PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
presse@sport2000.de

Mainhausen, 10.07.2025

SPORT 2000 führt neues Messekonzept ein: Klare Orientierung und Sortimentskompetenz im Fokus

Mit einem modernen und klaren Messekonzept optimiert SPORT 2000 den Auftritt der Ordermessen auf dem Messe-Campus Mainhausen. Das neue Naming- und Logokonzept schafft eine klare, sortimentsspezifische Struktur und bietet Besuchern und Ausstellern bestmögliche Orientierung. Hierfür verfügt jede Messe über Bezeichnungen, die das jeweilige Sortiment und die Ordersaison widerspiegeln – ein wichtiger Beitrag, um die Sortimentskompetenz sichtbar zu machen und das Markenprofil der Messen nachhaltig zu schärfen

Kern des neuen Systems sind die sogenannten *S-Messen*, die jeweils einem spezifischen Segment und Ordertermin zugeordnet sind:

- S1 steht für *Running, Training/Sportstyle* sowie optional *Swim/Beach*
- S2 bündelt das Sortiment *Outdoor*
- S3 fokussiert sich auf den Bereich *Winter*

Ergänzt werden die Messebezeichnungen durch die Abkürzung der Saison, für die jeweils geordert wird – so entsteht ein intuitives Leitsystem, das Ausstellern und Besuchenden gleichermaßen eine klare Orientierung bietet. An dieser Stelle wird auch die englische Kurzversion der Saison integriert, um die zunehmende Internationalisierung der Messen zu berücksichtigen.

Markenerlebnis mit Struktur – die Messen als Home of Experts

In Anlehnung an den Markenclaim „Home of Experts“ werden die einzelnen Kategorien im Rahmen der Kommunikation rund um die Messe sowie bei der Planung der Messehallen berücksichtigt und erlebbar gemacht. So wird etwa die S1-Messe als HOME OF RUNNING, HOME OF TRAINING oder HOME OF SWIM/BEACH

Unternehmenskommunikation
presse@sport2000.de

Mainhausen, 10.07.2025

positioniert, während S2 als HOME OF OUTDOOR und S3 als HOME OF WINTER kommuniziert wird.

Margit Gosau, Geschäftsführerin der SPORT 2000 GmbH, erklärt: „In unseren Themenwelten – beispielsweise Home of Running, Home of Training, Home of Outdoor oder Home of Winter – kuratieren wir die Aussteller gezielt für die jeweiligen Händlerzielgruppen. So stellen wir sicher, dass sich sowohl unsere Experts-Händler als auch unsere Multi-Category-Händler rundum angesprochen und wohl fühlen."

Ihr Geschäftsführungs-Kollege Dominik Solleder ergänzt: „Das neue Messekonzept optimiert nicht nur die inhaltliche Struktur, sondern vereinfacht auch maßgeblich die Kommunikation mit unseren Handelspartnern, Markenpartnern und Dienstleistern. Durch die klare Benennung und Zuordnung der einzelnen Messebereiche schaffen wir Transparenz und Orientierung – intern, extern und international. Damit leisten wir einen entscheidenden Beitrag zur Effizienzsteigerung in der gesamten Messeplanung und -abwicklung."

Parallel zum Naming- und Logokonzepts führt SPORT 2000 eine neue Messe-Software ein, die eine zentrale und effiziente Terminplanung zwischen Handel, Industrie und Verbundgruppe ermöglicht. Darüber hinaus bietet sie zahlreiche weitere Vorteile, die den Messeablauf digitaler, strukturierter und erfolgreicher gestalten.

Startschuss für das neue Naming- und Logokonzept

Den Auftakt bildet die Messe S1 HW/AW 2026, die vom 23. bis 25. November 2025 in Mainhausen stattfindet. Damit wird erstmals das überarbeitete Konzept zur einheitlichen und sortimentsspezifischen Messebezeichnung umgesetzt, das zukünftig für mehr Orientierung und Effizienz in der Kommunikation sorgen wird.

PRESSEINFORMATION

Unternehmenskommunikation
presse@sport2000.de

Mainhausen, 10.07.2025

Ein Überblick der weiteren Messetermine für 2026 und 2027:

S2 HW/AW 2026 – HOME OF OUTDOOR

- *18.–20. Januar 2026*

S3 HW/AW 2026 – HOME OF WINTER

- *22./23. Februar 2026*

S1 FS/SS 2027 – HOME OF RUNNING / HOME OF TRAINING/SPORTSTYLE

- *17.–19. Mai 2026*

S2 FS/SS 2027 – HOME OF OUTDOOR

- *14.–16. Juni 2026*

S1 HW/AW 2027 – HOME OF RUNNING / HOME OF TRAINING/SPORTSTYLE

- *22.–24. November 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, 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.