



Heilbronn, 27.01.2026

Erfolgreiches Geschäftsjahr und mit BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE auf Zukunftskurs

INTERSPORT DEUTSCHLAND SETZT EXPANSION KRAFTVOLL FORT

INTERSPORT Deutschland profitiert von den starken Megatrends Sport und Gesundheit und erzielt für das Geschäftsjahr 2024/2025 erneut das Rekord-Umsatzniveau des Vorjahres. Das Unternehmen meldet für den Verbund von rund 700 HändlerInnen einen Außenumsatz von 3,46 Milliarden Euro. Insbesondere das Omnichannel-Business im INTERSPORT-Verbund entwickelt sich stark zu einem Erfolgsmodell. Mit der konsequenten Umsetzung seiner Strategie BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE ist das Unternehmen auf Kurs.

Trotz herausfordernder Marktbedingungen, schwacher Konjunktur, Konsumzurückhaltung und intensivem Wettbewerb hält INTERSPORT Deutschland an seinen langfristigen Zielen bis 2030 fest. „Unser Ziel ist ein jährliches, qualitatives Wachstum von im Durchschnitt über 5 Prozent bis 2030. Wir investieren weiter in Effizienz, Service und Expansion – stationär und online. Gemeinsam gestalten wir die Zukunft des Sportfachhandels“, so Dr. Alexander v. Preen, CEO INTERSPORT Deutschland eG. „Im Geschäftsjahr 2024/25 haben wir das qualitative Wachstum unserer Händlerinnen und

INTERSPORT Deutschland eG
Wannenäckerstraße 50, 74078 Heilbronn
Team Unternehmenskommunikation
presse@intersport.de
Dr. Katharina Janke
Leiterin Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 (0) 7131 288-4187

AUS LIEBE ZUM SPORT

Händler weiter gestärkt und sind mit dem Erwerb der Beteiligung an der unitex GmbH anorganisch gewachsen. Unsere Strategie BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE greift und wir setzen sie mit Nachdruck fort. Als Sportfachhandelsverbund sind wir die Nummer 1 in Deutschland und stehen für Qualität, Nähe, Vielfalt und Authentizität. Wir sind in allen Regionen Deutschlands vertreten – auf rund 500.000 Quadratmetern unter der INTERSPORT-Brand, darunter 30.000 Quadratmeter im absoluten Top-Segment mit unseren INTERSPORT-Flagship-Händlern“, unterstreicht v. Preen.

„Wir sind stolz, dass wir im Omnichannel-Business erneut zulegen konnten – mit intersport.de sind wir um 19 Prozent stark gewachsen und haben uns deutlich besser als der Markt entwickelt“, sagt Thomas Storck, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und CFO der INTERSPORT Deutschland eG. „Das zeigt die Stärke unseres Verbunds und die richtige strategische Ausrichtung.“

Strategische Meilensteine: Wachstum und Markenstärke

Ein zentrales Highlight ist die Beteiligung an der unitex GmbH. INTERSPORT Deutschland erwarb im November 2025 50 Prozent der Geschäftsanteile und sichert sich damit Zugang zu einem dynamischen Mode- und Lifestyle-Verbund mit über 800 Mitgliedern. „Die Beteiligung an unitex ist weit mehr als ein Investment – sie ist ein strategischer Schritt, um Synergien zu nutzen und unseren Händlerinnen und Händlern neue Geschäftsfelder zu eröffnen. Der INTERSPORT-Konzern stellt sich zukunftsgerichtet breiter auf, um der Kundennachfrage gerecht zu werden und damit noch relevanter im Markt zu sein“, betont v. Preen. „Unsere Finanzstärke ist ungebrochen. Dank unserer Solidität sind wir bestens aufgestellt, um im Rahmen unserer Portfoliostrategie auch anorganische Wachstumschancen zu ergreifen“, ergänzt Storck.

Parallel treibt INTERSPORT Deutschland die Standort-Expansion voran: Das Ziel von 100 neuen Standorten bis 2030 ist klar definiert. „Wir sind voll auf Kurs mit unserer Expansion“, betont v. Preen. Im vergangenen Geschäftsjahr kamen zwölf neue Stores hinzu und an vier Standorten wurden die Flächen substanziell vergrößert. Mit dem flexiblen Existenzgründungsprogramm „Selbstständig mit INTERSPORT“ unterstützt die Genossenschaft Gründerinnen und Gründer sowie Nachfolgeprojekte mit passgenauen Lösungen.

Launch INTERSPORT-Flagship-Imagefilm & Erlebnisfeuerwerk wird fortgesetzt

Das INTERSPORT-Flagship-Konzept setzt Maßstäbe im Premiumsegment des Sportfachhandels und ist ein zentraler Baustein der Strategie BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE. Die INTERSPORT-Flagship-Familie mit allen Vorteilen und Alleinstellungsmerkmalen ist die absolute Speerspitze des Sportfachhandels in Deutschland. [Zum INTERSPORT-Flagship-Imagefilm](#)

Nach erfolgreichen Opening-Events der ersten vier INTERSPORT-Flagship-Häuser und einem Erlebnisfeuerwerk im Herbst 2025 wächst das Netzwerk weiter: Ab Januar 2026 zählen sechs Flagship-Häuser zum Verbund – darunter Sport Förg in Augsburg, INTERSPORT Krumholz in Mülheim-Kärlich, engelhorn sports in Mannheim, Sport Reischmann in Kempten und Ravensburg sowie L&T in Osnabrück. Diese Händler

investieren bedeutend in ihre Online- und Offline-Serviceversprechen für ihre Kundinnen und Kunden und sichern sich so relevante Wareneingriffe bei der Industrie.

Gemeinsam werden die INTERSPORT-Flagship-Händler auch 2026 mit herausragenden „Money-can't-buy--Erlebnissen“ und vielfältigen exklusiven Angeboten für ihre KundInnen punkten.

Unter dem Motto „Alles drin. Für alle da.“ gehen erste INTERSPORT SUPERSTORES live
Ergänzend startet im Frühjahr 2026 das neue flächenorientierte Retailkonzept INTERSPORT SUPERSTORE. Das Konzept richtet sich auch an preissensiblere KundInnen mit geringerer Markenorientierung, die Sport eher freizeit- als leistungsorientiert betreiben – darunter sportbegeisterte Familien, EinsteigerInnen, HobbyathletInnen und lokale Sportgemeinschaften. Der INTERSPORT SUPERSTORE versteht sich als nahbarer, kompetenter und preisattraktiver Sportfachhändler in der Mitte des Marktes. Verkaufsflächen über 2.000 Quadratmeter, breite Sortimente und attraktive Preise werden kombiniert mit Omnichannel-Services und erstklassiger lokaler Beratung. Das breite Sportsortiment ergänzt um attraktive Preislagen bietet namhafte Marken bis hin zu den INTERSPORT Eigenmarken. Gleichzeitig bleibt die INTERSPORT-DNA unverändert erlebbar: Mit dem INTERSPORT CLUB, Omnichannel-Services, kompetenter Beratung und bewährten lokalen Services bildet der Markenkern der INTERSPORT auch im INTERSPORT SUPERSTORE die Grundlage für ein authentisches und verlässliches Einkaufserlebnis. Der INTERSPORT SUPERSTORE schafft ein Umfeld, in dem Bewegung Teil des Alltags und der Gemeinschaft wird – und übernimmt so eine wichtige Rolle im lokalen Sport-Ökosystem. Damit wird das Versprechen des INTERSPORT SUPERSTORE-Claims konkret erlebbar: „Alles drin. Für alle da.“ Der erste komplett neue Standort wird im Frühjahr 2026 im Zentrum von Halle an der Saale eröffnet.

Chancen der Digitalisierung ergriffen, Logistik noch resilienter und effizienter

Mit erfolgreichem Abschluss des Rollouts des Warenwirtschaftssystems SMART.Retail hat INTERSPORT Deutschland die digitale Prozesskette für HändlerInnen optimiert. Erste KI-Anwendungen in Sortimentsplanung und Kundenservice sind in der Erprobung. „Wir setzen auf Digitalisierung und KI. Digitalisierung ist für uns kein Selbstzweck, sondern die Basis für Effizienz und Kundenzufriedenheit. Damit werden wir deutlich effizienter und noch agiler mit Blick nach vorn. Unsere neue Kooperation mit dem IPAI in Heilbronn wird weitere Chancen eröffnen“, unterstreicht Storck. Das IPAI wird Europas größter Innovationspark für Künstliche Intelligenz. Zudem investierte die Genossenschaft im letzten Geschäftsjahr über 18 Millionen Euro am Standort Heilbronn, überwiegend in die Erweiterung des vollautomatischen Zentrallagers und Energieeffizienz sowie in die neue Onlineplattform.

INTERSPORT Deutschland entwickelt auf dieser Basis intersport.de zu einer umfassenden Omnichannel-Plattform weiter, die die Mitglieder des Verbunds, Markenpartner und KundInnen stärker miteinander vernetzt. Der Fokus liegt dabei auf dem massiven Ausbau des herausragenden Sortiments, welches KundInnen alles rund um ihren Sport und ihre Gesundheit bietet. Gleichzeitig schaffen neue Omnichannel-Features ein durchgängiges, kanalübergreifendes Einkaufserlebnis. „Mit der Weiterentwicklung von intersport.de zur

Omnichannel-Plattform schaffen wir ein echtes ‚Best in Sports‘-Erlebnis. Bis 2030 wollen wir die kompetenteste Plattform bieten, auf der markenaffine Sportlerinnen und Sportler alles rund um ihren Sport und Gesundheit finden“, erklärt Storck. Die Marken adidas, Vaude und Jako gehören zu den ersten Marken, deren Angebote auf intersport.de künftig noch präsenter sein werden und die deutlich über das hinausgehen, was Kundinnen und Kunden heute bei INTERSPORT finden. Das Angebotsportfolio wird folglich deutlich ausgebaut.

Trends und Entwicklung der Sportkategorien

Der Sportfachhandel profitierte im Geschäftsjahr 2024/25 von einer dynamischen Entwicklung in mehreren Bereichen: Neue Trendsportarten wie HYROX boomen und schaffen neue Umsatzpotenziale. Outdoor-Sportarten verzeichnen stabile Wachstumsraten, während der „Sport meets Fashion-Trend“ die Nachfrage im Sportstyle-Segment prägt. „Communities zählen. Das hat nicht nur zum Neun-Prozent-Wachstum unserer Fokus-Kategorie Running beigetragen, sondern alle Sportarten positiv beeinflusst. Gerade in unseren umsatzstärksten Fokus-Kategorien – Outdoor und Training – sind wir mit 1,7 Prozent bzw. 4,4 Prozent erfreulich gewachsen“, betont Henriette Tesch, COO INTERSPORT Deutschland eG. Die zunehmende Digitalisierung im Sport – mit Wearables, Fitness-Apps und hybriden Trainingslösungen – gewinnt weiter an Bedeutung „Das eröffnet neue Chancen für Omnichannel-Angebote. Wir sehen gerade in der Überschneidung von Kategorien einen Trend, von dem wir als Multibrand-Multi-Category-Anbieter profitieren: Dieser Cross-Use-Trend zeigt sich unter anderem in der Überschneidung zwischen Running und Sportstyle mit Retro-Running-Schuhen. Dabei unterstützt dies unser Wachstum nicht nur in der jüngeren Zielgruppe – ähnlich zum Sneaker-Boom der letzten Jahrzehnte“, unterstreicht Tesch.

Kooperationen stärken die Marke INTERSPORT

INTERSPORT setzt auf starke Partnerschaften: HYROX, EA Sports FC 26 und der Deutsche Skiverband stärken die Markenpräsenz und erschließen neue Zielgruppen. Events wie der INTERSPORT Urban Trail Run in München unterstreichen die emotionale Markenbindung. „Alle Entwicklungen zeigen: Kundinnen und Kunden erwarten heute vielseitige, nachhaltige und digital vernetzte Angebote – ein perfektes Match für die Strategie von INTERSPORT Deutschland. Darauf setzen wir bei unserer Markenentwicklung und bei allen Kooperationen“, so Tesch. „Gerade im weltweit am stärksten wachsenden Fitness-Trend, HYROX, sehen wir viel Potenzial für Wachstum nach vorn. Beim HYROX-Race in Hamburg, das wir als Titel-Partner mit vielen Events und Angeboten unterstützt haben, waren allein 15.000 Fitnessbegeisterte dabei. Und wir sind 2026 in Hamburg wieder dabei.“

Erster UN Global Compact Bericht und erfolgreiches Schuhrecycling-Projekt

Nachhaltigkeit bleibt fest verankert: Treibhausgasreduktion, erneuerbare Energien und vor allem die Ausrichtung des Sortiments nach ESG-Kriterien sind Kernziele im ESG-Fokus von INTERSPORT Deutschland. Das Unternehmen setzt die transparente Berichterstattung im Rahmen der Teilnahme am UN Global Compact fort. Im Geschäftsjahr 2024/25 wurde ein neues Schuhrecyclingprojekt mit der niederländischen Firma FastFeetGrinded erfolgreich gestartet. „Bereits in der Pilotphase haben unsere teilnehmenden Händlerinnen und Händlern an 78 Standorten insgesamt 2.150 Paar

Schuhe gesammelt. Dies entspricht einer Menge von 1,35 Tonnen, die von FastFeetGrinded als Sekundärmaterial aufbereitet wurde. Das Projekt wird ab 2026 deutschlandweit ausgerollt“, betont Storck.

Ausblick 2026: Sportjahr 2026 mit INTERSPORT-Jubiläums-Kampagne

Die INTERSPORT Deutschland eG feiert 2026 in einem Sportjahr mit vielen herausragenden Sportevents ihr 70-jähriges Bestehen. Die Jubiläumskampagne unter dem Titel #DasSindWir startete am 23. Januar 2026 mit einem großen Mitarbeitenden-Fest. Über das ganze Jahr werden Kundinnen und Kunden besondere Jubiläums-Angebote erhalten und das ganze Land soll einbezogen werden: **„Zum 70. Jubiläum feiern wir bei INTERSPORT die verbindende Kraft des Sports – ein Wir-Gefühl, das Menschen über Generationen, Grenzen und Herkunft vereint.** Wir laden alle ein, diese Energie zu erleben und fasziniert auf 70 Jahre Sportgeschichte und -geschichten zu blicken. Und natürlich werden wir gemeinsam mit unseren hunderten Markenpartnern und Millionen treuen Kundinnen und Kunden Sport und Bewegung zelebrieren! Denn gemeinsam mit unseren Partnern gestalten wir die Zukunft des Sportfachhandels. Das ist unsere Mission!“, unterstreicht v. Preen.

Bilder, die Präsentation sowie die Aufzeichnung der Pressekonferenz zum Download finden Sie [hier](#).

Weitere Bilder zur INTERSPORT, den INTERSPORT-Vorständen und unserer Zentrale finden Sie in unserem [INTERSPORT-Newsroom](#)

KONTAKT

Sie haben noch Fragen? Wir helfen Ihnen gerne weiter:

Dr. Katharina Janke

Leiterin Corporate Communications & Public Relations

Tel.: +49 7131 288-4187

Mobil: +49 (0) 172 6375631

E-Mail: katharina.janke@intersport.de

Unseren digitalen Pressebereich finden Sie unter: <https://newsroom.intersport.de/>

INTERSPORT DEUTSCHLAND EG: UNSER GESCHÄFT IST ES, MENSCHEN ZU BEWEGEN

Denn wir sind felsenfest überzeugt: Sport, Gesundheit und Gesunderhaltung sind nicht zu trennen! Sport ist essenziell für jede und jeden von uns, für die gesamte Gesellschaft und unser soziales Miteinander, er ist systemrelevant. Sport ist ein Lebenselixier. Dafür setzen wir uns ein. Das ist unsere DNA.

Von Tag eins an bewegen wir mit unseren Partnern mehr Menschen als jeder andere. Keiner kann das so wie wir es können. Das ist unsere Stärke: 3 Millionen Sportlerinnen und Sportler laufen bei uns ein und aus. Mit rund 700 Champions vor Ort, rund 1.400 lokalen Stadien – allein 420 unter der INTERSPORT-Brand mit einer Spielfläche von rund 500.000 Quadratmetern sind wir das Heimstadion für alle Sportfreunde. Ein Ort der Gleichgesinnten und der Erlebnisse und der Energie. So schreiben wir Geschichten und Geschichte. Seit 70 Jahren sind wir der Spitzenreiter für das Geschäft rund um den Sport und die Gesundheit. Und wohin wir auch blicken, wir sehen Menschen und Möglichkeiten aktiv zu werden. Dafür legt sich jeder von uns ins Zeug, in den Geschäften vor Ort und in der digitalen Welt. So sind wir, was wir immer schon waren: BEST IN SPORTS.

MIT UNSERER LIEBE ZUM SPORT INSPIRIEREN WIR MENSCHEN ZU EINEM BESSEREN LEBEN.