

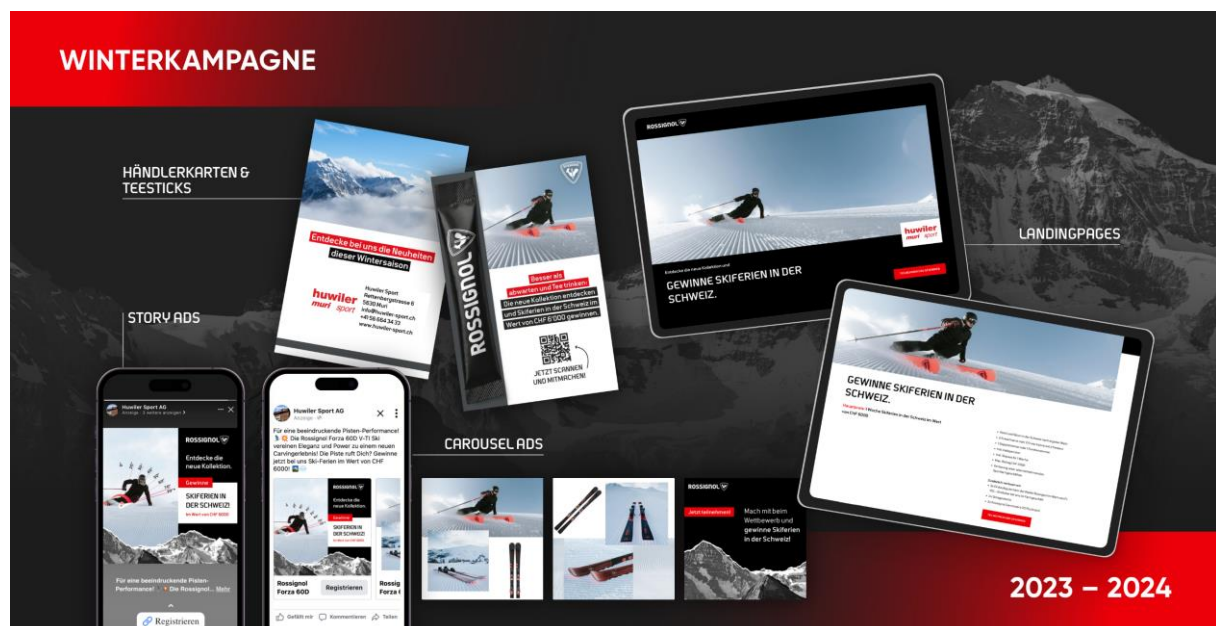


SPORT 2000 Winterkampagne 23/24

Erfolgsstory Winterkampagne Herbst/Winter 23/24: SPORT 2000 stärkt Fachhändler in der Wintersaison

Die Winterkampagne Herbst/Winter 23/24 von SPORT 2000 neigt sich dem Ende zu und liefert beeindruckende Ergebnisse. Die Kombination aus digitalen Umsetzungen und Aktivitäten im Fachgeschäft erhöhte die Sichtbarkeit der beim Händler verfügbaren Marken und führte die Kundschaft gezielt an den Point of Sale (POS). Die Social-Media-Kampagne erreichte insgesamt 687'371 Nutzerinnen und Nutzer und generierte über 5,19 Millionen Impressionen.

In der heutigen Zeit informieren sich viele Konsumentinnen und Konsumenten zunächst online, bevor sie ihre Einkäufe in den Geschäften tätigen – ein Trend, der auch bei Wintersportbegeisterten zu beobachten ist, die sich vor dem Kauf ihrer neuen Ski-Ausrüstung im Internet umsehen. Dabei bieten die Sportfachhändler der SPORT 2000 eine vielfältige Auswahl und erstklassige Beratung zu den Wintersportartikeln. Zusätzlich zeigt eine Studie der Universität St. Gallen, dass Kundinnen und Kunden vermehrt wieder vor Ort einkaufen und weniger online shoppen.¹ Vor diesem Hintergrund wird es für Fachhändler immer wichtiger, sich von der Konkurrenz abzuheben und die Kundschaft gezielt in den POS zu locken. Um die Visibilität der bei den Händlern erhältlichen Marken zu steigern, hat SPORT 2000 in Zusammenarbeit mit 27 verschiedenen Marken aus dem Wintersportbereich erfolgreich die Winterkampagne 23/24 auf den Social-Media-Kanälen Facebook und Instagram sowie in den Fachgeschäften vor Ort umgesetzt.



«Die diesjährige Winterkampagne war wieder ein voller Erfolg. Ziel war es die teilnehmenden Fachhändler und Marken on- wie offline in Szene zu setzen und Aufmerksamkeit für die verfügbaren Kollektionen in den Wintersportgeschäften zu generieren», erklärt Michelle Eigenmann, Projektleiterin Marketing bei ANWR-GARANT SWISS AG. Die Winterkampagne erzielte beeindruckende Ergebnisse, darunter eine Reichweite von **687'371** Personen und über **5,19 Millionen** Impressionen. Darüber hinaus nahmen über **15'500 Personen** am Gewinnspiel teil, bei welchem es neben Sachpreisen und Gutscheinen eine Woche Skiferien in der Schweiz zu gewinnen gab.

¹ <https://www.unisg.ch/de/newsdetail/news/neue-studie-zu-handelstrends-einkaufen-im-laden-ist-wieder-beliebter/>



Umsetzung der Winterkampagne 23/24

Die Winterkampagne vereint dieses Jahres digitale Werbung mit Aktivitäten am POS. Speziell in diesem Jahr wurde eine Shopaktion durchgeführt, bei der die Händler individuell bedruckte Werbekarten mit Bio-Teesticks an ihre Kundschaft verteilen konnte. Über einen QR-Code auf den Werbekarten gelangten Kundinnen und Kunden zu einer Landingpage, auf der sie Informationen zu den Kollektionen erhielten und am Gewinnspiel teilnehmen konnten. Die Shopaktion erwies sich als ganzer Erfolg und erzielte insgesamt 14'433 Landingpage-Aufrufe.

Um die Sichtbarkeit der Händler und ihrer verfügbaren Produkte online zu steigern, konzentriert sich die Kampagne zudem auf die Bewerbung über Social-Media-Kanäle. Händler, Marken und Produktefacts werden erfolgreich über Instagram und Facebook kommuniziert. Dies erweist sich als äusserst wirkungsvoll, da rund 72% der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren gelegentlich Social-Media-Plattformen nutzt.² Zudem hat Instagram im Jahr 2023 erstmals Facebook als beliebteste Plattform in Bezug auf die Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer abgelöst.

Die Produkt- und Shopkampagnen werden gezielt im regionalen Umfeld der Händler individuell ausgespielt, um interessierte Konsumentinnen und Konsumenten direkt in die Geschäfte zu locken. «Die gesteigerte Präsenz unserer Produkte auf den Social-Media-Plattformen hat dazu beigetragen, das Interesse der Kundschaft zu wecken und sie direkt in unser Geschäft zu führen», erklärt Markus Huwiler, Geschäftsführer und Inhaber von Huwiler Sport.

Ziel der Marketingkampagne

SPORT 2000 verfolgt bei der Winterkampagne einen ganzheitlichen Ansatz, der darauf abzielt, die Partner umfassend beim Verkauf zu unterstützen und gleichzeitig die Kundenfrequenz am POS zu steigern. Dabei übernimmt SPORT 2000 auch die Kommunikation zwischen Händlern und Marken. «SPORT 2000 hat die Winterkampagne orchestriert und hat zusätzlich unsere wie auch die individuellen Bedürfnisse der Fachhändler berücksichtigt», erklärt Katja Schnider, Marketing Manager bei Rossignol Schweiz. «Durch die Winterkampagne konnten wir unsere Marke effektiv positionieren und die Aufmerksamkeit der Kundschaft am POS steigern.» Die Kampagne setzt zudem auf den Gamification-Ansatz, um Inhalte auf spielerische und zugängliche Weise zu präsentieren. Dadurch können Zusammenhänge schneller erfasst und besser verinnerlicht werden.

Kurzfassung:

Die Winterkampagne Herbst/Winter 23/24 von SPORT 2000 geht erfolgreich zu Ende und liefert beeindruckende Ergebnisse. Die Kombination aus digitalen Werbemassnahmen und Aktivitäten vor Ort hat die Sichtbarkeit der angebotenen Marken beim Händler erhöht und die Kundschaft gezielt an den Point of Sale (POS) gelockt. Die begleitende Social-Media-Kampagne erreichte insgesamt 687'371 Nutzer und generierte über 5,19 Millionen Impressionen.

In einer Zeit, in der sich viele Konsumentinnen und Konsumenten vor ihren Einkäufen online informieren, ist es entscheidend, sie gezielt in die Geschäfte zu lenken. Die diesjährige Winterkampagne setzte daher auf eine innovative Shopaktion, bei der individuell bedruckte Werbekarten mit Bio-Teesticks vor Ort verteilt wurden.



² <https://www.srf.ch/news/schweiz/studie-zur-mediennutzung-instagram-ueberholt-facebook-in-der-schweiz>



Über ANWR-GARANT SWISS AG

Die ANWR-GARANT SWISS AG versteht es, traditionelle Werte und fortschrittliche Strategien höchst effektiv im Interesse des selbstständigen Fachhandels zu verbinden. Durch jahrzehntelange Erfahrung im Dienstleistungsbereich setzt die ANWR GROUP Trends, reagiert auf Marktveränderungen und entwickelt Visionen für die Zukunft. Das breite Service- und Dienstleistungsangebot richtet sich an eigenständige im Schuh-, Sport- und Fahrradbereich. Die Retail-Serviceorganisationen dieser Fachgebiete – ANWR Schuh, SPORT 2000 und Bike Profi – unterstützen die Händler im Marketing, der Warenbeschaffung und vielen weiteren Dienstleistungen.

Mehr Informationen zum Unternehmen unter www.agsag.ch.

Pressekontakt



360 brand connection
Agentur für PR und Digitale Kommunikation
Seestrasse 97
CH-8800 Thalwil
+41 44 721 36 00
info@360brandconnection.ch
www.360brandconnection.ch

Keywords: Winterkampagne, Sportfachhändler, SPORT 2000