



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

Sandra Hummel

T+49 61 82 / 928 - 54 90

sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 24.01.2023

SPORT 2000 erneut mit Rekordergebnissen

SPORT 2000 setzt den eingeschlagenen Wachstumskurs der letzten Jahre fort und schließt 2022 wieder mit einem Rekordergebnis ab. Mit einem Plus von 22 Prozent im Einkaufsvolumen wurde ein neuer Spitzenwert beim konsolidierten Außenumsatz der deutschen Handelspartner von 3,31 Milliarden Euro erreicht. Das historische Ergebnis von 2021 wird somit nochmal deutlich übertroffen. Der Außenumsatz im 5-Länder-Verbund (Deutschland, Schweiz und Benelux) liegt bei 4,35 Milliarden Euro.

„Die erneute Bestätigung unserer führenden Position als Sport-Verbundgruppe in Deutschland ist vor allem auf die konsequente Umsetzung unserer zukunftsorientierten Strategie zurückzuführen“, kommentiert SPORT 2000 Geschäftsführer Dominik Solleder die Ergebnisse. Dahinter steckt die Fokussierung auf die drei strategischen Handlungsfelder Positionierung, Spezialisierung und Digitalisierung.

„Mit zahlreichen Maßnahmen und handelsnahen Konzepten ist es uns auch 2022 wieder gelungen, neue qualitätsorientierte und umsatzstarke Partner von unseren Leistungen zu überzeugen“, so Geschäftsführerin Margit Gosau weiter. Die Anzahl der Anschluss Häuser liegt mit 998 Unternehmen und 1.522 Verkaufsstellen auf dem hohen Niveau der Vorjahre.

Nachholeffekte im Teamsport und bei Alpinski

Die größten Zuwächse im Umsatz sind in den Kategorien Teamsport (+38,7 Prozent) und Ski Alpin (+73,8 Prozent) zu verzeichnen. „Die große Steigerung im Teamsport beruht unter anderem auf Nachholeffekten nach den schwächeren Corona-Jahren. Ohne die Lieferprobleme im Fußballschuh-Bereich, wäre der Wachstumseffekt noch deutlicher ausgeprägt“, so die Einschätzung von SPORT 2000 Geschäftsführer Dominik Solleder.



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

Sandra Hummel

T+49 61 82 / 928 - 54 90

sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 24.01.2023

Ähnlich lautet auch Margit Gosaus Begründung in der Alpinski-Kategorie: „Das hohe Plus ist auf coronabedingte Effekte zurückzuführen, weil der Winter 2021 kaum stattgefunden hat. Während zu der Zeit Langlauf- und Tourenski besonders gefragt waren, sind bei geöffneten Liften Alpinski wieder auf dem Vormarsch.“ Der Bereich Sportstyle verzeichnet ebenfalls ein zweistelliges Plus von 24,5 Prozent. „Trotz aller Krisen sowie Allokations- und Limitierungsthematiken verschiedener Lieferanten bleibt die Nachfrage nach Sneakern ungebrochen, und die Händler haben es geschafft, die hohen Wachstumsraten beizubehalten“, so Dominik Solleder.

Running, Fitness und Outdoor ohne Sondereffekte

Nach den enormen coronabedingten Vorlagen aus den Vorjahren verzeichnet Outdoor im Abverkauf nach wie vor ein leichtes Plus von 3,4 Prozent, Running ein leichtes Minus von 5,7 Prozent und Fitness einen Rückgang von 2,7 Prozent. „Die Zahlen zeigen, wie sehr die Kategorien in den Vorjahren von Corona profitiert haben. Running, Outdoor und Fitness als Individualsportarten waren für viele Konsumenten die Lösung, um sich während geschlossener Fitnessstudios und abgesperrter Sportplätze gesund und fit zu halten. Mit dem Rückgang der Beschränkungen pendeln sich diese Erlebnisreiche nun wieder auf hohem Niveau ohne Sondereffekte ein“, erklärt Margit Gosau die Entwicklung.

Ausblick 2023 – spannend und herausfordernd

Im Angesicht volatiler Rahmenbedingungen, schwer kalkulierbarer Umsätze, fragiler Lieferketten und einem kaum einschätzbaren Konsumklima steht der Handel vor einer schwierigen Ordersituation. Trotz dieser Herausforderungen blickt SPORT 2000 mit großer Zuversicht auf 2023. Dominik Solleder sieht im Sportbereich jedoch einen großen Vorteil gegenüber anderen Branchen: „Die letzten Jahre haben gezeigt, wie resilient unsere Branche ist. Sport ist für die Menschen nach wie vor ein hohes Gut, auf das sie nicht verzichten wollen.“



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

Sandra Hummel

T+49 61 82 / 928 - 54 90

sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 24.01.2023

„Aktive Bewegung bietet einen wichtigen Ausgleich für Körper und Seele und hilft beim Umgang mit den belastenden Themen unserer Zeit. Das beste aktuelle Beispiel hierfür sind die stark besuchten Skigebiete trotz stagnierender Wirtschaftslage.“

Zukunftsthemen als Wachstumstreiber

„Für 2023 erwarten wir ein Wachstum von bis zu 8 Prozent“, wagt Margit Gosau eine Prognose. Dieses soll insbesondere durch den zusätzlichen Gewinn starker Partner und die gezielte konzeptionelle Unterstützung der Partnerunternehmen erreicht werden. „Wesentlich wird hier die weitere Expansion und Internationalisierung der ABSOLUTE-Formate für Spezialisten sein. Mit ABSOLUTE TEAMSPORT sind wir derzeit mit 23 Stores in 6 Ländern vertreten. Ende 2023 sollen es 35 Standorte in 9 Ländern sein. Bei ABSOLUTE RUN soll die Anzahl der Stores von 9 auf 12 erhöht werden – auch hier sind insbesondere Eröffnungen im europäischen Ausland geplant“, so der Ausblick von Solleder.

Im Bereich Positionierung der Mitgliedsunternehmen arbeitet SPORT 2000 intensiv an der strategischen und konzeptionellen Weiterentwicklung der Multi-Category-Retailer. In diesem Zusammenhang investiert SPORT 2000 in eine Erweiterung des Konzept-Portfolios zur Unterstützung der Handelspartner mit zukunftsweisenden Retail-Formaten. Die Aufwertung der Standorte und deren Digitalisierung unter dem Begriff „elevated retail“ ist eines der wichtigsten Projekte von SPORT 2000 bis 2025. Damit verbunden ist die Stärkung der Marke und der strategischen Strahlkraft von SPORT 2000 mit einer internationalen „One SPORT 2000“-Ausrichtung.

„Wesentlich für die Zukunftsausrichtung ist ebenso der Ausbau der digitalen Plattform sport2000.de und deren Weiterentwicklung zu einem exzellenten Konsumentenerlebnis ganz im Sinne unseres Markenclaims Home of Experts“, so Margit Gosau. „Wir bleiben intensiv am Pulsschlag des Marktes und unserer



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

Sandra Hummel

T+49 61 82 / 928 - 54 90

sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 24.01.2023

Mitglieder und werden auch in Zukunft unsere marktführende Position weiter ausbauen“, sagt Dominik Solleder.

Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur

Beiden Geschäftsführern liegt das Thema Nachhaltigkeit besonders am Herzen und bildet einen wesentlichen strategischen Schwerpunkt für die Zukunft von SPORT 2000. „Mit der Erarbeitung unserer Nachhaltigkeitsstrategie, einer umfassenden Roadmap zu den Maßnahmen und einer organisatorischen Fokussierung auf die Nachhaltigkeit bei SPORT 2000 werden wir ein echtes Signal senden. Hier orientieren wir uns ganz klar an den von den Vereinten Nationen herausgegebenen SDGs, also den Sustainable Development Goals. Dies ist für uns von enormer unternehmenskultureller Wichtigkeit und wir werden sehr viel Energie in das Thema Nachhaltigkeit stecken“, sind sich Margit Gosau und Dominik Solleder einig.

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. 1.522 Sportfachgeschäfte erzielten hier im Jahr 2022 einen Außenumsatz von rund 3,31 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.