



SPORT 2000 Outdoorkampagne Frühling / Sommer 2023

## **Spielend informieren und gewinnen: SPORT 2000 führt Quizkampagne im Outdoor-Bereich durch**

**Im Juni startet die neue SPORT 2000 Outdoorkampagne, bei der 13 Marken und 65 Fachhändler teilnehmen. Im Fokus dabei steht eine Quizkampagne, die spielerisch Marken- und Produktinhalte an EndkonsumentInnen vermittelt und mit attraktiven Preisen wirbt. Der Gamification-Ansatz sorgt dabei für mehr Visibilität bei Händlern und Marken und einer gesteigerten Sichtbarkeit der Marken am POS.**



In der Schweiz boomt der Outdoor-Sport weiterhin, insbesondere Wandern, Running und Velofahren. Wandern gewann in den letzten Jahren nochmals an Beliebtheit und ist mittlerweile eine der meistausgeübten Sportarten bei beiden Geschlechtern und in allen Altersgruppen.<sup>1</sup> Die passende Ausrüstung darf dabei natürlich nicht fehlen. Gemäss des Outdoor Consumer Reports sind die meistgenannten Outdoor-Produktkäufe Kleider (38%) gefolgt von Schuhen (37%) und dann der individuellen Ausrüstung (12%). Wenn sich KonsumentInnen eine neue Ausrüstung zulegen, informieren sie sich oft online, bevor sie vor Ort etwas kaufen. Obwohl das Online-Geschäft an Bedeutung gewinnt, werden immer noch 66% der Outdoor-Produkte hauptsächlich im stationären Fachhandel erworben.<sup>2</sup> Die SPORT 2000 Sportfachhändler bieten eine grosse Auswahl an hochwertigen Outdoor-Sportartikeln sowie eine erstklassige Beratung. Um die Sichtbarkeit der verfügbaren Marken und Artikel im Handel zu erhöhen, führt SPORT 2000 in der Frühling/Sommer 2023-Saison für ihre angeschlossenen Fachhandelspartner eine Marketingkampagne durch.

### **Neue Kampagne aktiviert EndkonsumentInnen**

Im Fokus der diesjährigen Outdoorkampagne steht die spielerische Interaktion durch eine Quiz-Kampagne zum Thema «Welcher Outdoortyp bist du?» Die Kampagne rund um den «Outdoortyp» wird direkt über den Social-Media-Kanal des Händlers ausgespielt, wodurch EndkonsumentInnen über eine Landingpage zum Quiz gelangen. Dies gibt den Teilnehmenden die Möglichkeit, spielerisch ihre Interessen rund um das Thema Outdoor zu definieren und gleichzeitig neue Produkte zu entdecken. Attraktive Preise erhöhen dabei die Teilnahmebereitschaft und den Erfolg der Kampagne. Der Hauptgewinn besteht aus einem Glamping-Wochenende für zwei im Vitznauerhof im Wert von CHF 1'000.-.

<sup>1</sup> <https://www.baspo.admin.ch/de/dokumentation/publikationen/sport-schweiz-2020.html>

<sup>2</sup> [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/consumer-business/Outdoor\\_Consumer\\_Report\\_2021.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/consumer-business/Outdoor_Consumer_Report_2021.pdf)



## Gamification-Ansatz

«Die Outdoorkampagne Frühling/Sommer 2023 nutzt den Ansatz des Gamification-Marketings, um die Kundenbindung zu stärken und komplexe Inhalte spielerisch zu vermitteln», so Kristina Iannotti, Head of Marketing & Communication. Der Bezug zum Produkt und der Marke wird durch das Quiz erhöht und es ermöglicht eine intensive Kundenbindung. Durch Gamification können die NutzerInnen Zusammenhänge schneller und einfacher verinnerlichen, was zu einer höheren Aufmerksamkeitsspanne und einer besseren Speicherung der Informationen im Kurzzeitgedächtnis führt. Das Ergebnis ist eine bis zu 10-mal höhere Engagement-Rate, die zu einer intensiven Kundenbindung führt und die Konversionsrate exponentiell steigert.<sup>3</sup>

## Kurzfassung

Outdoor-Sportarten boomen weiterhin in der Schweiz. Dazu wird die passende Ausrüstung benötigt. Diese wird gemäss diversen Studien, nach wie vor bevorzugt im Fachgeschäft gekauft, nachdem man sich online darüber informiert hat. Um die Visibilität der verfügbaren Marken und Artikeln vor Ort bei den SPORT 2000 Fachhändlern zu erhöhen, führt die SPORT 2000 auch in diesem Jahr eine Marketingkampagne durch. Im Fokus dabei steht eine Quizkampagne, die auf Social Media ausgespielt wird und EndkonsumentInnen spielerisch Neues über Marken und Händler erfahren können. Ein attraktiver Preis im Wert von CHF 1'000.- unterstützt dabei zusätzlich ein erhöhtes Engagement.



## 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](http://www.agsag.ch).

## Pressekontakt



360 brand connection  
Agentur für PR und Digitale Kommunikation  
Seestrasse 97  
8800 Thalwil  
+41 44 721 36 00  
[info@360brandconnection.ch](mailto:info@360brandconnection.ch)  
[www.360brandconnection.ch](http://www.360brandconnection.ch)

**Keywords:** Outdoorkampagne, Wandern, Quiz, Gamification

<sup>3</sup> Quelle: „Horizon Programm“ BBC 2015