



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

Sandra Hummel

T +49 61 82 / 928 - 54 90

sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 6. Mai 2022

„Home of Experts“: SPORT 2000 launcht neuen Claim und startet internationale Markenkampagne

SPORT 2000 nutzt auch in Deutschland ab sofort den neuen Brand Claim „Home of Experts“, der im Rahmen einer internationalen Markenkampagne länderübergreifend eingeführt wird. Mit diesem soll die Positionierung der SPORT 2000 Partner weiter geschärft und die Markensichtbarkeit von SPORT 2000 gestärkt werden.

SPORT 2000 als das Zuhause für alle Sportler

Egal ob Spezialist, Generalist, stationär oder online – SPORT 2000 ist die Heimat für den kompetenten Sportfachhandel. Über die angeschlossenen Handelspartner erhalten Sportlerinnen exzellente individuelle Beratung und alles, was sie für ihren Sport benötigen. Dabei stehen SPORT 2000 Partner vor allem auch für ihre große Leidenschaft und die persönliche Beratung auf Augenhöhe. „Bei SPORT 2000 kommen Human Touch und Expertenberatung zusammen. Beide Faktoren in Kombinationen schaffen einen Ort zum Wohlfühlen und Verweilen, so wie das Gefühl von zu Hause. Deshalb passt der neue Claim perfekt zu unserer Positionierung und dem Alleinstellungsmerkmal unserer Partner“, erklärt SPORT 2000 Bereichsleiter für Marketing, Kommunikation und E-Com, Michael Kuhls.

Die Einführung des neuen Claims erfolgt im Rahmen einer internationalen Dachkampagne. Unter Berücksichtigung landestypischer



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

Sandra Hummel

T +49 61 82 / 928 - 54 90

sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 6. Mai 2022

Besonderheiten wird die zentrale Botschaft des neuen Logo-Zusatzes durchgängig in den zugehörigen Ländern umgesetzt. „Damit erhöhen wir die Sichtbarkeit der Marke SPORT 2000 und dem, was sie verspricht, über die Ländergrenzen hinaus“, stellt Margit Gosau, Geschäftsführerin der SPORT 2000 GmbH und von SPORT 2000 International heraus.

Marketingpaket für starke Sichtbarkeit

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen die beiden Headlines „Welcome Home“ und „Home of...“. In sämtlichen Werbemaßnahmen, die SPORT 2000 in Deutschland ab sofort auf den Weg bringt, wird diese Botschaft Kategorie-übergreifend integriert. Den Anfang macht die große Outdoor-Kampagne „Mission Outdoor“, die zu „Home of Mission Outdoor“ umbenannt wird. „In Anlehnung an die Internationalität der Kampagne setzen wir den Begriff ‚Home of‘ in Kombination mit Sport-Statements in deutscher Sprache ein. Mit diesem Bruch wollen wir einen bewussten Reiz setzen, der für Aufmerksamkeit sorgt und die Aussagen hinter dem ‚Home of‘ zusätzlich verstärkt“, erklärt Kuhls.

Neben der Integration in die großen, bereits bestehenden Kampagnen stellt SPORT 2000 den Partnern zum Kampagnenstart ein umfangreiches Marketingpaket für Social Media zur Verfügung. Ob „Home of Fitbleiben“, „Home of Bestzeit“, „Home of Gipfelstürmen“, „Home of Teamgeist“ oder „Home of Piste-rocken“ – für jede Händler-Ausrichtung stehen entsprechende Vorlagen zur Kommunikation des neuen Claims bereit. „Die Stärke der Kampagne ist die Vielseitigkeit,



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

Sandra Hummel

T +49 61 82 / 928 - 54 90

sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 6. Mai 2022

ohne dabei an Profil zu verlieren. Emotion, Sport-Authentizität und Beratungskompetenz kommen für alle Kategorien zum Ausdruck und bringen auf den Punkt, was SPORT 2000 besonders macht und von allen anderen absetzt. Wir freuen uns, damit einen wichtigen Meilenstein im Rahmen unseres strategischen Ziels erreicht zu haben, unsere Marke noch klarer zu positionieren“, so Kuhls abschließend.

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.