PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
Sandra Hummel
T +49 61 82 / 928 - 54 90
sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 8. März 2022

SPORT 2000 baut Spitzenposition im deutschen Sportmarkt weiter aus

SPORT 2000 erreicht erneut absolute Höchstmarken und setzt den eingeschlagenen Wachstumskurs der vergangenen Jahre ungebrochen fort. Sowohl das abgerechnete Einkaufsvolumen als auch die Außenumsätze der angeschlossenen Partnerunternehmen haben SPORT 2000 im Jahr 2021 in Deutschland das beste Ergebnis in der Unternehmensgeschichte eingebracht. SPORT 2000 verteidigt damit die bereits 2019 eingenommene Position als klare Nummer 1 der Sport-Verbundgruppen in Deutschland.

Der zentralregulierte Umsatz von SPORT 2000 wurde 2021 im Vergleich zum Vorjahr um 7,2 Prozent gesteigert und erreicht mit einem Volumen von 1,04 Milliarden Euro eine neue Höchstmarke, die auch die bereits hohen Werte aus der vor-Corona-Zeit übertreffen.

Mit dieser Spitzenposition und den Bestmarken sieht sich SPORT 2000 nicht nur als größte, sondern auch als wirtschaftlich erfolgreichste Verbundgruppe für Sport in Deutschland.

Außenumsatz auf Rekordniveau

Im letzten Jahr wurde ein Außenumsatz von 2,77 Milliarden Euro über den Warenverkauf der SPORT 2000 Partner generiert. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies ein Plus von 29 Prozent.

PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
Sandra Hummel
T +49 61 82 / 928 - 54 90
sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 8. März 2022

Für SPORT 2000-Geschäftsführer Hans-Hermann Deters ist diese Entwicklung das Ergebnis einer über viele Jahre konsequent umgesetzten strategischen Neuausrichtung: „*Wir haben uns sehr früh – als die Handelsstrukturdynamik mit der Abschmelzung mittelständischer Handelsbetreibe über alle Branchen hinaus bereits im vollen Gange war – diesem Trend entgegengestellt und neue Potenziale, insbesondere im spezialisierten Sporthandel wie auch im digitalen Sports Retail, identifiziert. Unsere Strategie, den unterschiedlichen Handelsformaten wie auch Spezialisierungskonzepten passgenaue und individuelle Leistungen anzubieten, hat viele Sportfachhändler überzeugt und zu unserem starken Wachstum beigetragen.*“

Mit diesem Weg konnte SPORT 2000 in einem sehr wettbewerbsintensiven Umfeld seit 2014 über 600 neue Handelspartner für den Verbund gewinnen und damit ein Wachstum im zentralregulierten Einkauf von rund 80 Prozent erreichen. Während der Sportmarkt nach Zahlen des Instituts für Handelsforschung (IFH) in einer vergleichbaren Periode um jährlich durchschnittlich 3,3 Prozent gewachsen ist, konnte SPORT 2000 den Markt im Zeitraum von 2013 bis 2021 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 7,41 Prozent p.a. deutlich schlagen. In der vor-Corona-Zeit (2013-2019) liegt die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate sogar bei 10,05 Prozent. „*Diese Entwicklung ist kein Zufall, sondern die Konsequenz richtiger Entscheidungen, konkret, die Verbundgruppe auf drei zukunftsfähige Säulen auszurichten. Gerade in Pandemie-Zeiten hat sich die daraus*

PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
Sandra Hummel
T +49 61 82 / 928 - 54 90
sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 8. März 2022

entwickelte ausgewogene Händlerstruktur als Garant der wirtschaftlichen Stabilität erwiesen und sogar für weiteres Wachstum gesorgt", stellt Hans-Hermann Deters heraus. Dieses Wachstum über viele Jahre hat zu einer wirtschaftlichen Stabilität und Stärke geführt, die SPORT 2000 auch in der Pandemiezeit in die Lage versetzt hat, 2021 signifikant in strategisch wichtige Marktsegmente zu investieren. Hierzu zählt u.a. die vollständige Übernahme der outdoor-profi GmbH in 2021 wie auch ein deutliches Invest in die Teamsport Division mit dem jeweiligen Ausbau der Leistungsbausteine für den Handel. „*Als SPORT 2000 Töchter agieren diese Divisions in eigenständigen Rechtsgesellschaften, was unsere ehrgeizigen Ziele im 5-Länder-Verbund für diese Kategorien unterstreicht", so Deters weiter.* Co-Geschäftsführerin Margit Gosau ergänzt: "*Die Investments in die Digitalisierung als auch die zukunftsrelevante Weiterentwicklung unserer Vollsortimenter zu Multi Category Spezialisten über das neu eingeführte Club- und ClubHouse Konzept untermauern die Stärke der SPORT 2000, auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten, entsprechende Investments für die Zukunftssicherung unserer Händler tätigen zu können*."

Partner-Entwicklung 2021

Mit dem Gewinn und der Übernahme neuer Partner bleibt die Anzahl der Handelspartner mit 974 Unternehmen und 1.527 Verkaufsstellen auf dem hohen Niveau der Vorjahre. „*Der dennoch starke Anstieg im ZR-Volumen ist der Tatsache geschuldet, dass es sich bei den zugewonnenen Unternehmen sowohl um Top-Accounts als auch teilweise*

PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
Sandra Hummel
T +49 61 82 / 928 - 54 90
sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 8. März 2022

große Filialisten handelt. Wir setzen bei unserem Wachstum uneingeschränkt auf Qualität. Schon heute sind die meisten unserer Spezialisten und auch Generalisten Leuchttürme in ihrer jeweiligen Region. Neben einem zielgruppenrelevanten Produkt-Portfolio punkten unsere Händler mit umfangreichen Services und dem SPORT 2000 typischen Human Touch in der Kundenbindung", so Margit Gosau.

Outdoor und Running weiter auf Wachstumskurs

Im Abverkauf hat 2021 insbesondere der Erlebnisbereich Outdoor bei allen Handelsformaten gewonnen. Das stationär geprägte Panel weist hier ein Plus von 14 Prozent auf. Im E-Commerce gehört diese Kategorie noch deutlicher zu den außerordentlichen Corona-Gewinnern. In Einzelfällen konnten hier erneut Zuwächse von bis zu 45 Prozent verzeichnet werden. Running konnte das hohe Niveau aus 2020 (+25 Prozent) mit einem Plus von 12,4 Prozent in 2021 weiter ausbauen. Erfreulich ist die erkennbare Erholung der Kategorien Winter- und Teamsport, die besonders unter den coronabedingten Einschränkungen von 2020 gelitten haben. Im Wintersport wurden 2021 insbesondere die Produkte aus dem Touren- und Langlaufsegment sehr gut verkauft (+ 110 Prozent), aber auch der Alpinski-Bereich konnte sich mit einem Plus von 180 Prozent in der 2. Jahreshälfte regenerieren. Nach erheblichen Einbrüchen im stationären Teamsport-Geschäft in 2020 (-29 Prozent) sind 2021 erste Nachholeffekte mit einem Plus von 23 Prozent zu erkennen.

PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
Sandra Hummel
T +49 61 82 / 928 - 54 90
sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 8. März 2022

Outdoor-Lieferanten dominieren Top 20 Ranking

Elf der Top 20 Lieferanten bei SPORT 2000 sind 2021 der Outdoor-Kategorie zuzuordnen. „*Auch diese Entwicklung ist neben dem Gewinn neuer großer Outdoor-Spezialisten auch darauf zurückzuführen, dass die Kategorie an sich zu den größten Pandemiegewinnern gehört. Insoweit haben auch die langjährigen outdoor-spezialisierten Partner-Unternehmen der SPORT 2000 sowohl stationär als online dazu beigetragen, dass diese Kategorie innerhalb der SPORT 2000 weiter an Gewicht gewinnen konnte*“, so Hans-Hermann Deters. Beispielhaft hierfür steht die Entwicklung von Patagonia – nach Platz 43 in 2019 waren sie 2020 bereits auf Platz 20 und verbessern ihre Position 2021 auf Rang 17. Erstmals unter den Top 20 sind Ortovox (Platz 15) und Garmin (Platz 19).

Organisationsform folgt der Strategie

Auch in 2022 wird die Strategie der SPORT 2000 konsequent fortgeführt und weiter investiert. Mit der Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie wurde die Organisationsform zu einer neu geschaffenen Division-Struktur umgebaut. Hierbei betreuen und bedienen die Divisions alle spezifischen Vermarktungskonzepte und Betriebsformen im 5-Länder-Verbund mit spezifischen und auf die jeweiligen Formate angepassten Leistungsbausteinen und Modulen. „*Insbesondere das formatspezifische und passgenaue Angebot hat sich als nachhaltiges Erfolgsprinzip über viele Jahre bewiesen*“, so Margit Gosau über die Beweggründe, diese Strategie auch im 5-Länder-Verbund zu forcieren. Um die hohe Markt- und Kundenorientierung dieser Divisons

PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
Sandra Hummel
T +49 61 82 / 928 - 54 90
sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 8. März 2022

sicherzustellen, investiert SPORT 2000 auch 2022 in neue Leistungen und Services. „*Die Portfoliopolitik der Divisons zielt dabei nicht nur darauf ab, unsere Marktführerschaft in relevanten Marktsegmenten wie Outdoor, Running Specialty, Teamsport oder Sneaker (Lifestyle) zu sichern und auszubauen. Wir sehen das primäre Ziel weiterhin darin, die Profitabilität und Wettbewerbsposition unserer angeschlossenen Handelspartner zu verbessern und sie als für den Konsumenten relevante Handelsformate zukunftsfähig zu positionieren*“, so Deters weiter. Die Verbundgruppe habe sich mit der Entwicklung der letzten Jahre konsequent und nachhaltig für die Zukunft aufgestellt und plane die aktuelle Spitzenposition weiter auszubauen: „*In dem Maße, wie uns die zukunftsfähige Positionierung unserer Partner bisher gelungen ist und weiter gelingen wird, baut SPORT 2000 seine marktführende Position aus und untermauert die eigene Marktrelevanz und Position gegenüber Partnern der Industrie. Der mittelständische Handel hat Zukunft - unsere Handelspartner werden dieser Zukunft mit der richtigen Struktur der SPORT 2000 entgegentreten*“, so der Ausblick von Hans-Hermann Deters.

Schwerpunktthemen für 2022: Positionierung, Spezialisierung und Digitalisierung

„Wir werden weiter daran arbeiten, unsere strategischen Handlungsfelder zur Unterstützung der Anschlusshäuser inhaltlich weiterzuentwickeln, um über diesen Weg auch in Zukunft zu wachsen“, kündigt Margit Gosau an. Insbesondere die strategischen Fokusthemen Positionierung, Spezialisierung und Digitalisierung werden mit

PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
Sandra Hummel
T +49 61 82 / 928 - 54 90
sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 8. März 2022

zahlreichen Maßnahmen und Konzepten weiter vorangetrieben. „*Wir haben uns für 2022 sehr viel vorgenommen, um unseren Branchenlead weiter auszubauen. Konkret werden wir wie in unserer Strategie verankert in diesem Jahr insbesondere daran arbeiten, die Partner mit mehreren Kategorien zu einer Einheit von Multi-Kategorie-Spezialisten zu entwickeln. Die Spezialisten möchten wir innerhalb Europas deutlich stärker vernetzen und die internationale Zusammenarbeit ausbauen. Im Bereich der Digitalisierung wird das Jahr von Maßnahmen zur Stärkung der Omnichannel-Ausrichtung geprägt sein*“, so der Ausblick von Margit Gosau zu den SPORT 2000 Schwerpunktthemen für 2022.

Anlage: SPORT 2000 Lieferantenranking 2021

LIEFERANTENRANKING 2021

Lieferant	Umsatz-entwicklung*	Rang 2021	Rang 2020	Rang 2019	Lieferant	Umsatz-entwicklung*	Rang 2021	Rang 2020	Rang 2019
Nike	→	1	1	1	Brooks	↗	11	10	14
Adidas	→	2	2	2	The North Face	↗	12	15	16
Puma	↗↗	3	3	3	New Balance	↗	13	13	11
Jako	→	4	4	4	Fjällräven	↗	14	14	13
Lowa	↗	5	7	7	Ortovox	↗↗	15	23	35
Vaude	↗	6	8	9	CMP	↗	16	12	12
Asics	→	7	5	6	Patagonia	↗	17	20	43
Meindl	↗	8	9	8	On	↗↗	18	17	21
Oberalp Gruppe	↗	9	11	18	Garmin	↗↗	19	24	27
Amer Sports	↘	10	6	5	Deuter	↗	20	18	20

*Basis: ZR-Umsätze in 2021, ↗ Δ > 5% ↗↗ Δ > 10% ↘ Δ > -5%

PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
Sandra Hummel
T +49 61 82 / 928 - 54 90
sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 8. März 2022

Über die SPORT 2000 GmbH:
Die mit einem 5-Länder-Fokus tätige SPORT 2000 GmbH gehört zu den erfolgreichsten Händlerorganisationen im Sportfachhandel. Aus dem Headquarter im hessischen Mainhausen erfolgt die Führung der zur ANWR GROUP gehörenden Länderteams Deutschland, Schweiz und Benelux. Deutschland ist die größte Länderorganisation in diesem Verbund. Rund 1.000 Partner-Unternehmen erzielten mit ihren 1.550 Sportfachgeschäften im Jahr 2021 einen Außenumsatz von rund 2,77 Milliarden Euro.

Den deutschen Markt zeichnet insbesondere die ausgewogene Händlerstruktur aus, die sowohl aus Spezialisten, Generalisten und Top Accounts/E-Commerce Partnern besteht. Mit einem passgenauen Leistungsportfolio für jede dieser Einheiten wird die SPORT 2000 GmbH den unterschiedlichen Bedürfnissen ihrer Handelspartner gerecht. Von der Unterstützung bei der digitalen Transformation, über die Warenversorgung mit den relevanten Top-Marken bis hin zu innovativen Retail-Formaten und Marketinglösungen – SPORT 2000 ist immer in Bewegung, um die angeschlossenen Händler bestmöglich zu unterstützen und weiterzuentwickeln.

SPORT 2000: Home of Experts.