersaison mit Umsatzverlusten bis zu 95% zu kämpfen; für sie droht sich das Schreckensszenario trotz vermeintlichem „Gamechanger“, der Verfügbarkeit der Schutzimpfung, zu wiederholen.

Katerstimmung

„Die Saison hängt für den touristischen Sportfachhandel schon am seidenen Faden, bevor sie überhaupt begonnen hat“, bringt Gernot Kellermayr, Präsident des Verbands der Sportartikelhersteller und Sportausrüster Österreichs (VSSÖ), die Stimmung der Branche auf den Punkt.

Es brauche nun Planungssicherheit und ein klar kommuniziertes, rasches Lockdown-Ende, um einen Totalausfall der Weihnachtssaison zu vermeiden.

Schon der Teil-Lockdown für Ungeimpfte, der mit 15. Novem-

ber gestartet ist und voraussichtlich länger gilt als jener für Geimpfte, trifft den Sportfachhandel hart, rund ein Drittel der Kunden dürfte wegfallen.

„Aus Fehlern nichts gelernt“

Mit dem Lockdown für alle mussten die Fachgeschäfte nun komplett schließen – und das drei Wochen lang. „Die Umsätze, die jetzt verloren werden, können nicht wieder aufgeholt werden: Wenn die Kunden ihre Sportartikel nicht im Fachgeschäft kaufen können, kaufen sie im LEH oder bei großen Ketten online“, so Kellermayr. „An oberster Stelle steht selbstverständlich, die Gesundheit zu schützen und das Gesundheitssystem zu entlasten. Fakt ist aber auch, dass die kommenden Monate für viele Familienunternehmen existenzentscheidend sind. Statt aus den vergangenen Lockdowns zu lernen, sind die Fachgeschäfte erneut die Leidtragenden.“ (red)

”

An oberster Stelle steht selbstverständlich die Gesundheit. Doch die kommenden Monate sind für viele Familienunternehmen existenzentscheidend.

Gernot Kellermayr
VSSÖ-Präsident

“

ADEG-KAMPAGNE

Nahversorger im Rampenlicht

WIENER NEUDORF. Zu keiner anderen Jahreszeit stehen Familie, Freunde und Traditionen mehr im Fokus als zu Weihnachten. Eine wichtige Rolle bei den Feierlichkeiten spielen dabei auch lokale Nahversorger; diesem Umstand trägt die neue Adeg-Kampagne Rechnung. Sie stellt die diversen Serviceleistungen ihrer Kaufleute in der Vorweihnachtszeit ins Rampenlicht – dazu zählen individuelle Zusatzangebote wie regionale Festtagsschmankerl, frisch zubereitete Platten oder Lieferdienste.

360-Grad-Kampagne

„Unsere Weihnachtskampagne unterstreicht einmal mehr die Kerneigenschaften von Adeg: Lokalität, Individualität und das Gefühl des ‚Nahversorgtseins‘. Diese Werte haben in den letzten Jahren, auch durch die Coronapandemie bedingt, massiv an Bedeutung gewonnen. Den ganzen Advent über stellen die Kaufleute alles für den Großeinkauf vor den Feiertagen bereit“, so Adeg-Vorstandssprecher Brian Beck.

Neben dem Werbespot im Fernsehen und online wird die Kampagne in Form einer 360-Grad-Bewerbung ausgerollt – samt Online-Präsenz in Form von Display Ads und Social Media-Postings. (red)



© Adeg/Haschka