



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

presse@sport2000.de

Mainhausen, 10.07.2026

AGIL IN DEN DIVISIONEN, STARK ALS GRUPPE: SPORT 2000 GMBH ENTWICKELT ORGANISATION WEITER

Die europäische SPORT 2000 7-Ländereinheit entwickelt ihre Organisation konsequent weiter, um den Anforderungen eines zunehmend dynamischen Marktumfelds gerecht zu werden und die strategischen Ziele erfolgreich umzusetzen.

BOARDS STÄRKEN DIE ZUSAMMENARBEIT IN DER GRUPPE

Kern der Weiterentwicklung ist die Einführung neuer Boards, die vor allem übergeordnete Themen länder- und divisionsübergreifend koordinieren und steuern. Sie schaffen eine zusätzliche horizontale Vernetzung innerhalb der Organisation und übernehmen die Verantwortung für Themen, die nicht nur eine einzelne Division betreffen, sondern für die gesamte SPORT 2000 Gruppe relevant sind.

Konkret werden folgende Boards etabliert:

- Division Board
- Retail Format Board
- Marketing Board
- 7-Country Commercial Board
- Digital Board
- Retail Service Board

Die Boards haben die Aufgabe, Perspektiven zu verbinden, bereichs- und länderübergreifend zu priorisieren und Entscheidungen auf strategische



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

presse@sport2000.de

Mainhausen, 10.07.2026

Ziele auszurichten. *„Die Wirkung: Wir sind schneller und besser abgestimmt, dort wo wir über die spezialisierten Divisionen und Märkte hinweg gleiche Prioritäten haben und sind damit konsequent in der Umsetzung relevanter Ziele“*, so Dominik Solleder, Geschäftsführer der SPORT 2000 GmbH.

SPORT 2000 STÄRKT DIE GESCHÄFTSLEITUNG

Im Zuge der aktuellen Weiterentwicklung wurde das Managementteam von SPORT 2000 ebenfalls neu aufgestellt: An der Spitze der SPORT 2000 GmbH steht weiterhin CEO Dominik Solleder. Gemeinsam mit den Prokuristen Volker Gromer, Michael Kordts und Jörg Seifert, die ihn als langjährige SPORT 2000 Führungskräfte unterstützen, bildet er die Geschäftsleitung des Unternehmens. Sie verfügen über umfassende Erfahrung innerhalb der Verbundgruppe und der Sportbranche und verantworten ab sofort die zentralen Organisationsbereiche „Business & Market Services“, „Commercial 7-Countries“ und „Category & Retail Management“.

Mit der Besetzung dieser neuen Rollen setzt SPORT 2000 bewusst auf Kontinuität, internes Know-how und ein tiefes Verständnis für die Strukturen, Märkte und Partner der Organisation.

STRATEGIEORIENTIERTE ORGANISATIONSENTWICKLUNG

Im Mittelpunkt der Überlegungen stand die Frage, welche Ziele, Kernprozesse und Aufgaben künftig – abgeleitet aus der Strategie – erfüllt werden müssen, um das nächste Level der strategischen Entwicklung zu erreichen. Der gewählte Ansatz stellt sicher, dass die Organisation konsequent aus



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

presse@sport2000.de

Mainhausen, 10.07.2026

den zukünftigen Anforderungen heraus gedacht wird – mit klaren Verantwortlichkeiten, fokussierten Rollen und einer noch wirksameren Zusammenarbeit.

Ein wichtiger Ausgangspunkt für die organisatorische Weiterentwicklung war zudem die Entscheidung, die Geschäftsführung der SPORT 2000 GmbH seit dem 01.01.2026 nicht mehr mit einer Doppelspitze zu besetzen und die damit verbundene Frage, wie die Organisation entsprechend an diese neuen Rahmenbedingungen angepasst werden kann.

BEWÄHRTE STÄRKEN ALS GRUNDLAGE FÜR WEITERENTWICKLUNG

Mit der Weiterentwicklung baut die Retail-Service-Organisation auf den bewährten Stärken ihrer erfolgreichen Home of Experts-Strategie und der divisionsorientierten Organisationsstruktur auf. Die Divisionen von SPORT 2000 agieren als spezialisierte und schlagkräftige Einheiten, die nahe an den Bedürfnissen der Händlerinnen und Händler sowie den jeweiligen Marktanforderungen arbeiten. Dieses Modell hat maßgeblich zum Erfolg der Verbundgruppe beigetragen.

Gleichzeitig verändert sich das Marktumfeld spürbar. Steigender Wettbewerbsdruck, höhere Anforderungen an Geschwindigkeit und Flexibilität sowie die zunehmende Bedeutung einer bereichs- und länderübergreifenden Zusammenarbeit machen neue Formen der Vernetzung und Steuerung erforderlich.



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

presse@sport2000.de

Mainhausen, 10.07.2026

DIVISIONEN BLEIBEN STRATEGISCHER ERFOLGSFAKTOR

Durch die Boards werden strategische Fragestellungen, zentrale Initiativen und übergreifende Leistungsangebote künftig noch stärker abgestimmt und harmonisiert. Gleichzeitig bündelt SPORT 2000 ihre Positionierung und Interessen gegenüber externen Stakeholdern. Die Stärke der gesamten Gruppe wird gezielt genutzt und gemeinsame Themen werden mit einer klaren, abgestimmten Stimme vertreten.

Die strategische und fachliche Verantwortung für divisionsspezifische Themen bleibt weiterhin bei den jeweiligen Heads of Division. Die bewährte Marktnähe, Agilität und Eigenverantwortung der Divisionen bleiben damit vollständig erhalten. Die neuen Boards ergänzen diese Struktur um eine koordinierende und unterstützende Ebene für übergreifende Themenfelder.

FIT FÜR DIE NÄCHSTEN ENTWICKLUNGSSCHRITTE

Mit dem neuen Setup stellt die SPORT 2000 die Weichen für die nächsten strategischen Schritte. Die Verbundgruppe stärkt ihre europäische Ausrichtung, erhöht ihre Schlagkraft in zentralen Zukunftsthemen und schafft die Voraussetzungen, um auch künftig erfolgreich auf die Anforderungen eines sich wandelnden Marktes zu reagieren.



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

presse@sport2000.de

Mainhausen, 10.07.2026

Über die SPORT 2000 GmbH:

Die mit einem 7-Länder-Fokus tätige SPORT 2000 GmbH gehört zu den erfolgreichsten Händlerorganisationen im Sportfachhandel. Aus dem Headquarter im hessischen Mainhausen erfolgt die Führung der Länderteams Deutschland, Luxemburg, Schweiz, Belgien, Niederlande, Österreich und Tschechien. Rund 2.000 Sportfachgeschäfte erzielten 2025 einen Außenumsatz von rund 4,4 Milliarden Euro. Die SPORT 2000 GmbH ist ein Tochterunternehmen der ANWR GROUP, einer der größten Handelskooperationen Europas.

Den 7-Länder-Verbund von SPORT 2000 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 SPORT 2000 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.