



SPORT 2000 Winterkampagne 2022/23

## Die Winterkampagne 2022/2023 setzt auf Gamification

Die SPORT 2000 Fachhändler stecken derzeit tief in den Vorbereitungen für die kommende Wintersaison 2022/23. Neben vielen innovativen Produkteneuheiten gibt es bei den Sportfachhändlern im Winter auch einiges zu gewinnen. SPORT 2000 setzt die Winterkampagne in Zusammenarbeit mit 28 Marken im Wintersportbereich um. Winter- und Produktbilder auf Social Media und eine Losaktion am POS (Point of Sale) steigern spielerisch die Visibilität der beim teilnehmenden Händler verfügbaren Marken und deren Produktneuheiten.

Mit den atemberaubenden Bergen und den insgesamt über 7'000 km langen Skipisten im Land<sup>1</sup>, ist die Schweiz ein Wintersportparadies. Bei den Schweizern gehört Skifahren zu einen der Top 5 Sportarten.<sup>2</sup> Die passende Ausrüstung darf dabei nicht fehlen. Die Sportfachhändler der SPORT 2000 bieten vielfältige Auswahl und erstklassige Beratung zu den Wintersportartikeln. Um die Visibilität der beteiligten Marken und Artikel bei Händler zusätzlich zu erhöhen, setzt SPORT 2000 auch in der kommenden Saison eine Marketingkampagne um.



<sup>1</sup> <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/de/home/gesellschaft/sport-und-freizeit/sport-und-freizeit---fakten-und-zahlen.html>

<sup>2</sup> [https://www.swissinfo.ch/ger/skination-schweiz\\_das-ganze-volk-faehrt-ski--das-ganze-volk--/46334092](https://www.swissinfo.ch/ger/skination-schweiz_das-ganze-volk-faehrt-ski--das-ganze-volk--/46334092)



### Die Winterkampagne 22/23

Die diesjährige Winterkampagne setzt sich aus einer Kombination von digitaler Werbung und Aktivität am POS (Point of Sale) zusammen. KonsumentInnen informieren sich häufig zuerst online über Wintersportartikel bevor sie offline im Geschäft einen Kauf tätigen.<sup>3</sup> Um die Visibilität der Händler und deren verfügbaren Produkte online zu erhöhen, setzt die Kampagne auf Social Media Werbung. Händler, Marken und Produktfacts werden erfolgreich über Instagram und Facebook kommuniziert.

Die Produkt- und Storekampagne werden im regionalen Umfeld des Händlers ausgespielt, um interessierte KonsumentInnen auf die Produkte am POS aufmerksam zu machen. Nebst der Social-Media Kampagne startet zusätzlich am POS eine Losaktion, bei der es tolle Gewinne gibt. Die Lose sind kostenlos bei den teilnehmenden Fachhändlern erhältlich. Jedes Los ist ein Gewinn – ob ein physisches Produkt wie Einkaufsgutscheine, Skitageskarten, Dienstleistungen beim Sportfachhändler, Sofortgewinne von Roland, Rivella, Sport Mint oder auch spannende Fun Facts alles rund um das Thema Ski. Als Hauptgewinn verlost SPORT 2000 ein Saisonabonnement für zwei Personen für ein Skigebiet nach Wahl.

### Der Gamification-Ansatz

Die Winterkampagne 2022/23 integriert den Ansatz des Gamification-Marketings. Gamification ermöglicht komplexe Inhalte spielerisch und einfach darzustellen. So können AnwenderInnen dank der Spielifizierung Zusammenhänge schneller und einfacher verinnerlichen. Zeitgleich erhöht es den Bezug zum Produkt und ermöglicht eine intensive Kundenbindung. Das Engagement kann dank Gamification bis zu 10mal erhöht werden, denn Gamification steigert die Aufmerksamkeitsspanne und das Kurzzeitgedächtnis.<sup>4</sup> Allgemein machen Inhalte mehr Spass und regen so NutzerInnen an, länger dabeizubleiben. Zudem qualifizieren gamifizierte Inhalte Leads und steigern die Konversionsrate exponentiell.

### Kurzfassung:

Die Sportfachhändler von SPORT 2000 stecken derzeit in der Vorbereitung für die Wintersaison 2022/23. Bereits zum fünften Mal führt auch in diesem Jahr SPORT 2000 eine Winterkampagne durch. Die diesjährige Kampagne setzt sich aus einer Kombination von digitaler Werbung und Aktivität am POS (Point of Sale) zusammen. Um die Visibilität der verfügbaren Marken und Artikel beim Händler zu unterstützen, wird SPORT 2000 in Zusammenarbeit mit 28 Marken aus dem Wintersportbereich auf Instagram und Facebook die Kampagne umsetzen. Zusätzlich zu der Online Werbung startet am POS eine Losaktion bei der es einiges zu gewinnen gibt. Der Gamification-Ansatz der Kampagne liefert einen zusätzlichen Reiz, um mitzumachen, da komplexe Inhalte spielerisch und einfach dargestellt werden können.



### 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).

<sup>3</sup> <https://www.persoendlich.com/marketing/konsumenten-recherchieren-zuerst-im-internet>

<sup>4</sup> Quelle: „Horizon Programm“ BBC 2015



**Pressekontakt**



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

**Keywords:** Winterkampagne, Sportfachhändler, Gewinn