

DIGITALE SPORTVEREINE

A photograph of a person's legs from the knees down, wearing red soccer socks and black cleats. They are holding a black and white soccer ball with both hands in front of them. The background is a bright blue sky with some clouds and a green grass field at the bottom.

Elfmeter für den Handel und Hersteller

Nur noch selten kurbeln sportliche Großereignisse die Umsätze im Handel an. Anstatt darauf zu vertrauen, dass die DFB-Elf auch 2018 den Weltmeistertitel erringt, setzen immer mehr Hersteller auf digitale Sportvereine. Davon können auch die Händler profitieren, denn die Macher dieser virtuellen Sportler-Gemeinschaft schaffen es, das Digitale mit dem stationären Handel zu verbinden.

Text: Uli Wittmann



Ein kernfester Leib ist notwendig zum Ringen mit dem kernfaulen Zeitalter!“ zu dieser Erkenntnis kam der deutsche Pädagoge und Politiker Friedrich Ludwig Jahn. Besser als „Turnvater“ Jahn bekannt. Wegen dem Internet sind viele Deutsche bequem geworden und weit entfernt von einem kernfesten Leib, wie ihn der Turnvater Jahn sich vorstellte. Das beweist eine aktuelle Studie der Krankenkasse Barmer GEK. Etwa sieben Millionen Menschen leiden in Deutschland an chronischem Übergewicht. Wegen falscher Ernährung und zu wenig Sport steigt die Zahl derer, die über 130 Kilogramm wiegen, stetig an. Dagegen stagnieren die Mitgliederzahlen der Sportvereine auf einem hohen Niveau. Nach einer Bestandserhebung vom Deutschen Olympischen Sportbund stieg die Anzahl der Mitglieder von 23,36 Millionen im Jahr 2000 auf lediglich 23,77 Millionen im Jahr 2010. Anders entwickelte sich das Münchner Start Up **Freeletics**: Im Jahr 2013 gründeten **Andrej Matijczak, Joshua Cornelius** und **Mehmet Yilmaz** diese Firma für ambitionierte Freizeitsportler. Bereits im Juni 2016 sind mehr als 10 Millionen Nutzer in über 160 Ländern als Free Athletes registriert. Als Firmen-Vision gibt Freeletics an, dass es jeden Menschen auf der Welt dabei unterstützen will, physisch wie auch mental, sein volles Potenzial zu entfalten und damit zur stärksten Version seiner selbst zu werden. Über das Internet bekommen die Nutzer

professionelle Sportprogramme. Die bei Freeletics zusammengeschlossenen Sportler trainieren in Parks, Fitness-Studios oder zuhause. Untereinander sind sie vernetzt und tauschen ihren Fitness-Status aus. Die Facebook Gruppen von Freeletics der Städte Paris und München haben gemeinsam 36.000 Anhänger. So viele hat der 1899 gegründete Sportverein Eintracht Frankfurt in seinen 17 Abteilungen. Den Erfolg der digitalen Sportvereine erklärt **Philipp P. Prechtl**, Senior Manager und Sport-, Mode-, Lifestyle-Experte bei **Dr. Wieselhuber & Partner GmbH** so: „Die Sportvereine bewegen sich auf konstantem Niveau was die Mitgliederzahlenentwicklung der letzten 10 Jahre betrifft. Jedoch spielt König Fußball dabei immer noch die wesentliche Rolle und selbst große Erfolge wie der Gewinn der Handball-EM oder der Wimbledon-Sieg von Angelique Kerber können dies nicht mehr so ankurbeln, wie noch in der Vergangenheit. In den eher städtischen Regionen kommt hinzu, dass die Menschen zum einen zunehmend nach einem flexiblen Ausgleich neben der Arbeit suchen, ohne Verpflichtungen und vor allem auch mit Gleichgesinnten. Dies schaffen sie durch online- und kombinierte physische Communities wie Freeletics. Die jungen „digital natives“ sind zum anderen ohnehin noch deutlich affiner was die Nutzung von online-Communities betrifft und fühlen sich dadurch noch mehr angesprochen. Weder Sportvereine >>>

In München und anderen europäischen Städten treffen sich die Sportbegeisterten bei ausgesuchten The North Face Stores und starten von dort aus zum Training.



noch Fitness-Clubs finden dazu aktuell die passenden auch digitalen Antworten – am ehesten noch ein günstiges und flexibles Konzept wie **McFit**, das z.B. Sportkurse mit Startrainern über Leinwände anbietet. Die Vereine benötigen für eine digitale Antwort sicher auch Unterstützung der Landes- und Bundesverbände, d.h. diese müssen zentral Ideen und Lösungen entwickeln und den kleinen, meist ehrenamtlich betriebenen Vereinen zur Verfügung stellen. Dieser Herausforderung stellen sich Verbände – in Kooperation mit der Politik – heute noch gar nicht bzw. noch zu wenig.“

Anders reagieren manche Hersteller von Sportartikeln. **Adidas** übernahm 2015 das österreichische Start Up **Runtastic** für 220 Millionen Euro. Seit 2009 kombiniert Runtastic mobile Sportarten wie Radfahren oder Laufen mit Trackern und einem Internetportal. Vom langfristigen Wert einer solchen Investition profitiert auch Adidas. Nun ist der Konzern aus Herzogenaurach in der Lage, weiter in den Endkundenzugang zu intensivieren. Durch die „digitalen Sportvereine“ haben sie die direkte Verbindung zum Konsumenten. Es lassen sich sogar die Kaufentscheidungen entsprechend beeinflussen oder sogar steuern. „Der Handel wird kurz- bis mittelfristig von den Booms der digitalen Sportvereine erst einmal profitieren. Schließlich werden durch derartige neue Konzepte auch neue Zielgruppen und damit potenzielle Käufer geschaffen,“ so der Handelsexperte **Philipp Prechtl** und weiter „Hersteller und Händler müssen die Communities als erweiterten Kanal zu ihren Zielkunden sehen. D.h. sie müssen wie z.B. Adidas mit Runtastic solche Kanäle aufbauen bzw. erwerben und vollumfänglich in ihr Geschäft einflechten. Nur so können wichtige Kundendaten generiert und zusätzliche „smarte Services“ (z.B. Angebote für neue Schuhe nach überschrüttener empfohlener Laufleistung evtl. sogar mit Gutscheinen) auch in Kombination mit „smartem Produkten“ (z.B. Information über Abnutzung der Dämpfung oder Meldungen von Fehlstellungen per Sensor im Schuh etc.) angeboten werden. Schließlich kann in diesen Communities ein sehr viel zielgerichteteres Marketing mit deutlich geringeren Streuverlusten erfolgen. Kundenempfehlungen (Word-of-mouth) erhalten eine deutlich höhere interne Wirkungsrate.“ Der Adidas Konkurrent **Under Armour** bietet für Sportler eine Auswahl an Apps unter dem Motto Connected Fitness an. Ein wichtiger Bestandteil ist das Social Network für Sportler und Fitnessfans. Mit Endomondo bietet Under Armour eine App an, die ein digitaler privater

Einen Monat haben die ehrgeizigen Amateurradler Zeit, um bestimmte Trainingsaufgaben zu erfüllen. Dazu müssen sie sich online anmelden. Wer die Anforderungen erfüllt, nimmt an der Verlosung teil. Der Preis: Ein Training mit dem Tour de France Sieger Alberto Contador.



Ohne Verein ist auch Sport möglich. The North Face motiviert Freizeitathleten, sich miteinander zu vernetzen und zu trainieren.

Fitnesstrainer ist und maßgeschneiderte Fitnesspläne anbietet. Wie sich digitale Sportgruppen mit realen Training und dem Handel verbinden lassen zeigt **The North Face**. Seit einem halben Jahr gibt es in München eine Outdoor- und Fitness-Community #neverstopmunich. Wöchentlich treffen sich Sportbegeisterte. Zusätzlich laufen sie durchs Gelände, gehen wandern oder klettern. Alles Aktivitäten, die zur Marken-DNA und dem Sortiment von The North Face passen. Der Treffpunkt für alle Aktivitäten ist der Münchner The North Face Store in der Sendlinger Straße. 24 Stunden am Tag steht außerdem eine spezielle Facebookseite den Interessierten zur Verfügung. Hier informieren sich die Outdoor-Sportler oder melden sich zu besonderen Veranstaltungen an. Ein professioneller Trainer leitet die Übungen. Auch bekannte Sportler wie der Bergsteiger Hansjörg Auer geben regelmäßig Tipps. Bei einem Trailrunning-Event im Juli gab es die Möglichkeit, die neuesten Laufschuh-Modelle von The North Face zu testen. In Paris, London, München und anderen ausgewählten europäischen Stores haben sich diese kostenlosen Trainingsgruppen bereits etabliert. Zu einem europäischen

Rennrad-Wettkampf für Hobbyfahrer ruft der US-amerikanische Hersteller von Funktionsstoffen **Polartec** mit dem Follow Contador Contest im Internet auf. Als Preis lockt ein fünftägiges Trainingscamp auf Gran Canaria. Hier trainieren die Amateurradler mit dem zweifachen Tour de France und Giro d'Italia Gewinner Alberto Contador sowie seinem U23 Team. Ein Preis, den es für Geld nicht zu kaufen gibt. Wer im Lostopf landen will, der muss vom 29. August bis zum 26. September mindestens 1.000 Kilometer geradelt sein und sich bei der Community angemeldet haben. Alle, die dem Trainingstempo von Alberto Contador Stand halten können, haben gute Chancen beim Trainingscamp dabei zu sein. Auch, wenn dieser Wettbewerb online stattfindet, müssen die Bewerber vier Leistungsstufen mit dem Rennrad erreichen. Wer diese Anforderungen erfüllt, nimmt an Verlosungen teil und steigt in die nächste Schwierigkeitsstufe auf. Diese digitalen Sportvereine haben in den kommenden Jahren weiterhin ein gewaltiges Potenzial vor sich. Engagierte und offene Händler können sich hier positionieren und gegen den Internethandel mit seinen Preistreibern einen Elfmeter herausholen. <<<

DIE FAKTEN

- ▷ Professionelle Sportprogramme im Internet punkten
- ▷ Menschen suchen flexible Sportmöglichkeiten
- ▷ Digitale Sportvereine generieren neue Zielgruppen