

Studie & Umfrage

DIE ÖKONOMISCHE BEDEUTUNG DES TOURISTISCHEN SPORTARTIKELHANDELS

14. Dezember 2021

KERNBOTSCHAFTEN

RÜCKBLICK– Studie 1 / Februar 2021

BOTSCHAFT #1:

44% DES SPORTARTIKEL-JAHRESUMSATZES IN ÖSTERREICH WIRD IN TOURISTISCHEN REGIONEN ERWIRTSCHAFTET – FAST AUSSCHLIESSLICH FAMILIENBETRIEBE.

- Etwa **750 Sportartikelgeschäfte** sind in **touristischen Regionen**, ein Großteil des Jahresumsatzes (mind. 60%) wird im Winter von Dez. bis März erzielt.
- **94 Prozent** dieser Händler sind **familiengeführte Einzelunternehmen**.
- Insgesamt werden von diesen rund **963 Mio. Euro Umsatz** erwirtschaftet.
- Demnach beläuft sich der Umsatz-Anteil der touristischen Sportfachhändler auf **44% des gesamten Sportartikelmarktes** in Österreich (2,2 Mrd. EUR).

BOTSCHAFT #2:

DIESE FAMILIENBETRIEBE SIND VOM TOTALAUSFALL DER WINTERSAISON 20/21 MASSIV BETROFFEN. WEIL VON ANFANG BIS ENDE DER SAISON DIE KUNDEN FEHLEN.

- Die **Wintersaison 2020/21** ist gelaufen und wird praktisch zu einem **Totalausfall**.
- Die Öffnung des Handels mit 8. Februar war ein erster wichtiger Schritt für die gesamte Branche - in erster Linie jedoch für Sportartikelhändler in Städten.
- Touristische Sportfachhändler hingegen stehen bereits **seit Beginn der Wintersaison** im November bis heute immer noch vor demselben Problem:
Die Gäste fehlen!
- Die Umsätze aus den touristischen Herkunftsländern Deutschland, den Niederlanden und England machen über 70 Prozent des Umsatzes dieser Händler aus. **Ohne Auslandstourismus** fehlt ihnen weiter die Geschäftsgrundlage.

BOTSCHAFT #3:

DIE VORHANDENEN WIRTSCHAFTSHILFEN MÜSSEN JETZT BEI DEN HÄNDLERN ANKOMMEN. RASCHE LIQUIDITÄT IST ÜBERLEBENSSCHEIDEND.

- Derzeit haben die Sportartikelgeschäfte in den Tourismusregionen **Umsatzausfälle** von bis zu **95 Prozent**.
- Die Umfrage zeigt: Ohne zusätzliche externe Hilfe würden mehr als 4 von 5 Betrieben die Pandemie nicht überstehen.
- **Skiverleih** und **Skiservice** als das **tragende Geschäftsmodell** dieser Händler wurden lange von den Wirtschaftshilfen nicht ausreichend berücksichtigt.
- Der seit 16. Februar beantragbare **Ausfallbonus** ist ein entscheidendes Instrument, um die touristischen Sportfachhändler zu retten: er ist nicht an die Öffnung des Geschäftes gekoppelt und inkludiert auch Verleih und Service.
- Allerdings müsse die **Wirtschaftshilfen unbedingt JETZT bei diesen Familienbetrieben ankommen**.

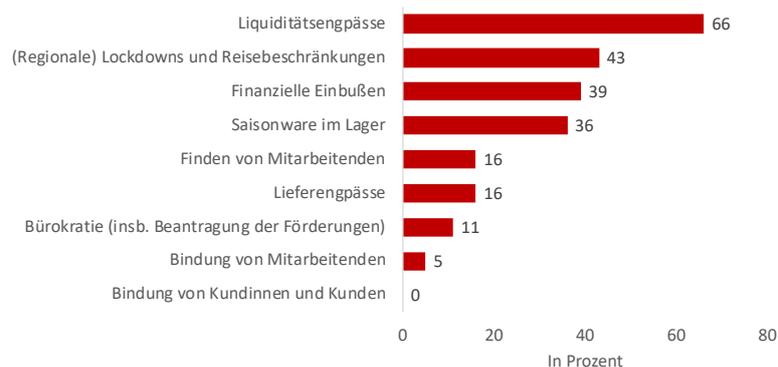
STATUS QUO – Studie 2 / Dezember 2021

**BOTSCHAFT #1:
 DIE ABHÄNGIGKEIT VON AUSLÄNDISCHEN GÄSTEN IST HOCH.
 REISEBESCHRÄNKUNGEN UND (REGIONALE) LOCKDOWNS GEFÄHRDEN DIE
 WINTERSAISON ERNEUT.**

- Die touristischen Sportartikelhändler sind von den **touristischen Herkunftsmärkten abhängig**.
- Die Umsätze aus den **touristischen Herkunftsländern** Deutschland, den Niederlanden und England machen **über 70 Prozent des Umsatzes** dieser Händler aus.
- **Geschlossene Grenzen**, regionale („Fleckerlteppich“-)Lockdowns, unklare und überbordene Quarantäne-Regelungen für Touristen würden die zweite Wintersaison in Folge zerstören. **Das darf nicht passieren!**
- Wir brauchen unbedingt **europaweit abgestimmte Regelungen**. Über allem müssen **offene Grenzen** stehen.
- **Die Gäste wollen kommen. Sie müssen aber auch kommen dürfen!**

Die 3 größten derzeitigen Herausforderungen Liquiditätsengpässe, Lockdowns & Reisebeschränkungen

→ Was sind derzeit die drei größten Herausforderungen für Sie als Unternehmer, um die Pandemie wirtschaftlich zu überstehen?



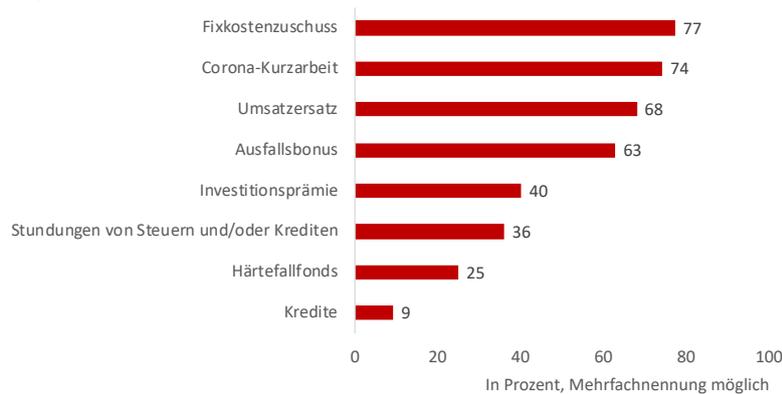
**BOTSCHAFT #2:
 DIE GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG FÜR DIE HÄNDLER SIND MASSIVE
 LIQUIDITÄTSENGPÄSSE.**

- Was wir bereits im Februar 2021 gesehen haben und sich jetzt bestätigt: **Ohne zusätzliche externe Hilfe hätten mehr als 4 von 5 Betrieben die Pandemie bereits nicht überstanden.**
- Das bestätigt auch die am häufigsten in Anspruch genommene Corona-Hilfe: **Der Fixkostenzuschuss**
- Die Unterstützungen waren **überlebensnotwendig** für die gesamte Branche.
- Eine Unterstützung durch die Corona-Hilfen ist **auch in der Wintersaison 21/22 notwendig (Liquidität!).**

Maßnahmen

Fixkostenzuschuss, Kurzarbeit und Umsatzerersatz

→ Welche der folgenden Maßnahmen haben Sie 2020/2021 in Anspruch genommen?



**BOTSCHAFT #3:
NEUE QUALIFIZIERTE MITARBEITER ZU FINDEN IST EXTREM SCHWIERIG. DIE
SPORTARTIKEL-EINZELHÄNDLER IN DEN TOURISMUSREGIONEN MÜSSEN UND
WOLLEN IHRE MITARBEITER HALTEN.**

- ➔ Zusätzlich zum Liquiditätsengpass ist ein weiteres massives Problem dazugekommen: die **Abwanderung von Mitarbeiter** aufgrund der hohen **Unsicherheit**, ob eine Wintersaison stattfinden kann.
- ➔ Wir brauchen ein klares **Commitment für ein Stattfinden der Wintersaison**, dass wir auch unseren **Mitarbeitern Sicherheit geben** können.
- ➔ **Nur so können wir neue gewinnen und bestehende halten.**

Mitarbeitende

Finden qualifizierter Mitarbeitender

- **94 Prozent** finden es (sehr) schwierig aktuell ausreichend geeignete Mitarbeitende zu finden.
- Hauptgründe sind:
 - **Schlechtes Image** des Tourismus'
 - Die **Erwartungshaltung** der potenziellen Mitarbeitenden **hinsichtlich Arbeitszeiten** ist nicht realistisch
 - **Abwerben** durch andere Branchen

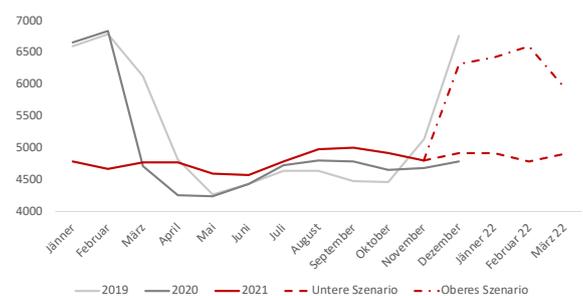


Quelle: SpEA, n=79

09.12.21 11

Beschäftigungsentwicklung 2019 -2021

Sportartikel Einzelhandel in Ktn., Tirol, Sbg. & Vbg.



Quelle: Amis Arbeitsmarktinformationssystem – unselbständig Beschäftigte im Sportartikel Einzelhandel in Kärnten, Tirol, Salzburg, Vorarlberg
Oberes Szenario: monatliches Wachstum Mitarbeitende: pre-COVID-19
Unteres Szenario: monatliches Wachstum Mitarbeitende: Saison 2020/21

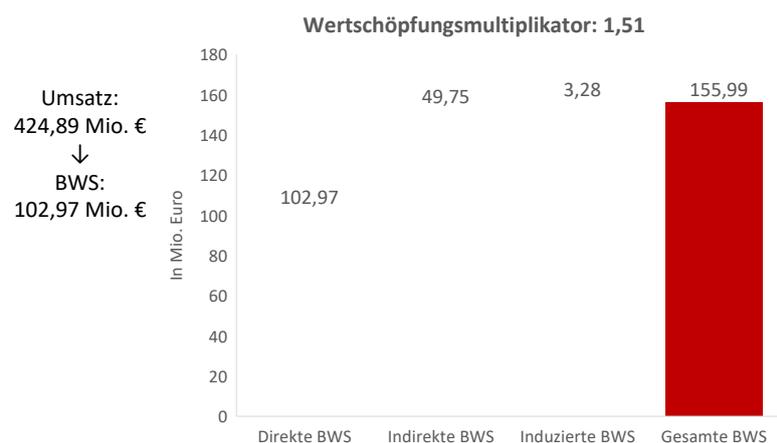
09.12.21 21

**BOTSCHAFT #4:
DER TOURISTISCHE SPORTARTIKELHANDEL HAT EIN NETZWERK AN
VORLEISTERN UND IST INSBESONDERE ENG MIT DER HEIMISCHEN
SKIINDUSTRIE VERNETZT.**

- ➔ **Einbußen** und Schwierigkeiten im Sportartikel-Einzelhandel treffen auch das **Netzwerk der Vorleister**.
- ➔ Es besteht aber JETZT die Gefahr, dass dieses **Netzwerk langfristig beschädigt** wird, sollte die Wintersaison nicht wie geplant stattfinden.
- ➔ Die fehlende Liquidität bei den Händlern hat bereits zu **geringeren Bestellungen** bei der Industrie für diese Saison geführt.

- ➔ Auf jeden Euro, der im touristischen Sportfachhandel umgesetzt wird, kommen laut der aktuellen SpEA SportsEconAustria-Studie **51 Cent in vor- und nachgelagerten Branchen**.
- ➔ Die Situation im Sportartikelhandel hat damit einen **unmittelbaren Effekt auf die Wertschöpfung der Ski-Industrie** und vieler Tourismusgemeinden in Österreich.
- ➔ Österreich lag bislang mit einem Absatz (Vor-Corona-Saison 19/20) von 444.907 Paar Ski (Alpin & Touren-Ski) auf Platz 2 hinter den USA. Haupt-Abnehmer der heimischen Ski-Industrie ist der touristische Sportartikelhandel.
- ➔ Wir müssen einen **negativen Dominoeffekt auf** unsere Weltmarktführer aus der österreichischen Ski-Industrie unbedingt vermeiden – sonst droht auch hier der **Verlust von heimischer Wertschöpfung und Arbeitsplätzen**.

Wintersaison 20/21



SpEA
 SportsEconAustria

Quelle: SpEA

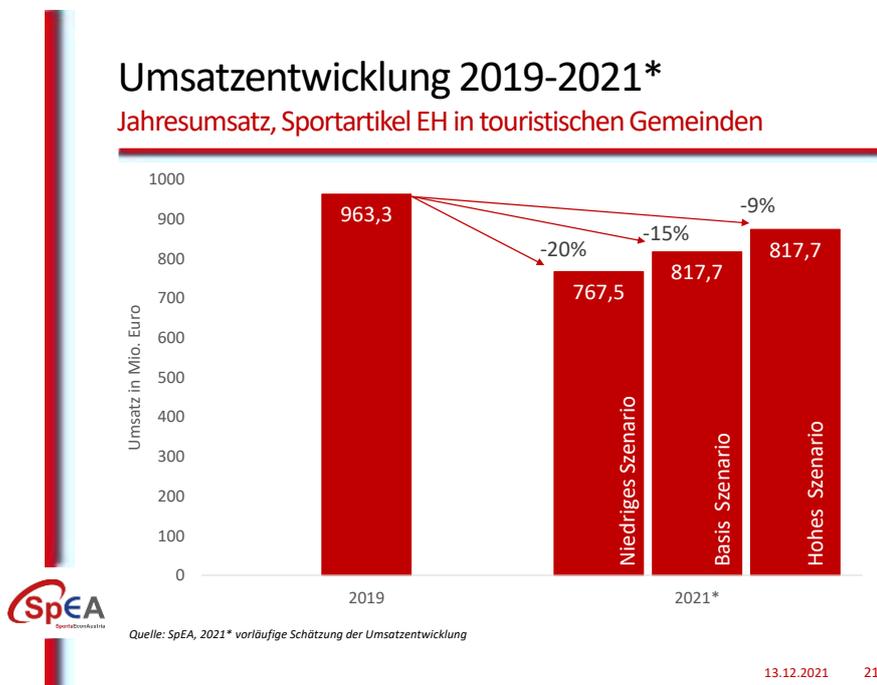
09.12.21 15

**BOTSCHAFT #5:
 DER SPORTARTIKEL-EINZELHANDEL HAT AUCH WÄHREND DER COVID-19
 PANDEMIE INVESTIERT.**

- ➔ Die Investitionsprämie wurde gut angenommen.
- ➔ Sogar in dieser Phase hat der touristische Sportfachhandel unternehmerisch gehandelt und investiert – im Vertrauen darauf, dass keinen neuerlichen Ausfall der Wintersaison gibt.

ZUSAMMENFASSUNG

**DER TOURISTISCHE SPORTARTIKELHANDEL IST ALS
 WIRTSCHAFTSFAKTOR IN DER TOURISTISCHEN
 WERTSCHÖPFUNGSKETTE UNVERZICHTBAR.**



- Im Negativ-Szenario verliert der touristische Sportfachhandel nochmals gegenüber der Vor-Corona-Saison 2019 mindestens minus 20% an Umsatz.
- **Angesichts von bevorstehenden Lockdowns in Deutschland und der Omikron Variante, wird aber sogar dieses Szenario nicht zu halten sein.**

Es droht ein neuerliches „Worst Case Szenario“ - wie in der Saison 2020/21 - mit bis zu minus 95% Umsatzeinbußen.

WIR BRAUCHEN OFFENE GRENZEN UND DIESE WINTERSAISON ZUM ÜBERLEBEN.

WIR HABEN UNSERE HAUSAUFGABEN GEMACHT UND SIND BEREIT.

MAN MUSS UNS JETZT ABER AUCH LASSEN. DIE WINTERSAISON MUSS JETZT STARTEN. GÄSTE MÜSSEN KOMMEN DÜRFEN.
