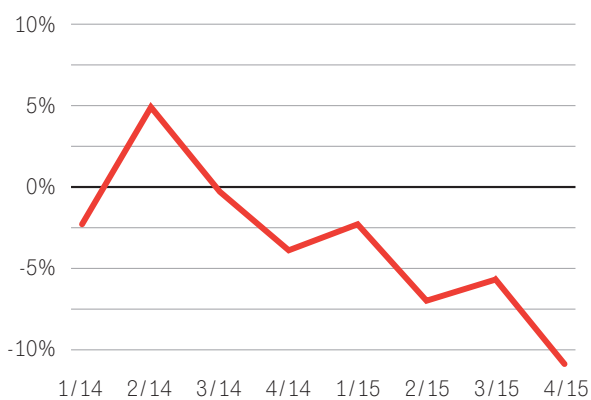


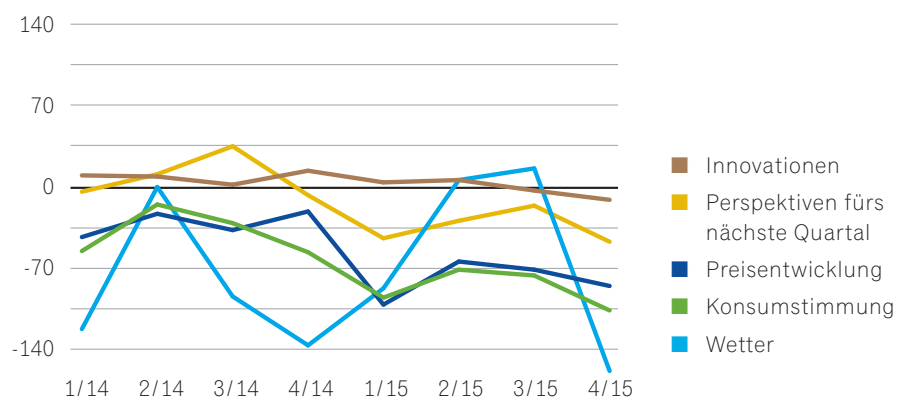
# Ein Unglück kommt selten allein

Das 4. Quartal 2015 war für den Schweizer Sporthandel katastrophal und hat die Branche in ein so nicht erwartetes Tief stürzen lassen. Kein Schnee, zu warme Temperaturen und die negative Preisentwicklung sind dafür schuld. Beat Ladner

Umsatzentwicklung Sporthandel



Stimmungsbarometer Sporthandel



Quelle: GfK / ASMAS / SS&amp;M

Quelle: Schweizer Sport &amp; Mode; Skala von -200 (sehr negativ) bis +200 (sehr positiv)

Sportgeschäfte, die im 4. Quartal ihren Vorjahresumsatz einigermaßen halten konnten, sind die absolute Ausnahme. Über die Hälfte verzeichnete zweistellige Umsatzeinbussen. Der Durchschnitt der gesamten Branche liegt bei einem Minus von rund 11%, das sich durch das ganze Sortiment hindurchzieht, wobei Bekleidung einmal mehr das Schlusslicht bildet. Zudem hat es Stationsgeschäfte ein paar Prozentpunkte härter getroffen als ihre Kollegen im Flachland.

Blickt man auf das Stimmungsbarometer des Sporthandels, dann wird klar, dass das Wetter hauptverantwortlich für den Umsatzeinbruch ist und die Konsumentenstimmung mit hinuntergezogen hat: keine kalten Temperaturen, kein Schnee und somit null Bock auf Wintersport. Dazu gesellt sich der seit der Aufhebung der Euro-Kursuntergrenze erhöhte Druck auf die Preise. Eine verhängnisvolle Kombination, die dafür sorgt, dass auch die Perspektive für das laufende Quartal vom Sporthandel deutlich negativ beurteilt wird.

Mit einem Minus von rund 7% ist das Gesamtjahr 2015 ebenfalls tiefrot. Insgesamt fehlen dem Sporthandel gegenüber 2014 deutlich über 100 Mio. Franken in der

Kasse. Dass der Schweizer Detailhandel insgesamt auf ein schlechtes Jahr zurückblickt und die Umsatzeinbussen durch die negative Teuerung relativiert werden, ist nur ein schwacher Trost.

Innerhalb von lediglich fünf Jahren hat der Sporthandel nun 20% seines Umsatzes verloren, dies – zugegeben – nach einer ganzen Reihe von fetten Jahren. Der starke Umsatzrückgang führt zu einem entsprechenden Druck auf die Strukturen und beschleunigt den Wandel. In den nächsten Jahren werden Filialisierung, Vertikalisierung, Internationalisierung und Digitalisierung (siehe Artikel Seite 10) den Sporthandel prägen und für ein anspruchsvolles Umfeld sorgen.

Veränderungen sind vor allem für diejenigen, die sich nicht bewegen, eine Gefahr. Sport und Bewegung werden auch in Zukunft eine solide Geschäftsgrundlage bilden, die gesellschaftliche Bedeutung körperlicher Aktivität wird kaum nachlassen. Möglicherweise wird es jedoch neue Geschäftsmodelle mit anderen Schwerpunkten brauchen, um im Sporthandel bestehen zu können.