

Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

E-Mail: hans.allmendinger@sport2000.de /

sandra.hummel@sport2000.de

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, 24. Januar 2016

SPORT 2000 mit großen Schritten auf dem Weg zu 1.000 Partner-Unternehmen

Mit dem Zugang von 174 Anschlusshäusern erreicht SPORT 2000 zum Jahresende 2015 einen Stand von 936 Unternehmen mit 1.242 Geschäften und damit ein weiteres Rekordhoch in der Unternehmensgeschichte. Der Zentralregulierungsumsatz konnte um 7,3 Prozent gesteigert werden. Auch der Blick auf das kommende Jahr fällt optimistisch aus: Mit Projekten im Rahmen des 50-jährigen Markenjubiläums und der Fußball-EM plant die Verbundgruppe, entscheidende Marktimpulse zugunsten ihrer Partner zu setzen.

Partner-Zuwachs durch Leistungs-Zuwachs

Das im Vorjahr angekündigte Ziel der SPORT 2000, zum Jahresende über 900 Partner-Unternehmen für sich zu gewinnen, konnte erfolgreich umgesetzt werden. Für die Mainhausener die Bestätigung, mit ihrem passgenauen Leistungsportfolio die Bedürfnisse und Anforderungen des Marktes maßgeblich zu bedienen. Die meisten Zugänge verzeichnet der Bereich der Spezialisten mit rund 130 neuen Partnern, im Wesentlichen aus den Bereichen Running, Outdoor und Teamsport.

„Wir haben uns schon früh auch als Verband der Spezialisten positioniert und unsere Angebote entsprechend strategisch erweitert. Auch aus diesem Grund

Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

E-Mail: hans.allmendinger@sport2000.de /

sandra.hummel@sport2000.de

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, 24. Januar 2016

gehören heute so viele Unternehmen zur SPORT 2000 wie nie zuvor“, erläutert der für die Spezialisten-Einheiten zuständige Geschäftsführer Hans-Hermann Deters.

Zu den entscheidenden Wettbewerbsvorteilen gehöre unter anderem die Partner-Betreuung von eigens für den jeweiligen Spezialisten-Bereich zuständigen Beratern. Auch die Umsetzung der gemeinsamen, zweitägigen Spezialisten-Messe für Running- und Outdoorhändler sei eines der herausragenden Leistungsmerkmale. Exklusive Marketing- und Warenkooperationen mit der Industrie sollen darüber hinaus die Kompetenz und das Profil der Händler vor Ort stärken. „Ziel all unserer Maßnahmen ist es, Profile zu schaffen, die den Händler bestmöglich am Markt positionieren und seine langfristige Existenzsicherung unterstützen. Unser starkes Wachstum zeigt, dass wir aktuell als der richtige Partner – sei es Generalist oder Spezialist – für den mittelständischen Fachhandel wahrgenommen werden. Denn nicht zuletzt gewinnen wir dadurch auch an Schlagkraft für die gesamte SPORT 2000“, so Deters.

Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

E-Mail: hans.allmendinger@sport2000.de /

sandra.hummel@sport2000.de

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, 24. Januar 2016

Besondere Situationen erfordern besondere Maßnahmen

Profitierte so mancher Lauf- oder Teamsport Händler mit einer „Saisonverlängerung“ vom milden Winter, so hat den Wintersport-Händlern hingegen besonders das letzte Quartal stark zugesetzt. So schließen die SPORT 2000 Partner das Jahr insgesamt mit einem Umsatz von plus 1,1 Prozent auf vergleichbarer Basis ab.

„Trotz der hohen Vorgaben aus dem WM-Jahr haben sich unsere Partner bis einschließlich Oktober richtig gut im Markt behauptet und den anhaltenden Herausforderungen des Einzelhandels trotzen können. Das Minus von 8 Prozent im Dezember zeigt jedoch, wie sehr ein Teil unserer Partner vom Verlauf des Wetters abhängig ist“, kommentiert Geschäftsführer Andreas Rudolf die Umsatzentwicklung.

Betroffene Händler haben insbesondere mit einer mangelnden Liquidität zu kämpfen. Denn während diese teilweise noch im Lager steckt, gehen bereits die Rechnungen für die Frühjahr- und Sommerware ein. „Besondere Situationen erfordern besondere Maßnahmen. Wir haben uns deshalb entschlossen, diese Partner mit der „Sonderaktion Saisonlinie“ finanziell zu unterstützen“, verkündet Rudolf.

Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

E-Mail: hans.allmendinger@sport2000.de /

sandra.hummel@sport2000.de

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, 24. Januar 2016

Ohne Skontoverlust können Händler bei Bedarf zu besonders günstigen Konditionen ihre Zahlungsziele um bis zu 90 Tage verlängern. Damit verschaffen sie sich zusätzliche Liquidität, um weiterhin aktiv am Markt agieren zu können. Darüber hinaus bietet SPORT 2000 ihren Winter-Magalog Teilnehmern auch eine Wintervaluta bis Ende Januar an.

Trotz der widrigen Rahmenbedingungen konnten die Wintersport-Partner richtige und wichtige Impulse mit der SPORT 2000 Bootfitting-Kampagne setzen. „Bei unserem Bootfitting-Programm geht es weniger um das Produkt und den Preis als vielmehr um die Demonstration von Kompetenz und Wertigkeit. Wer hier auf Klasse statt Masse setzt, dem kann Bootfitting vor allem im Hinblick auf die Steigerung des Durchschnitts-Bons enorm weiterhelfen. Denn für den perfekt passenden Skischuh sind Kunden durchaus bereit, etwas tiefer in die Tasche zu greifen“, legt Rudolf dar.

Im Hinblick auf das Orderverhalten der SPORT 2000 Partner stellt er insgesamt eine positive Entwicklung fest: „Unsere Partner haben schon vor einem Jahr die richtigen Maßnahmen bei ihrer Order vollzogen. Sie waren konsequent und kompromisslos, genauer und sensibler in ihren Überlegungen, so dass bewusst weniger disponiert wurde. Dies wird auch die Vorgabe für die nächste Herbst/Winter Saison sein müssen.“

Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

E-Mail: hans.allmendinger@sport2000.de /

sandra.hummel@sport2000.de

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, 24. Januar 2016

Die Zukunft liegt im Verband

Nicht ausschließlich, aber insbesondere Sportfachhändler ohne Verbandszugehörigkeit, werden in Zukunft mit enormen Herausforderungen konfrontiert werden. „Der überwiegende Teil dieser Herausforderungen ist sicherlich auf die Strategien so mancher großer Lieferanten zurückzuführen, die alles andere als mittelstandsfreundlich sind. Freie, kleinere Händler sollten damit rechnen, bald keine Rolle mehr bei den ganz großen Marken zu spielen. Denn die entsprechenden Lieferanten werden aus strategischen Gründen ihren Teil zu einer Marktberreinigung beitragen“, gibt Andreas Rudolf zu bedenken.

Überdies suchen zunehmend neue Marktteilnehmer ihren Platz im deutschen Sportmarkt. Ob ausländische Filialisten, vertikale Textilisten oder Monomarken-Stores – zum Fachhändler vor Ort stoßen immer neue Wettbewerber.

„Ein guter Händler, der eine klare Positionierung in der Region hat, sich als oder durch eine Marke nach außen gut darstellt, wird sich aber auch in Zukunft behaupten können“, versichert Rudolf. Neue Marktteilnehmer seien zwar eine ernstzunehmende Herausforderung, die aber mit entsprechender Initiative und starker Verband-Leistung bewältigt werden kann.

Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

E-Mail: hans.allmendinger@sport2000.de /

sandra.hummel@sport2000.de

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, 24. Januar 2016

Im Bereich der fortschreitenden Digitalisierung im Sportfachhandel sehen sich die Mainhausener gut aufgestellt, die innovativen Möglichkeiten, die diese mit sich bringt, bestmöglich mit dem eher traditionell geprägten stationären Geschäft in Einklang zu bringen.

Bereichsleiter Marketing und Kommunikation, Hans Allmendinger, erläutert hierzu: „Insbesondere der kanalübergreifende Omnichannel-Ansatz, bei dem die Vorteile der Offline-Online-Kommunikations- und Vertriebskanäle nahtlos miteinander verbunden werden, ist passend für unsere Partner. Unser Ziel ist es, potenzielle Kunden unserer Partner auf ihrer Customer Journey von Beginn an und bis zum Kaufabschluss zu begleiten und sie damit – über welchen Kanal auch immer – zu einem SPORT 2000 Händler zu führen.“

Hierfür habe man bereits eine Initiative gestartet, die unter anderem einen Relaunch von www.sport2000.de vorsieht und vor allem auf eines ausgerichtet ist: Die User über vielfältigen Content zum Händler vor Ort zu leiten. In diesem Zusammenhang sei einer der wichtigsten Bausteine, die Warenverfügbarkeiten der Händler online sichtbar zu machen. „Für 2016 planen wir dies für 150 Händler umzusetzen“, so Allmendinger.

Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

E-Mail: hans.allmendinger@sport2000.de /

sandra.hummel@sport2000.de

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, 24. Januar 2016

Zukunft durch Herkunft – 50 Jahre SPORT 2000

Seitdem 1966 die drei Fußball-Größen Pierre Batteux, Just Fontaine und Jean Djorkaeff mit 33 Händlern einen gemeinsamen Verbund gründeten und damit den Grundstein für SPORT 2000 legten, hat sich vieles verändert: Durch stete Weiterentwicklung und den Gewinn starker Partner etablierte sich SPORT 2000 über die Jahre hinweg als internationale Größe der Sportartikel-Branche.

Ein besonderes Markenzeichen hebt sich in der Geschichte von SPORT 2000 von Beginn an ab und trägt bis heute entscheidend zum Erfolg des Unternehmens bei: Die persönliche, kompetente Beratung – direkt von Sportler zu Sportler. Denn wie bereits zu Gründungszeiten verbindet die SPORT 2000 Partner nach wie vor vor allem ihre Herkunft als Sportler und dass sie diese Wurzeln zu ihrem Beruf gemacht haben.

Die Mainhausener nehmen diese Erfolgsstory zum Anlass, sich bei ihren Anschlusshäusern für die erfolgreiche Zusammenarbeit zu bedanken und sie in ihrer Zukunftsfähigkeit noch stärker zu unterstützen. Für Verbandsmanager Rudolf ist das Jubiläum daher eine absolute Herzenssache: „Die Partner haben die SPORT 2000 zu ihrer heutigen Größe gebracht. Als langjähriger, starker Partner und Absatzkanal konnte auch die Industrie von der aufstrebenden Entwicklung profitieren – jetzt ist es an der Zeit, hiervon etwas an den Handel zurückzugeben.“

Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

E-Mail: hans.allmendinger@sport2000.de /

sandra.hummel@sport2000.de

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, 24. Januar 2016

Sowohl mit zentral- als auch industrieseitigen Investitionen sind gleich mehrere subventionierte Maßnahmen geplant, die eins zu eins den Händlern zugutekommen werden. „Wir werden jeden Euro, den wir von der Industrie für diesen Anlass bekommen, in unsere Partner investieren“, verspricht Rudolf in diesem Zusammenhang. Zu den Maßnahmen gehört unter anderem ein bundesweiter 50 Jahre-Flyer, Investitionen in den Auftritt der Geschäfte vor Ort sowie eine Trikotsponsoring-Aktion, die wie gemacht ist für das Fußball EM-Jahr 2016.

„Fußball hat bei SPORT 2000 Tradition, liegen doch hier die Wurzeln der Gründer. Mit unserer Vielzahl starker Teamsportler im Verband bedeutet ein EM- oder WM-Jahr daher auch immer ein erfolgreiches SPORT 2000 Jahr zu werden. In Kombination mit unseren Jubiläumsaktionen bin ich davon überzeugt, dass wir in 2016 viel für unsere Partner und deren Zukunftsfähigkeit bewegen werden“, kündigt Rudolf an.

Anlage: SPORT 2000 Lieferantenranking 2015

Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

E-Mail: hans.allmendinger@sport2000.de /

sandra.hummel@sport2000.de

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, 24. Januar 2016

Über SPORT 2000:

SPORT 2000 ist ein führender Handelsverbund im europäischen Sportmarkt. Über 900 selbstständige Fachhändler, mit mehr als 1.200 Sportfachgeschäften, erzielten in 2015 einen Jahresumsatz von rund 1,77 Milliarden Euro. Damit gehört SPORT 2000 zu den erfolgreichsten Einkaufs- und Marketing-Kooperationen im deutschen und europäischen Sportfachhandel. 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: Von Sportler zu Sportler.

Direkter Kontakt bei SPORT 2000:

SPORT 2000 Deutschland GmbH

Sandra Hummel

Nord-West-Ring-Straße 11

D-63533 Mainhausen



Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

E-Mail: hans.allmendinger@sport2000.de /

sandra.hummel@sport2000.de

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, 24. Januar 2016

TOP 20 Lieferanten - Ranking 2015

Lieferant	Umsatz- Entw. 2015	Rang 2015	Rang 2014	Rang 2013	Lieferant	Umsatz- Entw. 2015	Rang 2015	Rang 2014	Rang 2013
adidas	→	1	1	1	<u>Vaude</u>	↗	11	13	9
Nike	→	2	2	2	<u>Fjällräven</u>	↗	12	14	19
Salomon	↗	3	4	5	<u>Jack Wolfskin</u>	↘	13	7	7
<u>Asics</u>	→	4	3	3	<u>Schöffel</u>	↘	14	11	11
Jako	↗	5	6	6	Deuter	↗	15	20	27
Puma	↘	6	5	4	Mammut	→	16	17	12
CMP	↗	7	8	10	<u>Salewa</u>	↗	17	18	26
Meindl	↗	8	12	14	Brooks	→	18	16	17
<u>Lowa</u>	↗	9	9	8	<u>Icepeak</u>	↘	19	15	15
<u>Erima</u>	↗	10	10	13	Fischer	↗	20	29	20

