



**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 31.01.2012

### **Neues SPORT 2000 Kooperations-Konzept „Freetail“ stärkt Schlagkraft der Partner**

**Mit dem zukunftsweisenden Kooperations-Konzept „Freetail“ setzt SPORT 2000 auf eine verbindlichere Zusammenarbeit mit seinen angeschlossenen Sportfachhändlern. Ziel ist es, mehr Schlagkraft zu gewinnen, indem die Position der Einzelhändler gegenüber Markt und Herstellern gestärkt und die wichtigsten Leistungssäulen im Handel optimal gefördert werden. Der Start ist Anfang des Jahres 2013 geplant.**

#### **Alle gemeinsam für den Erfolg jedes Einzelnen**

Freetail stellt eine neue Form der Zusammenarbeit zwischen SPORT 2000 und ausgewählten Partnern der Mainhausener Einkaufs- und Marketingkooperation dar. Diese ist stärker als in der Vergangenheit durch ein gegenseitiges, verbindliches Geben und Nehmen geprägt. Ziel ist es, die Wettbewerbsfähigkeit und betriebswirtschaftliche Kennziffern zu verbessern um die Existenz der teilnehmenden SPORT 2000-Partner langfristig zu sichern. „Der Freetail-Partner bleibt in seinen Entscheidungen weiterhin frei“ so SPORT 2000-Geschäftsführer Andreas Rudolf. „Wir sehen uns als der starke Systemgeber im Hintergrund. Freetail bedeutet in diesem Zusammenspiel lediglich die Klammer.“



# 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 31.01.2012

### **Kernstück: Sechs Leistungssäulen**

Frei nach dem Motto „Das Ganze ist immer mehr als die Summe seiner Einzelteile“ verzahnt Freetail einzelne Dienstleistungs- und Warenprogramme, die SPORT 2000 innerhalb der letzten Jahre auf den Weg gebracht hat. Der Ansatz ruht auf den sechs Leistungssäulen Personal, elektronische Vernetzung, Betriebswirtschaft, Marketing, Shopdesign und Ware. „Bildlich gesprochen sind die Säulen im Moment bei unseren Partnern unterschiedlich gut gefüllt“ erklärt Rudolf. Ziel ist es nun, jede einzelne Säule auf 100 Prozent zu bringen. Der Freetail-Partner leistet in jedem dieser Segmente einen Beitrag und bekommt dafür eine festgelegte Gegenleistung von der Zentrale.“

Das bedeutet etwa, SPORT 2000 übernimmt die elektronische Datenerfassung und stellt sicher, dass alle Vororder-Aufträge, die auf den Messen in Mainhausen geschrieben werden, in den Warenwirtschaftssystemen der Händler integriert sind. Im Segment Personal beispielsweise organisiert und koordiniert SPORT 2000 Mitarbeiter- und Produktschulungen. Als Gegenleistung nimmt der Freetail-Partner und seine Mitarbeiter an ausgewählten Weiterbildungsmaßnahmen teil. Wertet SPORT 2000 die betriebswirtschaftlichen Kennziffern des Freetail-Partners aus, muss dieser seine Limitplanung in einheitlicher Form durchführen und die Daten zur Verfügung stellen. Eine verbindliche Zusammenarbeit beim



**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 31.01.2012

Marketing belohnt die Zentrale mit höheren Streukostenzuschüssen, Dialogmarketingaktionen oder kostenloser Imagewerbung.

Bei der Ware garantiert SPORT 2000 den an Freetail teilnehmenden Händlern eine höhere Gewinnmarge, Abschriftenbeteiligung sowie die Möglichkeit der exklusiven Vermarktung von Restbeständen. Dieses Angebot hilft Händlern Liquidität zu schaffen, Sortimentsrisiken zu minimieren und gleichzeitig ihre Rentabilität zu verbessern. Dafür ist der Partner bereit, seinen Vororder- und Exklusivmarkenanteil zu erhöhen und einen Teil seiner Restbestände zurück zu führen. Im Segment Shopdesign gewährt SPORT 2000 eine starke Subvention für Corporate-Identity-Initiativen, Visual Merchandising sowie Licht- und Energieeffizienzberatung. Als Gegenleistung ist der Freetail-Partner klar als SPORT 2000-Geschäft zu erkennen und hält CI-Richtlinien ein.

Grundvoraussetzung einer Teilnahme an Freetail ist, dass der Partner die Erlebnisbereiche Outdoor, Running, Teamsport und Multisport führt. Dem partnerschaftlichen Stil der SPORT 2000 entsprechend erhält jeder Freetail-Partner die Chance, flexibel einen dieser vier Erlebnisbereiche sowie eine Leistung aus einer der sechs Leistungssäulen abzuwählen. Nur die Erbringung aller Leistungen in den Säulen elektronische Vernetzung und Shopdesign ist Pflicht, um Freetail-Händler werden zu können.



# 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 31.01.2012

Projektleiter Karsten Viereck zur Motivation für das neue Kooperations-Konzept: „Wir müssen schneller auf Themen reagieren und verbindlicher agieren. Das verlangt der Markt von uns. Der Mittelstand und familiengeführte Unternehmen werden in einen Strudel geraten, wenn sie nicht stärker kooperieren. In diesem herausfordernden Umfeld wollen wir rechtzeitig Lösungen präsentieren und die Weichen für die Zukunft stellen – auf dem Weg zum schlagkräftigsten Einkaufsverband im Sportsegment“.

Das Jahr 2012 steht im Zeichen der Vermarktung von Freetail. „Mit dem Jahreswechsel 2012/13 streben wir den Big Bang an: Die Umsetzung von Freetail wird ab dann sehr zügig erfolgen“ so Rudolf. „Partner, die von Beginn an am Konzept partizipieren, werden in einer außergewöhnlichen Art und Weise seitens SPORT 2000-Zentrale unterstützt werden.“



# 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 31.01.2012

### Über SPORT 2000:

SPORT 2000 ist ein führender Handelsverbund im europäischen Sportmarkt. Die SPORT 2000 Deutschland GmbH erwirtschaftete in 2011 einen Jahresumsatz von rund 1,5 Milliarden Euro bei einem Zentralregulierungsumsatz von 722 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:** 0212

**Anlage:** Gesamt-Sortimentsbereich und Leistungssäulen

### Direkter Kontakt bei SPORT 2000:

SPORT 2000 Deutschland GmbH

Carina Kaiser

Nord-West-Ring-Straße 11

D-63533 Mainhausen

### Gesamt-Sortimentsbereich:



### Leistungssäulen:

