

# **Sportdetailhandel besteedt in eerste halfjaar 3,8 miljoen euro aan mediareclame**

13-09-2004 00:00

In het eerste halfjaar van 2004 bedroegen de mediabestedingen van de Nederlandse sportretailers bijna 3,8 miljoen euro. Dat is 42% meer dan in dezelfde periode van 2003. Dit blijkt uit cijfers van het in sportretail gespecialiseerde Stroom Mediacommunicatie op basis van gegevens van BBC. De sportretailketen die het meest aan reclame uitgaf was Intres divisie Sport (Intersport). Intres nam 28% van het totaal voor zijn rekening, gevolgd door Perry Sport met 19%. Het aandeel van Perry Sport bedroeg in het eerste halfjaar van 2003 nog 35%. Intres gaf juist driemaal zoveel uit als een jaar eerder. Bever Zwerfsport was goed voor 14% van het totaal, Foot Locker voor 8%, Euretco (SPORT2000) voor 7%, Active Life voor 7%, Aktiesport voor 5%, Daka Sport voor 3%, Fair Play voor 3% en de overige sportdetailhandel voor 6%. Sportdetailisten gebruiken vooral dagbladen en tijdschriften om reclame te maken. Alleen Foot Locker maakt tevens gebruik van tv-commercials. Doordat Euretco Sport (SPORT2000) veel uitgaf aan radioreclame daalde het aandeel van de tijdschriftenreclame.