



**SPORT 2000**

## Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger/ Carina Kaiser

Telefon: +49 6182 / 928-5547/-5490

Telefax: +49 6182 / 928-85547/-85490

E-Mail: [hans.allmendinger@sport2000.de](mailto:hans.allmendinger@sport2000.de) /

[carina.kaiser@sport2000.de](mailto:carina.kaiser@sport2000.de)

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 11.05.2011

### Handel neu denken

#### **SPORT 2000 ruft Sportartikelhersteller dazu auf, die Zukunft des Handels gemeinsam zu gestalten**

**Am 5. Mai lud SPORT 2000 ihre Top 100 Sportartikelhersteller nach Mainhausen ein, um sich zusammen auf eine Reise in die Zukunft des Handels zu begeben. Unter dem Leitmotiv „Kooperation 2.0 – Handel neu denken“ stellten Andreas Rudolf, Geschäftsführer SPORT 2000 und der Vorstandsvorsitzende der ANWR Group, Günter Althaus, dem Fachpublikum Trends und zukünftige Herausforderungen des Handels vor. Sie sprachen zudem über Ideen und Konzepte, um diesen Entwicklungen gemeinsam gegenüberzutreten.**

„Auch wir können die Zukunft nicht vorhersagen. Aber wir versuchen, die weitere Entwicklung des Handels zu erkennen, zu verstehen und gemeinsam zu gestalten.“ Mit diesem Worten lud Andreas Rudolf zum 1. SPORT 2000 Lieferantentag in die Räumlichkeiten des ANWR Messecampus nach Mainhausen ein. Neben einem Rückblick auf das erfolgreiche Geschäftsjahr 2010 legte Rudolf besonderes Augenmerk auf die Zukunft:



**SPORT 2000**

## Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger/ Carina Kaiser

Telefon: +49 6182 / 928-5547/-5490

Telefax: +49 6182 / 928-85547/-85490

E-Mail: [hans.allmendinger@sport2000.de](mailto:hans.allmendinger@sport2000.de) /

[carina.kaiser@sport2000.de](mailto:carina.kaiser@sport2000.de)

[http:// www.sport2000.de](http://www.sport2000.de)

Mainhausen, den 11.05.2011

„Wenn wir die Trends der nächsten Jahre richtig erkennen, helfen sie uns, das morgen aktiv zu gestalten“.

### **Trends und Herausforderungen für den Handel erkennen, verstehen und nutzen**

Der Einzelhandel-Anteil am privaten Konsum fällt, die Polarisierung der Märkte schreitet voran, die Flächenproduktivität sinkt. Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Technologie nehmen Einfluss auf die Zukunft des Handels.

Gesellschaftliche Trends, die die Rahmenbedingungen verändern werden, liegen laut Rudolf beispielsweise in einem gesteigerten Umweltbewusstsein. Endverbraucher achten immer mehr auf die Folgen ihres Konsums – Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung und soziale Verantwortung gewinnen an Relevanz. Faire Arbeitsbedingungen und Bildungschancen rücken zunehmend an Stelle des ungezügelten Wachstumsverhaltens. Das Interesse an Wellness und Gesundheitsvorsorge boomt. Die Altersgesundheit verbessert sich zusehends, das Kriterium Gesundheit wird entscheidende Kaufmotivation werden. Für junge Menschen sind mobile Internetanwendungen und vernetzte Kommunikation längst



**SPORT 2000**

## Presseinformation

### Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger/ Carina Kaiser

Telefon: +49 6182 / 928-5547/-5490

Telefax: +49 6182 / 928-85547/-85490

E-Mail: [hans.allmendinger@sport2000.de](mailto:hans.allmendinger@sport2000.de) /

[carina.kaiser@sport2000.de](mailto:carina.kaiser@sport2000.de)

[http:// www.sport2000.de](http://www.sport2000.de)

Mainhausen, den 11.05.2011

Bestandteil des (Arbeits-)Lebens. Nicht ausschließlich Produkte sind entscheidend, sondern ein "vertrautes, gutes Einkaufserlebnis". Die Macht virtueller Gruppen wird weiter wachsen. Kunden trauen Kunden - dieser Einfluss von Kundenbewertungen lässt die Autorität von Markenaussagen schwinden.

Es ist an der Zeit, in die Offensive zu gehen und Konzepte zu entwickeln, die auf diese Entwicklungen einzahlen und gemeinsam auf die Zukunft vorbereiten. Konkret geht es darum, Konsumenten den Mehrwert zu vermitteln, den ein Einkauf bei dem Sportfachhändler vor Ort mit sich bringt. Neben Beratungskompetenz werden Persönlichkeit und Authentizität im Fachhandel immer wichtiger. Andreas Rudolf ist sicher sicher: „Die ungehobenen Ressourcen von morgen sind nicht Rohstoffe und Politik, sondern menschliche Beziehung und damit Persönlichkeit“.

### **Offenheit über strategische Zielsetzungen**

Günter Althaus präsentierte auszugsweise die strategischen Schwerpunkte innerhalb der ANWR Gruppe. Höchste Priorität gilt dem Projekt Integrierte Handelsprozesse. Ziel hierbei ist es, den Partnern, das heißt den Händler und Herstellern, Lösungen



**SPORT 2000**

## Presseinformation

**Unternehmenskommunikation**

Hans Allmendinger/ Carina Kaiser

Telefon: +49 6182 / 928-5547/-5490

Telefax: +49 6182 / 928-85547/-85490

E-Mail: [hans.allmendinger@sport2000.de](mailto:hans.allmendinger@sport2000.de) /

[carina.kaiser@sport2000.de](mailto:carina.kaiser@sport2000.de)

[http:// www.sport2000.de](http://www.sport2000.de)

Mainhausen, den 11.05.2011

anzubieten, die für eine größtmögliche Effizienz in der Zusammenarbeit sorgen. Im Vordergrund der Bemühungen steht die elektronische Integration und Verzahnung von unternehmensübergreifenden Geschäftsprozesse bzw. die Eliminierung von Medienbrüchen und Schnittstellen im Mittelpunkt.

Integrierte Handelsprozesse sind zudem notwendige Voraussetzung, um das Trendthema E-Commerce effizient gestalten zu können. Der Blick in die Regale in Echtzeit mit permanenter Verfügbarkeitsanzeige erleichtert die Arbeitsprozesse im Internethandel. Die ANWR Group setzt hier auf eine Lösung, die sich von den dominierenden Anbietern am Markt differenziert. „Wir werden nicht mit dem Strom schwimmen, sondern das tun, was für unsere Partner am wichtigsten ist: den Endverbraucher in das Geschäft zu bringen“ erklärt Rudolf die Zielrichtung.

### **„Wandel beginnt mit (offenen) Worten“**

Dem positiven Feedback der Markenhersteller nach zu urteilen war der 1. SPORT 2000 Lieferantentag ein großer Erfolg. Mit den präsentierten Konzepten geben SPORT 2000 und die ANWR Group frühzeitig einen Einblick in die strategischen

## Presseinformation

### Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger/ Carina Kaiser

Telefon: +49 6182 / 928-5547/-5490

Telefax: +49 6182 / 928-85547/-85490

E-Mail: [hans.allmendinger@sport2000.de](mailto:hans.allmendinger@sport2000.de) /

[carina.kaiser@sport2000.de](mailto:carina.kaiser@sport2000.de)

[http:// www.sport2000.de](http://www.sport2000.de)

Mainhausen, den 11.05.2011

Planungen. „Offen für Neues und offen in der Kommunikation – entsprechend dem Stil unseres Unternehmens.“ betont Rudolf das Ziel des Lieferantentreffens. „In der Zusammenarbeit zwischen Verband und Herstellern stecken viele Potenziale. Diese zu entdecken, hilft uns, gemeinsam die Zukunft des Handels zu gestalten.“

### Über SPORT 2000:

SPORT 2000 ist ein führender Handelsverbund im europäischen Sportmarkt. Die SPORT 2000 Deutschland GmbH erwirtschaftete in 2010 einen Jahresumsatz von rund 1,5 Milliarden Euro bei einem Zentralregulierungsumsatz von 660 Millionen Euro. Das Unternehmen zählt damit zu den erfolgreichsten Einkaufs- und Marketing-Kooperationen im deutschen und europäischen Sportfachhandel. Rund 800 selbstständige Fachhändler mit über 1.100 Sportfachgeschäften nutzen das Dienstleistungs- und Warenangebot rund um den Sport. Die SPORT 2000 ist Teil der ANWR Group - eine der größten deutschen Handelskooperationen.

SPORT 2000 Partner sind unabhängige Sportfachhändler. Sie genießen die Vorteile einer Verbundgruppe mit einem Portfolio an bewährten Serviceleistungen.

SPORT 2000 ...für den perfekten Tag!

**Text:** 0711

**Bild 1:** Andreas Rudolf spricht über die Zukunft des Handels.

**Bild 2:** Günter Althaus stellt die strategischen Konzepte der ANWR Group vor.

