



Durchstarter Start-up-Unternehmen machen Sportartikelhändler Hervis zukunftsfit. **58**



Hervis hat sich die Start-ups angelacht

Der Sporthändler hat eine Kooperation mit dem Start-up-Hub weXelerate und investiert kräftig in neue Angebote.

Sportsfreunde
Spar-Vorstand Hans K. Reisch, Jingle-Gründer Gregor Wallner, weXelerate-Geschäftsführerin Claudia Witzemann, Texel-Gründer Maxim Fedjukov und Hervis-Geschäftsführer Alfred Eichblatt.

••• Von Christian Novacek

Kaum eine Branche ist so dynamisch wie der Sporthandel: „Trends verändern das Produktsortiment laufend, Services werden permanent an die Bedürfnisse der Kunden angepasst“, sagt Hervis-Geschäftsführer Alfred Eichblatt.

Er folgert: „Als größte heimische Sportfachmarkt-Kette sind wir täglich gefordert.“ Dieser Forderung begegnet Hervis smart, indem man mit Start-ups kooperiert, namentlich dem Start-up-Hub weXelerate in Wien.

Dazu hat der Hervis-Chef das passende Credo parat. Dieses besagt, dass die Digitalisierung im Handel besser nicht als Be-

drohung, sondern viel mehr als Chance wahrgenommen werden sollte. Die Profilierungschance abseits der üblichen Settings folgt der Frage: Was können wir qualitativ leisten?

Vermessen zwischen X und XL
Genau da haben sich durchaus Möglichkeiten gefunden. Deren wahrscheinlich spektakulärste

basiert auf einer Kooperation mit dem jungen Unternehmen Texel. Die haben exklusiv für den Sportartikelhändler eine „Single Sensor Solution“ entwickelt. Klingt mächtig und kann viel: Ein 3D Body-Scanner erstellt das digitale Modell des Körpers, mit dem die genaue Bekleidungsgröße ermittelt wird. Nachdem zwischen L und

XL bekanntlich Welten liegen, die von den unterschiedlichen Herstellern auch noch sehr unterschiedlich wahrgenommen werden, ist der gewonnene Komfortgewinn hier nicht zu unterschätzen – für zwei Seiten übrigens, denn passgenaue Kleidung wird im Digital Retail logischerweise weniger häufig zurückgeschickt als die zu groß oder zu klein geratene.

Einen markanten Schritt in diese Richtung hat Hervis bereits im Frühjahr gesetzt – mittels 3D-Fußvermessung. Die Rasanz der technischen Entwicklung lässt sich hier im Kontext gut ablesen: Wurden früher Skischuhe passgenau geschäumt, nimmt man heute darauf Rücksicht, dass sich der Fuß verändert und mithin weitere Anpassungen erfordert. Selbstredend darf der Skischuh bei der Talfahrt via Smartphone auch beheizt werden.

Beschleunigt mit weXelerate
 Damit die Innovationen in technischen Belangen weiterhin kräftig sprudeln – dafür steht die Kooperation mit dem Start-up-Hub weXelerate. Derzeit arbeitet Hervis mit vier Start-ups an konkreten Lösungen, mit

eine absolute Vorreiterrolle in der Branche ein“, erklärt Spar-Vorstand Hans K. Reich den Zugang (Spar ist 100%-Eigentümer der Sporthandelskette).

Auch Claudia Witzemann, Geschäftsführerin von weXelerate, beobachtet einen rasanten technologischen und gesellschaftlichen Wandel, dem es zu entsprechen gilt: „Das einzigartige weXelerate-Ecosystem bietet dabei den Raum für Innovation, Vernetzung und Erfolg“, ist sie überzeugt.

Modeaffin

Der Textilanteil am Umsatz beläuft sich bei Hervis auf rund 40% – und wird, trotz innovativer Tools wie dem 3D-Bodyscan, nicht weiter expandieren.

an einer Lösung, die das Übersetzen von Websites mithilfe Künstlicher Intelligenz (KI) unterstützt und teilweise sogar automatisiert.

Rosige Erlöse am Black Friday

Eine der wichtigsten digitalen Errungenschaften, die sich mittlerweile klar im stationären Handel verankert hat, ist der Black Friday Sale. Während andere dramatisch die Wertvernichtung durch Aktionitis beklagen, sieht sich Eichblatt



”

Wir leben in einem Land, in dem die Stimulanz wichtiger ist als der Bedarf. In dem Sinn war der Black Friday überaus erfolgreich.

Alfred Eichblatt
 Geschäftsführer Hervis

einem weiteren ist man im Gespräch. „Die digitale Transformation hat unser Geschäft in den letzten Jahren radikal verändert. Deswegen investieren wir in neue Technologien und setzen als Kooperationspartner des Start-up- und Innovationshubs weXelerate Zeichen für die Zukunft des Handels – mit dieser Kooperation nehmen wir

“

Sprachlich fit im Onlinehandel
 Inwieweit nun die Digitalisierung im Onlinehandel tatsächlich für einen Turboboost bei den Erlösen sorgen kann, bleibt im Fall Hervis allerdings offen: Über konkrete Umsatzzahlen im Onlinebereich hält sich Eichblatt nämlich bedeckt. Investiert wird aber deutlich, am vordringlichsten in den kompetenten Onlineauftritt. „Der Webauftritt ist herausfordernd“, sagt Eichblatt, „wir sind in sieben Ländern vertreten, was in der Kommunikation für sechs Sprachen steht.“ Online verkauft wird aber in deutlich mehr Ländern als jenen, in denen man auch stationär vertreten ist. „Das ist rein inhaltlich eine große Herausforderung, wenn 11.000 Artikelbeschreibungen in zwölf Sprachen übersetzt sein wollen“, resümiert der Hervis-Chef.

Auch in diesem Belang kommt eine Start-up-Idee zum Einsatz: Text United arbeitet mit Hervis

520

Standort-King

Hervis betreibt in Österreich und sechs Nachbarländern 210 Hervis Sports-Märkte und erwirtschaftete 2017 einen Bruttoverkaufsumsatz von 520 Mio. €.

meilenweit vom Jammern entfernt aufgestellt: „Es gibt viele Händler, die den Konsumenten nicht verstehen“, ist der Hervis-Chef tendenziell lakonisch. Er führt aus: „Der Konsument liebt Einkaufshighlights! Wir müssen mit dem Konsumenten gehen, und sich dem Black Friday Sale zu entziehen, wäre schlichtweg paradox!“ Grundlegend gilt nämlich: „Wir leben in einem Land, in dem die Stimulanz wichtiger ist als der Bedarf.“

Demgemäß war der Black Friday eine „Bombe“, und Hervis will, aus den tollen Verkäufen resultierend, keine negativen Vor Gefühle für das Weihnachtsgeschäft produzieren. Ergo bleibt alles sportlich auf Schiene, was – umgekehrt auf das stationäre Geschäft – in 2018 für zwölf neue Standorte in Österreich stand; inkludiert ist dabei die Eröffnung des 100. Hervis hierzulande.