

OLYMPIA UND FUSSBALL-EUROPAMEISTERSCHAFT

Diese Firmen sind auf der Gewinnerseite



Michael Reuss
ist Vorstand und CIO
bei der HRK LUNIS AG
in München.

Nicht nur Fans fiebern dem Sportsommer 2024 entgegen. Deutschlands Wirtschaft würde eine Wiederholung des Sommermärchens der Weltmeisterschaft 2006 guttun. Das Bruttoinlandsprodukt expandierte damals um 2,5 Prozent, nach 0,9 Prozent im Jahr zuvor. Neben dem Export sorgte der private Konsum für einen Aufschwung. Bekanntlich ist Deutschland in die Rezession geraten und die Aussichten für das EM-Jahr sind nicht gerade rosig. Helfen könnte das Team von Bundestrainer Julian Nagelsmann. Mit möglichst vielen Toren und Siegen ließe sich die Stimmung drehen.

Sportartikelhersteller und ...

Klassischerweise stehen bei den Sport-Großereignissen die großen Sportartikel-Konzerne wie Nike (ISIN US6541061031) und Adidas (ISIN DE000A1EWW0) im Rampenlicht. Adidas fiebert Fußball-EM und den Olympischen Spielen in besondere Weise entgegen. Der Konzern hat zwar den Kampf um die Verlängerung des Ausrüstervertrags mit dem DFB gegen den Konkurrenten Nike verloren. Bei der EM laufen aber noch mindestens sechs Mannschaften in Trikots der Herzogenauracher auf. Neben Deutschland zählen dazu die Mitfavoriten Italien und Spanien. Bei der fast zeitgleich stattfindenden Copa Amerika trägt unter anderem Weltmeister Argentinien die drei Streifen. Auch bei Olympia hat die globale Nummer zwei viele Eisen in den unterschiedlichsten Sportarten im Feuer.

Für Adidas bietet der Sommer 2024 also eine perfekte Bühne für die Werbung und den ewigen Zweikampf mit Branchenführer Nike. Gegenüber dem US-Konzern haben die Deutschen zuletzt sowohl operativ als auch an der Börse Boden gut gemacht. Seit Anfang 2023 legte die Adidas-Aktie um rund die Hälfte zu. Derweil

büßte Nike 16 Prozent an Wert ein. In den Sportläden konnte das DAX-Mitglied die US-Amerikaner offenbar mit den Schuhen der Terrace-Linie aus den Regalen verdrängen. Bei diesen Retro-Modellen kamen die Franken mit der Produktion nicht mehr hinterher.

Dagegen sitzt der US-Rivale auf so manchem Ladenhüter und hohen Lagerbeständen. Nike stemmt sich mit einem zwei Milliarden US-Dollar schweren Sparprogramm gegen die schwache Nachfrage in Nordamerika sowie den Konkurrenzdruck. CEO John Donahoe möchte den Konzern schneller machen und flexibler aufstellen. Im Sortiment setzt der Chef mehr denn je auf „Jordan“. Die nach dem berühmten Basketballer benannte Schuhmarke soll in neue Sportarten vordringen. Als Beispiel nennt Donahoe den Fußball. Schon jetzt ist der Branchenkrösus mit dem „Swoosh“-Logo auf dem grünen Rasen gut dabei: Bei der EM stättet Nike mindestens acht Mannschaften aus. Darunter die Favoriten Frankreich und England.

... Tourismusbranche

Der Tourismus setzt auf den Andrang der Fans aus allen Ländern. Damit richtet sich der Fokus auch auf Tourismuskonzerne oder Hotelketten. Accor (ISIN FR0000120404) bietet als Europas größte Hotelgruppe mit Marken wie Novotel und ibis Unterkünfte im mittleren und unteren Preissegment. Dagegen dürfte das wohlhabendere EM- und Olympia-Publikum eher in einem der Luxushäuser der Accor-Marke Sofitel residieren. Schon jetzt herrscht reger Betrieb. 2023 steigerte Accor das operative Ergebnis auf den Rekordwert von einer Milliarde Euro. Mit knapp zehn Milliarden Euro hat der Börsenwert des Mid-Caps wieder das Niveau von vor der Corona-Pandemie erreicht.

► INHALT