

Heilbronn, 28.01.2025

## **INTERSPORT GEWINNT MARKTANTEILE IM SCHWIERIGEN MARKTUMFELD**

**Im Geschäftsjahr 2023/2024 entwickelte sich INTERSPORT Deutschland bei erheblichem Gegenwind auch in diesem Jahr wieder stärker als der Markt und profitierte dabei sowohl von der Fußball-EM in Deutschland als auch von der Umsetzung der Strategie „BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE“. Mit einem Umsatz von 3,46 Milliarden Euro entwickelte sich die Verbund-Gruppe mit über 1.400 Stores auf dem Niveau des Rekordwerts des Vorjahres.**

„Wir sind angesichts von Inflation und anhaltend trüber Verbraucherstimmung im zweiten Rezessionsjahr in Deutschland stolz, dass wir in diesem schwierigen Marktumfeld Marktanteile gewonnen haben. Wir haben den Sportmarkt mit unserer Umsatzentwicklung dabei zum dritten Mal in Folge übertroffen. Das ist auch das Resultat unserer attraktiven strategischen Konzepte. Trotz herausfordernder Rahmenbedingungen haben wir die größte Investitions- und Expansionsoffensive des INTERSPORT-Verbunds erfolgreich vorangetrieben. Diesen Kurs werden wir kraftvoll fortsetzen!“, unterstreicht Dr. Alexander v. Preen, CEO INTERSPORT Deutschland eG. INTERSPORT Deutschland hat die größte Marktdurchdringung im Sportfachhandel in Deutschland. „Bis 2030 wollen wir mit unseren Mitgliedern 100 neue Standorte unter der Brand INTERSPORT eröffnen. Gleichzeitig erfüllen wir weitere Bedarfe unserer KundInnen – sei es im Premium-Segment mit unserem INTERSPORT Flagship-Konzept oder mit unserem neuen INTERSPORT Superstore-Konzept im Preiseinstiegssegment.“

Unser Ziel ist es, den Zugang zu Sport und Gesundheit in Deutschland für alle möglich zu machen“, betont v. Preen.

### **INTERSPORT Deutschland 2023/2024 mit Entwicklung auf Rekordniveau des Vorjahres**

Nach dem erstmaligen Überschreiten der Umsatzmarke von 3 Milliarden Euro zum Geschäftsjahr 2021/2022 und dem weiteren Wachstum im Geschäftsjahr 2022/2023 auf 3,5 Milliarden Euro, hat der INTERSPORT-Verbund sich trotz rückläufigen Sportmarkts im Krisenumfeld erneut auf dem Rekordniveau des Vorjahres entwickelt. Die angeschlossenen HändlerInnen setzten im Geschäftsjahr 2023/2024 insgesamt 3,46 Milliarden Euro um. Während die Rahmenbedingungen dämpfend wirkten, liegen Gründe für die stabile Entwicklung im Geschäftsjahr 2023/2024 vor allem in den positiven Impulsen der Fußball-EM in Deutschland sowie der erfolgreich greifenden Strategie „BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE“. „Qualitatives und nachhaltiges Wachstum, Rentabilität sowie Expansion und Investition sind der absolute Fokus unserer Strategie `BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE`. Wir sind stolz darauf, wie stark sich unser Sportfachhandels-Verbund unter diesen Prämissen entwickelt hat – sowohl im Kooperationspartner-Bereich als auch bei unseren INTERSPORT-gebrandeten HändlerInnen. Wir sind heute strategisch zukunftsicher aufgestellt und verfügen über eine starke Finanzkraft. Unsere ambitionierten Wachstumsziele für INTERSPORT Deutschland verfolgen wir 2025 konsequent weiter! Wir werden unsere Chancen ergreifen – mit vielen neuen Standorten, attraktiven Konzepten und weiteren Angeboten. Gerade im aktuellen Marktumfeld wollen wir Zeichen setzen und aktiv die Zukunft des Sportfachhandels gestalten“, betont v. Preen. Thomas Storck, CFO und stellvertretender Vorstandsvorsitzender INTERSPORT Deutschland eG, ergänzt: „Wir sind zufrieden mit dem Geschäftsjahr 2023/2024, denn wir haben uns angesichts des Gegenwinds mit Rezession und Inflation besser als der Markt entwickelt. Besonders freuen wir uns über die positive Entwicklung unseres Online-Geschäfts: Hier haben wir uns erneut deutlich stärker als der Online-Markt entwickelt. Insgesamt profitieren wir von unserer Omnichannel-Strategie, welche Kundenerlebnisse über alle Vertriebswege in einem 360-Grad-Ansatz fördert, sowie von der vollständigen Digitalisierung unserer Wertschöpfungskette. Dies führt zu mehr Flexibilität, Resilienz und Effizienz. Denn in beiden Feldern haben wir bedeutende Meilensteine erreicht und konnten so die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden noch zielgenauer befriedigen und die Entwicklung unserer Händlerinnen und Händler im Verbund unterstützen.“

### **Investitionen von 60 Millionen Euro für Flächen, Digitalisierung und Nachhaltigkeit**

Der Zukunftskurs des INTERSPORT-Verbunds wird deutlich an den Zielrichtungen der mehrjährigen Investitionsoffensive, wobei im vergangenen und laufenden Geschäftsjahr mehr als 60 Millionen Euro veranschlagt wurden. „INTERSPORT ist so in der Branche zur Prozessführerschaft aufgestiegen und hat weiterhin noch viel vor, um die Einkaufserlebnisse der Kundinnen und Kunden stationär wie online noch attraktiver zu gestalten und die Effizienz für Händlerinnen und Händler weiter zu steigern. Mit unseren Investitionen für Digitalisierung, Logistik, den neuen Omnichannel-Store, Nachhaltigkeit sowie Personalentwicklung haben wir auch starke Zeichen gesetzt“, betont Storck. Die Investitionen der INTERSPORT-gebrandeten HändlerInnen summierten sich im abgelaufenen Geschäftsjahr 2023/24 auf über 15 Millionen Euro und auch im aktuellen

Geschäftsjahr 2024/25 werden diese bis zu 10 Millionen Euro für Umbauten, Modernisierungen und Expansionen unter der Marke INTERSPORT investieren. „Schon heute ist der INTERSPORT-Verbund digitaler, innovativer und nachhaltiger aufgestellt. Das Ergebnis unserer Investitionsoffensive ist ein qualitativ sowie nachhaltig hochwertiger Marktauftritt der Marke INTERSPORT gegenüber den Kundinnen und Kunden sowie unseren strategischen Partnern“, hebt Storck hervor. „Zudem wird die nachhaltige Stärkung der Marke „INTERSPORT“ am Markt sowohl national als auch international ein strategisches Fokus-Thema bleiben,“ ergänzt Storck.

### **Mit Expansion voll auf Kurs in ganz Deutschland**

Die Expansionsoffensive von INTERSPORT Deutschland wird seit 2022 aktiv mit den INTERSPORT-HändlerInnen vorangetrieben. Zum einen wird dies durch Neueröffnungen erzielt, z.B. durch die Übernahme von Standorten von Wettbewerbern, zum anderen durch neue HändlerInnen, die durch die Vorteile einer Mitgliedschaft im INTERSPORT-Verbund im Sportfachhandel Fuß fassen wollen. Hierfür hat INTERSPORT 2023 das Existenzgründungsprogramm „Selbstständig mit INTERSPORT“ entwickelt.

Mehr dazu finden Sie hier:

<https://newsroom.intersport.de/pressemeldung/selbststaendig-mit-intersport>

„Unsere Expansionsziele haben wir klar definiert: Bereits heute gibt es deutschlandweit über 400 INTERSPORT-gebrandete Standorte. Damit haben wir schon jetzt die größte Durchdringung in unserem Marktsegment. Bis 2030 wollen wir mit unseren HändlerInnen über 100 Standorte unter der Marke INTERSPORT hinzugewinnen und dabei die relevanten weißen Flecken auf der Deutschland-Karte ausfüllen. Bis Ende des Jahres werden wir schon 50 Prozent dieses Ziels erreicht haben“, unterstreicht v. Preen.

### **INTERSPORT-Konzepte: Über 40 Prozent mehr Shopformate - Outdoor-Flächen**

„BEST IN SPORTS bedeutet immer auch beste Sortimente und Services. Ich freue mich, wie positiv wir unser Shopformate-Konzept in ganz Deutschland weiter verankern konnten. Das Shopformate-Konzept fokussiert sich auf unsere sportbegeisterten Kundinnen und Kunden und steht für ein maßgeschneidertes Kernsortiment, welches einen einheitlichen Auftritt am Markt gewährleistet. Durch die Vordefinition des Sortiments wird außerdem der Orderprozess der Händlerinnen und Händler vereinfacht. Auch die Marken zeigen ein steigendes Interesse, Bestandteil der Shopformate zu sein. Allein im Outdoor-Bereich konnten wir unsere Präsenz um über 40 Prozent mehr Flächen in ganz Deutschland steigern“, unterstreicht Henriette Tesch, seit dem 1. September 2024 COO von INTERSPORT Deutschland eG. Das strategische Flächenkonzept „Shopformate“ ist ein wesentlicher Schlüssel der Sortimentsstrategie. Es bietet Vorteile und Mehrwert für alle Beteiligten: INTERSPORT-KundInnen erleben sportkompetente Services und Beratung, die beste Produktwelt im Sport sowie Zugang zu einer Sport-Community von 2,6 Millionen Sportbegeisterten innerhalb des INTERSPORT CLUBs. Teilnehmende Marken erhalten Verbindlichkeit und Kampagnenfähigkeit sowie einen konsistenten, qualitativ hochwertigen sportkompetenten Auftritt. Den HändlerInnen werden exklusive Partnerschaften mit der Industrie, eine höhere Profitabilität und ein vereinfachter Orderprozess ermöglicht. Mit 168 Urban Sports-Flächen und 140 Outdoor-Flächen zum Stand Januar 2025 profitieren noch mehr KundInnen und HändlerInnen vom Konzept.

### **Weitere INTERSPORT-Flagship-Standorte in Planung**

Im Geschäftsjahr 2023/2024 hat INTERSPORT Deutschland weitere Meilensteine mit dem 2024 gelaunchten INTERSPORT Flagship-Konzept erreicht. Das Konzept ist noch über dem hohen INTERSPORT CI-Standard positioniert und bildet die Speerspitze des deutschen Sportfachhandels: „Bereits an vier attraktiven Standorten ist das INTERSPORT-Flagship-Konzept nun mit einem eigenen exklusiven Branding sichtbar. Gemeinsam mit den ersten Händlern in Deutschland – Engelhorn, Reischmann und L&T – haben wir 2024 zudem auch große Opening-Events zelebriert. Gemeinsam werden wir mit ihnen 2025 weiter vorangehen“, stellt v. Preen heraus. „Auch in unserem absoluten Top-Segment werden wir ab 2025 kräftig expandieren. Schon heute haben wir mehr als fünf Standorte an attraktiven City-Lagen in Planung“, freut sich v. Preen. „Wir haben für das Jahr 2025 gemeinsam mit mehr als 10 Top-Brands exklusive Produkte und Kampagnen entwickelt. Die Sortiments-Auswahl der Flagship-Häuser ist einzigartig am Markt. In Summe sprechen wir schon heute von 22.000 Quadratmetern Sportexperience auf höchstem Niveau“, ergänzt der CEO.

### **Launch von neuem Superstore-Konzept im mittleren und Preiseinstiegssegment**

INTERSPORT Deutschland launcht nun auch ein neues flächenorientiertes Konzept, welches die Nachfrage im Preiseinstiegs- und mittleren Preissegment mit attraktiver Preis-Leistungs-Ränge erfüllen wird. „Mit den INTERSPORT-Superstores werden wir Sport für alle ermöglichen und noch mehr Bedarfe abdecken. Dabei werden wir alle hohen Leistungen der CI-Standorte abdecken“, so v. Preen zum neuen Konzept. „Die Superstores werden auf ca. 2.000 - 5.000 Quadratmetern alles bieten, was Familien und preissensiblere KundInnen für ihren Sport benötigen. Denn bei der Sortimentsauswahl machen wir keine Kompromisse! Ich freue mich schon heute auf die ersten Eröffnungen, die für 2026 geplant sind“, betont v. Preen.

Die neuen INTERSPORT-Superstores werden starke Sportkategorien im mittleren und Preiseinstiegssegment bieten. Die KundInnen erwarten alle INTERSPORT-Eigenmarken und Produkte der Industriepartner in den Kategorien Urban, Outdoor (inkl. Camping), Winter, Teamsport, Bade/Beach sowie Saisonsportarten.

### **Mehr Effizienz und Resilienz dank Digitalisierung der Wertschöpfungskette**

Teil der strategischen Handlungsfelder von „BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE“ ist es, dass die komplette Wertschöpfungskette – vom Lieferanten über die Zentrale und alle INTERSPORT-HändlerInnen bis hin zu den KundInnen – digital abgebildet werden kann. Die Weiterentwicklung der IT-Dienstleistungen in eine vollständig integrierte Systemlandschaft umfasst zum Beispiel Orderprozesse bis hin zu Steuerungsmöglichkeiten auf Basis von Verkaufsdaten. „Wir haben 2024 einen Riesenschritt nach vorn gemacht bei unserem großen Ziel, unser Geschäftsmodell auf Effizienz und Resilienz zu trimmen und es digital zu unterstützen. Nach dem abgeschlossenen Roll-Out der modernen Warenwirtschaft ‚SMART.Retail‘ haben wir 2024 auch die digital unterstützte Orderplattform ‚SMART.Order‘ erfolgreich eingeführt. Ein Beispiel von vielen Effizienzgewinnen: Mit SMART.Order sparen unsere HändlerInnen bis zu 30 Prozent Zeit während des Order Prozesses“, untermauert Storck. Fortschritte hat

INTERSPORT Deutschland sowohl bei der übergeordneten IT-Infrastruktur als auch bei der digitalen Supply Chain erreicht: „Dies reduziert unsere Risiken, steigert unsere Effizienz und Performance und führt zu mehr Resilienz. Nach dem Abschluss unserer Erweiterung der Logistik am Standort in Heilbronn können wir noch schneller auf etwaige Störungen der Lieferketten reagieren oder Bedarfe unserer Kundinnen und Kunden noch flexibler bedienen“, hebt Storck hervor.

„Unser INTERSPORT CLUB spielt eine wichtige Rolle bei der Gewinnung neuer, jüngerer Kundengruppen. Der größte "Sport-Club" Deutschlands ist im vergangenen Geschäftsjahr weiter rasant gewachsen und verzeichnet mehr als 2,6 Millionen CLUB KundInnen. Diese sind im Schnitt jünger und kaufen mehr. Mit dem Launch unserer neuen, auf Microservice-Architektur basierenden E-Commerce-Plattform im Januar 2025 haben wir die Voraussetzungen für weiteres Omnichannel-Wachstum geschaffen. Unsere Kundinnen und Kunden profitieren unter anderem von einer 30-mal höheren Performance, sie finden deutlich mehr Produkte im Store und haben aktuell eine 10 Prozent höhere Conversion Rate“, freut sich Storck.

### **Die Sport-Kategorien Outdoor und Sportstyle sind langfristig im Aufwind – Teamsport profitiert von EM**

„Wir profitieren als Deutschlands Nummer 1 im Sportfachhandel von zwei großen Langfristtrends: Immer mehr Menschen leben länger und wollen ihre Lebenszeit so lange wie möglich gesund und fit genießen. Der damit einhergehende Trend „Longevity“ wird unser Geschäft mit Blick nach vorn weitertreiben. Schon jetzt sehen wir einen beginnenden Run auf Smart Devices im Sport“, hebt Tesch hervor. „Outdoor und Sportstyle sind langfristig im Aufwind: Das gemeinsame Erlebnis mit anderen wird dabei wichtiger und die Bewegung in der Natur bleibt zentral. Für unsere KundInnen ist es bedeutsam, ihre Sportarten in den Einklang mit der Natur zu bringen. Dabei sind Outdoor und Sportstyle Kategorien unserer Sortimente, wo es mehr und mehr Überschneidungen gibt. Die jeweiligen sportlichen Vorlieben werden als Statement der eigenen Persönlichkeit mit der Wahl der Kleidung unterstützt. Das freut uns! Wir sehen ein weiter steigendes Interesse an allen Outdoorsportarten – zu jeder Jahreszeit. Auch im Training wird das Erlebnis in Gruppen großgeschrieben – ein neuer Boom der Fitness-Studios und auch neue Trend-Sportarten wie Hyrox belegen dies“, analysiert Tesch. Dies wird durch die Umsatzentwicklung der einzelnen Kategorien bestätigt. Klare Langfrist-Trends waren Outdoor und Sportstyle, die sich mit einem Anstieg von 24 Prozent bzw. 43 Prozent im Vergleich zum Geschäftsjahr 2019/2020 im Aufwind befinden. „Wir blicken zurück auf ein Jahr des Sports. Veranstaltungen wie die Handball-EM, Fußball-EM und die Olympischen Spiele haben die Nation begeistert“, betont Tesch. Nicht zuletzt durch die Fußball-EM in Deutschland stieg der Umsatz in der Kategorie Teamsport im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit Abstand am stärksten (+13 Prozent).

### **Ausblick auf 2025 mit bedeutenden Marktchancen**

Sport und Gesundheit sind systemrelevant. Der relevante Markt wächst auch über längere Zeiträume und so plant INTERSPORT Deutschland mit der Strategie „BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE“ langfristig: Im Rahmen der strategischen Weiterentwicklung

verfolgt das Unternehmen bis 2030 eine ambitionierte organische und anorganische Expansionsstrategie. „Wir haben 2025 neue Chancen in der Sportbranche und ich bin optimistisch, dass uns wieder stabilere Rahmenbedingungen für unser Wirtschaften in Deutschland einen relevanten Wachstumsschub verschaffen! Sport und Bewegung verlängern das Leben von Millionen Menschen in Deutschland und sorgen für gesellschaftlichen Zusammenhalt. Wir stehen bereit und ergreifen unsere Möglichkeit, den Purpose mit Leben zu füllen und mit unserer Liebe zum Sport Menschen zu einem besseren Leben zu inspirieren!“, erläutert v. Preen. „Aus dem Marktumfeld ergeben sich weitere Chancen, auf die INTERSPORT Deutschland mit Wachstums- und Expansionsplänen, dem Existenzgründungsprogramm `Selbstständig mit INTERSPORT` und einem noch stärkeren Fokus auf verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln – ökologisch, sozial und im Sinne guter Unternehmensführung – antworten wird. Deshalb folgen wir als Marktführer ab diesem Jahr freiwillig den Prinzipien des UN Global Compacts und werden unsere Berichterstattung noch transparenter gestalten, nach der europäischen Corporate Social Responsibility Richtlinie. Die Zukunft des Sportfachhandels gestalten wir!“, stellt v. Preen klar. INTERSPORT Deutschland will rentabel stärker wachsen als der Markt und bis 2030 ein qualitatives, jährliches Wachstum von deutlich über 5 Prozent erreichen. INTERSPORT wird im Zeitraum bis 2030 die Position als qualitativer Marktführer für alle Themen rund um Sport und Gesundheit forcieren. Ziel ist, sich als kompetentester Sportmarktplatz Deutschlands – mit den Top-Brands und einzigartigem Portfolio an Eigenmarken – weiterzuentwickeln.

Weitere Informationen zur Pressekonferenz (Präsentation, Aufzeichnung und Factsheets) finden Sie [hier](#).

Weitere Pressemeldungen sowie Bilder zur INTERSPORT, den Vorständen, Geschäften und unseren Eigenmarken finden Sie in unserem Newsroom in der [Mediathek](#).

## 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](mailto:katharina.janke@intersport.de)

Unseren digitalen Pressebereich finden Sie unter:

[www.intersport.de/unternehmen/presse](http://www.intersport.de/unternehmen/presse)

## **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 über 700 Champions vor Ort, über 1.400 lokalen Stadien und einer Spielfläche von über 1,1 Millionen 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 über 65 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 und jede 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.**