



**SPORT 2000**

## Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

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

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 05.02.2015

### **SPORT 2000 weiter auf Expansionskurs**

#### **Anzahl der angeschlossenen Unternehmen erreicht Spitzenwert**

**SPORT 2000 blickt auf ein erfolgreiches Kalenderjahr 2014 zurück. Die Mainhausener Verbundgruppe verzeichnete über 70 Unternehmenszugänge und hat damit erstmalig die Marke von 800 angeschlossenen Partnern geknackt. Das WM-Jahr konnte von den SPORT 2000 Fachhändlern mit einem erfreulichen Plus von 3,9 Prozent Außenumsatz abgeschlossen werden, der Zentralregulierungsumsatz stieg um 9,2 Prozent. Der Blick in die Zukunft ist optimistisch: Neben der weiteren Expansion steht insbesondere das Forcieren innovativer Konzepte zur Unterstützung der Fachhandelspartner im Fokus der Verbundgruppe.**

„Wir sind im letzten Jahr quantitativ und qualitativ gut gewachsen“ kommentiert SPORT 2000 Geschäftsführer Andreas Rudolf den neuen Status von 805 Partnerunternehmen. Gesunde Expansion gehöre zum Ausbau einer starken Marke. „Darüber hinaus schaffen wir mit dem Gewinn neuer, wertiger Anschlusshäuser auch Synergien für die gesamte Gruppe“ begründet Rudolf die Strategie. Bis Ende 2016 wolle man den Stand von 900 Partnerunternehmen erreichen. „Die positive Entwicklung ist das Ergebnis der frühen Ausrichtung auf die besonderen Marktentwicklungen im Sportfachhandel und dem Angebot innovativer Formate. Mit dem konsequenten Ausbau dieser wollen wir auch zukünftig das Richtige zur richtigen Zeit anbieten“, so der Verbandsmanager.



# SPORT 2000

## Presseinformation

### Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

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

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 05.02.2015

### **SPORT 2000: Auch das Dach für Spezialisten**

Bereits seit Jahren ist SPORT 2000 mit den Outdoor Profis, Running-Experten und Teamsportprofis die professionelle Anlaufstelle für spezialisierte Fachhändler. „Bei der Ausrichtung auf die Märkte der Zukunft – in Form eines gezielten Ausbaus der Angebote für Spezialisten – ist die SPORT 2000 der Vorreiter der Branche. Unseren Anspruch, der Marktführer in diesem Bereich zu sein, wollen wir zukünftig noch umfassender geltend machen“, so der für die Spezialisten-Einheiten zuständige Geschäftsführer Hans-Hermann Deters. Ziel sei es, die besonderen Anforderungen der Spezialisten durch ein passgenaues Leistungsportfolio noch besser bedienen zu können.

Hierfür wurden im letzten Jahr zusätzliche Ressourcen geschaffen und mit der LAUF-PROFIS Sport GmbH sogar eine neue Tochtergesellschaft gegründet. Unter der Führung von Jörg Seifert und der Unterstützung seines Teams werden die angeschlossenen Spezialisten dadurch noch intensiver betreut und beraten. In den Reihen der SPORT 2000 befinden sich aktuell 67 LAUF-PROFI-Partner. Dazu gehören Mitglieder der Running First Gruppe genauso wie LEX Laufexperten und Laufspezialisten, die keiner der beiden Gruppen angeschlossen sind. Auch bei den LAUF-PROFIS stehen die Zeichen auf Expansion: Zukünftig soll die Anzahl der hier betreuten Fachhändler auf über 100 anwachsen.

Für Geschäftsführer Deters liegt die Zukunft jedoch nicht allein in der Sortiments-spezifischen Spezialisierung: „Wichtig ist, dass wir weiterhin offen für neue Vertriebswege sind und unsere Kompetenzen kontinuierlich ausbauen. Nur so gelingt es uns auch zukünftig, zu gestalten, anstatt zu reagieren.“



**SPORT 2000**

## Presseinformation

### Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

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

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 05.02.2015

Dank dieses Verständnisses wurden bereits in 2013 neue strategische Schlüsselbereiche definiert, um mit einem bedarfsgerechteren Dienstleistungsangebot noch besser auf die heterogene Partnerstruktur eingehen zu können. Auch damit sei die Begehrlichkeit des Verbandes deutlich gestärkt worden. „Unsere Offenheit und das Angebot für neue Formate macht uns auch für Distanzhändler attraktiv. Bereits heute gehören im Sport marktführende und qualitativ hochwertig positionierte Online-Spezialisten zur SPORT 2000, die einen wesentlichen Beitrag zu unserem Erfolg leisten“, erläutert Andreas Rudolf.

### **Eine Plattform, viele Möglichkeiten: Schuhe.de**

Zu den innovativen Leistungen und Angeboten der Mainhausener gehört auch die Plattform [schuhe.de](http://schuhe.de). Diese schafft eine kanalübergreifende Präsentation des Warenangebots durch Sichtbarkeit im Internet und gleichzeitiger Integration des zugehörigen stationären Einzelhändlers. Für den SPORT 2000 Marketingverantwortlichen Hans Allmendinger die perfekte Möglichkeit, den stationären Fachhandel vor Ort mit der Online-Welt zu verbinden: „Mit der Einbindung der Handelspartner auf [schuhe.de](http://schuhe.de) werden die Warenwirtschaftssysteme der Händler mit den zentralen Systemen verknüpft, um so in Echtzeit die aktuell verfügbaren Produkte im Geschäft auch online zu zeigen. Durch diese Verknüpfung von [schuhe.de](http://schuhe.de) mit [sport2000.de](http://sport2000.de) und den Händler-Websites gewinnen die digitalen Schaufenster der Fachhändler an Reichweite und ermöglichen den SPORT 2000 Partnern eine bestmögliche Nutzung des ROPO (Research Online Purchase Offline)-Effekts. Unsere Partner dort in der Breite zu platzieren und ihnen damit eine



**SPORT 2000**

## Presseinformation

### Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

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

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 05.02.2015

unkomplizierte und effiziente Multi-Channel-Lösung zu bieten, ist eines unserer aktuellen Fokusthemen.“

### **Die zwei Gewinner der WM: SPORT 2000 und adidas**

„Als Ausstatter der beiden Finalteams konnte adidas während der Weltmeisterschaft nachhaltige Impulse setzen und ist in Sachen WM als klarer Sieger ‚vom Platz gegangen‘“, so das Fazit von Andreas Rudolf bei der Betrachtung der Spitzenpositionen des SPORT 2000 Lieferantenrankings. Die Herzogenauracher hätten auch bei der Lieferung der 4-Sterne-Trikots „einen sehr guten Job gemacht“ und die Trikots so schnell in den Handel gebracht, wie sie es möglich machen konnten. „Davon haben auch unsere Partner profitiert: Fast jedes vierte aller verkauften Trikots ging über eine SPORT 2000 Ladentheke“, so Rudolf begeistert.

Für die weiteren Platzierungen zeichnet sich die in der Vergangenheit bereits eingeschlagene Richtung weiter ab: Die Lieferanten für den „Dauerläufer“ Running Asics und Brooks etablieren bzw. entwickeln sich deutlich positiv. Im Outdoorbereich gewinnen auf der Suche nach Neuem vor allem Marken mit innovativen Kollektionen, die Umsätze einstiger „Platzhirsche“ hingegen entwickeln sich negativ.

Darüber hinaus sei zu beobachten, dass die großen Marken sich immer weniger an den Bedürfnissen des Fachhandels orientieren und ihre eigenen Wege gehen. „Die Partnerschaft mit den großen Industriepartnern lebt sich immer weiter auseinander. Seien es die eigenen Stores, die Fokussierung auf wenige Großstädte oder preisaggressive Aktionen auf ihren Onlineseiten – um nur ein paar Beispiele zu nennen. Auf die zunehmenden Geschäfte am Fachhandel vorbei müssen wir



**SPORT 2000**

## Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

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

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 05.02.2015

reagieren. Unsere Antwort muss es sein, Umsätze und Anteile der Order sinnvoll, aber bewusst zu verlagern und den Fachhandel so unabhängiger zu machen“ fordert Geschäftsführer Rudolf auf.

### **Skimarkt: Ohne Schnee nichts - mit Schnee heißbegehrt!**

War das Resümee zum Wintermarkt im letzten Jahr „durchwachsen“ und „nicht unzufrieden“, so hat sich die Situation 2014/2015 im Vergleich dazu leicht negativ entwickelt. Die dritte Saison in Folge kämpft der Skimarkt gegen den gleichen Gegner: Das milde Wetter. „Die Abhängigkeit vom Schnee ist im Skimarkt brutal. Wie gefragt der Sport aber nach wie vor ist, zeigen die paar Tage, an denen das Wetter mitgespielt hat“, räumt Geschäftsführer Rudolf ein. Umso wichtiger sei es dem Verband gewesen, aufmerksamkeitsstarke Impulse am Markt für den Skisport zu setzen und das Beste aus den vorgegebenen Wetterbedingungen zu machen. „Leider können wir nicht für Schnee sorgen. Was wir aber können, ist Programme zu entwickeln, die unsere Partner auch in solch einem Winter stärken“, erläutert Rudolf.

So zeichnete sich der Skischuh-Bereich, insbesondere durch das Thema Bootfitting, bereits im letzten Jahr als richtiges und wichtiges Thema ab. SPORT 2000 nahm dies zum Anlass, Bootfitting mit einer breiten Kampagne bei Wintersport-Partnern prominent zu platzieren und damit in den Fokus der Kunden zu rücken. Darüber hinaus wurde mit dem Trendhouse Marketing- und Konditionenpaket, bei dem ein Merchandising-Team die Schaufenster gestaltete, bei rund 100 Händlern ein einheitlicher, attraktiver Produktauftritt ermöglicht.



**SPORT 2000**

## Presseinformation

**Unternehmenskommunikation**

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

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

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 05.02.2015

Auch wurde der Skitouren-Trend weiter forciert und einem breiteren Publikum näher gebracht. Stefan und Stefanie, die vielen Skifans bereits durch ihre Erklär-Videos zu den Rocker-Ski bekannt sind, begaben sich in einem Beratungs-Video mit nützlichen Tipps auf Skitour. Auch zu einem Thema abseits der Piste: Der Sicherheit beim Tourengehen. Zusammengefasst wurden die Trends und Innovationen in einem 144 seitigen Magalog. Angereichert mit spannenden, redaktionellen Themen rund um den Skisport wurde dieser über sämtliche ski-relevanten Special-Interest Printitel gestreut und damit den interessierten Endkunden zugestellt.

Wenn all diese Maßnahmen die Situation ein Stückweit entschärfen können, so können sie den fehlenden Schnee jedoch nicht gänzlich kompensieren. Die Folge: Die Liquidität steckt teilweise noch im Lager, während bereits die Rechnungen der Frühjahr- und Sommerware eingehen. Für diese Fälle bietet SPORT 2000 den Partnern, neben der Wintervaluta bis Ende Januar für Magalog-Teilnehmer, zur finanziellen Unterstützung die Sonderaktion „Saisonlinie“ an. Dank eines verbesserten Zinssatzes können sie nicht nur zu besonders günstigen Konditionen ihre Zahlungsziele bis zu 90 Tage verlängern, sondern auch von einem erhöhten Rahmen der Saisonlinie profitieren. Damit verschaffen Sie sich zusätzliche Liquidität, um weiterhin aktiv am Markt zu agieren.

### **Mehr Wert aus dem Mehrwert machen**

Prognosen, die dem Sportfachhandel nur sehr geringe Wachstumsraten zuschreiben, werde man in Mainhausen proaktiv begegnen und zum Anlass nehmen, den darin abgezeichneten Trends entgegen zu wirken. „Wir wollen diesen Prognosen trotzen – insbesondere indem wir uns darauf fokussieren, die Partner vor



# SPORT 2000

## Presseinformation

### Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

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

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 05.02.2015

Ort dabei zu unterstützen, ihren Kunden einen echten Mehrwert zu bieten. Die Stärken der SPORT 2000, das was unsere Händler auszeichnet, voll auszuspielen und damit Kunden für sie zu begeistern und an sie zu binden, ist das Ziel unserer Maßnahmen“ beschreibt Andreas Rudolf das Vorhaben.

### **Die SPORT 2000 Markenausrichtung: Von Sportler zu Sportler**

Als übergeordnetes Konzept sollen die SPORT 2000 Werte „AUTHENTISCH, PERSÖNLICH, INNOVATIV und PROFESSIONELL“ für Kunden erlebbar gemacht werden. „Markenpräsenz alleine führt nicht zum Erfolg. Die Werte einer Marke müssen vielmehr gelebt werden, damit Kunden sie auch in Verbindung mit einem Leistungsversprechen bringen“, erläutert Allmendinger. SPORT 2000 Partner haben durch ihre starke Verankerung vor Ort oft eine persönliche Beziehung zu ihren Kunden: Sie wissen, welchen Sport ihre Kunden wo machen und können in ihrer Beratung gezielt auf dieses Wissen zurückgreifen. Zudem sind oder waren SPORT 2000 Partner häufig aktive Sportler und wissen, wovon sie sprechen, wenn sie etwas empfehlen. Das schafft partnerschaftliches Vertrauen, welches sich durch eine emotionale Qualität auszeichnet und aus dem örtlichen Geschäft mehr als nur ein Ladenlokal macht. Denn SPORT 2000 Partner – beraten, empfehlen, hören zu – wie ein Sportler zu Sportler. Die Konsequenz für die SPORT 2000 Markenausrichtung: Diese Positionierung wird zum neuen Claim: Von Sportler zu Sportler. Damit dieser auch für Kunden erlebbar gemacht wird, hat SPORT 2000 konkrete Aktivierungsmaßnahmen geplant. Unter anderem wird es 2015 einen Imagetrailer geben, der die Begeisterung für den Sport und die Beratungskompetenz der Mitarbeiter vor Ort authentisch in Szene setzt.



**SPORT 2000**

## Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

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

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 05.02.2015

### **Gute Argumente sichtbar machen: Mit BUY LOCAL**

Die guten Argumente des stationären Fachhandels, Service, Beratung und ein persönliches Einkaufserlebnis, sollen Kunden durch die Kooperation mit BUY LOCAL aufgeführt werden. BUY LOCAL ist ein Verein, der als Initiative zu verstehen ist, die als Impulsgeber Akzente in der Öffentlichkeit setzt und soziale Netzwerke fördert. Bereits rund 80 SPORT 2000 Partner sind der Gemeinschaft bereits beigetreten. Gemeinsam mit BUY LOCAL möchte SPORT 2000 die Partner dabei unterstützen, die starke und positive öffentliche Wahrnehmung der qualitätsorientierten Einzelhändler zu steigern und das Bewusstsein der Kunden bei ihrer Kaufentscheidung zu schärfen. Geschäftsführer Rudolf ist ein großer Befürworter des Projekts: „Der deutsche Mittelstand ist das Rückgrat der Wirtschaft – als solches wollen wir auch wahrgenommen werden. Mit dem Engagement bei BUY LOCAL wollen wir dieses Thema 2015 weiter angehen und ausspielen.“

### **Persönlich und gezielt**

Ob Prospekte, Newsletter oder Werbung im Fernsehen – über diverse Kanäle erhalten Kunden ständig Informationen, was bei ihnen zu einer Informationsüberflutung führt. „Umso wichtiger ist es, in einen direkten, persönlichen Dialog mit den Kunden zu treten“, rät Hans Allmendinger. „Denn der Faktor ‚Persönlichkeit‘ weist im Medienschwungel die höchste Qualität auf und sorgt für die Aufmerksamkeit der Kunden. Die Wichtigkeit der gezielten Ansprache ihrer Stammkunden und was es bedeutet, Kunden zu Freunden zu machen, haben wir unseren Partner in 2014 im Rahmen einer Direct Marketing Roadshow an fünf Standorten aufgezeigt“, erläutert Allmendinger weiter. Auch in 2015 werde man





**SPORT 2000**

## Presseinformation

**Unternehmenskommunikation**

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

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

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 05.02.2015

insbesondere auf Direct Marketing Maßnahmen setzen, um die angeschlossenen Partner im Kunden-Beziehungsmanagement zu stärken.

Das Ziel dieser Bemühungen: Eine Steigerung der Frequenz beim Partner vor Ort. Gezielte Maßnahmen und Rückschlüsse auf die Wahrnehmung dieser lassen sich jedoch erst erarbeiten, wenn der Erfolg für die Partner, sprich eine verbesserte Frequenz, auch gemessen werden kann. Um die Möglichkeiten, die das Direct Marketing bietet, voll auszuschöpfen und dessen Erfolg objektiv messbar zu machen, bietet SPORT 2000 den Anschlusshäusern ein Angebot zur Installierung eines Frequenzmessers an. „Je besser unsere Partner die Gewohnheiten ihrer Kunden kennen, desto besser können sie sie auch ansprechen und ihnen passgenaue Angebote machen. Darüber hinaus kann die Nutzung eines Frequenzmesser auch die Personalplanung unterstützen – denn das richtige Personal zur richtigen Zeit im Geschäft zu haben ist letztendlich auch eine Form des Direct Marketing“, erläutert Marketingfachmann Hans Allmendinger.

### **Die Extrameile gehen**

Ist der Kunde im Geschäft, gilt es, ihn auch vor Ort zu begeistern und mit ihm in persönlichen Kontakt zu treten. Denn hier liegt der große Vorteil stationärer Händler: Sie haben ein Gesicht und sind direkt und wirklich für ihre Kunden da. Um dieses Alleinstellungsmerkmal voll auszuschöpfen, hat SPORT 2000 gemeinsam mit der Hutner Training AG das Profilierungsprogramm „Gastgeber sein“ entwickelt und es den Partnern erstmals während der Regionaltagungen Ende 2014 präsentiert. In Form von Workshops und Maßnahmen werden die teilnehmenden Unternehmen in einem zweijährigen Entwicklungsprogramm dabei unterstützt, ihr Geschäft zu einer



**SPORT 2000**

## Presseinformation

Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

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

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 05.02.2015

einzigartigen Einkaufsstätte zu entwickeln, die Kunden mit ihren individuellen Stärken, ihrer Authentizität und ihrer außergewöhnlichen Kundenorientierung begeistert. „Die Seminarreihe Gastgeber sein rundet unsere geplanten Maßnahmen perfekt ab. Unseren Partnern geben wir damit richtig gute Werkzeuge an die Hand, um sich nachhaltig für die Zukunft aufzustellen“, so das Fazit von Andreas Rudolf.

### **Farbe bekennen mit Green & Fair**

Nachhaltige Produkte am Point of Sale für Kunden sichtbar zu machen ist das erklärte Ziel der internationalen Initiative „Please wear Green & Fair“. Bereits im letzten Jahr hatte SPORT 2000 angekündigt, diese im Herbst 2015 im Rahmen des bekannten Konzepts „Green & Fair“ umzusetzen. Neben dem etablierten Umweltlabel bluesign®, das die Produktionsabläufe in der Textilveredelung bewertet und optimiert, konnte nun auch die Fair Wear Foundation (FWF) für die Initiative „Please wear Green & Fair“ gewonnen werden. Als unabhängige, gemeinnützige Organisation, die mit Unternehmen und Fabriken arbeitet, um die Arbeitsbedingungen für die Bekleidungsindustrie zu verbessern, steht die FWF für Glaubwürdigkeit in puncto soziale Nachhaltigkeit. Marken-Partner der Initiative sind zwei Unternehmen mit besonders großem Umweltbewusstsein: VAUDE und Haglöfs. Deren Nachhaltigkeits-Bemühungen werden ab Herbst auch für Konsumenten eindeutig erkennbar gemacht – mit aufmerksamkeitsstarken Hang-Tags am Produkt – die auf sympathische Art die Botschaft der Initiative transportieren. Damit wird nicht nur der Blick auf die nachhaltigen Produkte gelenkt, sondern diese werden auch gezielt gefördert. Teilnehmende Partner vor Ort erhalten zur Kampagnen-Unterstützung ein umfassendes POS-Paket, das für Aufmerksamkeit und Interesse beim Kunden sorgen wird.



# SPORT 2000

## Presseinformation

### Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

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

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 05.02.2015

Anlage: SPORT 2000 Lieferantenranking 2014

### Über SPORT 2000:

SPORT 2000 ist ein führender Handelsverbund im europäischen Sportmarkt. Die SPORT 2000 Deutschland GmbH erwirtschaftete in 2014 einen Jahresumsatz von rund 1,67 Milliarden Euro. Das Unternehmen zählt damit zu den erfolgreichsten Einkaufs- und Marketing-Kooperationen im deutschen und europäischen Sportfachhandel. Über 800 selbstständige Fachhändler mit knapp 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: Von Sportler zu Sportler.

### Direkter Kontakt bei SPORT 2000:

SPORT 2000 Deutschland GmbH

Sandra Hummel

Tel. 06182/928 – 5490

E-Mail: [sandra.hummel@sport2000.de](mailto:sandra.hummel@sport2000.de)



## Presseinformation

### Unternehmenskommunikation

Hans Allmendinger / Sandra Hummel

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

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

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

<http://www.sport2000.de>

Mainhausen, den 05.02.2015

## TOP 20 Lieferanten - Ranking 2014

Lieferant	Umsatz- Entw. 2014	Rang 2014	Rang 2013	Rang 2012
adidas	↗	1	1	1
Nike	↗	2	2	2
<u>Asics</u>	↗	3	3	4
Salomon	→	4	5	6
Puma	↘	5	4	3
Jako	↗	6	6	7
<u>Jack Wolfskin</u>	↘	7	7	5
<u>Campagnolo</u>	↗	8	10	18
<u>Lowa</u>	↗	9	8	8
<u>Erima</u>	↗	10	13	11

Lieferant	Umsatz- Entw. 2014	Rang 2014	Rang 2013	Rang 2012
<u>Schöffel</u>	↗	11	11	10
Meindl	↗	12	14	12
<u>Vaude</u>	→	13	9	13
<u>Fjällräven</u>	↗	14	19	27
<u>Icepeak</u>	↗	15	15	21
Brooks	↗	16	17	19
Mammut	↘	17	12	9
<u>Salewa</u>	↗	18	26	23
The North Face	↘	19	16	15
Deuter	↗	20	27	25

