



iSCM INSTITUTE

# SAZ

SPORT

## BAROMETER

# Das Stimmungsbild der Branche

Insights 4/2021 – 05/2022

iSCM INSTITUTE  
connecting the dots



# Sportbarometer: die Branche im Dialog

...



**April 2021**

iSCM Institut startet Stimmungsbarometer im Sporthandel  
Ziel: Gemeinsam eine erfolgreiche Zukunft der Sportbranche gestalten



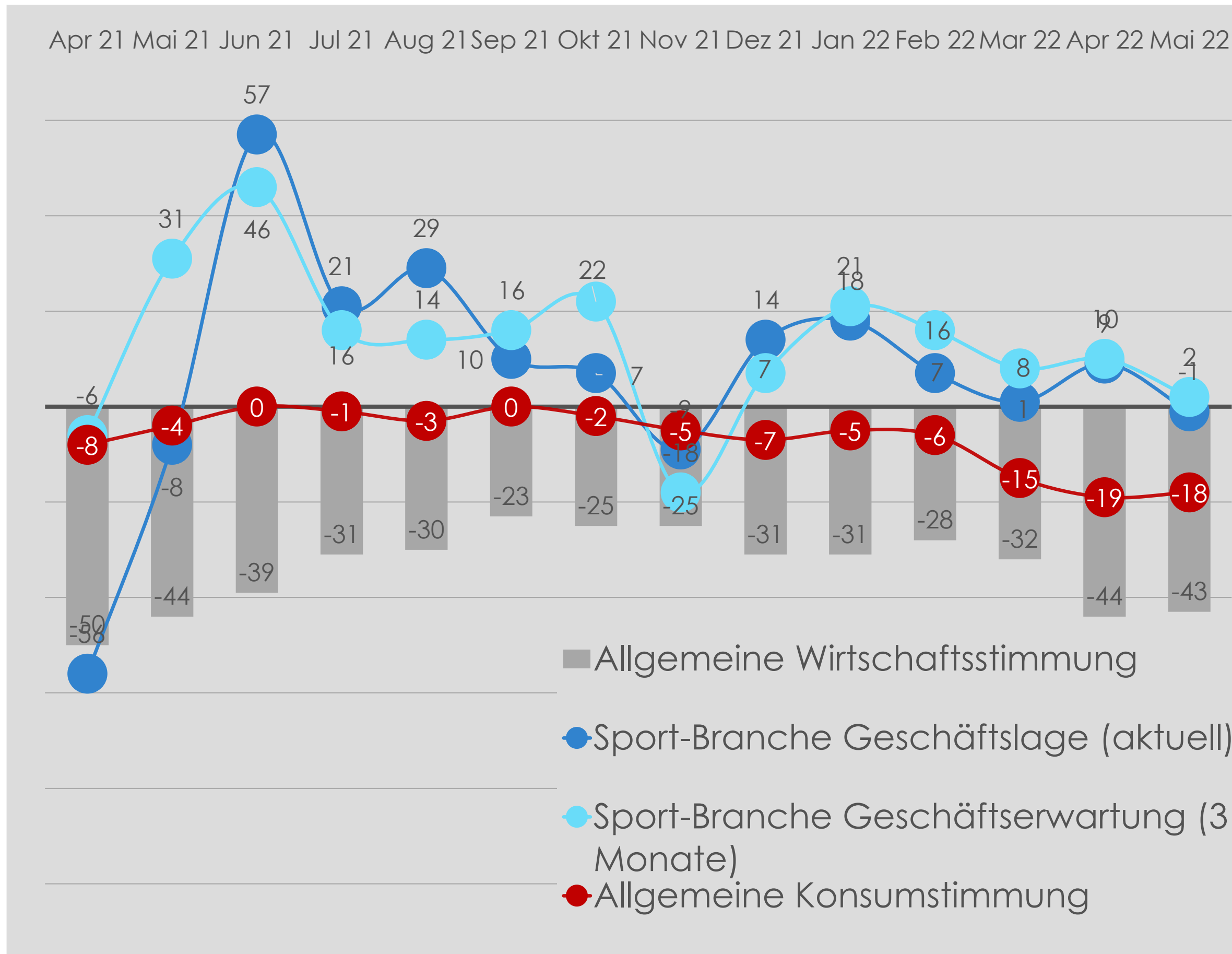
**Juni 2022**

Kooperation von SAZsport und iSCM: Erweiterung des Stimmungsbarometers auf Industrie  
SAZsport als Sprachrohr des Austausches





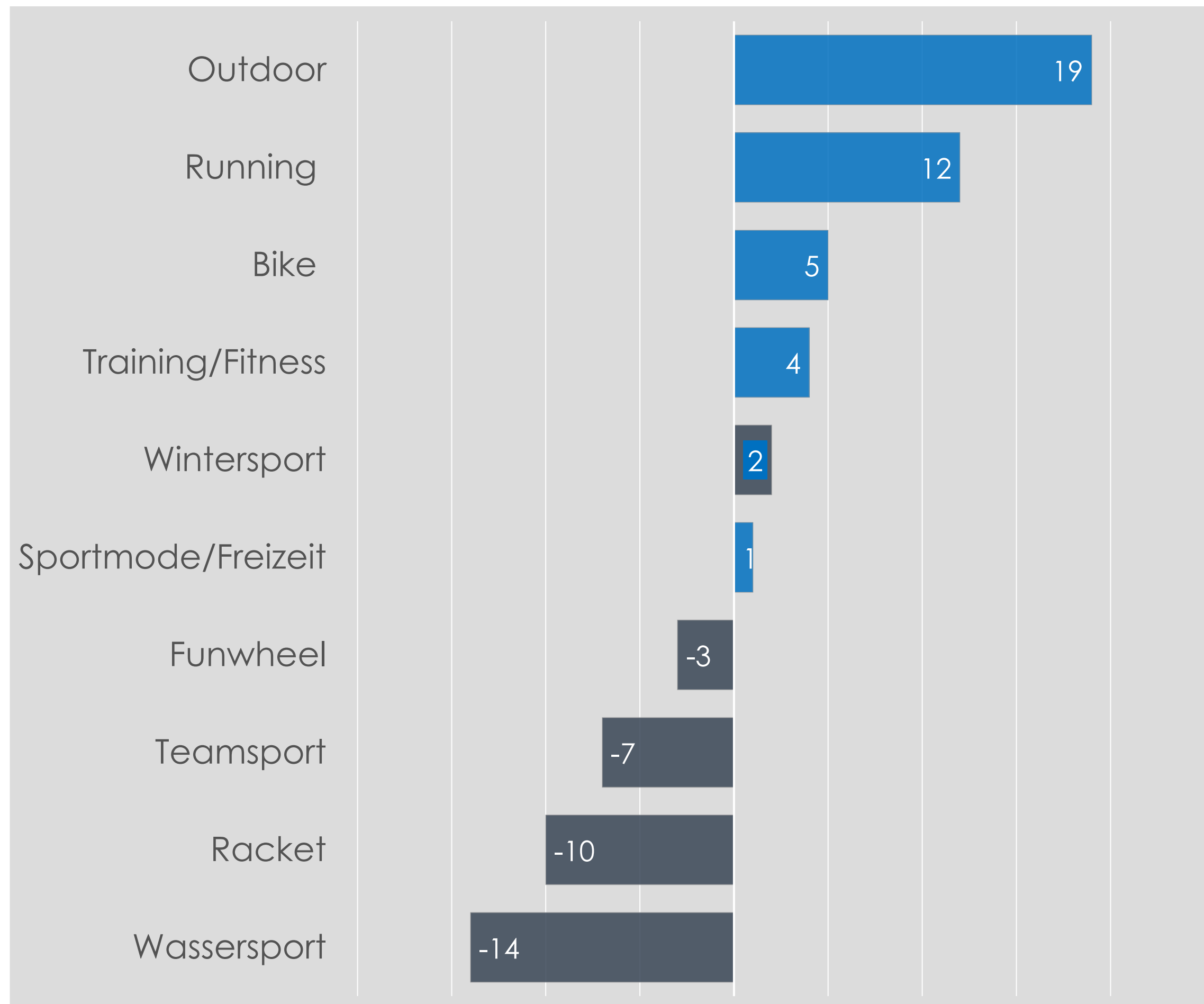
# Unruhige Zeiten



- Die **Schwankungen im Stimmungsbild** der Sporthändler der letzten Monate waren erwartungsgemäß hoch.
- Trotzdem liegt der Durchschnittswert des Index über alle Monate im **Plus-Bereich**: die positiven Effekte von Sport und seine Potenziale – gerade in diesen Zeiten – sind nicht hoch genug anzusehen.
- Die **allgemeine Konsumstimmung** liegt auf dem Niveau zu Beginn der Pandemie. Der Unsicherheit der Konsumenten kann sich auch der Sportmarkt nicht komplett entziehen.

# Sortimente im Umbruch

...

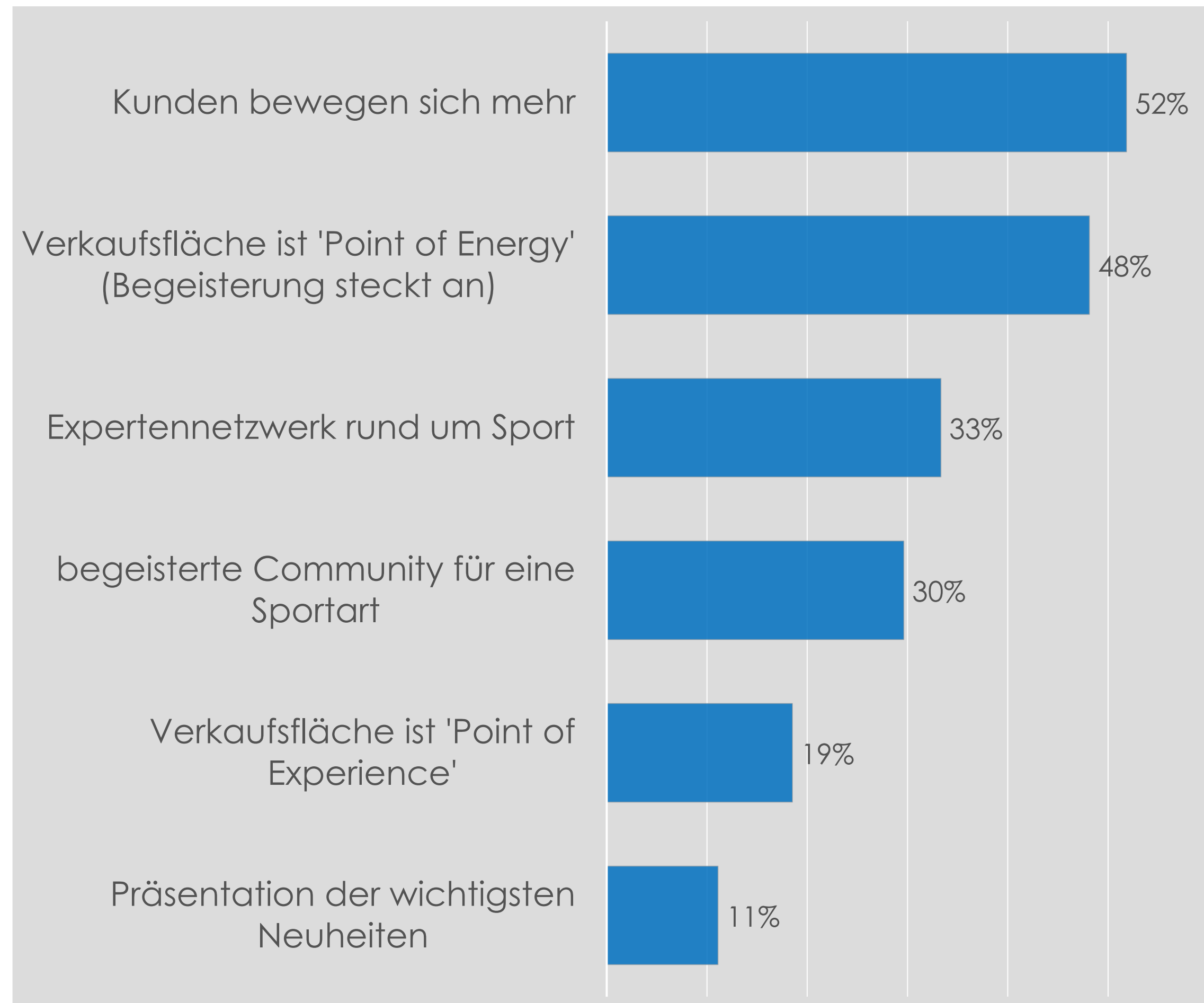


- Die **durchschnittliche Zufriedenheit** des Händlers über die letzten 12 Monate mit einzelnen Sortimenten zeigt deutliche Unterschiede
- Die **Gewinner** sind die Individualsportarten Outdoor, Running und Bike
- Ausblick**  
Inwieweit trennt sich der Generalist im Sporthandel komplett von Sortimentsbereichen bzw. reduziert nur das Angebot darin? Wie entwickelt sich die Kanalstruktur?



Gedankenspiel: Bei welchen Punkten würden Sie sich am meisten freuen, wenn Sie dafür als 'Händler des Jahres' ausgezeichnet werden?

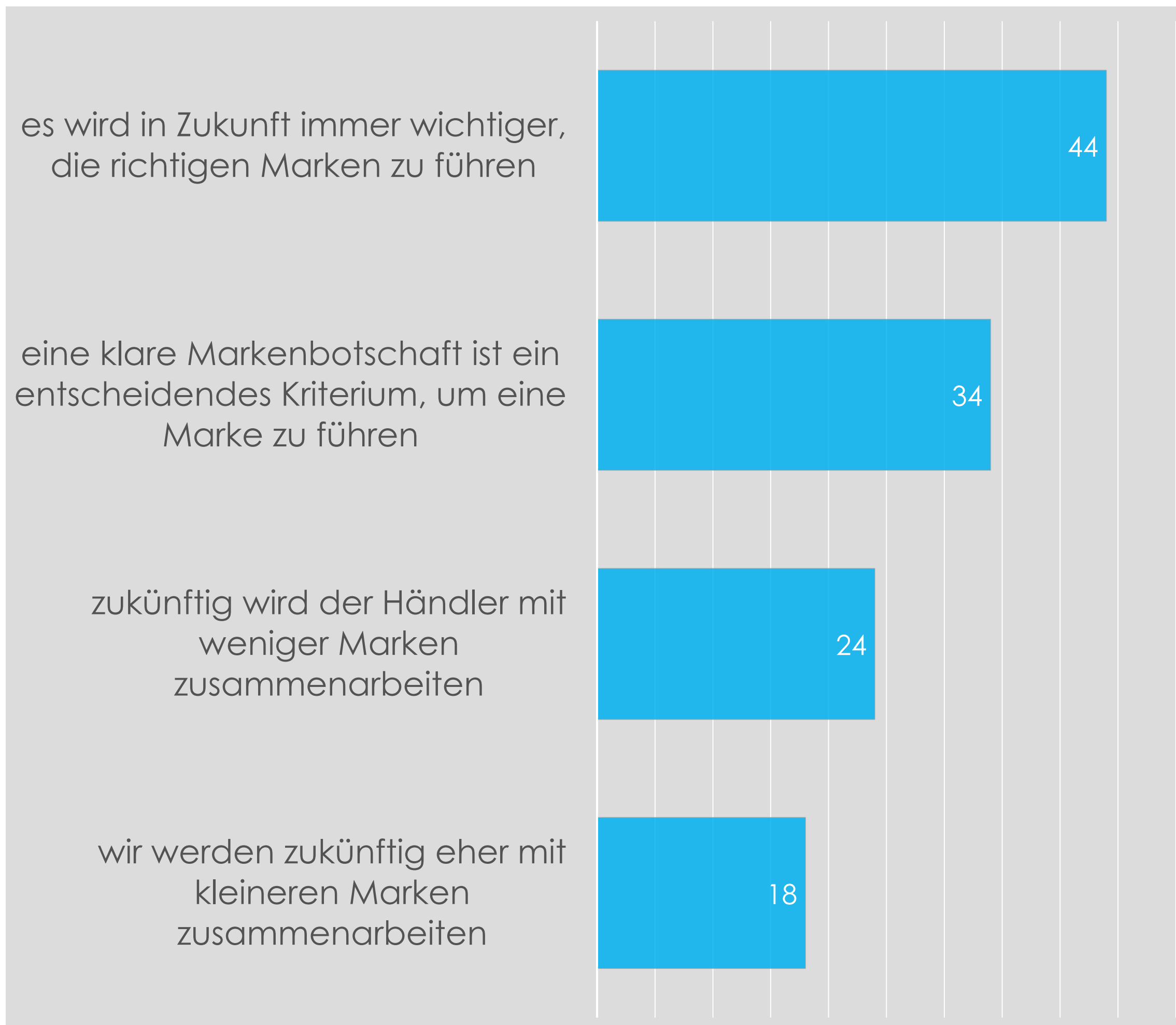
# Der ‚Point of Energy‘



- Die **Leidenschaft für Sport** ist meist der Grund, warum der Händler angetreten ist.
- Der Händler ist sich bewusst, dass der Kunde heute **mehr als das reine Produkt** sucht.
- Das **Personal im Handel** ist der Erfolgsfaktor : es gibt die Begeisterung - das was Sport ausmachen kann - weiter.
- Die Dienstleistung im Handel erhält eine **neue Qualität.**

Wie sind die Geschäftsmodelle diesbezüglich anzupassen?

# Industrie und Handel: man sitzt im gleichen Boot

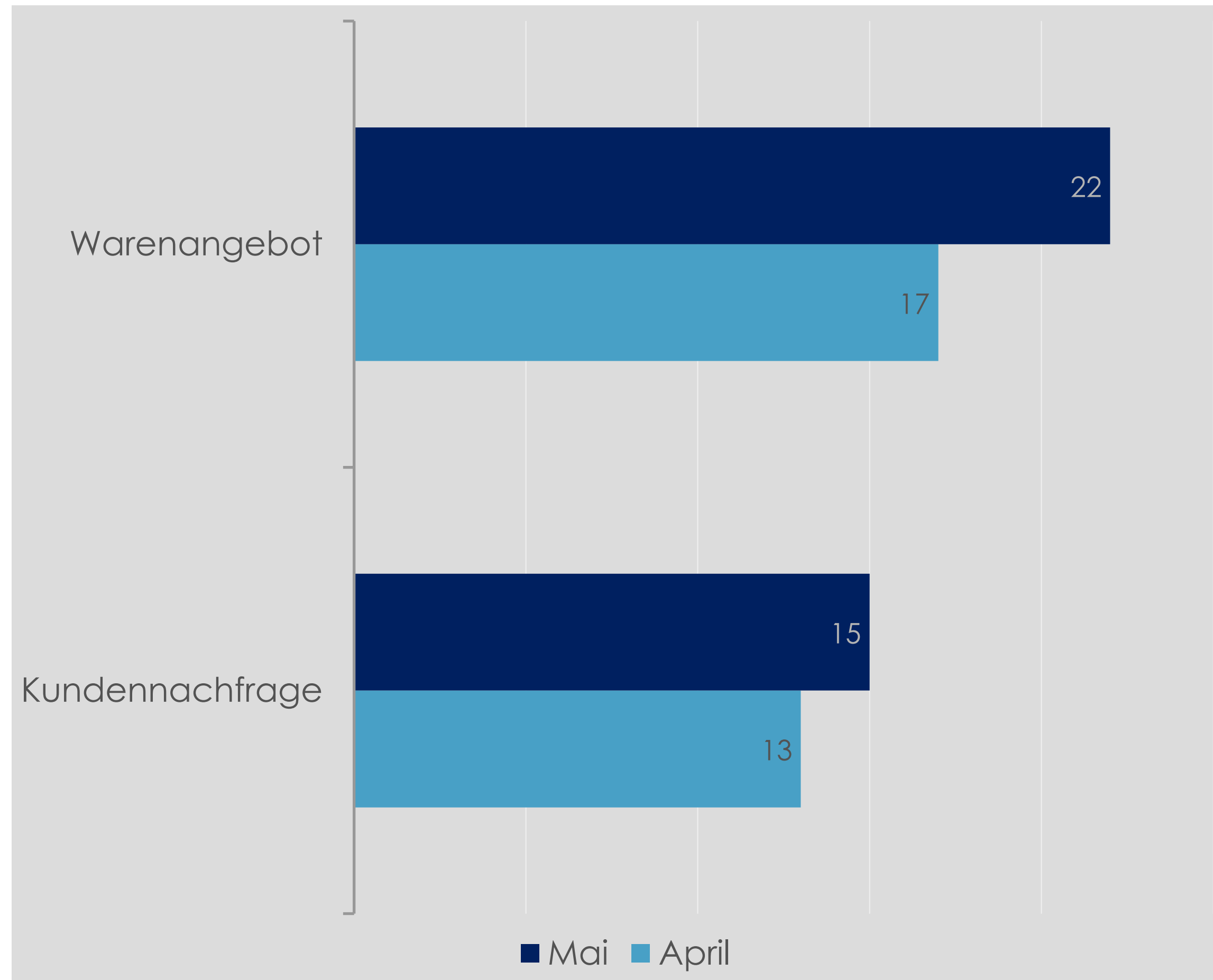


- Der Händler sucht mehr Marken, die zu seinen Zielgruppen passen. Er achtet mehr auf die jeweilige **Markenaussage**.
- Die Industrie ist bestrebt, weiter eine hohe **qualitative Distribution** aufrecht zu erhalten.
- Auch Themen wie Risikoverteilung, Warenverfügbarkeit, zielgruppenspezifische Kommunikation (emotionaler Verkauf) etc. machen ein **Miteinander** mehr denn je notwendig.
- Insbesondere dann, wenn man die **Potenziale** der Sportartikelbranche heben will (aktiver, gesunder Lebensstil), ist das nur in einer Zusammenarbeit möglich.



# Nachhaltigkeit nimmt Fahrt auf

...



- Die positiven Indexwerte bei **Warenangebot** und **Kundennachfrage** steigen, die Bedeutung von Nachhaltigkeit in der Branche nimmt zu.
- Industrie und Handel können sich diesem Thema nicht mehr entziehen.
- Erste Erfahrungen, wie man dieses Thema authentisch dem Kunden vermittelt, sind mittlerweile vorhanden.

# Sportbarometer: Ihre Vorteile auf einen Blick



## Ergebnisse

Profitieren Sie direkt von den Ergebnissen des Branchenaustausches (aktuelle Entwicklungen).



## Brancheninitiative

gemeinsam mehr bewegen



## Potenzial

Die Sportartikelbranche hat ein großes Potenzial (*„das Erlebnis Sport erfahren lassen“*). Es gilt, die Branche auf ein neues Level zu bringen.

Sämtliche Daten werden nach den Regeln und Methoden der Markt und Sozialforschung erhoben, ausgewertet und analysiert Sie spiegeln die Sichtweise der Befragten wider und bieten naturgemäß keine Gewähr für Repräsentativität, Vollständigkeit oder Richtigkeit der Aussage Eine Haftung der Verfasser und Herausgeber für Schäden, die aus oder in Verbindung mit der Auslegung und Nutzung der gelieferten Informationen entstehen, wird ausdrücklich ausgeschlossen



# Ihre Ansprechpartner

...



Astrid Schlüchter  
+49 (0) 731 880058616  
schluechter@saz.de



Stefan Brunner  
+49 (0) 176 21 62 05 74  
stefan.brunner@iscm-institute.com

