



## **SPORT 2000 PRESSEGESPRÄCH am 3.10.2018**

### **Die Themen**

- Strategie 2020: Nächste Schritte in eine erfolgreiche Zukunft
- Marktforschungsstudie: SPORT 2000 Sports Insights
- Neue Marketingkampagne von SPORT 2000: #DeinZielvorAugen
- Das Ziel vor Augen: Wieder Marktführer

### **Ihre Gesprächspartner**

- Dr. Holger Schwarting, Vorstand SPORT 2000
- Mag. Natascha Krawinkler, Marketingleiterin SPORT 2000
- Hans Knauß, SPORT-2000-Testimonial
- Andreas Viehböck, Extremsportler und SPORT-2000-Testimonial

### **Bildmaterial**

Aktuelle Fotos vom Pressegespräch und die Studie „SPORT 2000 Sports Insights“ finden Sie zum Gratis-Download unter

<http://www.impulskommunikation.at/DE/media-room>

Bildhinweis:

SPORT 2000 (Abdruck bei Nennung honorarfrei)

### **Pressekontakt**

Impuls Public Relations | Irina Haas

[irina@impulskommunikation.at](mailto:irina@impulskommunikation.at) |

Tel. 0732/234940 | Mobil: 0676/9505311

[www.impulskommunikation.at](http://www.impulskommunikation.at)



**Beratungsstark. Serviceorientiert. Authentisch.**

## **Sportmarkt im Wandel: SPORT 2000 setzt mit neuer Kampagne #DeinZielvorAugen noch gezielter auf individuelle Beratung und Qualität im Sportfachhandel**

**Der österreichische Sportartikelmarkt bleibt weiter in Bewegung und die Anforderungen des Endkunden an den stationären Handel nehmen zu. Dies bestätigt auch die von SPORT 2000 top aktuell durchgeführte Studie „SPORT 2000 Sports Insights“, die sportaffine Österreicherinnen und Österreicher genauer unter die Lupe nahm. Mit der strategischen Ausrichtung auf Beratung und Qualität der neuen Marketingkampagne #DeinZielvorAugen und dem Ausbau der SPORT 2000 Profi-Händler setzt SPORT 2000 weitere Meilensteine auf dem Weg zum Sportspezialistenverband.**

Das Jahr 2018 ist für die insgesamt 283 SPORT 2000 Händler über den Erwartungen angelaufen. Im Kalenderjahr 2017 wurde ein Gesamtumsatz von 533 Mio. Euro erzielt und somit ein Plus von 6 % im Vergleich zum Vorjahr erwirtschaftet. Im österreichischen Sportfachhandel reiht sich SPORT 2000, als österreichische Sporthandelsorganisation, mit knapp 29% hinter dem Marktführenden Intersport (Quelle: RegioPlan 2018). „Wir sind mit der Entwicklung dieses Jahres sehr zufrieden und sehen Potential dies zukünftig noch weiter auszubauen“, zieht Dr. Holger Schwarting, Vorstand SPORT 2000 Österreich, Bilanz und gibt einen Ausblick in die Zukunft des Sporthandelsverbands: „Die neuen Herausforderungen im österreichischen Sportfachhandel bestätigen uns darin, unsere Strategie auf Qualität und Beratung fortzusetzen. Ebenfalls ein Erfolgsfaktor ist unsere starke Gemeinschaft aus österreichischen Sportfachhändlern mit Rückhalt eines starken internationalen Verbands.“

*Ziel ist es, wieder die Marktführerschaft am österreichischen Sportmarkt zu übernehmen und wir befinden uns auf einem guten Weg dahin."*

## **Mit Strategie 2020 zum Sportspezialistenverband**

Die kommenden fünf Jahre werden von intensivem Wettbewerb und neuen Mitbewerbern geprägt. Durch den Eintritt der norwegischen Sporthandelskette XXL im August 2017 und dem Diskonter Decathlon im Sommer 2018, steht der Handel wieder vor einer ausschlaggebenden Veränderung. Stärker denn je stehen sich die Konzepte „Kette, Preis und Uniformität“ und „Individualität, Qualität und Regionalität“ gegenüber. Mit der langfristigen Strategie auf Qualität und Beratung hat SPORT 2000 bereits vor Jahren den richtigen Weg beschritten. *„Berücksichtigt man die neuen Marktteilnehmer und den zunehmende Onlinehandel, so rechne ich damit, dass mittelfristig zehn bis zwölf Prozent des bestehenden Marktes den aktuellen Akteuren im Sportfachhandel verloren gehen, auch uns“*, so Schwarting. Das absolute Nummer-Eins-Differenzierungsmerkmal gegenüber dem Wettbewerb sieht SPORT 2000 im Menschen. Die selbstständigen, regional verankerten Sportfachhändler kennen die Kunden wie kaum ein anderer und differenzieren sich durch regionale Sortimente, die genau auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind. *„Unsere aktuelle Studie ‚SPORT 2000 Sports Insights‘ bestätigt, dass der Kunde vom Sporthandel Qualität, Kompetenz, Beratung und starke Marken erwartet. SPORT 2000 bietet seinen Kunden genau das. Der Anteil unserer Markenprodukte liegt bei rund 90 %. Um zukünftig noch gezielter auf die Bedürfnisse unserer Kunden eingehen zu können und der stärkste Partner für sportaffine Menschen zu sein, haben wir eine österreichweite Studie durchgeführt, die aktive Sportler in den Mittelpunkt rückt“*, erklärt Schwarting die Beweggründe der Marktforschungsstudie.

## **SPORT 2000 Sports Insights: So ticken Österreichs aktive Sportler**

Wie tickt der österreichische Sportler wirklich? Diese Frage hat sich SPORT 2000 in der aktuellen Studie – SPORT 2000 Sports Insights – gestellt. Dabei wurden die aktiven österreichischen Sportler, das heißt jene die mindestens fünf-Mal pro Monat sportlich aktiv sind, genauer unter die Lupe genommen. Etwa **60%** der Österreicherinnen und Österreicher betätigen sich mindestens **einmal die Woche** sportlich. Dabei werden die **Sportarten Radfahren (49 %), Laufen (31 %) und Fitness (23 %) am intensivsten ausgeübt**. Lediglich 12 % der befragten Personen gaben an aktiv zu schwimmen. Österreichische Sportler haben bei der Ausübung ihrer sportlichen Aktivität unterschiedliche Ziele vor Augen. Die meisten sehen die **Bewegung an der frischen Luft (69 %) und die Verbesserung des Gesundheitszustandes (70 %) als ihre Hauptmotivatoren** Sport zu treiben. Gewichtsreduktion durch Sport ist im Vergleich, in dieser Zielgruppe der bereits aktiven Sportler, weniger wichtig (34 %). Wird längere Zeit kein Sport getrieben, so fühlen sich 43 % der Befragten unausgeglichen und sind schlecht gelaunt. 67% der Befragten passiert dies jedoch selten – sie planen ihre Sporeinheiten fix in den Wochenplan ein. **Der aktive Sportler ist mit seinem Leistungsniveau zufrieden und überschätzt sich nicht**. Vor allem auf dem Rad, beim Skifahren und Teamsport ist der aktive Sportler mit seiner Leistung zufrieden. Bei den Skifahrern sind sogar 96% mit ihrer Leistung zufrieden bis sehr zufrieden. **Ein Drittel der aktiven Sportler suchen einen Spezialistenhändler auf und erwarten Qualität, Top-Beratung und faire Preise**. Der Spezialistenhändler muss vor allem eines können: Individuell beraten und über ein breites Fachwissen der Vor und Nachteile der angebotenen Produkte verfügen. Auch wird der Service der Wintersport- oder Radausrüstung bevorzugt von einem Spezialistenhändler durchgeführt.

Die gesamte Studie „SPORT 2000 Sports Insights“ finden Sie hier:

<http://www.impulskommunikation.at/DE/media-room>

## **Neuer SPORT 2000 Markenauftritt: #DeinZielvorAugen**

Der neue Markenauftritt rückt genau das ins Zentrum, was Österreichs Sportler wünschen: individuelle Beratung, Top-Qualität und starke Partner. Ab Oktober startet der Sportfachhandelsverband mit seinem neuen Markenauftritt, welcher die Emotionen im Sport in Form einer ausdrucksstarken Bildsprache kommuniziert. Im Rahmen des neuen Auftritts launcht SPORT 2000 die aufmerksamkeitsstarke und kundenzentrierte Marketingkampagne #DeinZielvorAugen. Dabei stehen die individuellen sportlichen Ziele jedes begeisterten Sportlers im Fokus – unabhängig vom Leistungsniveau und Können. *„Viele Menschen haben individuelle Projekte und Ziele im Leben. SPORT 2000 inspiriert Menschen dazu, ihre sportlichen Ziele zu verfolgen und niemals aufzugeben. Unabhängig ob fünf Kilometer oder Marathon, wir möchten der stärkste Partner auf dem Weg des Kunden zum sportlichen Erfolg sein“*, betont Mag. Natascha Krawinkler, Marketingleiterin von SPORT 2000 Österreich. Der offizielle Kampagnenstart ist am 15. Oktober 2018. In einem ersten Schritt werden neue Kataloge, Online Banner und Newsletter gelauncht. Im Social Media Bereich konzentriert sich SPORT 2000 verstärkt auf die Plattformen Facebook und Instagram. Im November startet die zweite Phase mit einer österreichweiten Plakatkampagne mit Fokus auf Wintersport. Für die Umsetzung des neuen Markenauftritts zeichnet sich die Welser Agentur „Vorauerfriends“ verantwortlich.

Ein erstes Testimonial der Kampagne ist Extremsportler Andi Viehböck. Im Rahmen des Projekts #MeinZielvorAugen hat er, als erster Mensch, Österreich von Ost nach West in nur 14 Tagen durchquert und war damit sechs Tage schneller als geplant.

## **SPORT 2000 Profis: Top Beratung ist ihr Sport**

Individuelle und punktgenaue Beratung ist im heutigen Sportfachhandel mehr denn je gefragt. Ein Drittel der befragten aktiven Sportler des „SPORT 2000 Sports Insights“ gaben an, regelmäßig einen Spezialistenhändler ihrer bevorzugten Sportart zu besuchen. SPORT 2000 gibt seinen Spezialisten-Händlern die Möglichkeit sich schwerpunktmäßig zu positionieren. Die Offensive ist 2018 erfolgreich gestartet. Zu den am Anfang des Jahres 17 bestehenden Bike-Profis kamen im in den letzten Monaten erneut sieben Händler hinzu. Ab 2019 ergänzen zudem bis zu 15 Running-Profis das bereits bestehende Angebot. In Zukunft wird das Spezialistenkonzept von SPORT 2000 Schritt für Schritt auf die Bereiche Outdoor, Teamsport und Wintersport ausgeweitet. *„Unsere Spezialisierungsoffensive ist mit 24 Bike-Profis über den Erwartungen angelaufen. Ziel ist es, in Zukunft ein österreichweites Angebot an Spezialisten in unseren fünf definierten Kernsportarten zu bieten“*, so Schwarting.

Hans Knauß weiß als SPORT 2000 Markenbotschafter und ehemaliger Profi-Sportler die Expertise von fachkundigen Händlern zu schätzen: *„Jeder Sportler, ob Amateur oder regelrechter Freak, hat seine Ziele – groß oder klein. Ausgezeichnete Beratung zeichnet dadurch aus, dass mich der Spezialist genau da abholt, wo ich mich mit meiner sportlichen Leistung gerade befinde. Dabei ist ein tiefes Know-how der Sportart und auch des Sortiments gefragt.“*

## **SPORT 2000 stärkt durch Digitalisierung stationären Handel**

Digitalisierung heißt nicht immer gezwungenermaßen Online-Shop, sondern muss als Möglichkeit angesehen werden, den stationären Handel optimal zu unterstützen. SPORT 2000 führte 2016, als ideale Ergänzung des stationären Handels, den digitalen Ladentisch ein. Kunden können vor Ort online nach Produkten suchen und diese direkt ins Geschäft bestellen. Bereits 40 Händler verfügen über einen digitalen Ladentisch.

Zukünftig gibt es für Händler auch die Möglichkeit einer mobilen Lösung mit dem Ipad, so kann der digitale Ladentisch noch einfacher in jeden Shop integriert werden. *„Der stationäre Handel hat Zukunft, muss jedoch noch kundenzentrierter agieren. Die Integration eines digitalen Ladentischs schafft sowohl für den Händler als auch für den Kunden einen immensen Mehrwert. Es ermöglicht unseren Händlern, unabhängig von der Geschäftsfläche, Spezialist im Shop zu sein und Generalist online. Der Kunde kann einfach vor Ort Produkte suchen und sofort bestellen“*, so Schwarting zu den Vorteilen dieser digitalen Lösung. Laut einer Studie (Handelsverband, 2018) bevorzugen 66 % der Konsumenten das reale Einkaufserlebnis. Nur 34% würden bei gleichen Preisen online shoppen. *„Unsere Kunden vertrauen auf die Fachkenntnisse unserer Händler. Sich vor Ort von Qualität und Passform des Produkts überzeugen zu können, ist für Kunden nach wie vor ein wichtiges Kaufkriterium“*, so Schwarting.

Bestes Beispiel der optimalen Verbindung von stationärem und online Handel ist SPORT 2000 rent. Über die Onlinebuchungsplattform können Kunden im Winter Ski und im Sommer Bikes ausleihen. Die steigenden Umsatzzahlen bei rent bestätigen den Trend zum Ausleihen. *„rent profitiert in den Sommermonaten vor allem vom anhaltenden Trendthema E-Bike. Immer mehr Menschen nutzen die Möglichkeit von test & buy. Das Bike wird online ausgeliehen, Probe gefahren und, wenn es gefällt, gekauft. Unabhängig ob Ski oder Bike, fordern die oft kurzfristigen Buchungen einen hohen Grad an Support, Service und Kompetenz von unseren stationären Händlern“*, so Schwarting zu den positiven Entwicklungen von SPORT 2000 rent.

### **Das Ziel vor Augen: Wieder Marktführer**

SPORT 2000 hat sein Ziel, wieder Marktführer im österreichischen Sportfachhandel zu werden, klar vor Augen. Mit Top Beratung, Service, und starken Markenpartnern ist SPORT 2000 für die Zukunft gerüstet. Die Weiterentwicklung der Digitalisierungsoffensive ermöglicht SPORT



2000 Kunden, sich vorab zu informieren und im stationären Geschäft alles geboten zu bekommen. Auf dem weiteren Weg steht für Sport 2000 vor allem ein Grundsatz im Vordergrund: Fairness. *„Unser Verständnis von einem erfolgreichen Handel ist wie der Weg zum Erfolg einer Sportmannschaft. Wir brauchen das beste Material – das heißt starke Markenpartner – das beste Team – unsere Händler – und Fairness in allen Belangen. An diesen Grundsätzen halten wir fest und unsere durchgeführte Studie bestätigt uns, dass wir mit diesem Fokus auf Qualität und Beratungsstärke nach wie vor auf dem richtigen Weg sind“*, blickt Schwarting zuversichtlich in die Zukunft von SPORT 2000.

## **SPORT 2000**

SPORT 2000 ist Österreichs größte Fachhändlergemeinschaft mit Sitz im oberösterreichischen Ohlsdorf und einem Marktanteil (inkl. Gigasport) von 29 Prozent. SPORT 2000 Österreich (inkl. Tschechien und Slowakei) erwirtschaftete, mit insgesamt 283 Sportfachhändlern und 466 Geschäften im Geschäftsjahr 2017 einen Umsatz von 533 Mio. Euro.

SPORT 2000 Österreich ist Mitglied bei SPORT 2000 International, der europaweit zweitgrößten Einkaufskooperation selbstständiger Sporthändler mit 3.555 Geschäften in 25 Ländern und einem Gesamtumsatz von über 3,818 Mrd. Euro.

Weitere Informationen unter [www.sport2000.at](http://www.sport2000.at)