



# PRESSEINFORMATION

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

Mainhausen, 4. Februar 2021

## **SPORT 2000 GmbH wächst im Corona-Krisenjahr**

**Die im 5-Länder Verbund agierende SPORT 2000 GmbH hat trotz der erschwerten Bedingungen durch die Corona-Krise das Geschäftsvolumen insgesamt um 2 Prozent ausbauen können. Begünstigt wurde diese positive Entwicklung vor allem durch Zugänge großer Anschlusshäuser in Deutschland, der Schweiz und in Belgien.**

*„Auch in diesem Jahr hat sich unsere Strategie der ausgewogenen Händlerstruktur mit Spezialisten, Generalisten und E-Commerce-Partnern bewährt, da die Corona-bedingten Orderrückgänge nicht über sämtliche Einheiten gleichermaßen zu verzeichnen sind“,* erklärt SPORT 2000 Geschäftsführer Hans-Hermann Deters die Entwicklung.

Das Wachstum im 5-Länder-Verbund resultiert insbesondere aus Zugängen bedeutender Sport-Handelspartner in Deutschland, der Schweiz und in Belgien. Deutschland als größte Landesorganisation der SPORT 2000 GmbH verzeichnet ein leicht rückläufiges Zentralregulierungsvolumen von minus 5 Prozent. *„Neben den Zugängen ist die vergleichsweise robuste Entwicklung vor allem auf die Umsatzzuwächse bei den E-Commerce Partnern, im Running-Bereich sowie bei den Sneaker-Händlern zurückzuführen“,* so Deters.



# PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

Sandra Hummel

T+49 61 82 / 928 - 54 90

sandra.hummel@sport2000.de

## **Deutschland: heterogene Ergebnisse bei Außenumsätzen**

Entsprechend sieht auch die Entwicklung der Außenumsätze aus. Das stationär geprägte SPORT 2000 Panel gibt insgesamt ein Minus von 7,8 Prozent aus. Auch hier gibt es deutliche Unterschiede, je nach Region und Ausrichtung des Händlers. So haben sich die Individualsportarten, allen voran Running/Walking (+25 Prozent), Funwheel Sports (+48 Prozent) und Bike (+27 Prozent) 2020 deutlich positiv entwickelt. *„Bei den stationären Lauf-Spezialisten und Multi-Kategorie-Spezialisten hat die Nachfrage nach Running-Produkten sogar in Teilen das lieferbare Angebot übertroffen. Hier haben sich unsere Partner sehr gut behauptet, indem sie auch während des Lockdowns den Kontakt zu ihren Kunden über die digitalen Kanäle gehalten haben“*, ergänzt SPORT 2000 Geschäftsführerin Margit Gosau.

Auch im Outdoor-Bereich ist aufgrund der heterogenen Aufstellung mit Outdoor Profis, Generalisten mit Outdoor-Anteil und E-Commerce-Partnern mit hohem Volumen und Wachstum in Corona-Zeiten eine differenzierte Betrachtung notwendig. Nach dem ersten Lockdown konnte sich Outdoor zweistellig erholen, musste dann aber doch dem zweiten Lockdown vor Weihnachten Tribut zollen. Die erneute Schließung der Geschäfte hat leider am Ende des Jahres das aufgelaufene Ergebnis noch einmal deutlich beeinflusst (-7,2 Prozent). Anders sieht die Outdoor-Entwicklung im E-Commerce aus – diese Kategorie gehört hier zu den außerordentlichen Corona-



# PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

Sandra Hummel

T+49 61 82 / 928 - 54 90

sandra.hummel@sport2000.de

Gewinnern. In Einzelfällen konnten hier Zuwächse von bis zu 45 Prozent verzeichnet werden.

## **Wintersport und Teamsport massiv unter Druck**

Extrem schwer haben es aktuell die Wintersport-Händler. Aufgrund der Pandemie und des kompletten Ausfalls der Saison sind zum Jahresende außerordentlich starke Umsatzrückgänge (-46 Prozent) zu verzeichnen. *„Der Zeitpunkt des 2. Lockdowns hat diese Handelspartner mit besonderer Härte getroffen. Denn sie erwirtschafteten im Zeitraum November-Februar 60-70 Prozent des Jahresumsatzes. Nachdem sie aufgrund des ersten Lockdowns bereits das Ostergeschäft komplett abschreiben konnten, herrscht hier gerade eine absolute Liquiditätskatastrophe“*, so Gosau.

Besonders betroffen sind auch die stationären Teamsport-Partner, die aufgrund der Kontaktverbote und der damit verbundenen kompletten Einstellung von Mannschaftssportarten im Profi- und Amateurbereich sowie dem Ausfall der Fußball-Europameisterschaft deutliche Einschnitte (-29 Prozent) hinnehmen mussten.

## **Lieferanten: Outdoor und Running gewinnen**

Das Krisenjahr spiegelt sich auch im Lieferantenranking wider.

Die großen Gewinner kommen aus den Segmenten Outdoor und Running. Den größten Sprung hat Patagonia gemacht (von 43 auf 20). *„Grund für diese Entwicklung ist das hohe zweistellige Wachstum bei den etablierten Vertriebskanälen sowie das anhaltend*



# PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

Sandra Hummel

T+49 61 82 / 928 - 54 90

sandra.hummel@sport2000.de

*überproportionale Wachstum bei neuen Partner-Unternehmen der SPORT 2000*“, erklärt Hans-Hermann Deters. Auch Vaude setzt seine seit Jahren starken Entwicklung unter den Top 10 weiter fort und steigt erneut auf (von 9 auf 8). Ebenso haben sich Oberalp (von 18 auf 11) und Icepeak (von 28 auf 19) enorm positiv entwickelt. Bei Running sind es vor allem Brooks (von 14 auf 10) und On (von 21 auf 17), die im Ranking nach oben klettern. Dieser Trend erfolgt zum Nachteil von Teamsport: Derbystar, Hummel und Uhlsport fallen in diesem Jahr aus den Top 20.

## **Maßnahmen-Paket zur Unterstützung der Partner**

SPORT 2000 hat zahlreiche Maßnahmen auf den Weg gebracht, um den krisenbedingten Schaden durch die Pandemie bei den Handelspartnern möglichst gering zu halten. Wesentlich sind hierbei die Liquiditätshilfen der erweiterten Saisonlinie für die Zentralregulierung über die hauseigene DZB Bank sowie die mehrfache Valutierung der Bestellungen über das eigene SPORT 2000 Großhandelslager.

## **Lobbyarbeit im Hintergrund**

Auch auf höchster politischer Ebene macht sich die Händlerorganisation in Form von intensiver Lobbyarbeit für die Interessen ihrer Partner stark. So kämpft SPORT 2000 zusammen mit der ANWR GROUP und weiteren Verbänden in persönlichen Gesprächen mit den zuständigen Ministerien für die Ausweitung und die schnelle Umsetzung der Hilfen. *„Unsere Gruppe war wesentlich*



# PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

Sandra Hummel

T+49 61 82 / 928 - 54 90

sandra.hummel@sport2000.de

*an den Nachbesserungen beteiligt, beispielsweise an der Zurverfügungstellung des KfW-Schnellkredits auch für Unternehmen mit bis zu zehn Beschäftigten sowie an der Berücksichtigung der Teilwertabschreibungen. Jetzt liegt es an der Bundesregierung, die Mittel schneller fließen zu lassen und die Prozesse und die Systematik für die Abschreibungsmaßnahmen kurzfristig in die Wege zu leiten“, fordert Hans-Hermann Deters.*

## **Partnerschaftliche Lösungen mit Industrie**

Darüber hinaus hat SPORT 2000 digitale Round Tables mit der Industrie im Outdoor- und Winter-Bereich initiiert. Ziel war es, ein gemeinsames Verständnis für die Auswirkungen der Pandemie auf die unterschiedlichen Stakeholder zu schaffen, um daraus gemeinsame Lösungen, insbesondere für die Planung der Herbst/Winter Saison zu finden. *„Die Round Tables wurden von der Industrie sehr gut angenommen. Die Gespräche waren von einem außerordentlich partnerschaftlichen, kooperativen und vor allen Dingen lösungsorientierten Austausch geprägt. So konnten wir eine deutliche Erhöhung der Durchläufer erreichen, also von Produkten die unverändert mit in die nächste Saison genommen werden und damit ohne weitere große Abschläge verkauft werden können. Damit schaffen wir eine gewisse Erleichterung und Planbarkeit für unsere Handelspartner“,* berichtet Margit Gosau.



# PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

Sandra Hummel

T+49 61 82 / 928 - 54 90

sandra.hummel@sport2000.de

## **Blick auf 2021**

*„Unser Fokus liegt nach wie vor vollumfänglich darauf, auf die kritische Lage des Sportfachhandels aufmerksam zu machen und sämtliche uns zur Verfügung stehenden Hebel zu nutzen, um unsere Anschlusshäuser zu stärken“*, läutet Hans-Hermann Deters den Blick auf 2021 ein.

Mit der Hoffnung auf eine großflächige Impfung der Bevölkerung und der zeitnahen Öffnung der Geschäfte blicke SPORT 2000 zugleich vorsichtig optimistisch in das neue Jahr. *„Wir stellen auch fest, dass viele Partner sich mit Themen beschäftigen, die vorher liegen geblieben sind. Sortimente werden optimiert, die Anbindung an unsere Sport-Plattform und Warenwirtschaftssysteme angegangen und die eigene Ausrichtung überdacht. Das sind Überlegungen, die wir nur begrüßen können, passen sie doch perfekt zu unseren strategischen Fokusthemen der Profilierung, Spezialisierung und Digitalisierung, die wir 2021 gemeinsam mit unseren Partnern gezielt und mit ganz konkreten Hilfestellungen angehen werden“*, so der gemeinsame Ausblick des Geschäftsführer-Duos.



# PRESSEINFORMATION

## Unternehmenskommunikation

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

### **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 heterogenen 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.