



© PantherMedia.net/Andreas Wolf

Mehrausgabe

Für Fußballfeste wurden im Schnitt bis zu 35 € ausgegeben. Dazu gehören Getränke, Chips und Fanartikel.

Teamsport-Segment freut sich Intersport auch, wenn durch das Kicken und die Euphorie viele Kinder zum ersten Mal mit Sport in Berührung kommen: „Das ist für mich der wahre Mehrwert einer Fußball-Europameisterschaft.“ Es ist eben nicht alles in Zahlen zu gießen.

Was bleibt?

Am 14. Juli endet die Europameisterschaft. Dann folgen gleich die Olympischen Sommerspiele in Paris ab 26. Juli, wo es zwar vielleicht nicht in dem Ausmaß Grillfeste, Public Viewing und Co. geben wird, aber vielleicht auch die eine oder andere sportliche Sternstunde.

Fußball-Schauen gehört für viele einfach ein erfrischendes Bier dazu.“ Bereits im Vorfeld der Fußball-EM gab es entsprechende Begleitmaßnahmen im Handel, wie die EM-Sondereditionen im ÖFB-Design. „Um konkrete Zahlen zu nennen, ist es zum jetzigen Zeitpunkt aber noch zu früh“, so Wuppinger.

Auch Coca-Cola Österreich – ebenfalls ÖFB-Partner – zeigt sich erfreut: „Rund um ein Großereignis wie die Fußball-Europameisterschaft freuen wir uns über signifikante Zuwächse, die im zweistelligen Bereich liegen; das große Plus kommt hier aus dem Handel“, so Unternehmenssprecher Philipp Bodzenta. Allerdings wären Frühling und Sommer nicht zuletzt aufgrund der höheren Temperaturen grundsätzlich sehr starke Saisonen.

Branchen, die gewinnen

In anderen Bereichen, etwa bei TV-Geräten, sei schon ein Umsatzplus von zehn bis 20% drinnen, erklärt Will. „Der Elektro- und Elektronikfachhandel gehört erfahrungsgemäß zu den Gewinnern von sportlichen Großereignissen: Je größer der Bildschirm, umso mehr Spaß macht es, ein Match anzusehen. Jumbo-TVs waren deshalb im Vorfeld der EM ein Renner“, meint der

Schau genau

Während manche Branchen zurückhaltend sind, können sich die Mehrumsätze im Bereich TV-Geräte auf zehn bis 20% belaufen, so eine Schätzung.

+20%

Handelssprecher „So mancher Lokal- und Restaurantbesitzer hat seinen Gastgarten mit neuem Video-Equipment aufgerüstet. Eine weitere Neuheit, die der Elektrohandel gut verkauft hat, waren akkubetriebene, tragbare Fernseher, die man auch im Park, am See oder beim Camping nutzen kann.“

Mit längerfristigen positiven Nachwirkungen sei insbesondere im Sportartikelhandel zu rechnen. Durch die Erfolge der österreichischen Nationalelf könne man sich sicher sein, dass das Interesse am Fußballsport nochmals einen zusätzlichen Push erhalten hat und eine neue Generation an Fußballfans heranwächst. Hervis bestätigt Wills Analyse – die Trikots waren schnell ausverkauft.

Thorsten Schmitz, Geschäftsführer von Intersport Austria, teilt die Analyse für den Sportwarenhandel: „Die Begeisterung hat einen wahren Run auf die Fanartikel der ÖFB-Nationalteams ausgelöst. Bei den Trikots und Schals hat sich der Umsatz vervierfacht. Allein am Tag des Länderspiels Österreich-Niederlande haben wir rund 1.700 Trikots verkauft. Im Handel ist die EM ganz klar ein Frequenzbringer.“ Abseits von den positiven Auswirkungen auf das

”

Natürlich hat sich die große Euphorie rund um die Erfolge unserer Nationalmannschaft auf den Bierkonsum und damit auf den Absatz ausgewirkt.

Ingo Wuppinger

Stiegl-Verkaufsleiter Handel



© wifabild

Denn für Rainer Will ist die Europameisterschaft wegen einer Sache wichtig: „Die Euro 2024 sorgt in wirtschaftlich und politisch eher turbulenten Zeiten für positive Stimmung und verbindende Erlebnisse.“ Er hofft, dass dies anhält: „Der Handel ist ganz stark von der Konsumstimmung abhängig. Verbessert sich die allgemeine Stimmung im Land, steigt auch die Kaufkraft.“ Er hofft, dass dies nun so bleibt.

“