

Leistungsbericht ASMAS 2023

Die ASMAS hat im Berichtsjahr viele, für den Verband wegweisende, Projekte gestartet oder erfolgreich abgeschlossen. Als Kompetenzzentrum für den Sport- und Textilhandel in der Schweiz ist die ASMAS für seine Mitglieder ein professioneller Dienstleistungsanbieter. Sie setzt sich für eine starke und zukunftsgerichtete Sport- und Textilbranche ein und engagiert sich für die Interessen ihrer Mitglieder.

Infolge widriger Umstände wie Inflation, Kriege und Energiekrise schien ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2023 im Schweizer Detailhandel zunächst unwahrscheinlich. Dennoch dürften die Detailhändler ein zufriedenstellendes Jahresergebnis erzielen. Die Konsumenten in der Schweiz liessen sich nicht übermässig von den turbulenten Ereignissen beeinflussen, was die Binnennachfrage als robustes Element der Volkswirtschaft bestätigte.

Für 2024 bleibt das Marktumfeld weiterhin anspruchsvoll, geprägt von starkem Wettbewerbsdruck, steigendem Einkaufstourismus und anderen Faktoren. Ein Drittel der Detailhandelsunternehmen erwartet unterdurchschnittliche Ergebnisse für das kommende Jahr, abhängig von der Entwicklung der Konflikte und der wirtschaftlichen Lage.

Marktdaten 2023

Der Sportmarkt Schweiz (exkl. Bikes) ist 2023 um 1.5 Prozent zurückgegangen, dies nach Steigerungen von 2 Prozent im letzten und rekordverdächtigen 14 Prozent vor zwei Jahren. Das Umsatzvolumen beträgt rund 2.17 Milliarden Schweizer Franken.

Der Sportmarkt in der Schweiz ist nur geringfügig gesunken. Innerhalb des Marktes verzeichnete der Bereich Hardware (z.B. Skis, Rucksäcke, Helme, Fitnessgeräte) einen Rückgang um 3 Prozent, während Textil um 2 Prozent zurückging. Erneut schnitt der Bereich Schuhe am besten ab, mit einem Zuwachs von 3 Prozent.

Der Teilmarkt Outdoor bleibt weiterhin bedeutend, mit einem Umsatz von rund 450 Millionen Schweizer Franken, was knapp 20 Prozent des gesamten Sportmarktes entspricht. Der Umsatz im Bereich Textil blieb konstant auf hohem Niveau, während der Bereich Hardware an Umsatz verlor, insbesondere im Bereich Camping, der im letzten Jahr stark zugenommen hatte. Auch der Umsatz mit Outdoorschuhen ging zurück, wurde jedoch teilweise durch den Trend bei Trailrunningsschuhen kompensiert. Generell bleibt "Running" im Trend und verzeichnet ein Wachstum von 4 Prozent.

Der Bereich Leisure, welcher alles für die Freizeit umfasst und sportlich, bequem und lässig ist, wächst weiterhin. Insbesondere bei Schuhen zeigt sich dies mit einem Umsatzplus von 5 Prozent. Die Grenze zwischen Freizeitschuhen und regulären Strassenschuhen schwimmt zunehmend.

Im Kalenderjahr 2023 ging der Umsatz für Snow um 2 Prozent zurück, trotz eines milden "Nichtwinters" im Jahr 2022. Dennoch bleibt die Nachfrage nach Wintersport ungebrochen, wie die guten Buchungszahlen in Wintersportorten zeigen.

Auch der Umsatz im Bereich Fitness ging weiter zurück (-3 Prozent). Der Boom mit Fitnessgeräten der während der Corona-Pandemie den Höhepunkt erreicht hat flacht wieder ab.

Der Online-Umsatz im Sportmarkt legt wieder zu - sind die Turbojahre vorbei? Nach einer Verschnaufpause im Jahr 2022, in dem die Bedeutung des Online-Umsatzes erstmals zurückging, verzeichnete der Umsatz wieder einen Anstieg: 28 Prozent (+1 Prozent) aller Sportumsätze wurden 2023 über das Internet getätigt. Das Einkaufsverhalten wird zunehmend digital: Eine GfK-Studie zeigt, dass 2023 Sportartikel zunehmend sowohl "hybrid" (also sowohl online als auch stationär) als auch ausschliesslich online gekauft wurden (insgesamt 71 Prozent). Vor der Pandemie lag dieser Wert bei 62 Prozent.

Der Velomarkt erlebt einen Rückgang. Massive Überlagerungen, die zu Preisnachteilen führen, sowie eine Marktsättigung haben dazu geführt, dass der Umsatz im Velomarkt im Jahr 2023 deutlich zurückging. Dagegen stiegen die Umsätze für Velozubehör sowie für Service und Reparaturen. Auch der Markt für Gebrauchtelos ist nicht zu unterschätzen, da während der Pandemie viele gebrauchte Fahrräder auf den Markt kamen. Während einige Velofahrerinnen und -fahrer möglicherweise ihr Interesse verloren haben, haben andere nach dem Kauf eines Einsteigermodells ein Upgrade durchgeführt.

Prognose für 2024

Die schlechte Konsumentenstimmung, steigende Kosten in verschiedenen Bereichen und die daraus resultierende Kaufzurückhaltung sowie verstärkte Suche nach Promotionen deuten darauf hin, dass der Markt im Jahr 2024 tendenziell eher abnehmen wird. Obwohl eine steigende Bevölkerung und das Onlinegeschäft als Treiber dies wahrscheinlich nicht vollständig ausgleichen können.

Kurt Meister, GfK Experte im Bereich Sportmarkt, fasst abschliessend zusammen: „Die Bedeutung des Sports bleibt dennoch im Trend. Die Initiative zur Erhaltung der Gesundheit, das Streben nach mentaler Entspannung, die Aufrechterhaltung der Fitness und das zur Schau tragen dessen v.a. in der Badesaison, sei es durch Aktivitäten im Freien oder im Leistungssport, erfreuen sich weiterhin grosser Beliebtheit bei Jung und Alt. Es ist anzunehmen, dass das Engagement für Sport die Menschen auch im Jahr 2024 finanziell etwas kosten wird.“

Zur GfK Prognose

Die in dieser Medienmitteilung vorgestellten Erkenntnisse stammen aus den folgenden Quellen: GfK Panel Sport, rund 70 Prozent Abdeckung / Einschätzung Restmarkt wie aldi, Lidl, tchibo, otto's, Bächli u.a., inkl. Onlineanbietern mit ch-Domain wie z.B. zalando.ch.

Mitgliederservices

Neues Datenschutzgesetz ab September 2023

Das neue Datenschutzgesetz bringt bedeutende Veränderungen mit sich. Die ASMAS Mitglieder wurden über die Auswirkungen dieses Gesetzes informiert. Neben einer Onlineveranstaltung mit über 80 Teilnehmenden wurde eine Handlungsmatrix sowie Tipps zur Umsetzung zu den wichtigsten Bereichen den Mitgliedern zur Verfügung gestellt. Die Schwerpunkte betreffen Kundendaten, Mitarbeiterdaten, Webseiten und die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern im Datenschutz.

Zertifizierte Branchenlösung Arbeitssicherheit 2024 – 2030

Die rechtlichen Verpflichtungen der Arbeitgeber im Bereich des Arbeitnehmerschutzes sind in drei verschiedenen Gesetzeswerken (Unfallversicherungsgesetz UVG, Arbeitsgesetz ArG und Obligationenrecht OR) sowie deren Verordnungen geregelt.

Ungeachtet der gesetzlichen Verpflichtungen hat der Arbeitgeber auch ein wirtschaftliches und ein ethisches Interesse daran, Berufsunfälle (BU) und Berufskrankheiten (BK) zu verhindern sowie berufsbedingte Beeinträchtigungen der Gesundheit zu vermeiden. Denn jede unfall- oder krankheitsbedingte Absenz, hat menschliches Leid zur Folge, kostet Geld und kann schwerwiegende Konsequenzen auslösen.

Sichere und gesunde Arbeitsbedingungen lohnen sich: weniger Absenzen, weniger Kosten, weniger Schmerz und Leid, zufriedener Mitarbeitende, mehr Effizienz, besseres Arbeitsklima. Kurz: Arbeitnehmerschutz leistet einen wesentlichen Beitrag zum Geschäftserfolg.

Die beiden Retail Verbände ASMAS und VELEDES haben auf 2024 eine zertifizierte Branchenlösung "Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Detailhandel" entwickelt. Die ASMAS Generalversammlung hat im Jahr 2023 beschlossen diese umzusetzen und mit einem Sonderbeitrag von je CHF 100.00 pro Firma in den Jahren 2024 und 2025 zu finanzieren.

Kreditkartenacquiring

Die ASMAS ist bestrebt für ihre Mitglieder die bestmöglichen Rahmenbedingungen zu schaffen. Dies gilt auch für das Acquiring von Kreditkarten. Mit den vier Partnern Worldline, Nexi, SwiPay und AMEX wurden im Jahr 2023 neue Rahmenvereinbarungen für ASMAS Mitglieder erstellt. Zudem sind wir in Zusammenarbeit mit verschiedenen Gremien daran, gegen die aus unserer Sicht zu hohen Interchange Gebühren bei Debitkarten vorzugehen. Wir erwarten im Verlauf von 2024 erste Resultate.

Dienstleister für ASMAS-Mitglieder

ASMAS Mitglieder profitieren bei folgenden Dienstleistern von Spezialkonditionen: Planzer (Paketlogistik), Storeconcept (Ladenbau), AVIA (Treibstoffe).

Interessenvertretung / politische Aktivitäten

In Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Gewerbeverband und der Swiss Retail Federation konnten wir im Jahr 2023 einige politische Entscheide zu Gunsten des Detailhandels beeinflussen (Stromversorgungsgesetz, Vereinfachung des Selbstvergleichs bei der Preisbekanntgabe, Grundsätzliches Verbot der nächtlichen Beleuchtung von Schaufenstern und Reklame etc.).

Die ASMAS ist zur Erhöhung der Saldosteuersätze von der Eidgenössischen Steuerverwaltung zur Stellungnahme eingeladen worden. Die ASMAS ist über die vorgeschlagenen Erhöhungen der Saldosteuersätze erstaunt und lehnt diese entschieden ab.

Präsident Peter Bruggmann durfte den Verband im Jahr 2023 an verschiedenen Tagungen als Speaker und Panel Teilnehmer vertreten. So an der Winterkonferenz des Schweizerischen Gewerbeverbandes, dem Sporthandelskongress in Berlin und am BASPO anlässlich der Tagung Sportmanagement.

Information, Kommunikation und PR

sportsdays.ch

sportsdays.ch bietet die Chance, auf kleinstem Raum, in kurzer Zeit und ohne grosse Kostenfolgen eine Marktübersicht zu erhalten. Dies ist ein grosser Mehrwert, sowohl für den Handel wie auch für die Industrie.

Der Saisoneinkauf wird sich drastisch verändern und der Zeitpunkt wird sich nach vorne verschieben. Probleme in der gesamten Lieferkette betreffen Handel und Lieferanten.

Deshalb sind stabile Partnerschaften zwischen Handel und Industrie unabdingbar. Planungssicherheit, Konditionen, gemeinsame Marketing- und Abverkaufsstrategien sind vorzubereiten und abzustimmen.

In Anbetracht des schwierigen Marktumfeldes ist es ein «Muss» in der Branche zusammenzukommen. Alle, Lieferanten und Handel sind gefordert sich daran zu beteiligen. Andernfalls werden diese Plattformen verschwinden.

swisspo.ch

Im Berichtsjahr wurden über die Medienstelle «swisspo», eine Zusammenarbeit von SPAF und ASMAS, verschiedenste Berichte über und zur Sportbranche veröffentlicht. Diese wurden jeweils an alle Redaktionen in der Schweiz sowie über Social Media verbreitet.

beUnity

Die Schweizer Sportbranche hat einen neuen digitalen Treffpunkt. Die neue Community-App des Schweizer Unternehmens beUnity gibt uns als Mitglieder die Möglichkeit, sich mit der Branche auszutauschen und zu vernetzen.

Die Plattform wird eine wichtige Rolle in unserer Kommunikation einnehmen. Auf dem digitalen Treffpunkt haben die Mitglieder mit wenigen Klicks jederzeit Zugriff auf wichtige Informationen, Veranstaltungen und vieles mehr. Zudem kann man sich einfach und schnell mit Gleichgesinnten vernetzen und die zahlreichen Synergien unserer Community nutzen. Dies alles auf einer sicheren Schweizer App, auf welcher die Beiträge nur von den ASMAS-Mitgliedern gesehen werden.



ASMAS Broschüre

Die neue ASMAS Broschüre ist digital und in Print fertiggestellt. Sie gewährt einen umfassenden Einblick über die Vorteile und Leistungen des Verbandes. Sie dient als Informationsmedium für Mitglieder und interessierte Kreise und gibt einen Überblick über die Rolle des Verbandes. Sie zeigt auf, wie wir unsere Mitglieder stärken und ihre Interessen vertreten.

Strategische Ausrichtung der ASMAS

Neumitglieder Textil

Im Jahr 2023 konnte die ASMAS 70 neue Mitglieder aus dem Bereich Textil gewinnen. In diesem Jahr werden diese Mitglieder kontaktiert um den Bedarf einer Fachgruppe Textil eruieren. Gerne möchten wir die Bedürfnisse der Textil-Retailer abholen und entsprechend die Leistungen für diese Zielgruppe erstellen.

ASMAS 2025+

Der Vorstand hat eine Arbeitsgruppe ASMAS 2025+ eingesetzt, um den Verband für eine erfolgreiche Zukunft vorzubereiten. Es sind folgende Ziele zu erreichen:

- Es ist der richtige Zeitpunkt den Grundstein für einen zukunftsfähigen Verband zu legen.
- Die Struktur soll den heutigen Gegebenheiten und der heutigen Wirtschaftlichkeit angepasst werden.
- Die Organisation soll auf Basis Funktionsstufen erfolgen und klare Strukturen und Rahmenbedingungen festlegen.
- Abläufe sind zu vereinfachen und Doppelspurigkeit zu vermeiden.

Es ist sicherzustellen, dass die Kosten und anfallende Steuern in diesem Prozess so gering wie möglich zu halten. Es soll kein Vermögen «verbrannt» werden.

Die Vorgehensweise hat den Reglementen und gesetzlichen Richtlinien zu entsprechen. Der Prozess ist gestartet und anlässlich der GV ASMAS 2024 wird über den Stand der Arbeiten informiert.

Einige Gedanken zur Zukunft

Digitalisierung und Omnichannel-Strategien

Die Verknüpfung von Online- und Offline-Vertriebskanälen wird immer wichtiger. Kunden informieren sich oft online, bevor sie im Laden kaufen (oder umgekehrt). Ein nahtloses Einkaufserlebnis über verschiedene Kanäle hinweg wird erwartet.

Personalisierung

Technologien wie KI und Data Analytics ermöglichen immer bessere Personalisierungsmöglichkeiten. Dies reicht von individualisierten Produktempfehlungen bis hin zu personalisierten Trainingsplänen, die beim Kauf von Sportausrüstung beigelegt werden können.

Nachhaltigkeit

Es gibt eine steigende Nachfrage nach nachhaltig produzierten Sportartikeln, sei es in Bezug auf Materialien oder Produktionsbedingungen. Unternehmen, die transparent und nachhaltig handeln, könnten einen Wettbewerbsvorteil haben.

Erlebniseinkauf

Einzelhandelsgeschäfte werden immer mehr zu "Erlebniszentren". Das reicht von der Möglichkeit, Sportausrüstung vor Ort zu testen, bis hin zu Kursen und Workshops, die im Geschäft angeboten werden.

Gesundheits- und Fitness-Technologie

Wearables wie Smartwatches oder Fitness-Tracker werden immer beliebter und könnten auch im Sport-Detailhandel eine immer wichtigere Rolle spielen.

Direkt zum Verbraucher (D2C)

Immer mehr Marken verkaufen direkt an den Endverbraucher und umgehen den traditionellen Einzelhandel. Dies stellt eine Herausforderung für den Sport-Detailhandel dar, der sich durch besondere Dienstleistungen oder exklusive Produkte differenzieren muss.

Mobiles Einkaufen

Die Bedeutung von mobilen Endgeräten für den Einkauf wird weiterhin steigen. Mobile Apps, die Einkaufen, Buchen von Kursen oder Ähnliches ermöglichen, werden immer wichtiger.

Lieferoptionen und Logistik

Schnelle Lieferung oder Abholoptionen wie "Click & Collect" können entscheidende Faktoren im Wettbewerb sein.

Gaming und eSport

Mit dem Aufstieg des eSports könnte es auch eine steigende Nachfrage nach entsprechender Ausrüstung und Merchandising geben.

Lokaler Fokus

Ein Trend zur Lokalisierung und Personalisierung könnte den Einzelhandel dazu veranlassen, stärker auf lokale Bedürfnisse und Besonderheiten einzugehen.

Diese Trends sind nicht abschliessend und können sich aufgrund verschiedener Faktoren wie wirtschaftlichen Veränderungen oder pandemischen Einflüssen rasch ändern.

Aus- und Weiterbildung

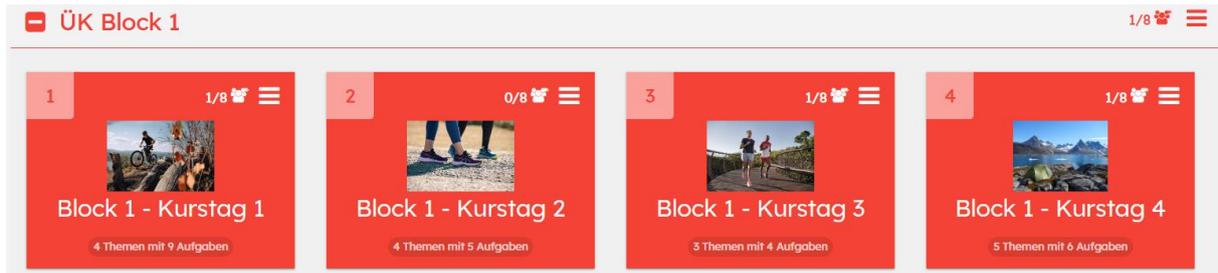
Im Ressort Aus- und Weiterbildung war das Jahr 2023 für die Geschäftsstelle, ÜK-Referenten/innen und für alle Kommissionen ein sehr interessantes und ereignisreiches. Die langjährige Planung der Reform wurde ab Frühling in die Praxis umgesetzt.

Überbetriebliche Kurse ÜK

Zum ersten Mal wurden die ÜK nach der neuen Grundbildung durchgeführt. Diese finden neu in den nachfolgenden Zeitfenstern statt:

1. Lehrjahr: 6 Tage in Tageskursen, dezentral an verschiedenen Orten von Mitte Februar bis Mitte Juni.
2. Lehrjahr: 4 Tage in Tageskursen, dezentral an verschiedenen Orten von September bis November.
3. Lehrjahr: 4 Tage in einem Blockkurs in Filzbach zwischen Mitte August bis Mitte September (nur Detailhandelsfachleute).

Im Jahr 2023 wurden die ÜK des ersten und zweiten Lehrjahrs durchgeführt. Die Lernenden arbeiten im ÜK mit der Lernplattform «LearningView». Diese wurde von der Pädagogischen Hochschule Schwyz entwickelt. Die Lernplattform ist sehr anwenderfreundlich und wurde von den Lernenden sowie Referenten/innen positiv aufgenommen. Aus diesem Grund wird «LearningView» im Unterricht häufig genutzt.



LearningView Übersicht Kurstage 1-4

Das Lehrmittel «Branchenkunde Sportartikel» ist nach wie vor in Printversion verfügbar und wird im Unterricht ebenfalls intensiv genutzt. Das hybride Modell mit dem gedruckten Lehrmittel und den digitalen Arbeitsblättern hat sich sehr bewährt. So können die Bedürfnisse aller Lernenden abgeholt werden.

Nach wie vor das wichtigste Element im Unterricht ist das Anschauungsmaterial.

Damit der Unterricht gesamtschweizerisch identischer ist, hat die ASMAS die Vorgaben für den Unterricht und für die Tests/Fallbeispiele enger gefasst.

Österreich arbeitet im Unterricht ebenfalls mit dem Lehrmittel der ASMAS. Im Berichtsjahr hat Österreich das gesamte Lehrmittel in eine App eingefügt. Im Gegenzug zur Nutzung unseres Lehrmittels können die Lernenden in der Schweiz die App ebenfalls nutzen.

Die Weiterbildung der Referenten/innen wurde wie gehabt im Juni durchgeführt. Es ging dabei vor allem um ein Debriefing von Block 1 sowie einen Ausblick auf Block 2, der im Herbst 2023 zum ersten Mal durchgeführt wurde. Zwei weitere wichtige Themen waren die Erfahrungen mit der «Lernplattform LearningView» und den Erfahrungsaustausch unter den Referenten/innen.

Ebenfalls im Juni wurden acht neue ÜK-Referenten/innen ausgebildet. Diese Personen wurden in einem Bewerbungsverfahren ausgewählt und konnten im Juni den zweitägigen Einführungskurs für ÜK-Referenten/innen Branche Sportartikel besuchen. Alle Kursteilnehmenden haben den Kurs bestanden und werden bei den kommenden Vakanzen eingesetzt.

Praktische Prüfungen

Wiederum standen über 130 Prüfungsexperten/innen im Mai für die ASMAS im Einsatz und nahmen 288 praktische Prüfungen von Detailhandelsfachleuten und 17 Detailhandelsassistenten/innen ab.

Die Fachgruppe QV hat im Januar 2023 mit der Erstellung der neuen Protokollraster für die praktische Prüfung der neuen Grundbildung gestartet. Dabei hat sie sich an die Vorgaben der schweizerischen Prüfungskommission zu halten und die Bedürfnisse unserer Branche möglichst gut zu berücksichtigen. Neu heisst die praktische Prüfung «Vorgegebene praktische Arbeit (VPA)» und ist eine Fallnote. Bei einer ungenügenden Note in der VPA ist die Prüfung nicht bestanden.

Im Mai 2024 werden die ersten Detailhandelsassistenten/innen die VPA absolvieren. Bei den Fachleuten startet die neue VPA im Jahr 2025.

Best Talents Branche Sportartikel

Die ASMAS zeichnet mit den Best Talents jährlich die besten Abschlussprüfungen in der Branche Sportartikel aus. 44 Lernende mit der Note 5.2 und höher haben sich für die Auszeichnung beworben. Dieses Jahr benötigten die Lernenden eine von Note 5.6 und höher, um zu den elf besten Talenten zu gehören.

Die Best Talents Branche Sportartikel 2023 sind (alphabetisch aufgeführt):

Leonie Affolter	Ochsner Sport, Solothurn
Leandra Caminada	Transa Backpacking AG, Zürich
Marisa Gasser	Bächli Bergsport AG, Kriens
Ayush Gurung	Bächli Bergsport AG, Basel
Elias Huber	Transa Backpacking AG, Bern
Luca Müller	Tropical Bike & Fun Shop AG, Solothurn
Moritz Nievergelt	Gen. Migros Zürich, SportX, Zürich
Magdalena Peter	Paka Sport AG, Sempach
Kyra Reichmuth	VeloPlus AG, Wetzikon
Anja Sonderegger	Pais Sport AG, St. Gallen
Elias Ulrich	Rigi Sport AG, Küssnacht am Rigi

Die Auszeichnung fand anlässlich des zweiten Lehrlingskurses in Filzbach statt und wurde bereits zum sechsten Mal durchgeführt.



Schweizer Meisterschaft Detailhandel 2023

Die Schweizer Meisterschaft 2023 wurde nicht gesamtschweizerisch, sondern regional durchgeführt. Die Sieger der Regionen konnten an den Junior Sales Champion International 2023 in Salzburg teilnehmen. Leider gab es dieses Mal keine Teilnahme aus der Sportartikelbranche.

Lernenden Kampagne «Mach was du liebst»

Fachkräftemangel und die zunehmende Akademisierung unserer Gesellschaft sind Phänomene, die heute weit verbreitet sind. Der Schweizer Sportfachhandel hat ebenfalls Schwierigkeiten, geeigneten Nachwuchs zu finden.

Anstatt zu klagen, hat der Verband, dessen Anzahl an Lehrlingen in den letzten Jahren knapp unter die Marke von 300 gefallen ist, aktiv gehandelt. Es gibt immer wieder Schülerinnen und Schüler, die sich im Sportunterricht mehr hervortun als in sprachlichen oder naturwissenschaftlichen Fächern, weil sie dafür eine grössere Begeisterung haben. Deshalb wurde in Zusammenarbeit mit der Agentur am Flughafen aus St. Gallen eine Nachwuchskampagne entwickelt, die junge sportbegeisterte Menschen und ihre Lehrkräfte dazu motivieren soll, sich über die Aus- und Weiterbildung im Sportfachhandel von Fachleuten informieren zu lassen.

Die Kampagne trägt den Slogan «Mach, was du liebst».



1'000 Schweizer Oberstufen- und Sportlehrkräfte wurden mit einem «schweisstreibenden» Mailing angeschrieben, um sie dazu zu ermutigen, eine Berufswahlstunde mit einem lokalen Sportfachhändler zu buchen und Flyer an die Schüler zu verteilen, um sie auf die Landing- und Informationsseiten von sportbiz.ch aufmerksam zu machen.

Die Kampagne wurde überall sehr gut aufgenommen. Mit Medienberichten und einem TV-Auftritt konnten auch ausserhalb unserer Branche Zeichen gesetzt und Aufmerksamkeit generiert werden.

Lehrlingskurse Filzbach und Leysin

Die traditionellen Lehrlingskurse in Filzbach und Leysin haben im Jahr 2023 zum letzten Mal als freiwillige Kurse stattgefunden. Über 160 Lernende haben an den Kursen teilgenommen.

In Zukunft wird der Kurs ein Bestandteil der ÜK sein und somit für alle Lernenden obligatorisch. Die praxis- und serviceorientierten Themen der ÜK im dritten Lehrjahr können in einem Blockkurs besser umgesetzt werden.

Young Talents an der ISPO in München

Die ISPO hat in Zusammenarbeit mit der FEDAS 75 junge Talente aus der Schweiz, Deutschland und Österreich zu einem Bildungs- und Netzwerkevent eingeladen. Aus der Schweiz haben 12 Young Talents teilgenommen.

Während der zweitägigen Veranstaltung hatten die Talente die Möglichkeit, sich mit führenden Experten aus der Branche auszutauschen, sich über die neusten Produktentwicklungen zu informieren und Einblicke in die Zukunftsstrategien der Sportartikelindustrie zu gewinnen.

Weiterbildung

Der digitale Wandel in der Geschäftswelt und speziell im Fachhandel erfordert neue Fähigkeiten und Kenntnisse auf dem Arbeitsmarkt. Arbeitnehmer müssen sich kontinuierlich weiterbilden, um wettbewerbsfähig zu bleiben und mit dem dynamischen Arbeitsmarkt Schritt zu halten. Um lokale Fachhändler und Lieferanten bei der Entwicklung passender Kompetenzen zu unterstützen, bietet die ASMAS Mehrtages-, Tagesseminare und Kurz-Webinare an. Neben Fachkursen wie «Bootfitting Academy», «Basis-Lehrgang Winter + Sommer», «Farb- und Stilberatung», «Kundengespräche» findet man auch Angebote zur Nachfolgeplanung und verschiedene Workshops zu Social Media und KI.