



Medienmitteilung vom 15. Oktober 2014

Sporthandel rechnet mit Nullwachstum

Der Verband Schweizer Sportfachhandel (ASMAS) rechnet für das laufende Jahr mit einem Nullwachstum. Im ersten Quartal 2014 gab es zwar viel Schnee in den Bergen, zu hohe Temperaturen liessen jedoch keine richtige Winterstimmung aufkommen und drückten auf die Umsätze. Dies führte zu einem Umsatzminus von 2,4%. Im zweiten Quartal konnte die Branche unter anderem von der Fussball-WM als Umsatztreiber profitieren und das Vorjahresergebnis um 4,8% steigern. Das dritte Quartal brachte ein Minus von 0,4%, was vor allem auf die verregneten Monate Juli und August zurückzuführen ist. Aufgrund der vorliegenden Entwicklung geht die ASMAS davon aus, dass der Schweizer Sporthandel das Jahr - bei einem normalen Start in die Wintersaison - im Bereich des Vorjahres abschliessen wird. Dies darf angesichts der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und des generellen Preisdruckes als gutes Resultat gewertet werden.

Der Schweizer Sportartikelmarkt beläuft sich auf rund 2 Milliarden Franken, wovon 80% durch den Sportfachhandel erwirtschaftet werden. Dieser erzielt zudem einen nicht zu vernachlässigenden Teil seines Umsatzes mit branchenfremden Warengruppen wie Freizeitschuhen und -bekleidung oder Velos. Gut 40% des Sportartikelmarktes entfallen auf Schneesport (Ski, Snowboard und Langlauf) inklusive Miete und Servicearbeiten. Dahinter folgen auf den nächsten Rängen Outdoor (17%), Laufsport (9%), Teamsport (8%) und Wassersport (7%).

Wie die jüngste Strukturanalyse des Marktforschungsinstituts GFK zeigt, setzt ein Schweizer Sportgeschäft im Durchschnitt 1,9 Mio. Franken um, davon 84% im Verkauf, 9% in der Miete, 5% in der Werkstatt und 2% mit Events. 34% aller Verkaufsstellen zählen zum nicht organisierten Fachhandel, während 31% Einkaufs- und Marketingorganisationen (Intersport usw.) angeschlossen sind. Die grossen Fachmarktketten (Ochsner Sport, Athleticum und SportXX) stellen 15% der Geschäfte, kleinere Filialisten wie Transa und Stöckli kommen zusammen auf 13% der POS. Monobrand Stores (5%) und Factory Outlets (2%) runden die Sporthandelslandschaft ab.

Für den Sporthandel ist es von zentraler Bedeutung, dass sich die sportliche Aktivität in der Schweiz weiterhin positiv entwickelt, wie der kürzlich erschienen Studie «Sport Schweiz 2014» des Bundesamts für Sport zu entnehmen ist. Im Zeitraum von 2008 bis 2014 konnten vor allem die Lifetime-Sportarten wie Skifahren, Wandern und Schwimmen zulegen, aber auch Fitnesstraining, Jogging und Yoga sind deutlich im Aufwind. Die Zahl der durchschnittlich ausgeübten Sportarten ist von 3,3 auf 3,8 angestiegen.

(Bildmaterial unter www.sportbiz.ch/medien zum Download.)

Medienstelle ASMAS

Beat Ladner, medien@sportbiz.ch, Tel. 044 920 79 40 / 076 341 79 40