



Bei Intersport Bründl im Outletcenter Salzburg watscheln mitten im Sommer die Pinguine bei Minusgraden herum.  
 BILD: SN/INTERSPORT BRÜNDL/C. WÖCKINGER

# Von der Polarstation in die Almhütte

Zum Einkaufen ins Geschäft? Immer öfter tut es auch der Shop im Internet. Doch der stationäre Handel stemmt sich mit kreativer Gestaltung und neuen Konzepten hartnäckig gegen diesen Trend.

BIRGITTA SCHÖRGHOFER

**SALZBURG.** Es schneit – und das mitten an einem heißen Sommertag. Doch in der Polarstation hat es gerade einmal minus zehn Grad. Über den großen Bildschirm watscheln Kaiserpinguine, im nächsten Film purzeln niedliche Eisbärenbabys herum. Und während all dem wächst auf dem Eisthron die weiße Schicht unaufhörlich weiter.

Was ein bisschen an das Appartement aus dem Film „Mr. Popper und seine Pinguine“ erinnert, ist bei Intersport Bründl im Designer Outlet Salzburg die neueste Attraktion. In der Polarstation können Kunden künftig ihr Winter-Outfit quasi unter echten Bedingungen testen, fühlen, Schneebälle formen. „Aber derzeit werden sich die meisten wohl eher zur Abkühlung in die Polarstation setzen“, sagt Bründl und grinst. „Das wird eine Hetz.“

Die Shoppingtour als Erlebnis, als Vergnügen und Unterhaltung – der stationäre Handel wird in diese Richtung immer kreativer. Und investiert kräftig. Knapp zwei Millionen Euro hat Bründl in den Umbau und die Erweiterung seines Shops in Salzburg investiert. Neben der Polarstation locken eine Boulderwand, Rutsche und Krabbeltunnel für die Kinder, eine Schuh-Teststrecke, eine große Bar und eine Rucksack-Teststation, stilgerecht platziert in einer Hütte. Auch beim Skiservice kann man künftig zusehen. „Man muss die Leute runterholen und entschleunigen“, sagt Bründl. Gerade in der Stadt würden Kunden oft vor oder nach der Arbeit einen „Quickie im Laden“ machen. „Aber einkaufen mit Stress geht gar nicht.“

Unternehmerischer Hintergrund des Erlebnis-Shoppings ist freilich, der Konkurrenz aus dem Internet Paroli zu bieten. „Wir müssen Shops

so gestalten, dass Menschen länger Zeit darin verbringen“, sagt Silvio Kirchmair, Geschäftsführer des österreichischen Ladenbauers „Umdasch Shopfitting“. Weltweit sei die Frequenz im stationären Handel rückläufig, „und diese Entwicklung ist noch nicht vorbei“. Gegensteuern könne man an vier Hebeln: „Bei den Mitarbeitern, beim Sortiment, der Lage und der Art, wie ich mein Geschäft gestalte.“ Es müssten die Neugierde und Entdeckungslust beim Kunden geweckt werden, das erhöhe die Chance auf Spontankäufe. „Wenn ich etwas ausprobieren kann, wenn ich eine Dienstleistung in Anspruch nehmen kann, habe ich als Kunde einen Mehrwert.“

Auf dieses Verkaufskonzept setzen mittlerweile auch die Automobilbranche, Banken, Museen und der Lebensmittelhandel. „Der Anteil an Mode ist bei uns auf unter 20 Prozent gesunken“, sagt Kirchmair.



„Man muss die Leute runterholen.“

Christoph Bründl, Intersport Bründl

Seit 1956 im Ladenbau tätig, beschäftigt „Umdasch Shopfitting“ mit Sitz in Amstetten mittlerweile weltweit 1300 Mitarbeiter. Im Vorjahr stieg der Umsatz um 30 Prozent auf 220 Mill. Euro, für heuer rechnet man mit weiteren zehn Prozent.

Weiter zulegen dürfte auch der Sportartikelhandel in Österreich. Nach einem Umsatzplus von 1,2 Prozent im Vorjahr auf 2,6 Mrd. Euro verzeichnete man heuer von Jänner bis April ein Wachstum von 1,9 Prozent. Der Winter sei um einiges besser gewesen als in den letzten Jahren, auch das Sommergeschäft sei hervorragend angelaufen, sagt

Branchensprecher Michael Nendwich. Ab Herbst betritt mit XXL Sports aus Norwegen ein neuer Mitbewerber den heimischen Markt.

Die Intersport-Austria-Gruppe ist gerüstet. In den vergangenen drei Jahren hätten die Intersport-Unternehmer in Österreich über 60 Mill. Euro investiert, sagt Österreich-Chef Mathias Boenke. 30 neue Geschäfte seien entstanden, bis Jahresende kommen weitere sieben dazu. Die Verweildauer des Kunden im Geschäft will man von derzeit geschätzt 20 Minuten in Richtung 45 Minuten erhöhen. „Es geht aber nicht nur ums Verkaufen“, betont Boenke. „Wir wollen auch den Zufriedenheitswert heben.“

Der stimmt bei Christoph Bründl offenbar bereits. Auffallend lange schaut der Unternehmer den Pinguinen zu, wie sie tollpatschig hinfallen und wieder aufstehen. Dann sagt er: „Ich hab sie wirklich gern.“