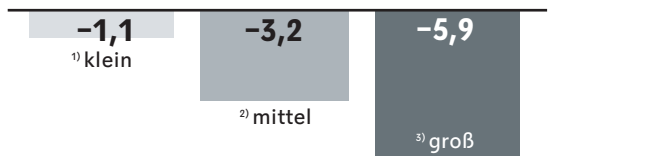


JULI-UMSATZ

Erwartetes Minus

Gesamtgeschäft Juli

Umsatzentwicklung im deutschen Sportfachhandel Juli 2007 im Vergleich zum Juli 2006 in %



Sportgeschäfte mit einem Jahresumsatz ...
 1) bis 0,5 Mio. Euro · 2) von 0,5 bis 1 Mio. Euro · 3) über 1 Mio. Euro
 Basis der Erhebung: 75 Sportfachgeschäfte

ERGEBNISSE 2007 AUFGELAUFEN BIS JULI

	Gesamt	klein ¹	mittel ²	groß ³
Umsatz	-5,0 %	-5,4 %	-5,6 %	-4,8 %
Wareneingang in % Veränderung	-4,0 %	-9,4 %	-4,1 %	-2,5 %
Bruttogewinn in % Veränderung	-7,0 %	-8,0 %	-8,3 %	-6,5 %
Gesamtkosten	-4,3 %	-6,5 %	-4,9 %	-3,7 %
Leistungsgrad (Umsatz/Kosten)	-0,7 %	+1,2 %	-0,7 %	-1,1 %
Umsatz je Mitarb. (in TEUR)	84,9	68,6	82,7	90,6

Die Umsatzvorlage aus dem letztjährigen Juli war für den deutschen Sportfachhandel angesichts der Fußball-WM sehr hoch. Das Umsatzminus in Höhe von 4,6% kommt also nicht ganz unerwartet. Diesen Wert ergab die sport+mode-Erhebung auf Basis von 75 Sportfachgeschäften. Aufgelaufen liegt der Umsatzrückstand von Januar bis Juli 2007 im Vergleich damit bundesweit bei 5,0%, wobei die regionalen Unterschiede immer mehr verschwinden. Betriebswirtschaftlich aussagekräftiger als der Blick auf die Umsatzentwicklung ist die Betrachtung des Wertes „Leistungsgrad“. Dieser zeigt, dass die Händler auf die rückläufigen Umsätze mit entsprechenden Kosteneinsparungen inklusive geringerer Warenbestände reagiert haben. Die kleinen Händler weisen sogar einen positiven Leistungsgrad (Verhältnis Umsatz zu Kosten) auf, während die mittleren und großen Geschäfte bei einem Wert von rund -1% stehen. Bo

KOSTENENTWICKLUNG (VERÄNDERUNG ZUM VORJAHR)

	Gesamt	klein ¹	mittel ²	groß ³
Personalkosten incl. UL	-3,7 %	-8,6 %	-4,2 %	-2,7 %
Personalkosten in % v. Umsatz	17,7 %	13,9 %	16,9 %	18,9 %
Mietentwicklung	-5,5 %	-1,1 %	-4,6 %	-6,1 %
Miete in % v. Umsatz	6,1 %	3,4 %	4,6 %	7,2 %
Werbung	-14,2 %	-12,9 %	-22,8 %	-12,1 %
Werbung in % v. Umsatz	2,2 %	2,5 %	1,9 %	2,2 %

SPORT 2000

Ordermessen gut gelaufen

Positive Bilanz zieht der Mainhausener Einkaufsverband Sport 2000 aus den diesjährigen Ordermessen. Stark gestiegen sei die Händlerpräsenz mit einem Plus von 30%, auch die Verweildauer habe sich im Vergleich zu 2006 um 15% verlängert. Insgesamt registrierten sich 1.317 Unternehmen während der vier Messen, wobei berücksichtigt werden müsse, dass eine Vielzahl der Händler mehrere der Sport 2000-Messen besuchten.

Einen besonders hohen Zuwachs wiesen jene Messen auf, die sich durch einen hohen Schuh- und Textilanteil auszeichneten. Diese zeigten eine um gut 70% höhere Händlerpräsenz. Dagegen hätten sich die reinen Hardware-Messen etwas schwerer getan, heißt es aus Mainhausen.

Positiv bewertet worden sei in diesem Zusammenhang übrigens die Integration der bisher separat durchgeführten Teamsportmesse in die Ordermesse 4.

Dass sich die Verweildauer um 15% verlängert hat, stimmt die Organisatoren zwar zufrieden, denn die Tendenz gehe in die richtige Richtung, sei aber noch nicht das Optimum. Die Händler hätten aber verstanden, dass es sich lohnt, mehr Zeit für die Messen einzuplanen, wobei die Sport 2000 vermerkt, dass viele die seitens des Verbands ausgegebenen Hotel-Vouchers genutzt hätten.

Darüber hinaus versucht die Sport 2000 die durchschnittlich 30 Dispo-Tage auf schließlich 15 Tage zu reduzieren. Möglich werden soll dies



Beliebt waren in diesem Jahr vor allem die Order-Messen mit hohem Schuh- und Textilanteil

durch eine stärkere Integration der wichtigsten Lieferanten der jeweiligen Segmente. Auch Geschäftsführer Andreas Rudolf weist in seinem abschließenden Fazit darauf hin, dass der Orderprozess noch effizienter gemacht werden soll: „Das Wichtigste wird sein, dass sowohl die ausstellenden Marken wie auch die teilnehmenden Händler im Vorfeld Termine machen, um noch mehr Effizienz in den Orderprozess zu bringen.“ Rudolf fährt fort: „Sport 2000 arbeitet vor diesem Hintergrund mit Hochdruck an einem online gestützten Terminplaner, der sowohl Lieferanten als auch Händler bei ihrer Terminplanung unterstützt.“ wei