

## PRESSEMITTEILUNG

### **Sportlicher Alltag: Jeder Dritte nutzt Fitness-Apps, -armbänder und Co.**

*Das aktuelle Consumer Barometer von IFH Köln und KPMG nimmt den sportlichen Alltag in Deutschland unter die Lupe. Für Sportartikel wird mehr ausgegeben. Jeder dritte Befragte nutzt innovative Sportaccessoires wie Trainings-Apps oder Fitnessarmbänder, bei den Smart Natives sogar jeder Zweite. Gerade für diese sind Social-Media-Kanäle von Sportlern spannend.*

**Köln, 6. Juni 2016** – Wie sieht der sportliche Alltag in Deutschland aus? Wie wichtig sind Hightech-Accessoires und modische Kleidung? Welche Rolle spielen Apps, Blogs und Co.? Diesen und weiteren Fragen widmet sich das aktuelle Consumer Barometer von IFH Köln und KPMG. Dafür wurden über 500 Bundesbürger, die in den vergangenen zwei Jahren zumindest gelegentlich sportlich aktiv waren, befragt.

#### **Steigende Ausgaben für Sportartikel, gerade bei Smart Natives**

Die Ergebnisse zeigen, dass Konsumenten heute mehr Geld für Sportartikel ausgeben als noch vor zwei Jahren. Das gilt insbesondere für die Smart Natives (Konsumenten zwischen 16 und 25 Jahren, die täglich das Internet und ihr Smartphone nutzen): Nahezu jeder zweite dieser jungen, onlineaffinen Konsumenten hat seine Ausgaben für Sportbekleidung gesteigert. Im Durchschnitt aller Befragten trifft dies auf 37 Prozent zu. Auch für Sportzubehör und -accessoires wird mehr ausgegeben: Rund 41 Prozent der Smart Natives und 25 Prozent aller Befragten steigerten ihre Ausgaben in diesem Bereich.

*„Gute Nachrichten für die Sportartikelindustrie: Mit der steigenden sportlichen Aktivität haben auch die Ausgaben der Deutschen für Sportartikel in den letzten zwei Jahren zugenommen. Unsere Befragung zeigt zudem, dass junge und digital affine Kunden – sogenannte Smart Natives – aktuell die wohl spannendste Zielgruppe der Branche sind. Sie konsumieren oft, lassen sich gern von neuartigen und innovativen Produkten begeistern und beleben so den Markt“, so Mark Sievers Head of Consumer Markets bei KPMG.*

#### **Sportaccessoires: Smart Natives setzen vor allem auf Apps**

Fitness-Apps und Co. sind keine Seltenheit mehr im Sportleralltag und gerade bei den Smart Natives schon weit verbreitet. So nutzen 36 Prozent aller Befragten innovative Sportaccessoires – und mehr als jeder zweite Smart Native. Hierbei sind Fitness-Tracker- und Trainingsplan-Apps bei den jungen Konsumenten am beliebtesten: Rund 63 Prozent bzw. 49 Prozent der Smart Natives nutzen diese Anwendungen. Fitnessarmbänder sind für Smart Natives dagegen erkennbar weniger relevant als für die Gesamtheit der Befragten.

#### **Social Media: Weniger Posten mehr Folgen**

Trotz der häufigen direkten Anbindung von Fitness-Apps an soziale Netzwerke, posten nur wenige Befragte ihre sportlichen Erfolge bei Facebook, Instagram und Co. Besonders für junge Konsumenten sind jedoch Blogs oder Social-Media-Accounts von Sportlern spannend: Fast drei von zehn Smart Natives folgen Sportlern oder Fitness-Bloggern.

*„Gerade Smart Natives haben Sport und Fitness in ihren Alltag integriert. Trainings- und Kalorienzähler-Apps auf dem Smartphone sind ständig dabei und neue Trainings-Tipps kommen vom Lieblingsblogger. Händler und Hersteller sollten dies bei der Zielgruppenansprache berücksichtigen. Hochwertiger Content zum Beispiel in Blogs oder Serviceangebote über Apps können die Händler- oder Markenbindung gerade bei Smart Natives stärken“, rät Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.*

Wörter der Meldung: 471

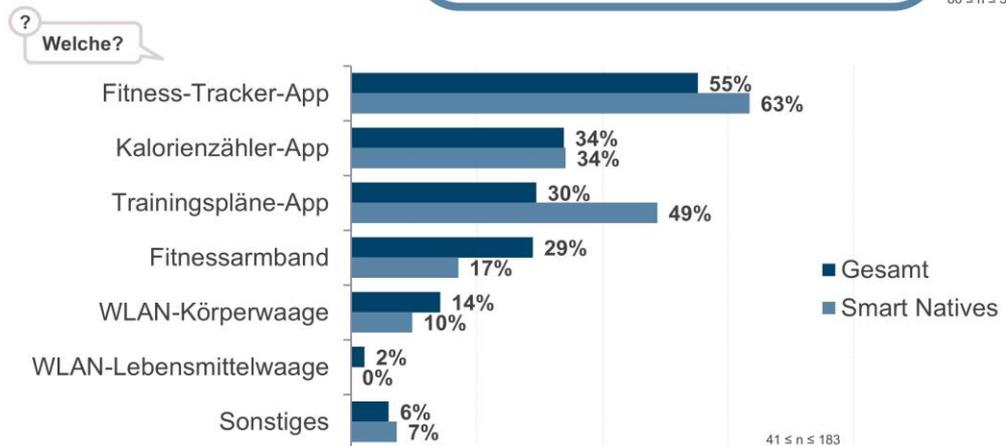
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.406

## Nutzung von Trainings-Apps, Fitnessarmbändern & Co.

**36%**  
aller Befragten nutzen  
neuartige  
Sportaccessoires

**51%**  
der Smart Natives nutzen  
neuartige  
Sportaccessoires

80 ≤ n ≤ 508



Smart Natives: 16 – 25 Jahre, tägl. Internet- & Smartphonennutzung  
Quelle: IFH Köln, KPMG, 2016

### Die wichtigsten Zahlen im Überblick

- 37 Prozent aller Befragten und 49 Prozent der befragten Smart Natives geben heute mehr Geld für Sportbekleidung aus als vor zwei Jahren.
- 36 Prozent aller Befragten und 51 Prozent der befragten Smart Natives nutzen oder besitzen neuartige Sportaccessoires wie Fitness-Tracker-Apps, Kalorienzähler-Apps oder Fitnessarmbänder.
- 55 Prozent aller Befragten und 63 Prozent der befragten Smart Natives, die neuartige Sportaccessoires nutzen oder besitzen, nutzen oder besitzen eine Fitness-Tracker-App.
- 13 Prozent aller Befragten und 28 Prozent der befragten Smart Natives folgen Sportlern oder Fitness-Bloggern in sozialen Medien.

### Über das Consumer Barometer

Das Consumer Barometer beleuchtet quartalsweise aktuelle Entwicklungen, Trends und Treiber im Handel und Konsumgütermarkt. Die vierteljährlich durchgeführte Konsumentenbefragung von IFH Köln und KPMG beschäftigt sich mit aktuellen Trends im Handel und im Konsumentenverhalten. Im Fokus der aktuellen Ausgabe steht der Sport- und Fitnesstrend. Für die Kurzstudie wurden rund 500 Konsumenten über ein Online-Panel befragt (bevölkerungsrepräsentativ nach Alter und Geschlecht). Die ausführlichen Ergebnisse können unter [www.kpmg.de/consumerbarometer](http://www.kpmg.de/consumerbarometer) heruntergeladen werden – außerdem ist eine Anmeldung für den Newsletter möglich.

### Über das IFH Köln

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Seit 1929 ist das IFH Köln erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel: z. B. Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In maßgeschneiderten

Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

#### **Pressekontakt**

IFH Köln

Juliane Mischer

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-23, Fax: +49 (0) 221 94 36 07-59

E-Mail: [j.mischer@ifhkoeln.de](mailto:j.mischer@ifhkoeln.de)

[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

#### **Über KPMG**

KPMG ist ein Firmennetzwerk mit mehr als 174.000 Mitarbeitern in 155 Ländern. Auch in Deutschland gehört KPMG zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen und ist mit rund 9.800 Mitarbeitern an mehr als 20 Standorten präsent. Unsere Leistungen sind in die Geschäftsbereiche Audit, Tax, Consulting und Deal Advisory gegliedert. Im Mittelpunkt von Audit steht die Prüfung von Konzern- und Jahresabschlüssen. Tax steht für die steuerberatende Tätigkeit von KPMG. Die Bereiche Consulting und Deal Advisory bündeln unser hohes fachliches Know-how zu betriebswirtschaftlichen, regulatorischen und transaktionsorientierten Themen.

Für wesentliche Branchen unserer Wirtschaft haben wir eine geschäftsbereichsübergreifende Spezialisierung vorgenommen. Hier laufen die Erfahrungen unserer Experten weltweit zusammen und tragen zusätzlich zur Beratungsqualität bei.

#### **Pressekontakt**

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Marita Reuter / Thomas Blees

Tel.: +49 (0) 30 20 68-11 18, Fax: +49 (0) 30 20 68-11 48

E-Mail: [mreuter@kpmg.com](mailto:mreuter@kpmg.com) / [tblees@kpmg.com](mailto:tblees@kpmg.com)

[www.kpmg.de](http://www.kpmg.de)