

Christiano Ronaldos neue Nike-Werbung auf Youtube gibt den ersten Impuls, darauf folgen Kundenrezensionen und Erfahrungsberichte auf Sportblogs und ein exakter Preisvergleich. Die Schuhe werden dann aber doch im Store gekauft. Zahlreiche Studien haben sich mit der sogenannten Customer Journey in den letzten Jahren beschäftigt. Ihr Fokus lag dabei allerdings fast ausschließlich auf Online-Befragungen. Deshalb untersuchte das Institut für Handel und Marketing den Kaufentscheidungsprozess sowie die Bedürfnisse und Wünsche von Konsumenten im Sportartikeleinzelhandel am Point of Sale. Mittels Face-to-Face Interviews wurden über 300 Konsumenten in Sportgeschäften befragt.



Stationär vs. Online – wohin läuft der Sportartikeleinzelhandel?

Von **Fabian Nindl, MSc (WU)**

Entgegen dem vielfach propagierten Schreckgespenst der Online-Touchpoints zeigt sich, dass bei stationären Sportartikel-Käufern der physische Store – also das Geschäft – weiterhin die klare Nummer 1 hinsichtlich Bedarfsweckung und Informationsbeschaffung ist. Während ein Großteil der Befragten Webrooming betreibt, muss sich der Sportartikeleinzelhandel im Moment aber nicht vor dem sogenannten Beratungsklau, dem Showrooming, fürchten. Auch nach dem Kauf läuft die Kommunikation vorwiegend auf persönlicher Ebene ab, denn Kunden wollen wieder erzählen und nicht posten. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass vieles, was auf Supermärkte zutrifft auch den Sportartikeleinzelhandel bewegt. Die ständige Herausforderung Neugier zu entwickeln, Erlebnisse zu schaffen und nicht langweilig zu werden, wird immer mehr die zukünftigen Marketingstrategien prägen.

fabian.nindl@wu.ac.at

I M P R E S S U M

Eigentümer:

REGAL Verlagsgesellschaft m.b.H.

Herausgeber:

Direktor Manfred Schuhmayer
(manfred.schuhmayer@regal.at)

Chefredakteur:

Dr. Gregor Schuhmayer

Mitarbeiter Redaktion:

Stv. Chefredakteur: Mag. Robert Falkinger
Chef vom Dienst: Mag. Herbert Schneeweiß,
Mag. Verena Widl,
Mag. Clarissa Mayer-Heinisch,
Carina Mörzinger BA

Mitarbeiter Marketing:

Dr. Martin Bauer,
Mag. Christoph Zitka,
Ing. Klaus Tesar,
Robert Treitner,
Martin Pichler-Puschenjak

Geschäftsführer:

Direktor Manfred Schuhmayer,

Marketingleitung:

Mag. Angelika Wessely

Anzeigencontrolling:

Mag. Stefanie Dähmow (MAS)

Anzeigen- und Verlagsleitung:

Mag. Stefanie Dähmow (MAS)

E-Mail-Erreichbarkeit:

e-mail: sekretariat@regal.at

e-mail/Abo: abo@regal.at

e-mail/Neue Produkte: marketing@regal.at

e-mail/Redaktion: schuhmayer@regal.at

e-mail/Industrie&Verlag: wessely@regal.at

e-mail/Anzeigen: daehmow@regal.at

Alle: 1210 Wien, Floridsdorfer Hptstr. 1,

Tel.: 1/368 67 13-11

Fax: 1/368 67 13-18

Abo-Preise:

Jahresabonnement:

€ 28,- zzgl. 10% MwSt.,

Einzelheft: € 3,- zzgl. 10% MwSt.

Auslandsabo: € 76

Es gilt der Anzeigentarif Nr. 42.

Firmen- und Marken-Profilbeiträge sind bezahlte Einschaltungen. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit von per ISDN/e-mail übertragenen Dokumenten/Anzeigen kann keine Verantwortung übernommen werden.

Erscheinungsort Wien

Verlagspostamt 1210 Wien

Layout & DTP:

Karin Klier, Büro für grafisches Gestalten

(klier@bureaucooper.at),

Dipl.-Ing. Joachim Kräftner

(kraeftner@regal.at),

Werner Supanz (werner.supanz@aon.at)

PDF-Produktion:

Seyss Medienhaus

Franz-Schubert-Str. 2a, 2320 Schwechat,

Tel.: 01/415 70 26, Fax: 01/415 70 48,

Druck: Berger, Horn