

MARKE DES MONATS: ATHLETICUM

# Neues Zuhause für den Sport

VON STEFAN VOGLER

STEFAN VOGLER



Der Autor berichtet über die aktuelle Markenführung einer grossen oder kleinen,

globalen, nationalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke.  
www.markenexperte.ch

Marke des Monats im April 2014  
www.athleticum.ch

Mein erstes Sportartikel-Erlebnis hatte ich 1974 im Skilager-Rennen. Ich wollte unbedingt gewinnen, aber ein Mitschüler fuhr eine hauchdünne Sekunde schneller. Der Schmach nicht genug, erhielt der Sieger ausgerechnet die in jener Zeit kultmässig begehrte Puma-Sporttasche. Ich musste mich mit einer abgestandenen Crèmeschmitte begnügen – dabei war ich 23 Sekunden schneller als der Dritte! Zwei Weihnachten später erfüllte mir meine Patin den Puma-Traum – meine Welt war auch ohne Sieg wieder in Ordnung.

Ein eigentlicher Markt oder gar Boom für Sport-

artikel war damals noch inexistent. Dank Fitnesswelle und dem Einzug von Lifestyle in die Branche ist der Absatz aber in den letzten Jahren förmlich explodiert.

Neben den inhabergeführten Sportfachgeschäften buhlen internationale Ketten und die beiden Grossverteiler um immer mehr Sportbegeisterte. Auch die Hersteller liessen sich nicht zweimal bitten und eröffneten einen Mono Brand Store nach dem andern. Zumeist an Toplagen und flankiert von grossen Werbekampagnen erzielten sie Marktanteil um Marktanteil. Die massive Expansion der letzten Jahre führte zu Überan-

geboten. Wenn dazu noch eine miese Wintersaison wie heuer das Geschäft verhagelt, wird es eng für unprofilierte Sportartikel-Marken und -Märkte.

Athleticum hat die Zeichen des Marktes erkannt und Sportgeist bewiesen. Mit einem in Rekordzeit realisierten Redesign hat Manor ihre 19 Jahre alte Marke im wahrsten Sinne aufgefrischt. Der neue blau-weisse Auftritt differenziert klar von Mitbewerber SportXX, denn bislang präsentierten sich beide im krachledernen Rotschwarz-gelb. Die Athleticum-Filialen wurden in acht Themenwelten unterteilt. Dank dem Frühjahrsputz haben die rund 60 000 Artikel

unter dem sinnigen Claim «home of sports» nicht nur eine neue Warenpräsentation, sondern ein neues Zuhause erhalten.

Athleticum will den Kunden ein besonderes Einkaufserlebnis und «Kompetenz, Zugänglichkeit und Aktualität» bieten. Marketingleiter Antonio Govetosa betont das Kundenbedürfnis: «Der Mann will schnell, einfach und effizient einkaufen.» Der «proof of the pudding» liegt aber nicht im Studieren des Rezeptes, sondern im Essen. Der Anspruch, dem Sport und damit den Sportbegeisterten ein (neues) Zuhause zu bieten und «zuvorkommend zu sein», ist hoch.

Vielleicht gibt's an Ostern eine Puma-Tasche, und sei es nur, um den Schoggihasen ein Zuhause zu geben.

Anzeige

# Gibt's einen Dreizehnten ohne Zwölften?

## Das Handbuch des Arbeitgebers hat die Antwort

Erfahren Sie alles über Arbeitsrecht und damit zusammenhängende Sozialversicherungen im praktischen Nachschlagewerk für Arbeitgeber und Personalverantwortliche – einfach, übersichtlich und in verständlicher Sprache.



Gratis  
Rechtsberatung  
am Telefon

CHF 275.- als Papier-Version,  
inkl. Aktualisierung für das laufende Kalenderjahr  
Jährliche Aktualisierung: CHF 95.-/Jahr

CHF 130.- als elektronische Version,  
Jahresabonnement, zweisprachig DE/FR

**Jetzt bestellen!**  
[www.centrepatronal.ch](http://www.centrepatronal.ch)

**CP**  
Centre Patronal

Besuchen Sie uns an der Personal Swiss, Halle 5, Stand D21.