

MÄDCHENFUSSBALL

Billa und FC Hill Jois starten Cup

WIENER NEUDORF/JOIS. Lange ein Schattendasein fristend, hat sich auch der Frauenfußball in den vergangenen Jahren eine deutliche gesellschaftliche Aufwertung und Professionalisierung erkämpft. Um die Gleichstellung weiter voranzutreiben, veranstaltet Billa heuer gemeinsam mit dem bekannten Winzer Leo Hillinger und dem von ihm gesponserten FC Hill Jois am 15. Juni – also am morgigen Samstag – den ersten „Billa Mädchenfußball-Cup“ in Jois (Bezirk Neusiedl).

„Damit setzen wir ein klares Zeichen für die Gleichstellung im Sport und unterstützen die Entwicklung der nächsten Generation von Fußballerinnen in Österreich“, erklärt Billa-Vertriebsdirektor Eric Scharnitz.

„Meilenstein für Verein“

Auch Wolfgang Pikhart, Trainer vom FC Hill Jois, betont die Relevanz des Turniers für seinen Verein: „Der erste Billa Mädchenfußball-Cup in Jois ist ein Meilenstein für unseren Verein und die Region. Es ist großartig zu sehen, wie die Mädchen mit so viel Begeisterung und Einsatz dabei sind. Solche Veranstaltungen sind entscheidend, um den Frauenfußball auf lokaler Ebene zu stärken.“ (red)



© Billa/wearegiving



© APA/dpa/David Inderlied

Der Ball rollt

Die Fußball-Europameisterschaft 2024 geht von 14. Juni (Auftrittsspiel in München) bis 14. Juli (Finale in Berlin) über die Bühne – auch Österreich hat sich qualifiziert.

Jubelstimmung zum EM-Anpfiff

Heute, Freitag, beginnt die Fußball-Europameisterschaft – der Handel erwartet sich 80 Mio. Euro Mehreinnahmen.

WIEN. Heute Abend erfolgt der Anpfiff des Auftaktspiels der Fußball-Europameisterschaft 2024 – um 21 Uhr trifft im Münchner Allianz Stadion Deutschland auf Schottland. Ein Monat lang steht die beliebteste Sportart der Welt noch mehr im Mittelpunkt als sonst – auch der heimische Handel bekommt das Ballfieber zu spüren: „Große Sportereignisse sorgen im Einzelhandel für wichtige Umsatzimpulse, denn sie kurbeln den Konsum an. Insbesondere der Lebensmittelhandel, die Sportgeschäfte und der Elektronikhandel profitieren davon“, so Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will, der von Umsatzumsätzen von rund 80 Mio. € ausgeht.

Die Mehrheit verfolgt's

Laut dem jüngsten HV-Consumer Check haben 54% der Österreicher vor, die EM aktiv mitzuvollziehen und sich Spiele im Fernseh-

hen oder im Rahmen von Public Viewings anzusehen. Während bei den Männern gleich zwei von drei das Mega-Event verfolgen wollen, outen sich bei den Frauen immerhin 42% als (Männer-) Fußball-Fans. Unter den jünge-

ren Altersgruppen gibt es etwas mehr Fußballbegeisterte als bei den älteren (18–29 Jahre: 62%; 30–39 Jahre: 59%).

„Im Schnitt geben jene Menschen, die die EM verfolgen, etwa 30 Euro zusätzlich aus“, sagt Will mit Verweis auf Befragungen. „Am meisten davon fließt in den Lebensmittelhandel und hin zu den Nahversorgern.“ Gefragt sind v.a. Knabbereien und alkoholische Getränke sowie – mit einigem Abstand – alkoholfreie Getränke und Softdrinks.

Turnierverlauf entscheidend

„Die tatsächliche Entwicklung der EM-Umsätze im Einzelhandel hängt natürlich auch mit dem Turnierverlauf zusammen“, weiß Will; je länger sich Österreich im Turnier hält, desto mehr Interesse ist zu erwarten – und damit auch mehr Kauffreudigkeit. An einen rot-weiß-roten Sieg glauben übrigens immerhin 19% der Befragten. (red)

„Große Sportereignisse sorgen im Einzelhandel für wichtige Umsatzimpulse. Insbesondere der LEH, die Sportgeschäfte und der Elektronikhandel profitieren.“

Rainer Will
Handelsverband