# PRESSEINFORMATION

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

Mainhausen, 18.01.2022

## Start für das neue Generalisten-Konzept
### Clubs und ClubHouse lösen FREETAIL ab

**Zum Beginn des neuen Jahres geht das neue SPORT 2000 Kooperationskonzept für Generalisten in die Umsetzung. Mit diesem sollen insbesondere Partner mit mehreren Sortimentskategorien in ihrer Entwicklung zu Multi-Kategorie-Spezialisten unterstützt werden. Basis für die Teilnahme ist die Erfüllung qualitativ anspruchsvoller Standards in den entsprechenden Fokus-Kategorien. Zum Start werden diese für die Segmente Running, Outdoor, Fitness, Lifestyle in den sogenannten Clubs gebündelt und umgesetzt.**

„*Das neue Konzept ist unsere Lösung für SPORT 2000 Generalisten, um den zahlreichen Veränderungen im Sportmarkt zu begegnen und die Mehrwerte des Fachhandels gegenüber den Konsumenten konsequent auszuspielen*“, stellt SPORT 2000 Geschäftsführerin Margit Gosau heraus. Als zentrale Elemente zielt das Konzept darauf ab, die Exzellenz des Händlers herauszustellen, das Einkaufserlebnis aufzuwerten und verlässliche Partnerschaften mit der Industrie auszubauen.

**Die Clubs**

Das Club-Konzept stärkt die Generalisten und sorgt für zukunftsfähigen Retail. Über eine gezielte Sortiments-Profilierung werden Stärken und Qualitäten herausgearbeitet. Dies führt zu einer klar erkennbaren

# PRESSEINFORMATION

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

Mainhausen, 18.01.2022

Positionierung des SPORT 2000 Partners und einer Steigerung der Relevanz beim Endverbraucher. Die jeweiligen Clubs sind sortimentsorientiert und bieten Leistungsbausteine aus den Bereichen Einkauf, Marketing, Fläche und Personal. Darüber hinaus werden die Interessen der Club-Teilnehmer gegenüber der Industrie gebündelt von SPORT 2000 vertreten.

„*SPORT 2000-Club-Mitglieder sind eine schlagkräftige Einheit und zeigen ein hohes Maß an Verbindlichkeit. Gegenüber der Industrie bilden die teilnehmenden SPORT 2000-Partner eine attraktive und kampagnenfähige Gruppe an Händlern – eben die SPORT 2000 Clubmitglieder*“, erklärt Margit Gosau.

**Einstieg ins ClubHouse erfolgt über die Clubs**

Club-Teilnehmer, welche die Kriterien in mindestens zwei Clubs erfüllen, qualifizieren sich durch diese Profilierung für das sogenannte ClubHouse, welches ihnen ein exklusives und ganzheitlich aufgesetzten zusätzliches Leistungsportfolio bietet. Hierzu gehören u.a. der Zugriff auf ein attraktives Basispaket als wettbewerbsstärkende Grundausstattung. Das Leistungsspektrum ist entsprechend der strategischen Schwerpunktthemen individuell konfigurierbar – bestimmt wird dieses durch die Betonung der Marktpositionierung, Profilschärfung, Vernetzung und Endkundenfokussierung.

Bei der Ausarbeitung des Konzepts konnte SPORT 2000 auf die Erfahrung der erfolgreichen Entwicklung der SPORT 2000 Spezialisten-

# PRESSEINFORMATION

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

Mainhausen, 18.01.2022

Formate zurückgreifen. „*Die Spezialisten sind bereits sehr klar profiliert, wodurch sie ihre Relevanz beim Konsumenten und der Industrie stärken. Das neue Club und ClubHouse-Konzept bieten den Generalisten nun die Möglichkeit, sich in ihren Fokus-Kategorien als Performance-Anbieter zu positionieren und darüber hinaus wertvolle Leistungsbausteine zur Sicherung wichtiger Wettbewerbsvorteile von SPORT 2000 zu beziehen*“, so Gosau.

Mit der Einführung von ClubHouse wurde das 2013 eingeführte Generalisten-Kooperationskonzept FREETAIL abgelöst. Bereits 115 Generalisten haben sich bisher für die Teilnahme an mindestens einem Club qualifiziert.

**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. 990 Partner-Unternehmen erzielten mit ihren 1.550 Sportfachgeschäften im Jahr 2020 einen Außenumsatz von rund 2,14 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: Von Sportler zu Sportler.