

27.01.2026

KRAFTVOLL IN DIE ZUKUNFT

PRESSEKONFERENZ INTERSPORT DEUTSCHLAND EG



FOLGEN SIE UNS: INTERSPORT-NEWSROOM & LINKEDIN



IHRE ERSTE ANLAUFSTELLE

NEWSROOM

newsroom.intersport.de

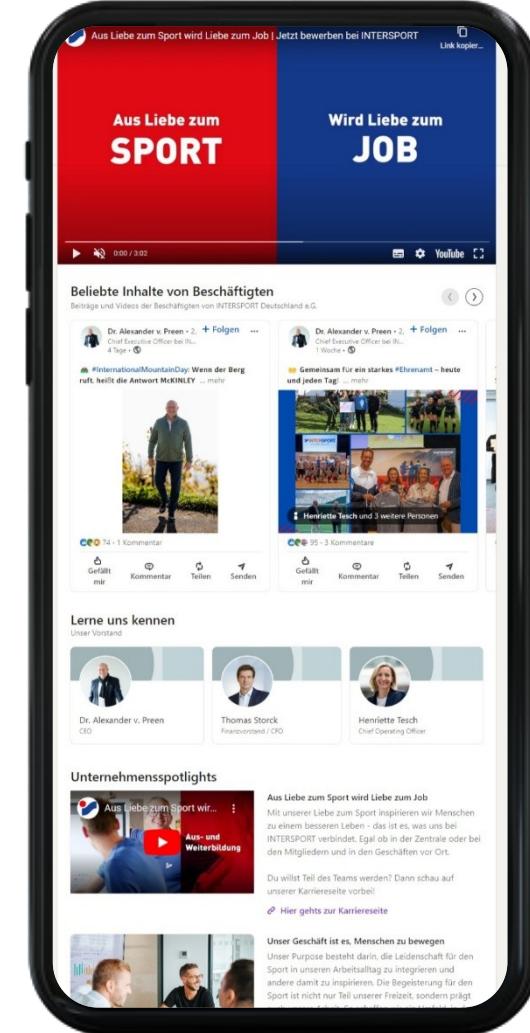
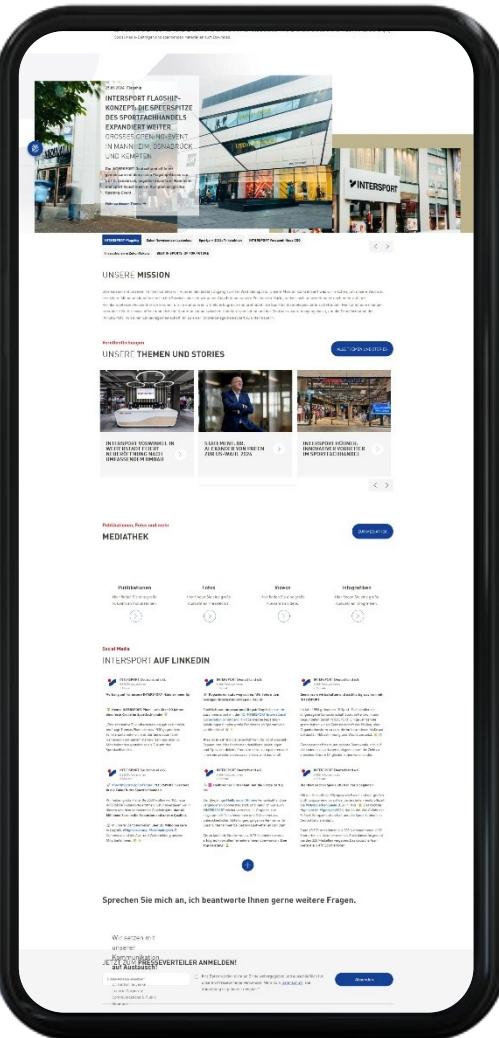
IMMER UP TO DATE

ANMELDUNG NEWSLETTER

ÜBER DEN NEWSROOM ODER PER
MAIL AN:

presse@intersport.de

PRESSEMAPPE ZUR PRESSE- KONFERENZ



UNSERE AGENDA

1

BUSINESS-UPDATE SPORTMARKT

2

INTERSPORT GESCHÄFTSJAHR
2024/2025

3

STRATEGIE-UPDATE
BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE

4

KATEGORIEN & MARKEN-
RANKING, TRENDS

5

AUSBLICK, HIGHLIGHTS, FAZIT



UNSERE AGENDA

- 1 BUSINESS-UPDATE SPORTMARKT**

- 2 INTERSPORT GESCHÄFTSJAHR
2024/2025**

- 3 STRATEGIE-UPDATE
BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE**

- 4 KATEGORIEN & MARKEN-
RANKING, TRENDS**

- 5 AUSBLICK, HIGHLIGHTS, FAZIT**



DEMOKRATIE MUSS UNSERE BASIS BLEIBEN



„Demokratie ist für uns nicht nur ein Grundwert, sondern die Basis für ein respektvolles Miteinander – geprägt von Vielfalt, Gleichberechtigung und gegenseitigem Verständnis.

Freiheit, Demokratie und Vielfalt sowie Offenheit und Wahrheit sind unabdingbar für eine florierende Wirtschaft. Wir müssen diese Werte aktiv verteidigen und fördern, um eine positive und nachhaltige Zukunft für alle zu gestalten. Gemeinsam sind wir stärker!“

Dr. Alexander v. Preen, CEO INTERSPORT Deutschland eG

DEMOKRATISCHE KRÄFTE STÄRKEN



„Im **Wahljahr 2026** wird entscheidend sein, welche wirtschaftspolitische Richtung Deutschland einschlägt. Das Erstarken der politischen Ränder ist aus unternehmerischer Sicht **alarmierend**. Viele Positionen stehen im Widerspruch zu **Offenheit, Fachkräftezuwanderung und europäischer Zusammenarbeit** – also zu genau den Faktoren, auf die die deutsche Wirtschaft angewiesen ist.



Global betrachtet, in Europa und Deutschland braucht es eine neue Klarheit und Ehrlichkeit!

ANSPRUCH AN DIE POLITIK IN DEUTSCHLAND



Deutschland verliert industrielle Wertschöpfung und Beschäftigung

→ Verlust von 10.000 Arbeitsplätzen / Monat



JETZT HANDELN!

- **Strukturen** tragfähig und schlagkräftig für die Zukunft aufstellen
- Innovationsfreundliche Rahmenbedingungen schaffen
- Investitionen in **Infrastruktur, Bildung, Digitalisierung, Forschung** dürfen nicht vertagt werden
- Zentrale Standortfaktoren sichern
- Wirtschaftspolitischen **Neustart** einleiten

2026 MUSS DAS JAHR DER REFORMEN WERDEN!

EUROPÄISCHES RECHT ENDLICH DURCHSETZEN



Billiganbieter wie Temu oder SHEIN wachsen weiter unkontrolliert und versenden TÄGLICH etwa 400.000 Pakete (!) an deutsche KundInnen.



Wettbewerbsverzerrung: Verstöße gegen EU-Verordnungen und nationale Gesetze

Verbraucherschutz: Produktmängel, Plagiate, gefälschte CE-Kennzeichnungen, keine Datensicherheit

Regulierung: Behörden sind nicht in der Lage, Gesetze und Sicherheitsstandards durchzusetzen

Enorme Umweltbelastung

Intransparente Lieferketten

Unklare Behördenzuständigkeiten

Erster Schritt ab Juli 2026:

Vorübergehende EU-Abgabe in Höhe von 3 Euro für Pakete bis 150 Euro Warenwert

→ Künftig sollen alle in die EU importierten Waren ab dem ersten Euro zollpflichtig sein

**Wir sehen
weiterhin dringenden
Handlungsbedarf!**

WACHSTUMSCHANCEN FÜR DEN SPORTFACHHANDEL

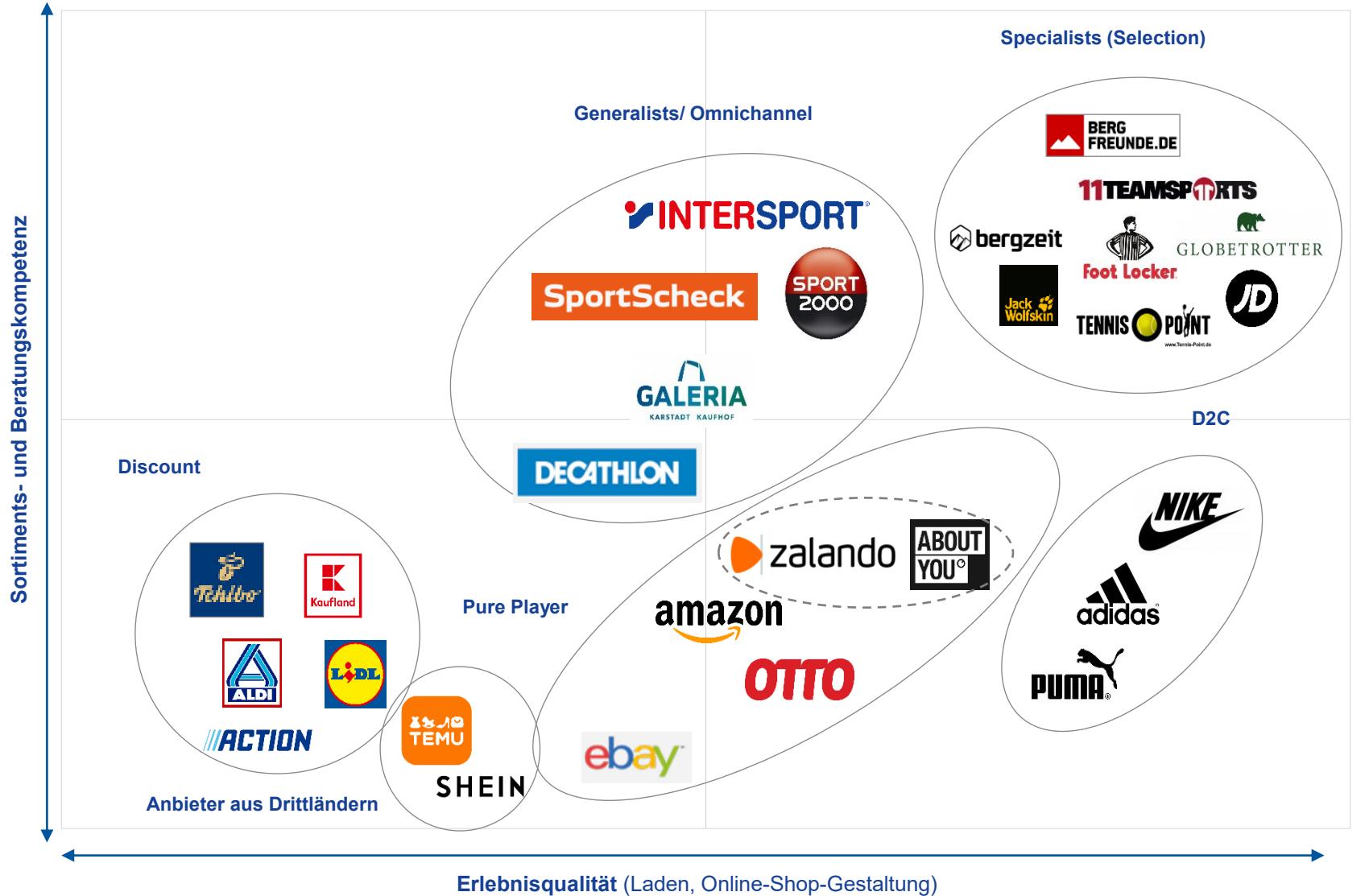


- **Erlebniserwartung** & Mikroerlebnisse → KundInnen erwarten emotionale Bindung
- **Omnichannel** und digitale Integration → nahtlose Übergänge zwischen Online und Offline
- Ausspielen regionaler und lokaler Stärken → **Nähe, Vertrauen** und regionale Verwurzelung als Wettbewerbsvorteil
- Anpassung an verändertes Konsum- und Shoppingverhalten → **Nachhaltigkeit, Qualität und Service** gewinnen an Bedeutung
- Clash of Generations: Unterschiedliche Erwartungen von Gen Z, Millennials und Silver Agers verlangen **differenzierte Ansprache**



Quelle: BBE

SPORTMARKT & WETTBEWERBSUMFELD DER INTERSPORT

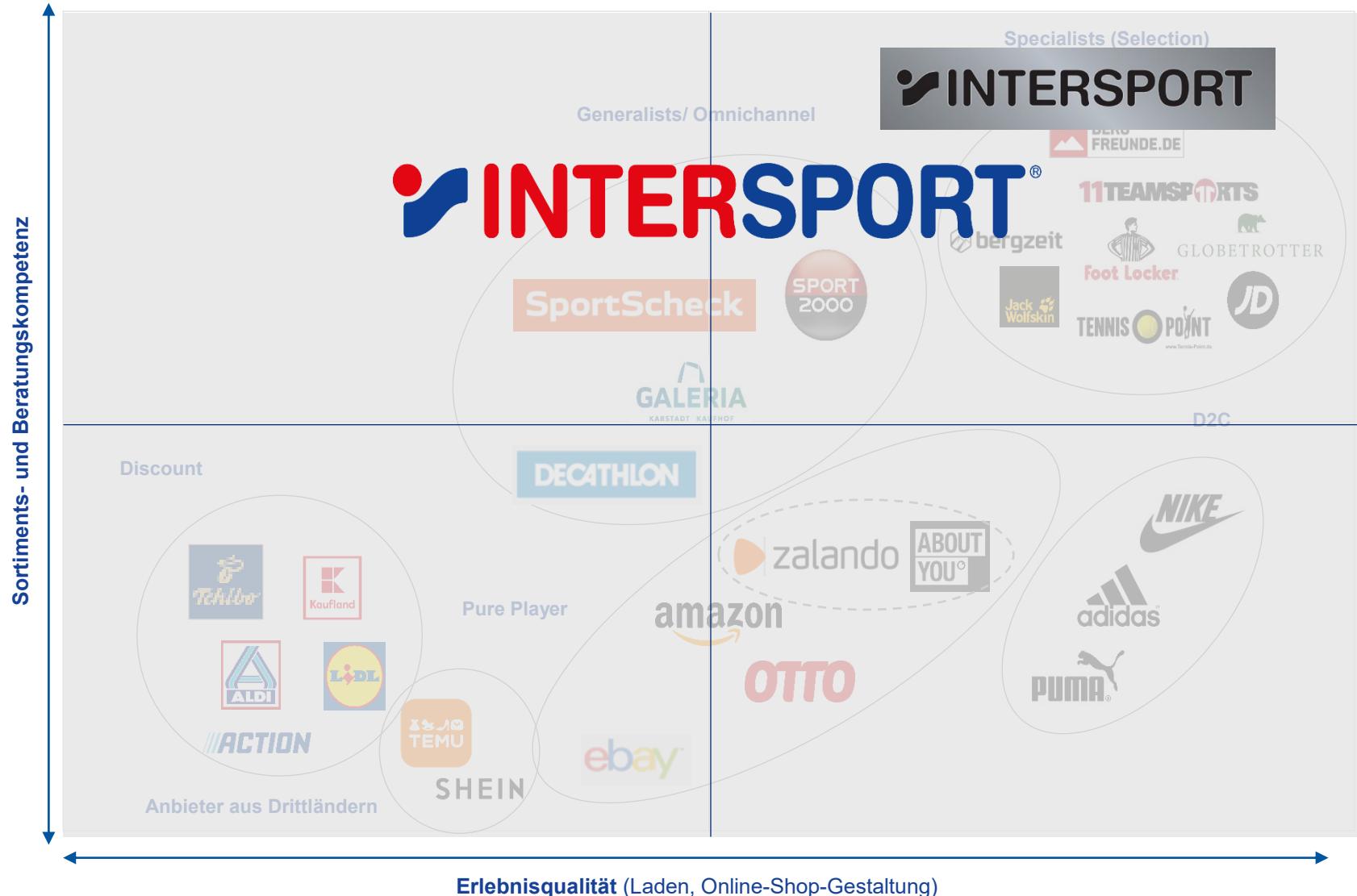


KOMMENTAR

Für die INTERSPORT empfiehlt sich eine **eigene Marktdefinition** mit Fokus auf folgende fünf Cluster:

1. Alle relevanten Generalisten / Omnichannel-Player
2. Spezialisten
3. Klassische Discounter
4. Pure Player
5. D2C

POSITIONIERUNG IM WETTBEWERBSUMFELD



420 Standorte unter dem INTERSPORT-Logo:
ca. **500.000 m²**
Qualität, Nähe, Vielfalt und Authentizität

darunter

6 INTERSPORT-Flagship-Standorte:
31.100 m² im
Premium-Segment



14
MRD. EUR
UMSATZ

5.464
STORES
WELTWEIT

42
LÄNDER

PARTNER DER WAHL FÜR STARKE MARKEN



„Herzlichen Glückwunsch zum 70-jährigen Jubiläum. INTERSPORT ist für uns ein verlässlicher, langfristiger Partner, mit dem wir die **Leidenschaft für Sport** teilen.“

Gemeinsam blicken wir voller Zuversicht nach vorn und freuen uns darauf, unsere **strategische Partnerschaft** weiterzuentwickeln und Menschen für Sport und Bewegung zu begeistern.“

Björn Gulden,
CEO adidas AG



PARTNER DER WAHL FÜR STARKE MARKEN



„Zum 70-jährigen Jubiläum gratulieren wir INTERSPORT sehr herzlich. Der **Sportfachhandel** ist für PUMA ein wichtiger Bestandteil unserer Vertriebs- und Distributionsstrategie. INTERSPORT bietet uns ein Umfeld, in dem Kund*innen unsere Produkte in den Bereichen Performance und Sportstyle gezielt erleben und vergleichen können.“

Unsere Zusammenarbeit mit INTERSPORT basiert seit vielen Jahren auf **Verlässlichkeit, Vertrauen** und einem klaren Fokus auf die Bedürfnisse der Konsument*innen. Dieses gemeinsame Verständnis stärkt unsere Markenpräsenz und unterstützt **nachhaltiges Wachstum.**“

Matthias Bäumer, Chief Commercial Officer PUMA



PARTNER DER WAHL FÜR STARKE MARKEN



„Der Sportfachhandel ist seit jeher ein zentraler Pfeiler unserer Marke, weil er für Kompetenz, persönliche Beratung und Nähe zu den Kundinnen und Kunden steht und nachhaltige Produkte erlebbar macht. Mit INTERSPORT verbindet VAUDE eine über Jahrzehnte gewachsene, **vertrauensvolle Partnerschaft**, die von hoher Qualität, gegenseitiger Verlässlichkeit und dem gemeinsamen Anspruch geprägt ist, den Sport verantwortungsvoll weiterzuentwickeln.“

Die INTERSPORT schafft es erfolgreich, **Tradition** von Familienunternehmen und **Zukunftsähigkeit** erfolgreich zu verbinden. Zum 70-jährigen Jubiläum gratulieren wir sehr herzlich und freuen uns darauf, unsere starke Partnerschaft auch in den kommenden Jahren gemeinsam auszubauen.“

Antje von Dewitz, CEO VAUDE



PARTNER DER WAHL FÜR STARKE MARKEN



„Vor einigen Jahren haben wir den Weg zu einer intensiveren Partnerschaft eingeschlagen – geprägt von **Vertrauen, Fairness und höchster Kompetenz** am POS. Als Premium-Outdoor-Marke brauchen wir kompetente Partner wie die der Intersport, die Beratungsleistung am Kunden leben, unsere Marke inszenieren, aktivieren und professionell präsentieren. So haben wir gemeinsam eine **Erfolgsgeschichte** geschrieben. Dafür unser Dank und höchsten Respekt – jetzt ist es Zeit für die nächsten mutigen Schritte ... gerne die nächsten 70 Jahre! – Rise with the Mountain!“

Dr. Heiko Schäfer,
CEO Mammut AG



PARTNER DER WAHL FÜR STARKE MARKEN



Wir sind stolz, seit etlichen Jahren und über alle Herausforderungen, wie Pandemie und Co., hinweg, erfolgreich mit dem Team in Heilbronn zusammenzuarbeiten. **Der Sportfachhandel ist ein wichtiger Pfeiler** im Konstrukt des deutschen Einzelhandels. Wir sagen Danke und gratulieren herzlich zu 70 Jahren INTERSPORT!

Christoph Wilkens,
Geschäftsführer Skechers USA Deutschland GmbH



PARTNER DER WAHL FÜR STARKE MARKEN



„Die Entwicklung unseres Unternehmens ist eng mit der Intersport Deutschland eG verbunden. Alfons Meindl, unser Vater, hat für unser Unternehmen vor 70 Jahren die **partnerschaftliche Zusammenarbeit** mit der Intersport begonnen und heute wird diese immer noch als enge Partnerschaft gelebt. Über diese 7 Jahrzehnte konnten sich beide Unternehmen entwickeln – die Intersport Deutschland eG zum Marktführer im deutschen Sportfachhandel und Meindl zu einer der bekannten Marken im Outdoor Markt.“

Stolz sind wir, dass wir diese 70 Jahre gemeinsam mit der Intersport Deutschland auf dem Weg sind. Wir möchten uns bei allen Mitgliedern und bei allen Mitarbeitern in der Zentrale in Heilbronn bedanken, dass wir bereits so lange **Wegbegleiter** sein dürfen und hoffen auf viele weitere Jahrzehnte der partnerschaftlichen Zusammenarbeit.
Herzlichen Glückwunsch!“

Lars Meindl, Geschäftsführer Meindl



PARTNER DER WAHL FÜR STARKE MARKEN



„Sport, Bewegung, Natur und Freizeit – unsere LOWA-Schuhe zählen auf all diese Bereiche ein. Outdoor ist längst zum **Lebensgefühl** geworden, und INTERSPORT schafft die Bühne dafür: nah am Sport, nah an den Menschen. Kritisch im Auftrag der Mitglieder, offen und optimistisch in der Zusammenarbeit, verlässlich in der Planung – so erleben wie die Partnerschaft mit INTERSPORT seit über 50 Jahren.“

Herzlichen Glückwunsch zu 70 Jahren INTERSPORT – und zu 70 Jahren **Leidenschaft und Unternehmertum im Dienst des Sports!**“

Matthias Wanner, CSO LOWA



PARTNER DER WAHL FÜR STARKE MARKEN



„Der Sportfachhandel ist für JAKO der mit Abstand wichtigste Partner – und INTERSPORT nimmt dabei eine zentrale Rolle ein. Unsere Zusammenarbeit ist seit vielen Jahren von Vertrauen, Offenheit und einem sehr engen, konstruktiven Austausch geprägt. INTERSPORT hat sich als **leistungsstarker Verbund** kontinuierlich weiterentwickelt und ist für uns ein entscheidender Zugang zum Markt sowie ein **wichtiger Impulsgeber**.“

Entscheidend sind dabei auch die gewachsenen, persönlichen Beziehungen: **Menschen kaufen bei Menschen** – und genau diese Nähe und Kompetenz auf der Fläche macht den Sportfachhandel für uns so wertvoll. Gemeinsam haben wir in den vergangenen Jahren insbesondere im Teamsport ein **starkes Wachstum** realisiert. Dies ist zum Beispiel auch in den Stores sichtbar: Mit einer exklusiven JAKO Kollektion sind wir aktuell auf über 80 Prozent der INTERSPORT-Flächen präsent. Darüber hinaus treiben wir den Bereich Corporate Teamwear gemeinsam voran und haben diesen als weiteres Wachstumsfeld erfolgreich etabliert.

Auch verschiedene Aktionen – etwa zur Förderung des Teamsports oder im Bereich Nachhaltigkeit – haben in den letzten Jahren immer wieder gezeigt, wie wirkungsvoll wir zusammen **Mehrwerte für Vereine, Händler und Endkunden** schaffen können. Mit der Einführung unserer JAKO Fußballschuhe erschließen wir nun eine neue Produktkategorie, die wir gezielt über den Fachhandel im Markt etablieren möchten. Die Chancen für weiteres gemeinsames Wachstum sind groß. Vor diesem Hintergrund gratulieren wir INTERSPORT herzlich zu 70 Jahren Erfolgsgeschichte und freuen uns darauf, diesen erfolgreichen Weg auch künftig gemeinsam fortzusetzen.“

Nadine Sprügel, CEO JAKO AG



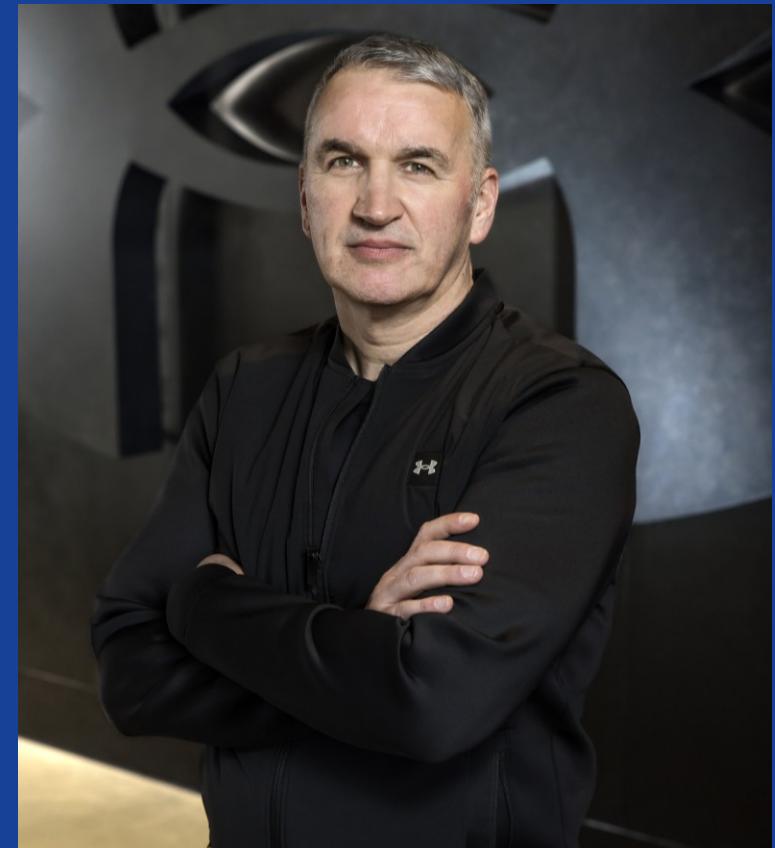
PARTNER DER WAHL FÜR STARKE MARKEN



„At Under Armour, our collaboration with **local sports retailers is a cornerstone of our strategic vision**. We strongly believe in the power of these outstanding entrepreneurs—deeply rooted in their communities, defined by exceptional service, and driven by uncompromising quality. Our mission at Under Armour is “*to inspire athletes with innovative performance and design solutions they can't live without.*” In this context, we see Intersport, with its high-quality and far-reaching retailer network, as one of our most important partners in Europe to bring this mission to life.

I truly value the **strong, long-standing partnership** we have built together and see tremendous potential for continued growth in the years ahead. Under Armour is proud to be part of Intersport's ambitious journey toward reaching six billion euros in revenue by 2030. What began as a powerful partnership in the training category will continue to evolve, as together we expand our reach and establish Under Armour as a true multi-category brand within the Intersport network.

Finally, I am delighted to extend my sincere congratulations to Intersport on its 70th anniversary—an extraordinary achievement. As Under Armour celebrates its 30th anniversary this year, it is a pleasure to **mark these milestones together** and look ahead to many more years of shared success.”



Kevin Ross, Managing Director Europa Under Armour

PARTNER DER WAHL FÜR STARKE MARKEN



„Thank you for your 40-year partnership
in making athletes* dreams real.“

Mattias Wicksell, Vice President Sales EMEA NIKE



EINZIGARTIG IM MARKT: BREITES SERVICE-PORTFOLIO



Die Mitglieder des INTERSPORT-Verbunds profitieren von zahlreichen Services:



PRODUKTZUGRIFFE
auf Adidas und
Nike Sortimente
über Single
Account Modelle



FÜNF EIGENMARKEN
in unterschiedlichen
Produktkategorien
optimieren Ihre Marge



**PROFESSIONELLE
VM-BETREUUNG**
und innovative
Ladenbaulösungen



**MAXIMALE
FLEXIBILITÄT**
durch INTERSPORT
Profilierung
oder Nutzung
des individuellen
Händler-Brandings



regelmäßige
MESSEN mit bis zu
80 Industriepartnern



Unsere
**NACHHALTIGKEITS-
STRATEGIE** stellt Sie
zukunftssicher auf



**KOMPETENTE
HR-SERVICES**
in allen Service-
Welten Recruiting,
Academy, Lernwelt



**EIGENES WAREN-
WIRTSCHAFTS-
SYSTEM** als
Schaltzentrale für
alle Retail-Prozesse



elektronische
Datenbereitstellung
über **EDI-LOOP**



Beste Betreuung in
allen wirtschaftlichen
Anliegen durch
ein etabliertes
**RETAIL BUSINESS
PARTNERING**

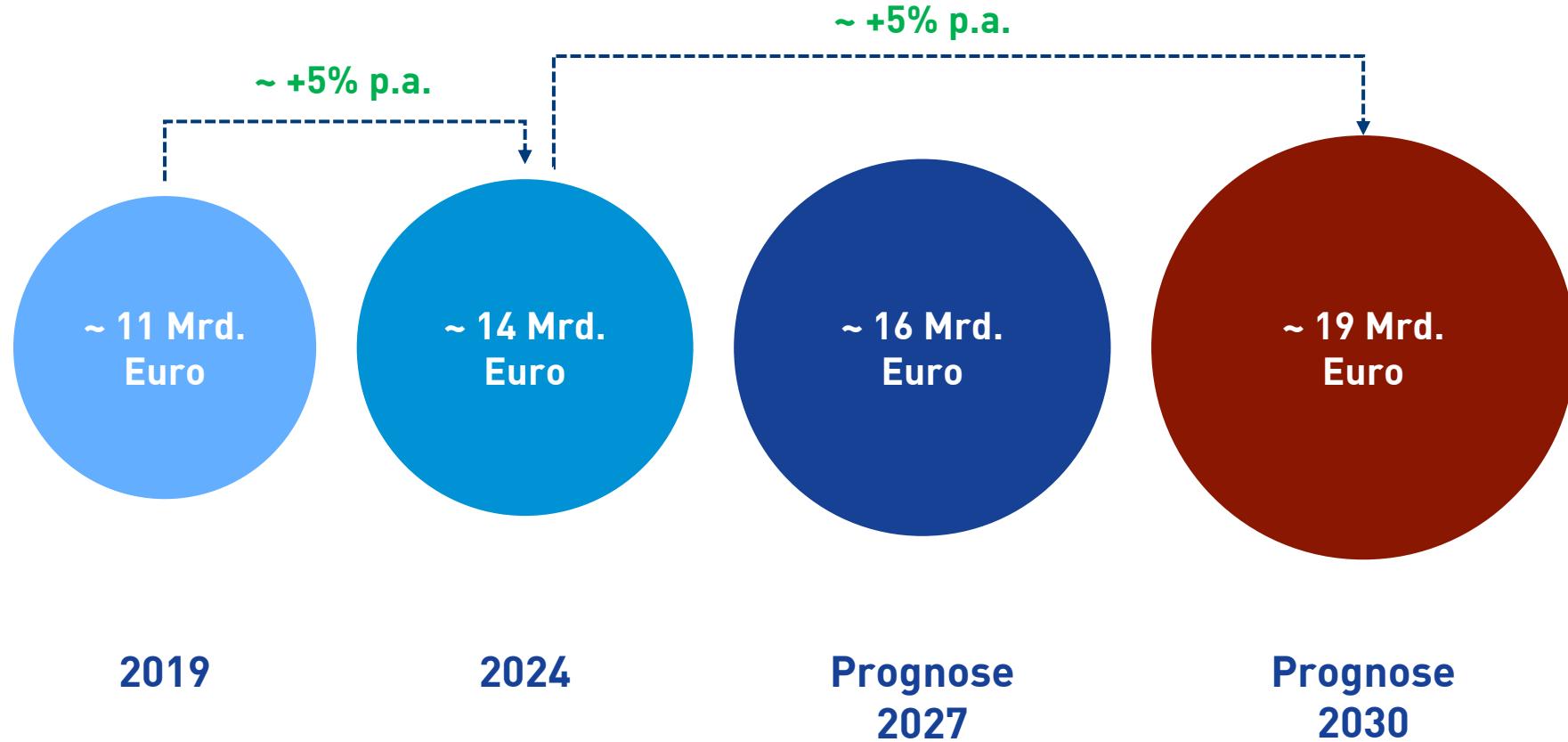


INTERSPORT Digital
GmbH – Ihr Partner für
digitale Sichtbarkeit
und Vertrieb.
Der INTERSPORT
Marktplatz als digitale
Bühne für Ihre Produkte.



Erfolgsmonitoring
über unsere **BI
AUSWERTUNGEN**

MARKT-PROGNOSE IM DEFINIERTEN SPORTMARKT

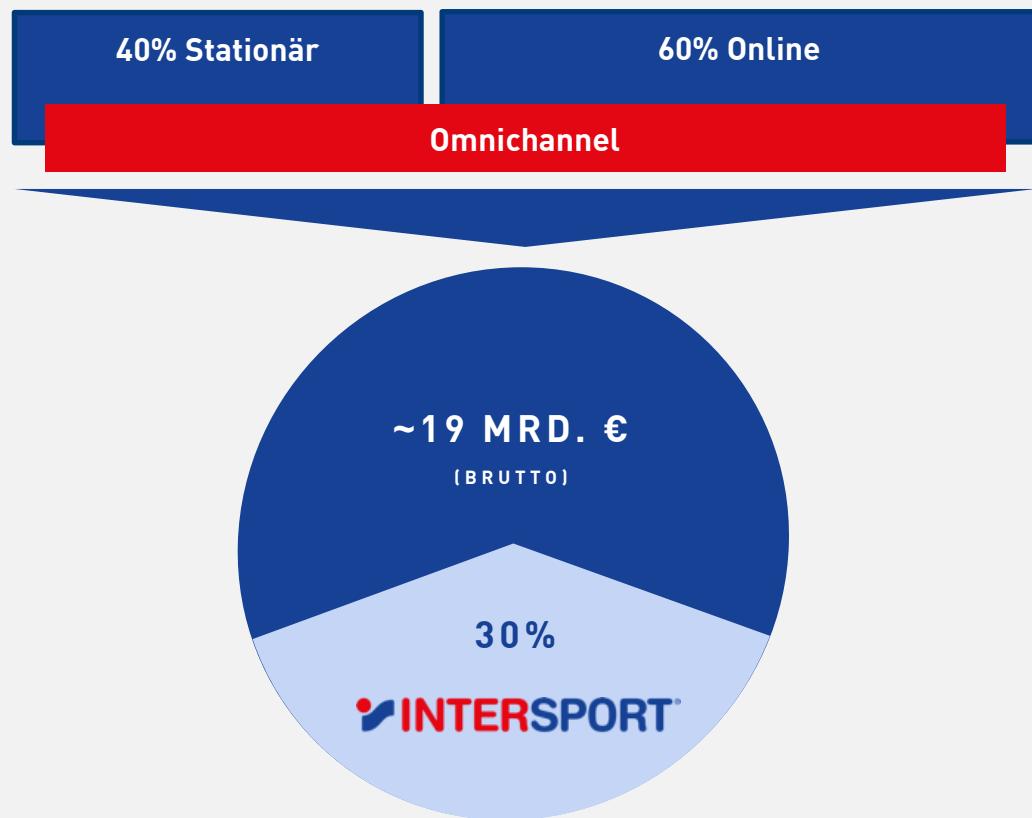


KOMMENTAR

1. Der von uns definierte Sportmarkt hat im Jahr 2024 ein Retail Marktvolumen von ca. **14 Mrd. Euro brutto**
2. Wir gehen von einer weiterhin **positiven Entwicklung des Sportmarktes** in den kommenden Jahren aus
3. Unsere Annahme: **CAGR bis 2030 von ca. 5%***
4. Prognostiziertes Marktvolumen 2030: **19 Mrd. Euro brutto**
(Sporting Goods only, ohne Bike, ohne Services)

*Source: IFH, NPD, Circana, McKinsey & Company, Persistence Market Research, INTERSPORT-Data

Deutscher Sportmarkt 2030*



* fokussierter Sportmarkt ohne Bike, ohne Services

Vision INTERSPORT 2030

Die INTERSPORT-Verbundgruppe ist Marktführer im Sportfachhandel mit einem Marktanteil von 30%

→ Positive Entwicklung des Sportmarktes in den kommenden Jahren mit Wachstumsraten von ca. 5% pro Jahr. Steigerung INTERSPORT-Marktvolumen bis 2030 auf ca. 6 Mrd. € (brutto Retail-Umsatz) durch organisches und anorganisches Wachstum.

Wir sind klare Nr. 1 in den Omnidirectional-Sportflächen und haben starke (Online-)Kooperationspartner in Ergänzung

→ Chancen der (stationären) Expansion in den kommenden Jahren nutzen, um bezogen auf Marktvolumen/Anzahl der Flächen Nr. 1 zu sein

→ Vernetzung über alle Kanäle/Touchpoints mit einheitlicher Customer Experience ist Voraussetzung, da Omnidirectional-Anteil weiter steigen wird

UNSERE AGENDA

- 1 BUSINESS-UPDATE SPORTMARKT**

- 2 INTERSPORT GESCHÄFTSJAHR
2024/2025**

- 3 STRATEGIE-UPDATE
BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE**

- 4 KATEGORIEN & MARKEN-
RANKING, TRENDS**

- 5 AUSBLICK, HIGHLIGHTS, FAZIT**



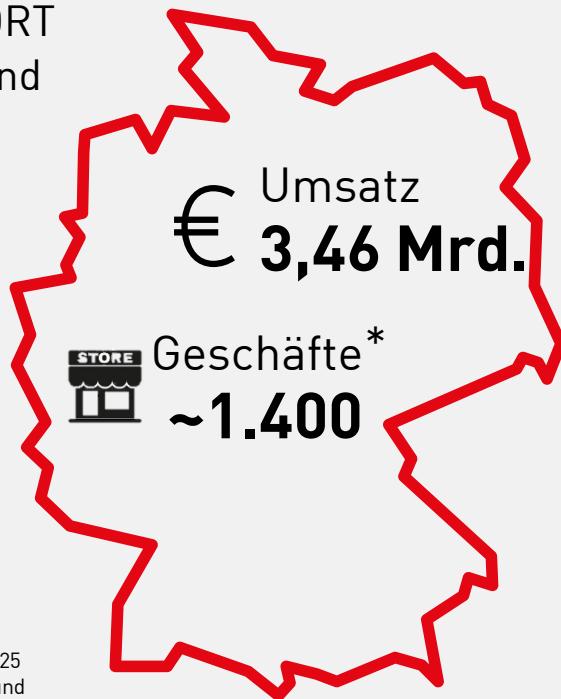
GESCHÄFTSJAHR 2024/2025

GESCHÄFTSENTWICKLUNG EINZELHANDEL

INTERSPORT WEITER STARK TROTZ GEGENWIND

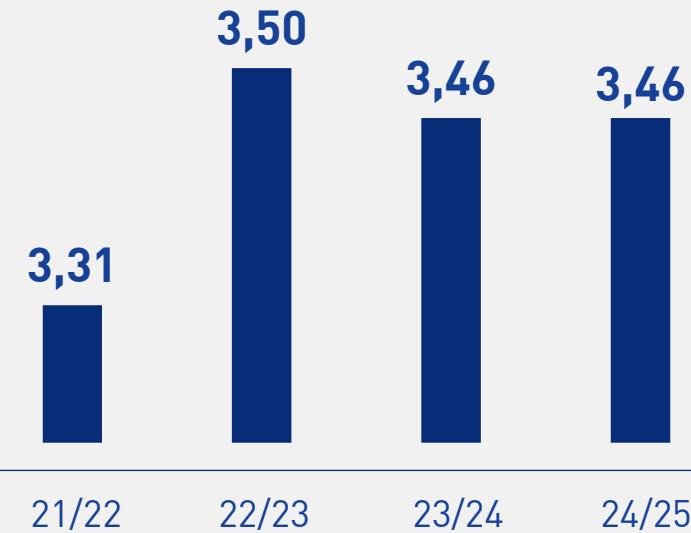


Geschäftsjahr
2024/2025
INTERSPORT
Deutschland



* Stand zum 30.09.2025
INTERSPORT-Verbund

Umsatzentwicklung
INTERSPORT Deutschland Verbund
(in Mrd. Euro)



INTERSPORT Deutschland mit Omnichannel-Ansatz erfolgreich

Der Sportmarkt*

STATIONÄR

+1%



ONLINE

+3%



+2%

INTERSPORT

STATIONÄR

-1%



ONLINE

+2%



darunter:
+19 %
intersport.de

±0%

Treiber für qualitatives Omnichannel-Wachstum: 3,4 Millionen INTERSPORT CLUB-KundInnen

Der Sportmarkt*



Online

+3%

intersport.de

+19%

+16ppt

INTERSPORT-CLUB

- Wachstum CLUB-KundInnen um **30 Prozent** im GJ 24/25
- CLUB-KundInnen sind jünger
- deutlich höhere Bons pro Einkauf
- mehr Käufe

INTERSPORT-Konzern wächst anorganisch mit Unitex



* Es handelt sich um geschätzte Retail-Sales-Werte für die Unitex.

** INTERSPORT Deutschland hält eine Beteiligung an Unitex [ab November 2025 Teil des Konzerns] und SABU von jeweils 50%.

UNSERE AGENDA

- 1 BUSINESS-UPDATE SPORTMARKT**

- 2 INTERSPORT GESCHÄFTSJAHR
2024/2025**

- 3 STRATEGIE-UPDATE:
BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE**

- 4 KATEGORIEN & MARKEN-
RANKING, TRENDS**

- 5 AUSBLICK, HIGHLIGHTS, FAZIT**



BEST
IN
SPORTS: UP FOR
FUTURE



UNSERE MASSNAHMENPAKETE IM ÜBERBLICK



RETAIL



DIGITAL



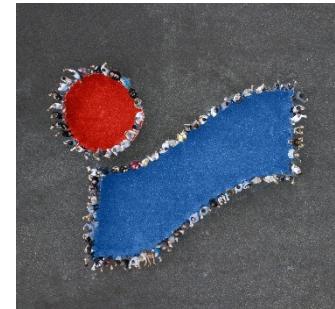
INDUSTRIE



KUNDE



BRAND



1 Wachstum über leistungsstarke flächenorientierte Konzepte und Services

2 PLB-Wachstum

11

Digitalisierung Value Chain / IT-Services

12

New Business Models (im und außerhalb des Kerngeschäfts)

13

Arbeitswelt@INTERSPORT & Employer Branding

3 Ausbau INTERSPORT Marktplatz

4 Verbindliche Omnichannel-Features und Vernetzung Online- und Offline-Kanäle

5 Ausbau und Weiterentwicklung ZR-Geschäft

6 Ausbau und Weiterentwicklung Lagergeschäft & Logistik

7 Wachstum INTERSPORT Club mit bester Kundenansprache

8 Vernetzung der Kundenbedürfnisse im Sport-Ökosystem

9 Stärkung der Marke INTERSPORT

10 Nachhaltigkeits-Offensive

BEST
IN
SPORTS:
**UP FOR
FUTURE**

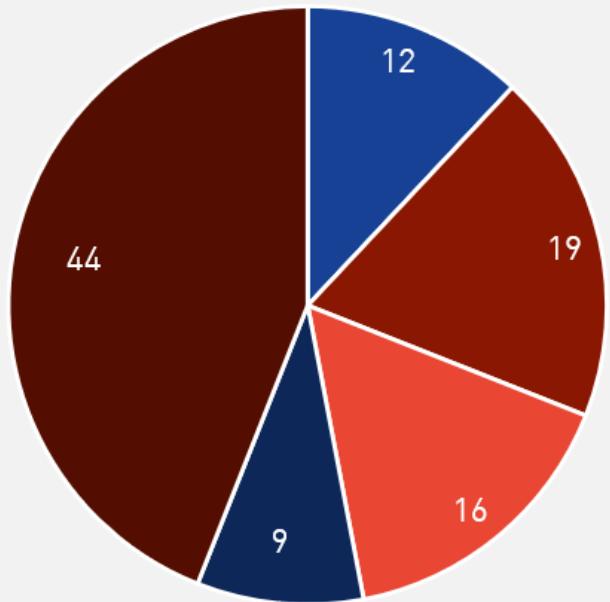
RETAIL: Wir wachsen über leistungsstarke flächenorientierte Konzepte und Services

INTERSPORT-KONZEPTE

UNSER WEG ZU 100 NEUEN CI-STANDORTEN BIS 2030



**Strategisches Ziel
100 neue CI-Standorte bis 2030:**



**100% des Ziels für das Geschäftsjahr
2024/25 erreicht!**

→ **12 Neueröffnungen** in Erlangen, Essen, Cloppenburg, Paderborn, Bremen, Dessau, Kempten, Bad Honnef, Hamburg, Büsum, Leer und Ludwigsburg

→ und **4 Flächenerweiterungen** um insgesamt **1.804 m²** in Dresden, Altötting, Ingolstadt und Aschaffenburg.

SELBSTSTÄNDIG MIT INTERSPORT: GRÜNDER-SPIRIT



„Die Gründung im Sportfachhandel gemeinsam mit INTERSPORT ist attraktiv, weil GründerInnen ein starkes Gesamtpaket erwarten: eine bekannte Marke, unternehmerische Freiheit und gleichzeitig die Sicherheit eines leistungsfähigen Verbunds.“

Franziska Schölzel, Geschäftsführerin von INTERSPORT Hübner eröffnet den ersten INTERSPORT Superstore

„Eine Selbstständigkeit mit INTERSPORT als Partner ist attraktiv, weil sie in einem herausfordernden Markt unternehmerische Freiheit mit der Stärke eines genossenschaftlichen Sportfachhandels-Netzwerkes verbindet und durch professionelle Strukturen nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit sichert.“

Manuela Dietrich-Nagel, Geschäftsführerin Sport Schlenker GmbH (INTERSPORT Schlenker)



„Ich sehe die Zukunft des Sportfachhandels herausfordernd, aber positiv – vor allem für Betriebe, die sich weiterentwickeln und ihre Stärken gezielt einsetzen. Persönliche Beratung, Service und echte Begeisterung für Sport sind Qualitäten, die der Onlinehandel nicht ersetzen kann. Die Branche lebt von der Leidenschaft für Bewegung und Gesundheit. Genau das macht sie für mich so spannend und zukunftsfähig.“

Kathrin Haseloff, Geschäftsführerin INTERSPORT Reill

18 MILLIONEN EURO: INVESTITIONEN AM STANDORT HEILBRONN



Über **18 Millionen** Euro Investitionen in

- DIGITALISIERUNG DER GESAMTEN WERTSCHÖPFUNGSKETTE
- LOGISTIKEFFIZIENZ
- PHOTOVOLTAIK
- E-COMMERCE PLATTFORM
- AUS- UND WEITERBILDUNG

(Zeitraum 2024/2025)



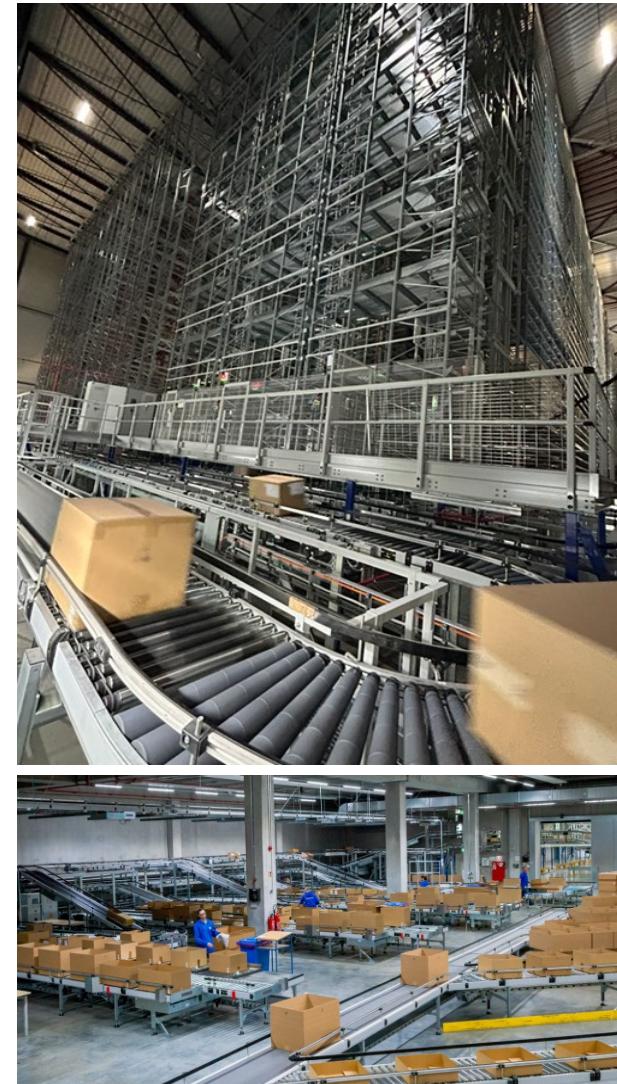
RESILIENTE SUPPLY CHAIN



Der Vollausbau des **automatischen Hochregallagers** wurde im September 2025 erfolgreich abgeschlossen.

- Kapazitätserweiterung um 30% auf >200.000 vollautomatisierte Lagerplätze
- Erweiterung der Kommissionier-Kapazitäten durch zusätzliche hochautomatisierte Shuttle-Pick-Plätze
- Rollout Updates Warehousemanagementsystem

- ➡ **Mehr Leistung und Steigerung Produktivität**
- ➡ **Mehr Kapazität, mehr Flexibilität und höhere Geschwindigkeit**
- ➡ **Grundlagen für weitere Entwicklung, Automatisierung, KI-Einsatz und Roboting**



Fotos: DieProfifotografen

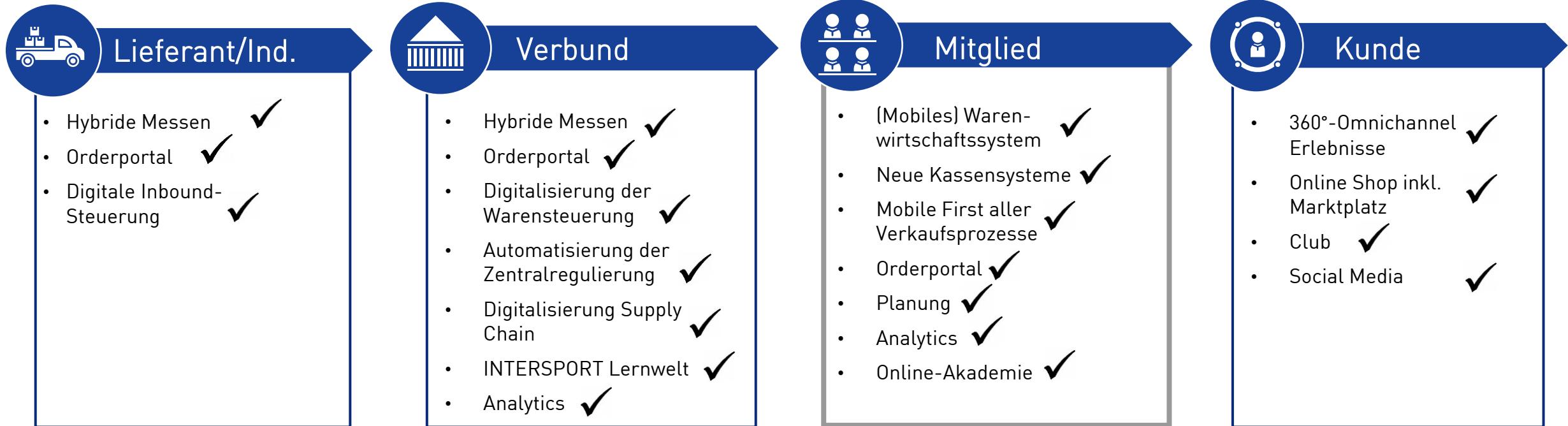
Zukunft sichern, Chancen ergreifen

DIGITALISIERUNG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

DIGITALISIERUNG DER KERNFÄHIGKEITEN ENTLANG DER VALUE CHAIN



Wir digitalisieren die Kernfähigkeiten entlang der Wertschöpfungskette und schaffen damit die Basis für weitere Automatisierung, Innovation und Wachstum.



SMART.FAMILY



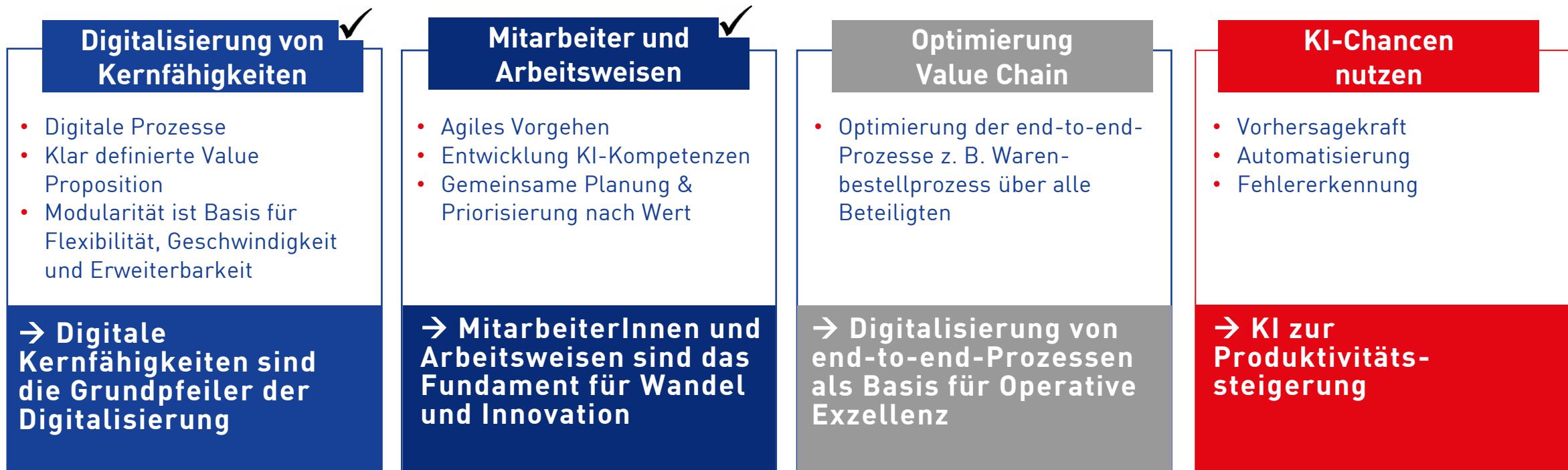
Datenplattform & KI

UNSERE DIGITALE TRANSFORMATION



FOKUS: OPERATIONALE EXZELLENZ und CUSTOMER EXPERIENCE

ZIEL: Eine digital integrierte Wertschöpfungskette, die in allen Geschäftsmodellen (B2C, B2B) effizient, flexibel und skalierbar agiert, Innovation beschleunigt und Zukunft sichert.



CHANCEN VON KI HEBEN: EINSATZMÖGLICHKEITEN



Generelle Chancen

OPERATIONALE EXZELLENZ

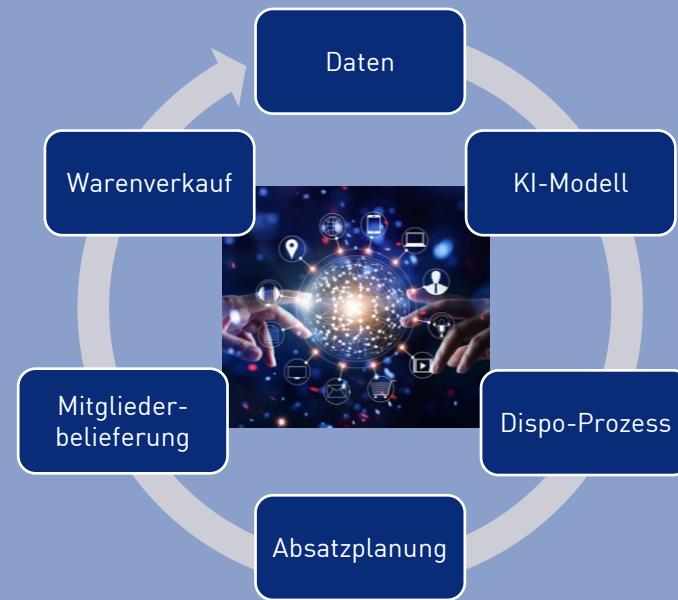
- Supply Chain Optimierung (Effizienz und Automatisierung)
- E2E Bestands- und Sortimentsoptimierung über die ganze Lieferkette
- Produktdatenqualität (Basis für Beratung, Optimierung und Automatisierung)
- KI gestützte Content-Erstellung

CUSTOMER EXPERIENCE

- Empfehlungen
- Beratung
- Support

Erster Use Case:

KI-unterstützter Dispositionsprozess



Strategische KI-Integration

- Mitglieder verbessern durch Datenaustausch operative Prozesse
- Eigene KI-Implementierung lässt vorhandenes Wissen einfließen, spart Kosten und sichert Unabhängigkeit
- KI unterstützt den Dispositionsprozess, Entscheidungen treffen Menschen

„Unsere **KI** prognostiziert die Nachfrage je Warengruppe und Marke und ermöglicht so **höhere Lagerverfügbarkeit und geringere Überbestände**.“



INTERSPORT wird Mitglied der Innovationsplattform IPAI (Innovation Park Artificial Intelligence) in Heilbronn

→ Netzwerk für den strategischen Austausch zum verantwortungsvollen Einsatz von Künstlicher Intelligenz



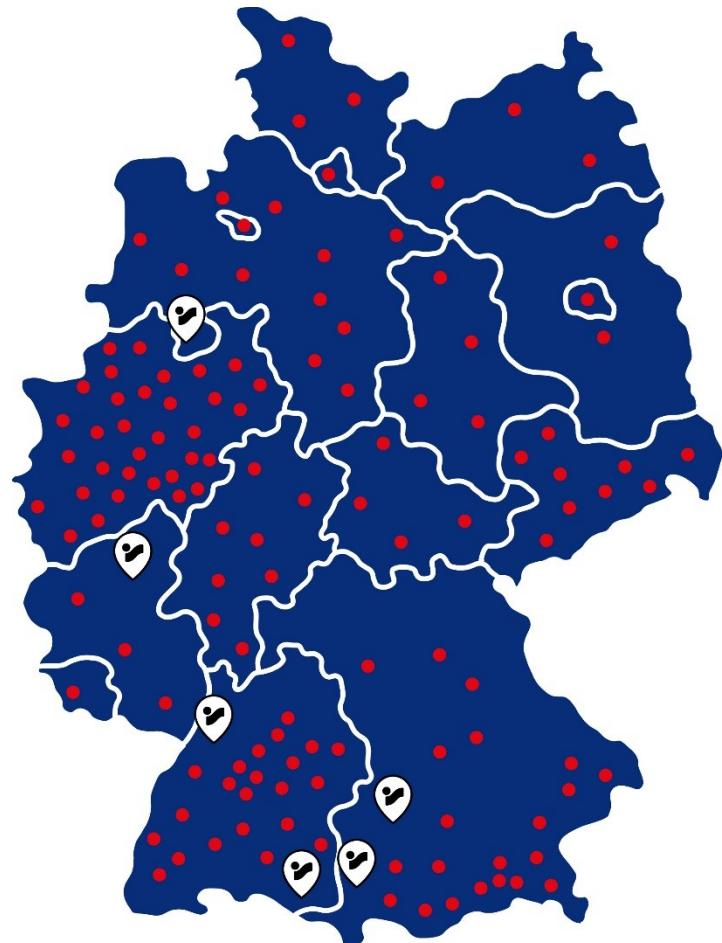
©IPAI/MVRDV

BEST
IN
SPORTS:
**UP FOR
FUTURE**

Win-Win-Win für Händler, Industrie und Kunde

INTERSPORT-Flagship

DIE SPEERSPITZE DES DEUTSCHEN SPORTFACHHANDELS



Ausgewählte Darstellung von rund einem Drittel der INTERSPORT-gebrandeten Standorte pro Bundesland.

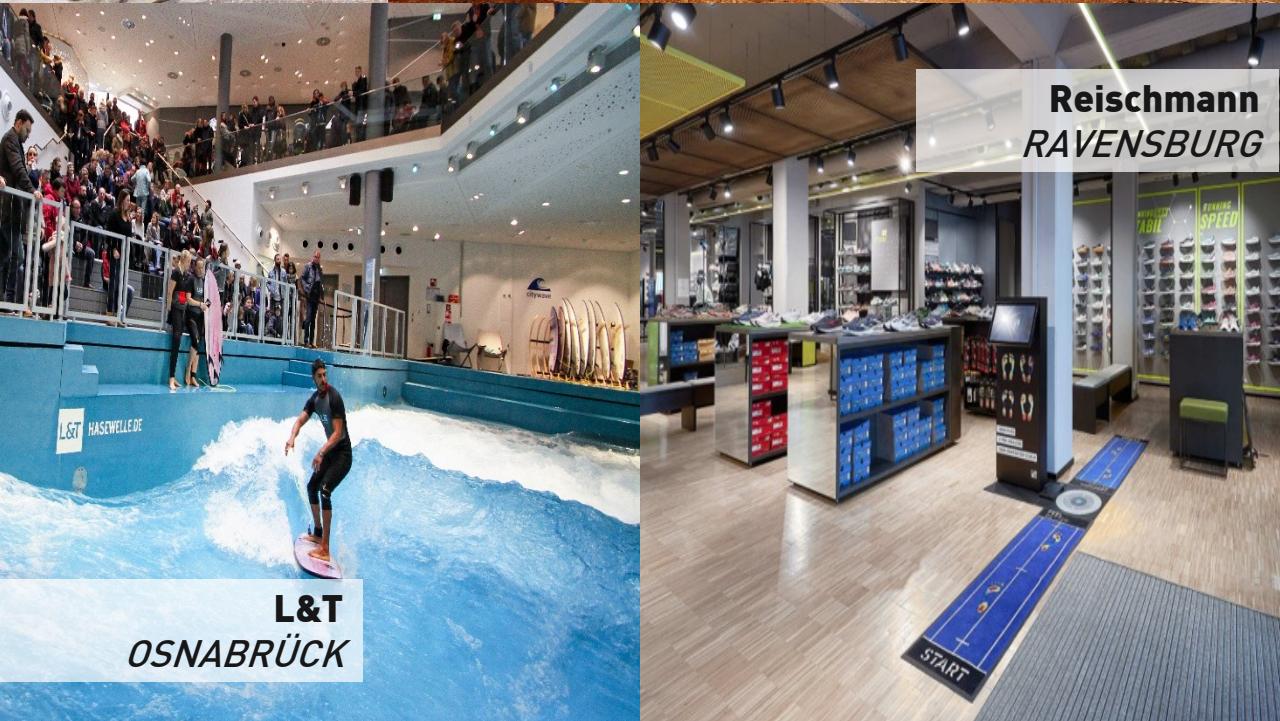
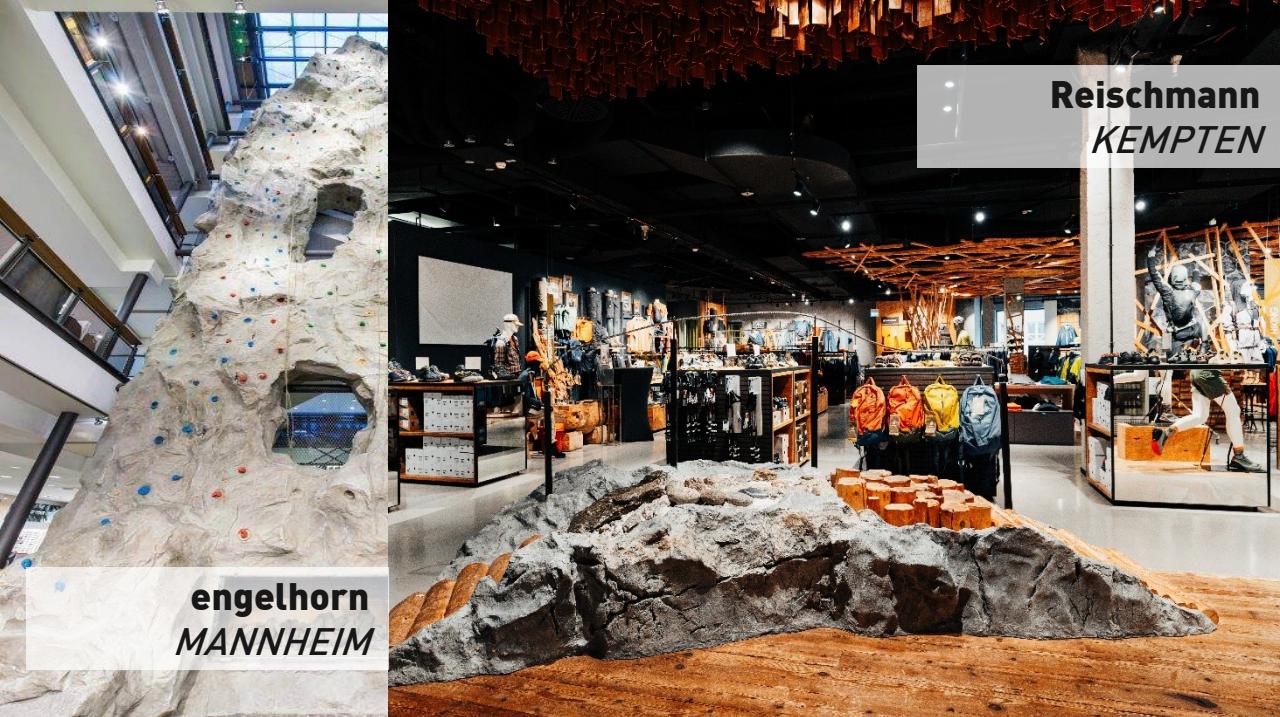
- **Sport Reischmann** in Ravensburg und Kempten
- **L&T** in Osnabrück
- **Engelhorn sports** in Mannheim

NEU 2025:

- **INTERSPORT Krumholz** in Mülheim-Kärlich
- **Sport Förg** in Augsburg

NEU 2026:

- **Weitere Standorte** in attraktiven Lagen sind bis **Ende 2026 in Planung.**



Facts & Figures:

- **3.800 m²** Gesamtfläche
- **Schwerpunkte:** Running, Training, Schwimmen, Wintersport
- Konsequente Serviceausrichtung mit Orthobox, Lauflabor, Skischuh-Fitting und Verleihservice



Facts & Figures:

- **3.800 m²** Gesamtfläche
- **Schwerpunkte:** Outdoor, Running, Wintersport
- Innovative Services wie Ski-Simulator, eigenes Sportstudio für Personal Training und Rundum-Ski-Service

„MONEY-CAN'T-BUY-MOMENTE“ FÜR SPORTFANS



FLAGSHIP OPENING EVENTS

- Test and Try-Aktionen in den Bereichen Fitness, Running oder Klettern mit Markenpartnern in den Stores
- Insights durch bekannte Sportstars wie Michi Wohlleben, Lisa Mayer oder Sebastian Heymann



INTERSPORT FLAGSHIP SKITEST

- Premiere im November in Sölden
- Rund 200 TeilnehmerInnen und die wichtigsten Wintersportbrands vor Ort
- Mit dabei: Stars des Deutschen Skiverbands



ROAD TO BERLIN

- Lauf-Communities der INTERSPORT-Flagship-Häuser waren Teil des Berlin Marathons
- Intensive Vorbereitung der LäuferInnen mit Coaches



ERLEBNISFEUERWERK 2026



- **Premium-Partnerschaften** mit namhaften Sportmarken in den Fokuskategorien **Running und Outdoor** über das ganze Jahr 2026 hinweg
- **Highlight 2026:** FIFA Fußball Weltmeisterschaft



LOWA

LEKI



MAMMUT®



MCKINLEY



HOKA



BROOKS

HOKA X INTERSPORT FLAGSHIP

- Exklusives Flagship-Gewinnspiel für ein Event der **UTMB World Series**
- Weltweit bekanntestes Trailrunning-Event rund um den Mont Blanc
- **Gewinn:** 4 Startplätze (plus Begleitperson) für UTMB-Lauf im Elsass Mitte Mai 2026
- inkl. Vorbereitung und Coaching mit HOKA AthletInnen



HIGHLIGHT: WORLD CUP 2026



An allen INTERSPORT-Flagship-Standorten besondere Highlights zum World Cup 2026:

- Premium POS-Flächen und exklusive Produktpräsentationen der Markenpartner mit einzigartigen Trikotaktionen
- Public-Viewing-Events zu den Deutschlandspielen
 - Autogrammstunde mit bekannten SportlerInnen, VIPs, Influencern und regionalen Stars
 - EA SPORTS FC™-Turnier und sportliche Challenges



BEST
IN
SPORTS:
**UP FOR
FUTURE**

SUPER SALE

SUPER SALE

SUPER SALE

SUPER PREIS

LAUNCH ERSTER STANDORTE IM FRÜHJAHR 2026

INTERSPORT Superstore



SUPERSTORE-LAUNCH 2026



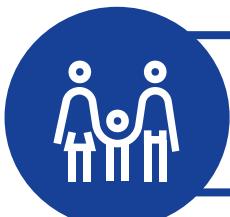
Ein neues flächenorientiertes Konzept, mit dem wir Sport für alle ermöglichen und noch mehr Bedarfe abdecken.

Geplante Verkaufsfläche mit 2.000 bis 5.000 m²



Sortiment: Starke Sportkategorien im Preiseinstieg/mittleren Preissegment

INTERSPORT-Eigenmarken, Urban, Outdoor (inkl. Camping), Winter, Teamsport, Bade/Beach, Saisonsport



Zielgruppe: Familien, die Sport lieben, sowie preissensiblere KundInnen

Geringere Markenorientierung, eher Freizeit- als Leistungsorientierung

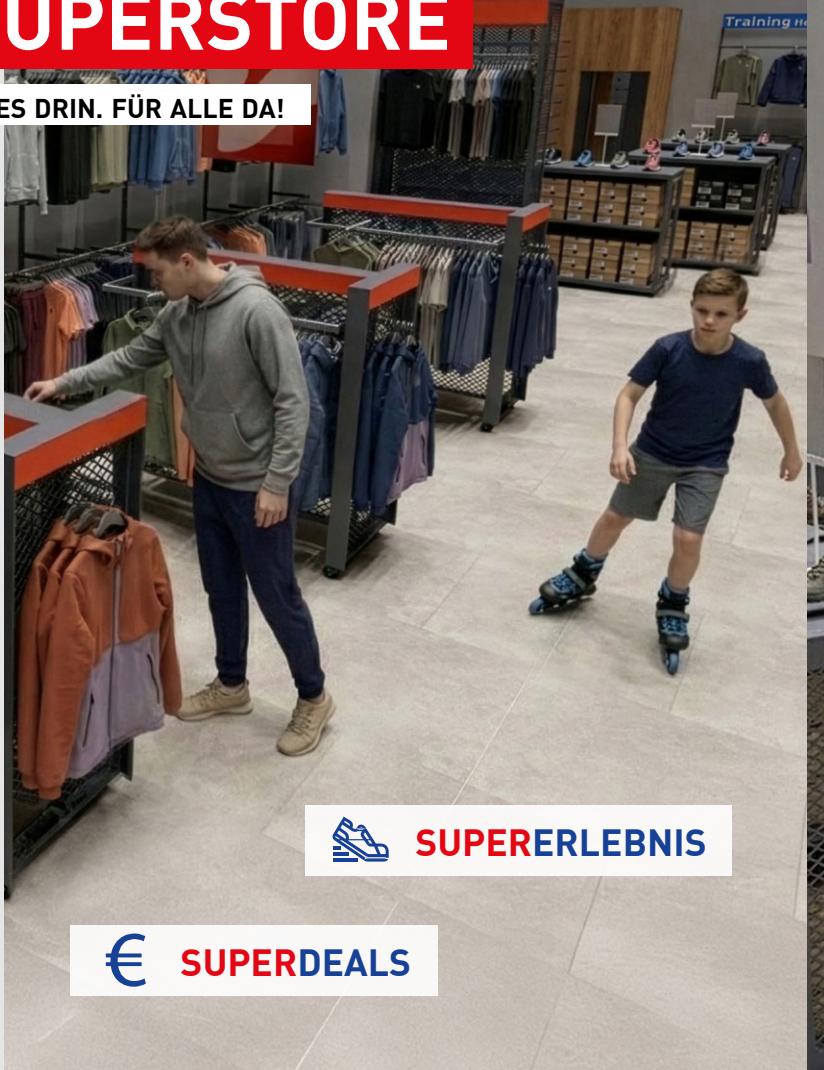


Qualitätsanspruch: Marke INTERSPORT als Kern

Alle INTERSPORT-Corporate Identity-Anforderungen (INTERSPORT CLUB, Services, Beratung etc.) erfüllt

INTERSPORT SUPERSTORE

ALLES DRIN. FÜR ALLE DA!



€ **SUPERDEALS**



24 **SUPERBERATUNG**



INTERSPORT
SUPERSTORE

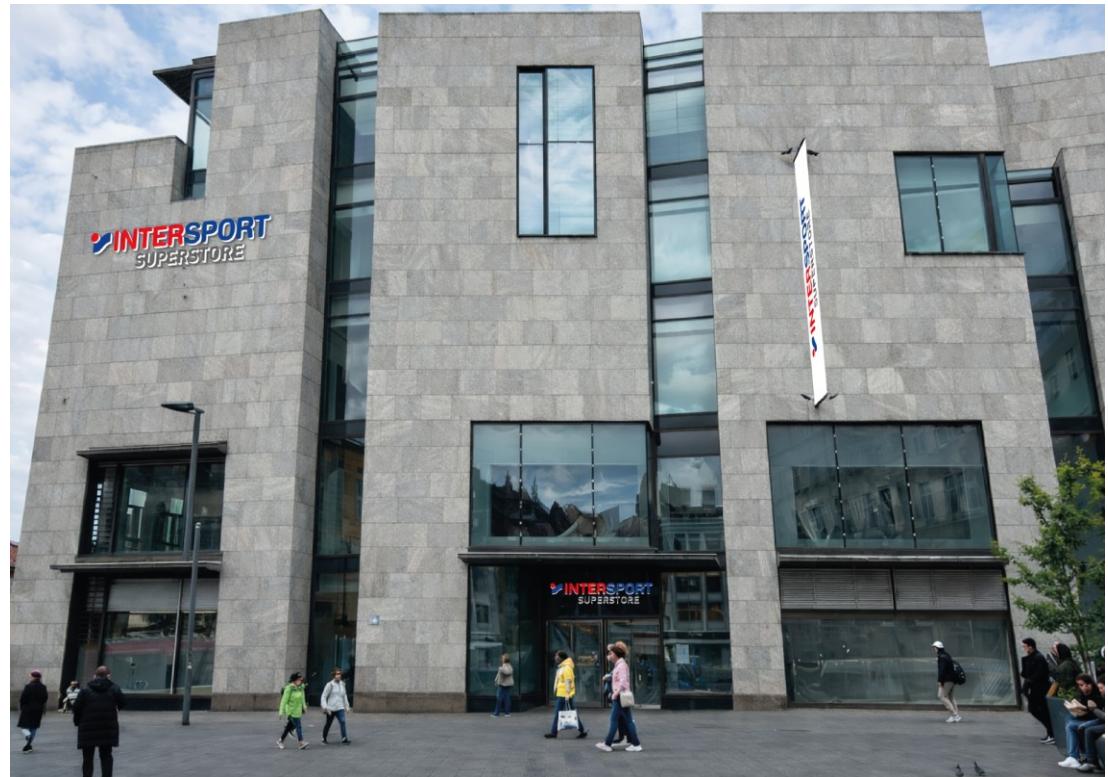
STANDORT HALLE / SAALE



- Neueröffnung im Frühjahr 2026
- Innenstadtlage in Halle Saale
- Über 2.000 m²
- 25 Mitarbeitende
- Geschäftsführung: Franziska Schölzel

„Wir freuen uns, mit diesem neuen INTERSPORT-Storekonzept in Halle an den Start zu gehen. Nach dem Motto „Alles drin. Für alle da.“ wollen wir Sport und Bewegung für Alle zugänglich machen und Sportkategorien im Preiseinstieg und mittlerem Preissegment anbieten. Mit der Fläche direkt am Marktplatz in Halle an der Saale dürfen wir Teil derer sein, die die Innenstadt direkt beleben. Das werden wir schon in den ersten Tagen mit vielen Aktionen zeigen.“

Franziska Schölzel, Geschäftsführerin des INTERSPORT Superstore am Standort Halle/Saale.



BEST
IN
SPORTS:
**UP FOR
FUTURE**

DAMEN HERREN KINDER

SPORTARTEN

MARKEN

SALE

DIGITAL: Ausbau von intersport.de

NEUE INTERSPORT- PLATTFORM

BEREIT FÜR DIE PISTE?

ENTDECKE UNSERE WINTERSPORT HIGHLIGHTS

JETZT ENTDECKEN

TOPSELLER BEI INTERSPORT



INTERSPORT Deutschland bietet Partnern & Brands ein **starkes, vernetztes Marketing-Angebot:** online, offline und direkt am POS.

Damit entstehen **mehr Reichweite, stärkere Markenpräsenz und zusätzlicher Abverkauf.**

MÖGLICHKEITEN IM ÜBERBLICK



SPORTKOMPETENZ NEU DEFINIERT

UNSER ZIELBILD



INTERSPORT.de ist **2030** die kompetenteste Plattform, auf der markenaffine Sportler und Sportlerinnen alles rund um ihren Sport und Gesundheit finden.

Basis hierfür ist ein **kundenzentrisches, online relevantes Sortiment**, das in Breite und Tiefe Maßstäbe setzt.



STIMMEN DER ERSTEN INTEGRIERTEN PARTNER



„Durch die intensivere Präsenz auf intersport.de können wir unsere Produktwelten noch näher an die sportaffinen Kundinnen und Kunden von INTERSPORT bringen – digital und im Store.“

Björn Gulden,
CEO adidas AG



STIMMEN DER ERSTEN, INTEGRIERTEN PARTNER



„Die Möglichkeit, unsere Geschichten und Kollektionen digital sicht- und verfügbar zu machen und gleichzeitig in den Stores erlebbar zu bleiben, ist für uns strategisch wertvoll.“

Antje von Dewitz, CEO VAUDE

„Die erweiterte Plattform bietet uns zusätzliche Reichweite und stärkt unser Zusammenspiel mit dem Fachhandel, der nah an den Vereinen berät.“

Nadine Sprügel, CEO JAKO AG



BEST UP FOR
IN SPORTS: **FUTURE**



Stärkung der Marke INTERSPORT

PARTNERSCHAFTEN

OFFIZIELLER PARTNER DES DEUTSCHEN SKIVERBANDS

ENGAGEMENT IM WINTERSPORT

INTERSPORT Deutschland ist bis mindestens 2027 offizieller **Teampartner der Deutschen Skinationalmannschaft Ski Alpin.**

- Logo ist auf der Kleidung der AthletInnen sichtbar
- Vielfältige Aktivierungen in Zusammenarbeit mit INTERSPORT-HändlerInnen
- Exklusive Events für KundInnen



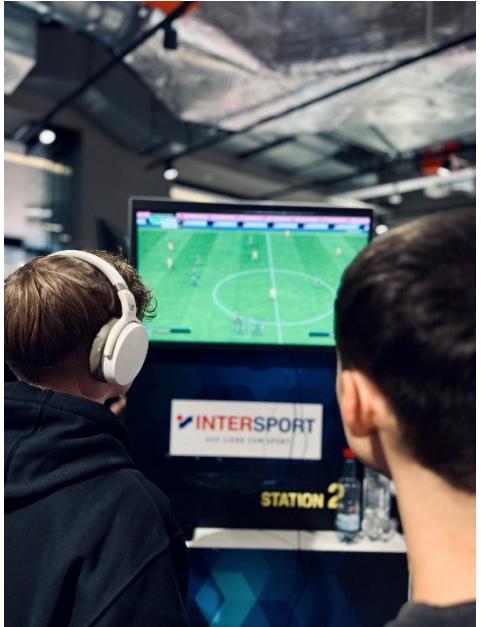
FITNESS-RACES STARTEN WELTWEIT DURCH
HYROX WEITER IM AUFWIND

INTERSPORT ist international 2026 offizieller
Titelpartner bei **3 großen HYROX-Events:**
Hamburg, Bordeaux, Stockholm

- HYROX Race in Hamburg 2025 mit **15.000 Teilnehmenden**
- Umfangreiche Kampagne mit PUMA
- Offizielle **PUMA x HYROX Kollektion** in INTERSPORT-Stores und auf intersport.de
- Vorab-Registrierung in ausgewählten INTERSPORT-Stores



INTERSPORT VERLÄNGERT PARTNERSCHAFT MIT EA SPORTS FC™



E-Sports im Fokus!

INTERSPORT kooperiert mit dem im September 2025 eingeführten Spiel **EA SPORTS FC™ 26**:

- **INTERSPORT Vanity-Kit-Kollektion** mit Heim- und Auswärtstrikots
- **Bandenwerbung am Spielfeldrand** im Football Ultimate Team™- und im Rush & Club Modus
 - ➔ Digital affines Publikum, jüngere Zielgruppe soll angesprochen werden
 - ➔ Sichtbarkeit der Marke bei Sportbegeisterten wird erhöht

EA SPORTS FC™ 26 ist die
Nr. 1

der meistverkauften PC- und Konsolenspiele in Deutschland, die 2025 erschienen sind.

Markt für Spiele in Deutschland: 5,5 Mrd. (2024)

Quelle: game.de



BEST UP FOR
IN SPORTS: FUTURE

„Aus Liebe zum Sport“: Mehr Wissen, mehr erreichen

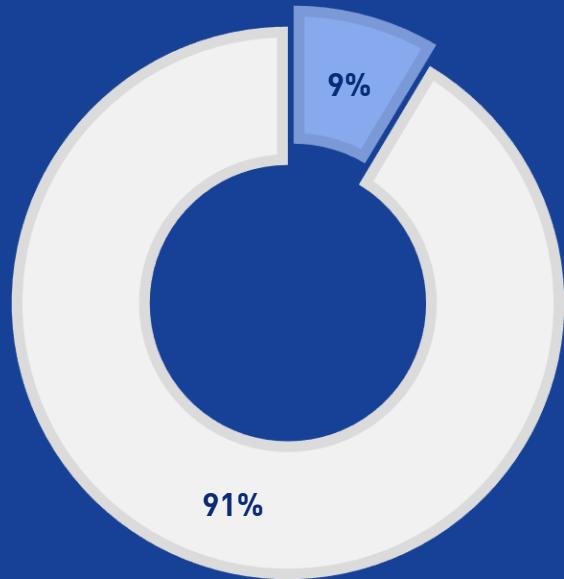
ARBEITSWELT @INTERSPORT

MENSCHEN MACHEN UNTERNEHMEN ERFOLGREICH



AUSBILDUNGSQUOTE

■ Auszubildende und Studierende ■ Fachkräfte



22.000

Mitarbeitende

aus **>50**



verschiedenen
Nationen arbeiten
bei INTERSPORT
Deutschland.

Wir bieten

24

verschiedene
Ausbildungsberufe und
duale Studiengänge an.



TRANSPARENZ ZU ESG-FRAGEN



- Erstmalige Veröffentlichung eines **Fortschrittsberichts zu den wichtigsten ESG-Meilensteinen** im Jahr 2025 (über GJ 2023/2024) im Rahmen des UNGC-Beitritts
- Umfassende Bestandsaufnahme der Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 1-3)

→ **Künftig:** Regelmäßige Updates des Berichts



DEUTSCHLANDWEITER ROLL-OUT NACH ERFOLGREICHEM PILOT



Ergebnisse im
Pilotprojekt:
Mai – Oktober 2025

78
teilnehmende
Flächen

1,35 t
gesammelte Menge
≈ ca. 2.150 Paar Schuhe



.... ein wichtiger erster Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft.“ - **Michael Rotholz, INTERSPORT Voswinkel**

„Unsere Kunden nehmen das Projekt sehr positiv wahr und sind begeistert, dass wir so etwas anbieten.“ - **Frank Bahr, Geschäftsführer INTERSPORT Krumholz**

UNSERE AGENDA

- 1 BUSINESS-UPDATE SPORTMARKT**

- 2 INTERSPORT GESCHÄFTSJAHR
2024/2025**

- 3 STRATEGIE-UPDATE
BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE**

- 4 KATEGORIEN & MARKEN-
RANKING, TRENDS**

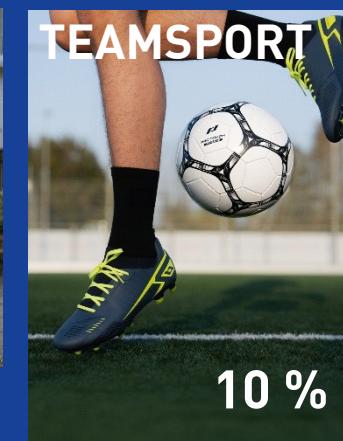
- 5 AUSBLICK, HIGHLIGHTS, FAZIT**



CATEGORY-UPDATE

CATEGORY ENTWICKLUNGEN GJ 24/25

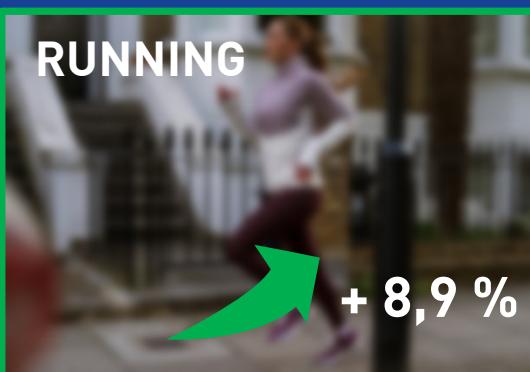
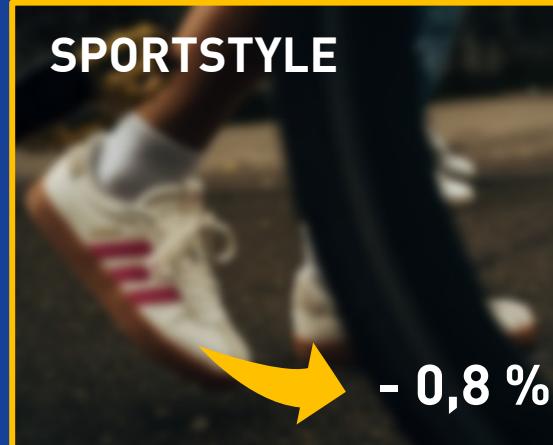
UNSERE WESENTLICHEN KATEGORIEN



* Umsatzsplit



KATEGORIEN UMSATZ-ENTWICKLUNG



* Entw. zu Vorjahr in %

TOP 20-LIEFERANTENRANKING



| Lieferant | RANG 24/25 | RANG 23/24 | TENDENZ |
|------------|------------|------------|---------|
| ADIDAS | 1 | 1 | ➡ |
| NIKE | 2 | 2 | ➡ |
| ON | 3 | 4 | ↗ |
| PUMA | 4 | 3 | ↘ |
| ASICS | 5 | 5 | ➡ |
| VF GROUP | 6 | 6 | ➡ |
| AMER GROUP | 7 | 7 | ➡ |
| McKINLEY | 8 | 8 | ➡ |
| Lowa | 9 | 10 | ↗ |
| JAKO | 10 | 9 | ↘ |

| Lieferant | RANG 24/25 | RANG 23/24 | TENDENZ |
|--------------|------------|------------|---------|
| BROOKS | 11 | 13 | ↗ |
| NEW BALANCE | 12 | 18 | ↗ |
| STICHD | 13 | 16 | ↗ |
| CAMPAGNOLO | 14 | 11 | ↘ |
| GARMIN | 15 | 19 | ↗ |
| MEINDL | 16 | 12 | ↘ |
| HEAD | 17 | 14 | ↘ |
| VAUDE | 18 | 17 | ↘ |
| UNDER ARMOUR | 19 | 15 | ↘ |
| SKECHERS | 20 | 31 | ↗ |

TRENDS HERBST/WINTER 2026

OUTDOOR, SPORTSTYLE, TRAINING, RUNNING

CROSS-USE



RUNNING + OUTDOOR = TRAIL-RUNNING

Trail-Running boomt

Ausgebuchte Großevents

Großes Wachstumspotenzial des globalen Markts für Trail-Running-Schuhe



RUNNING + TRAINING = HYROX

Funktionelles Fitnessrace mit klarer Struktur: 8 x 1 km Laufen, jeweils unterbrochen von 8 Workout-Stationen

Boom 2025: Über 80 Races weltweit mit mehr als **550.000 Teilnehmenden und 350.000 ZuschauerInnen**



RUNNING + SPORTSTYLE = RUNNING-SNEAKER

Laufsport erlebt Boom und Läufe werden zum sozialen Event (ca. 3.000 Veranstaltungen im Jahr)

Sport und Mode verschmelzen

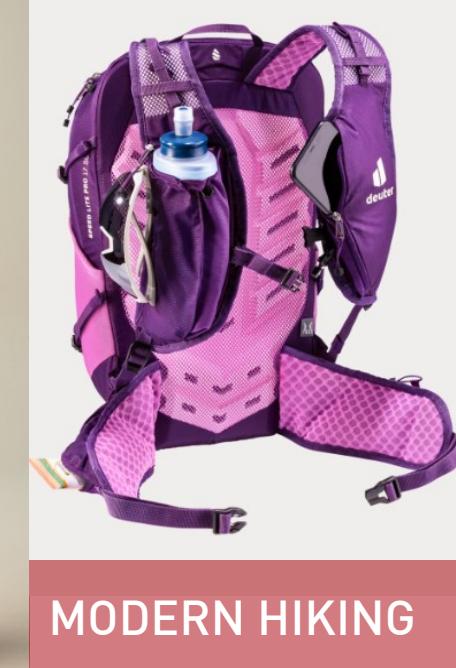
Running-Schuhe lösen Sneaker im Straßenbild ab



RUNNING



OUTDOOR



TRAINING



MENTAL HEALTH /
MEDITATION / YOGA



NACHHALTIGKEIT



PILATES



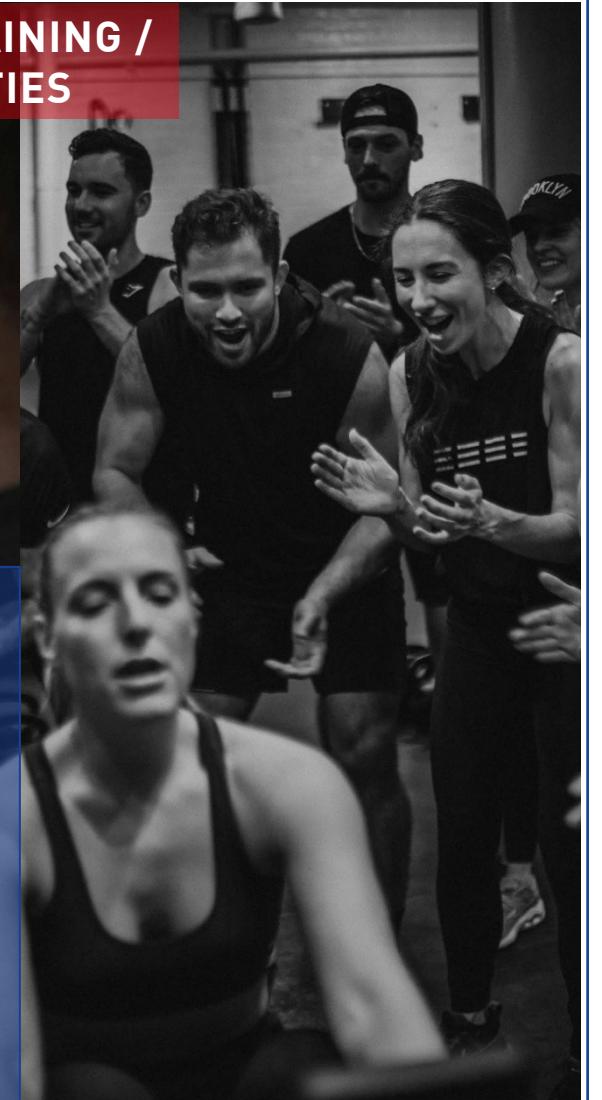
FUNCTIONAL FITNESS /
HYROX / CROSS FIT



HYBRIDES TRAINING /
COMMUNITIES



SOCIAL MEDIA
KÄUFE



SPORTSTYLE



NACHHALTIGKEIT



ATHLEISURE
(MONOCHROME)



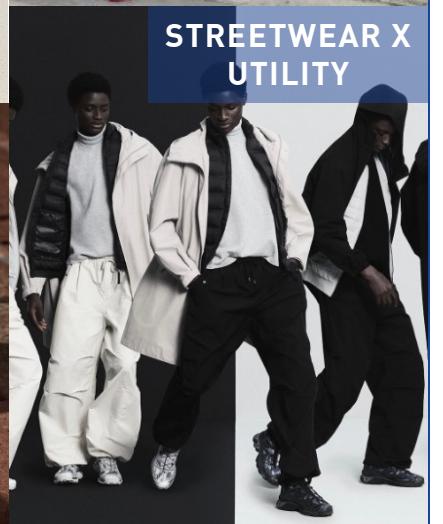
RETRO/
HERITAGE FTW



CROSS USE
RUNNING X LIFESTYLE



STREETWEAR X
UTILITY



SOCIAL MEDIA
Käufe

UNSERE AGENDA

1

BUSINESS-UPDATE SPORTMARKT

2

INTERSPORT GESCHÄFTSJAHR
2024/2025

3

STRATEGIE-UPDATE
BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE

4

KATEGORIEN, MARKEN-RANKING
& TRENDS

5

AUSBLICK, HIGHLIGHTS, FAZIT



MARKTFÜHRER BLEIBT INTERSPORT



- ✓ Wir forcieren unsere **Position als qualitativer Marktführer** im Omnichannel-Sportfachhandel und stehen für alle Themen rund um Sport und Gesundheit.
- ✓ Wir stellen ein **qualitatives Wachstum** von durchschnittlich **über 5 Prozent** (organisch und anorganisch) sicher, indem wir **rentabel** stärker wachsen als der Markt, sowohl stationär als auch online.
- ✓ Wir bleiben der **kompetenteste Sportmarktplatz** Deutschlands – mit den Top-Brands und einem einzigartigen Portfolio an Eigenmarken.
- ✓ Wir sind weiterhin der **starke Partner** für unsere KundInnen, Industrie- & Kooperationspartner – mit starker INTERSPORT-Brand.

EIN JAHR VOLLER HOCHKLASSIGER EVENTS

SPORTJAHR 2026: EVENTS MIT KRAFT FÜR GESELLSCHAFT



Handball-EM
in Dänemark, Norwegen,
Schweden
15. Januar – 01. Februar



MEN'S EHF EURO 2026
DENMARK · SWEDEN · NORWAY
15 JANUARY–1 FEBRUARY

**Olympische
Winterspiele**
in Italien
06. – 22. Februar



Fußball-WM
in USA, Kanada, Mexiko
11. Juni – 19. Juli



**World Athletics
Ultimate
Championship**
in Ungarn
11. – 13. September



WIR UNTERSTÜTZEN OLYMPIA IN DEUTSCHLAND



Zum 01. Januar 2027 wird INTERSPORT Deutschland Teil der **Wirtschaftsinitiative „Spiele in Deutschland“**. Die Partnerschaft läuft über zwei Jahre. Ziel der Initiative ist es, die Olympischen und Paralympischen Spiele nach Deutschland zu holen.





70 JAHRE INTERSPORT DEUTSCHLAND



Gründung

Am 23. Januar 1956 gründen 15 Sportfachhändler in Heilbronn Eingetragene Genossenschaft Sport (EGESPO) – der Beginn der INTERSPORT-Erfolgsgeschichte.



Internationale Bühne

1972 wird INTERSPORT offizieller Ausrüster der Olympischen Spiele in München und 1980 Partner der Olympischen Spiele in Moskau.



Erste Website

1999 startet INTERSPORT mit der ersten eigenen Website und eröffnet den digitalen Vertriebskanal.



2020er

INTERSPORT bleibt auch in turbulenten Zeiten stark, setzt auf digitale Lösungen strategische Partnerschaften und innovative Projekte, um den Sportfachhandel der Zukunft zu gestalten.

1956

1968

1972/1980

1987

1999

2003

2020er



Ausbau und Umzug
Die neue Firmenzentrale in Heilbronn-Böckingen wird 1966 eingeweiht. INTERSPORT hat zu diesem Zeitpunkt 40 Mitarbeitende.



Gründung der IIC in Bern



Expansion
INTERSPORT zieht in das neue Bürogebäude an die Böllinger Höfe in Heilbronn, das bis heute als Zentrale dient.



Redblue
2004 wird an der Zentrale das Messe- und Eventzentrum „Red blue“ eingeweiht, das heute ein überregional bekannter Veranstaltungsort ist.

Factsheet Historie

INTERSPORT DEUTSCHLAND EG

INTERSPORT DEUTSCHLAND EG ist eine Genossenschaft mit 100%igen Anteilen der 100 Mitgliedsunternehmen. Die Genossenschaft ist eine Kooperative, die die Interessen der Betriebe vertritt. Sie unterstützt die Mitgliedsunternehmen in allen Bereichen des Betriebslebens.

Mehr Infos





DAS KONZEPT | Jubiläumskampagne

Sport schafft etwas, das Politik und Gesellschaft nur noch selten hinbekommen. **Er vereint.** Über 25 Mio.

Deutsche sind Mitglied im Sportverein (Statista 2025) und spüren so neben Muskelkater noch etwas ganz anderes: Gemeinschaft. **Nähe.**

70 JAHRE | 70 GESCHICHTEN

Zum 70. Jubiläum feiern wir die verbindende Kraft des Sports – ein **Wir-Gefühl**, das Menschen über Generationen, Grenzen und Herkunft hinweg vereint. Wir laden das ganze Land ein, diese Energie gemeinsam zu erleben und fasziniert auf 70 Jahre **Sportgeschichte(n)** zu blicken.

Und das alles unter dem
Leitgedanken:



Wir wissen nicht, was ihr
die letzten 70 Jahre gemacht habt.
Wir jedenfalls geben weiter Gas.

#DasSindWir



#DasSindWir



Ihr seid keine Laufschuhe.
Ihr seid die Trophäe
für den Sieg über mich selbst.
#DasSindWir

Morgens um 5.00 Uhr.
Während andere noch schlafen,
überholen wir links. Und rechts.

#DasSindWir



Wir wissen nicht, was ihr
die letzten 70 Jahre gemacht habt.
Wir jedenfalls geben weiter Gas.
#DasSindWir



MIT BEST IN SPORTS: QUALITATIVES WACHSTUM



EXPANSION

Expansion unter der INTERSPORT-Brand läuft wie geplant:

- **12** neue Standorte im GJ 24/25
- **4** Flächenerweiterungen

INTERSPORT-KONZEPTE

INTERSPORT Flagship feiert Erlebnisfeuerwerk und bietet unzählbare Momente für Sportfans

Erster **INTERSPORT Superstore** eröffnet im März in Halle/Saale

DIGITALISIERUNG

INTERSPORT Deutschland: digitaler und innovativer:

- Neue Online-Plattform gestartet
- Partnerschaft mit KI-Innovationspark IPAI
- Digital Value Chain

STÄRKUNG DER BRAND

Starke Partnerschaften stärken die Marke und erschließen neue Zielgruppen und Trends:



**Ziel ist immer:
Steigerung der Händler-Rendite!**

BEST
IN
SPORTS:
UP FOR
FUTURE