PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
Sandra Hummel
sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 22.04.2025

SPORT 2000 veröffentlicht E-Commerce-Studie mit exklusiven Branchen-Insights

Die Digitalagentur „NETHLETES“, gegründet von SPORT 2000, hat erstmals eine umfassende E-Commerce-Studie für die Sportbranche veröffentlicht. Mit Daten von 101 Unternehmen – darunter auch SPORT 2000, 70 Händlern und 30 Marken – liefert die Studie einzigartige Einblicke in die Performance des Sport-Onlinehandels.

Die Untersuchung, durchgeführt in der zweiten Jahreshälfte 2024, beleuchtet entscheidende E-Commerce-Faktoren wie Usability, Newsletter-Strategien, Versand, Retouren, Zahlungsmethoden, Social-Media-Präsenz, SEO und digitale Werbestrategien.

„Diese Studie gibt unseren Partnern und uns wertvolle Orientierung, um in einem hart umkämpften Markt weiterhin erfolgreich zu bleiben. Der Fokus auf die Sportbranche und die Kombination aus internen Partnerdaten und externer Analyse machen diese Studie zu einem einzigartigen Instrument und stärken unsere Position als Innovationsführer im Sportfachhandel“, sagt Dominik Solleder, Geschäftsführer von SPORT 2000.

Mit einem Fokus auf Best Practices und detaillierten Segmentanalysen – von Outdoor bis Lifestyle – unterstützt der Report die Branche bei der Optimierung digitaler Touchpoints und zukünftigen Wachstumsperspektiven.

PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
Sandra Hummel
sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 22.04.2025

„Diese Studie war für uns ein Abenteuer – mit ungewissem Ziel, aber klarem Nutzen. Denn zwischen Top-Performance und Optimierungspotenzial liegen oft nur wenige, aber entscheidende Klicks“, so Ilja Gurevich, der in seiner Funktion als Consultant für die SPORT 2000 Key Accounts für die Leitung von NETHLETES und die Durchführung der Studie verantwortlich ist.

Die wichtigsten Erkenntnisse für die Branche:

- **Social-Media-Strategien:** Direct to Consumer (D2C)-Marken dominieren Plattformen wie Instagram und TikTok, während Händler auf SEO und Newsletter-Marketing setzen.
- **SEO-Kompetenz der Händler:** Händler erzielen dank durchdachter Keyword-Strategien höhere Sichtbarkeitswerte, während D2C-Marken Verbesserungsbedarf zeigen.
- **Mobile Zahlungsmethoden:** Apple Pay (39 %) und Google Pay (27 %) gewinnen neben Kreditkarte und PayPal zunehmend an Bedeutung.
- **Versand & Retouren:** D2C-Marken punkten mit niedrigen Schwellenwerten für kostenlosen Versand, während Running-Marken die längsten Rückgabefristen bieten.
- **Post-Purchase-Erfahrung:** Nachhaltige Verpackungen und personalisierte Beilagen sind noch wenig verbreitet.

PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
Sandra Hummel
sandra.hummel@sport2000.de

Mainhausen, 22.04.2025

“Wir werden die Erkenntnisse der Studie jetzt aktiv nutzen, um digitale Potenziale auszuschöpfen und unsere Partner gezielt in ihrer Weiterentwicklung zu fördern”, so der Ausblick von Dominik Solleder.

Mit NETHLETES, der digitalen Kraft hinter SPORT 2000, wird tiefes Branchenwissen mit digitaler Expertise verbunden. Als integrierte Agentur bietet sie Sporthändlern und Marken maßgeschneiderte E-Commerce-Lösungen – von Performance Marketing, SEO und UX-Optimierung über Newsletter-Kampagnen und Webentwicklung bis hin zu Affiliate-Strategien. Ergänzt wird das Portfolio durch smarte Tools wie dem automatisierten Sichtbarkeitsindex-Ranking oder den Facebook-Werbebudget-Kalkulator. Mit dem eigens entwickelten GrowthDiamond Framework begleitet NETHLETES ihre Partner systematisch durch alle Phasen des digitalen Wachstums.

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 zur ANWR GROUP gehörenden Länderteams Deutschland, Schweiz, Benelux, Österreich und Tschechien. Deutschland ist die größte Länderorganisation in diesem Verbund. 1.287 Sportfachgeschäfte erzielten hier im Jahr 2024 einen Außenumsatz von rund 2,78 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.