



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

presse@sport2000.de

Mainhausen, 16.07.2025

SPORT 2000 baut Formatstrategie weiter aus: Neue MCR-Division für Multi-Category-Partner

SPORT 2000 baut die Betreuung der Multi-Category-Händlern weiter aus und entwickelt die dazugehörigen Formate gezielt weiter. Damit stellt das Unternehmen die Weichen für die nächste Entwicklungsstufe der Retail-Service-Organisation: Mit der neuen MCR-Division (Multi-Category Retail) erhält eine wachsende und strategisch relevante Händlergruppe eine eigene Organisationseinheit.

Diese neue Division richtet sich an Händler, die mehrere Sport-Kategorien führen – und nicht ausschließlich in einem Spezialistenformat wie ABSOLUTE oder EXPERTS verankert sind. Gleichzeitig bleiben diese etablierten Spezialistenformate ein wesentlicher Bestandteil der SPORT 2000 Strategie.

„Unsere Organisation ist so aufgebaut, dass jeder Händler – ob Spezialist oder Multi-Category-Partner – genau die Unterstützung erhält, die er für nachhaltigen Erfolg benötigt“, erklärt Margit Gosau, SPORT 2000 GmbH Geschäftsführerin. „Mit der neuen MCR-Division schaffen wir die strukturelle Grundlage für eine noch individuellere und leistungsorientierte Betreuung. Unser Ziel ist es, jedem Partner die besten Voraussetzungen zu bieten, um den größtmöglichen Ertrag zu erwirtschaften.“

Fokus auf Formatstrategie und messbarer Mehrwerte

Die neue Division ist eng an die bestehende SPORT 2000 Formatstrategie angebunden. Diese zielt auf eine klare Differenzierung der Handelsformate, die Integration markenprägender POS-Erlebnisse und die Schaffung messbarer wirtschaftlicher Mehrwerte für alle teilnehmenden Händler ab.



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

presse@sport2000.de

Mainhausen, 16.07.2025

Sport Performance Categories zeigen fachliche Exzellenz

Ein zentraler Bestandteil der MCR-Division ist die Einführung von Sport Performance Categories (SPC). In Bereichen wie bspw. Running, Outdoor oder Training wird durch die SPCs die fachliche Exzellenz des Händlers herausgestellt, um ihre Kompetenz klar zu kommunizieren und das Einkaufserlebnis für ihre Kunden zu optimieren. Hierfür erfüllen die Händler klar definierte Kriterien, die eine fundierte Basis und Qualitätssicherung für die Umsetzung in allen Formaten schaffen – vom Clubhouse-Partner bis zum MCR Concept Store, der als Leuchtturm für die MCR-Division fungiert.

Strukturierte Betreuung durch spezialisierte Fachfunktionen

Die MCR-Division ist mit einem klar strukturierten Set an Fachfunktionen ausgestattet, die speziell auf die Anforderungen von Multi-Category-Händlern ausgerichtet sind. Die Kernbereiche der Betreuung umfassen:

- **Partner Management:** Die Anlaufstelle für alle strategischen und operativen Belange der Partner.
- **Trade Marketing:** Das Marketing-Team entwickelt maßgeschneiderte, kanalübergreifende Strategien zur Stärkung der Markenpräsenz und Kundenbindung.
- **Merchandise Management:** In diesem Bereich wird die Sortiments- und Produktstrategie entwickelt, die die Bedürfnisse der Endkunden widerspiegelt. Dazu gehört die Steuerung relevanter KPIs, die enge Zusammenarbeit mit Lieferanten und die Umsetzung von Verkaufsförderungsmaßnahmen, die den Umsatz der Partner steigern.
- **Retail Format Management:** Dieser Bereich ist verantwortlich für die konsequente Umsetzung der SPORT 2000 Formatstrategie. Das Retail Format Management stellt sicher, dass die Stores visuell und funktional optimal



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

presse@sport2000.de

Mainhausen, 16.07.2025

gestaltet sind und die markenprägende Identität am Point of Sale (POS) nachhaltig erlebbar gemacht wird.

„Diese fokussierte Struktur ermöglicht es uns, mit hoher Expertise und klarer Aufgabenzuordnung direkt auf die Bedürfnisse unserer Händler einzugehen – effizient, verbindlich und mit messbarem Mehrwert“, betont Frank Augustin, Head of Multi-category Retail bei SPORT 2000.

Rollout im deutschen Markt und darüber hinaus

Bis 2028 sind im 7-Länder-Verbund mehr als 50 Maßnahmen zur Weiterentwicklung und Optimierung bestehender Stores geplant. Rund 30 bestehende Geschäfte werden in das offizielle SPORT 2000 Format überführt, während die ersten neuen MCR Concept Stores als zukunftsweisende Leuchttürme eröffnet werden. Die MCR-Division setzt klare Richtlinien und SPC-Standards, um eine konsistente Markenidentität und eine verlässliche Partnerschaft zu gewährleisten.

Die Division ist vollständig in das internationale 7-Länder-Setup integriert, was eine enge Zusammenarbeit mit Partnern in Österreich, BeNeLux und der Schweiz ermöglicht. Gemeinsam werden strategische Lieferantenbeziehungen aufgebaut und länderübergreifende Initiativen gestartet.

Ein klares Signal an den Markt

Mit der MCR-Division gibt SPORT 2000 eine klare Antwort auf die wachsenden Anforderungen des Multi-Category-Retail. Diese Weiterentwicklung der Struktur unterstreicht das Bekenntnis zu langfristigen Partnerschaften und richtet sich an Händler, die sich aktiv weiterentwickeln möchten.

„Wir schaffen nicht nur Strukturen – wir eröffnen auch neue Chancen für unsere Partner“, so Augustin abschließend. Und Margit Gosau ergänzt: „Die MCR-Division ist



PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation

presse@sport2000.de

Mainhausen, 16.07.2025

der nächste entscheidende Schritt, um SPORT 2000 weiter als starke Gemeinschaft zukunftsfähig aufzustellen.“

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, Schweiz, Benelux, Österreich und Tschechien. 2.000 Sportfachgeschäfte erzielten hier im Jahr 2024 einen Außenumsatz von rund 4,04 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.