

Die Weltmarke im **Sportartikel**-Fachhandel

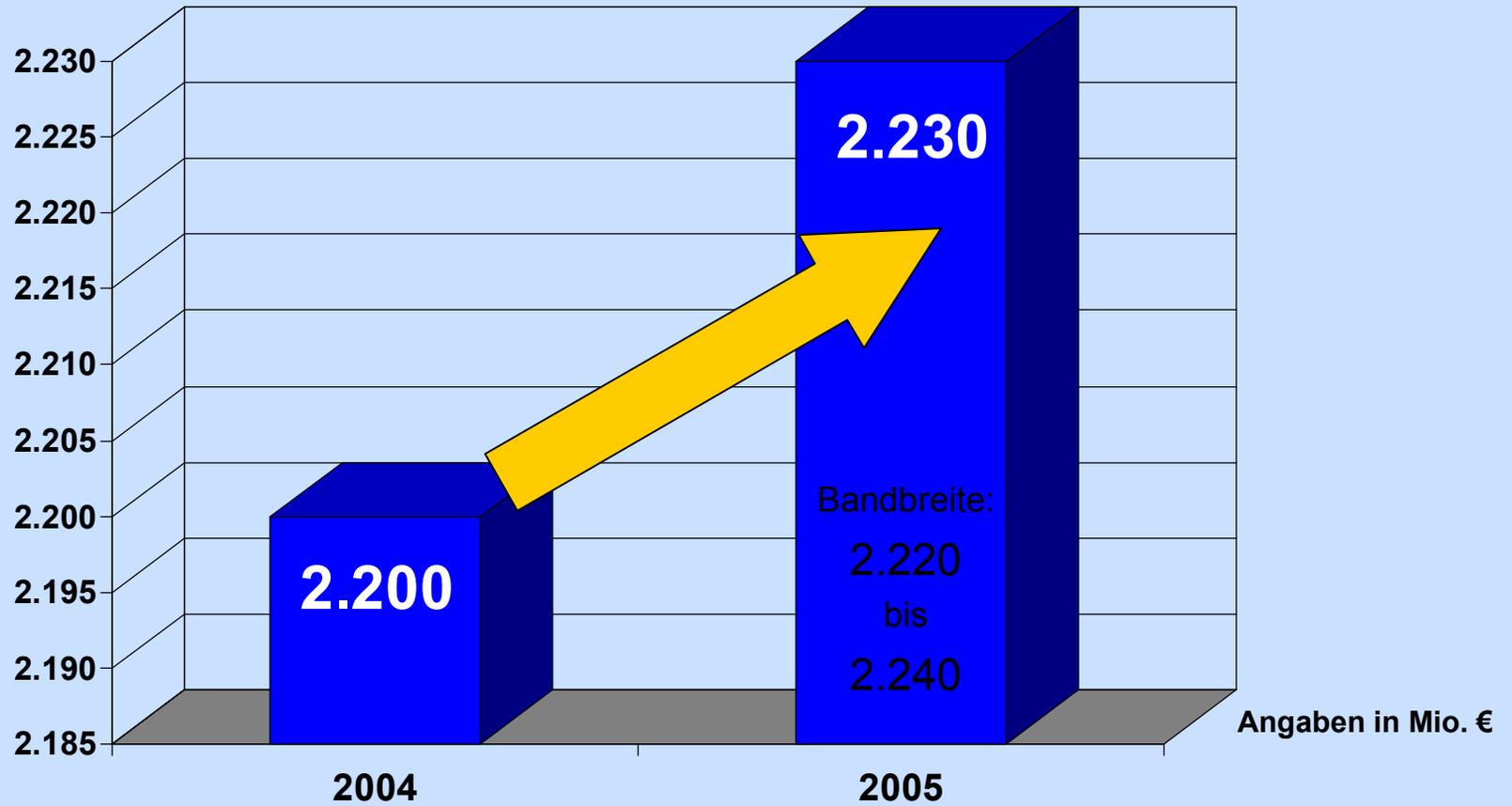


Klaus Jost

Vorstand Einkauf, Marketing und Vertrieb

- Einzelhandelsumsätze Kalenderjahr 2005 / Hochrechnung
- Erfolgsfaktor Messe- und Eventcenter redblue
- Lizenzvertrag mit polnischem Partner
- 2006 – Das Jahr von INTERSPORT

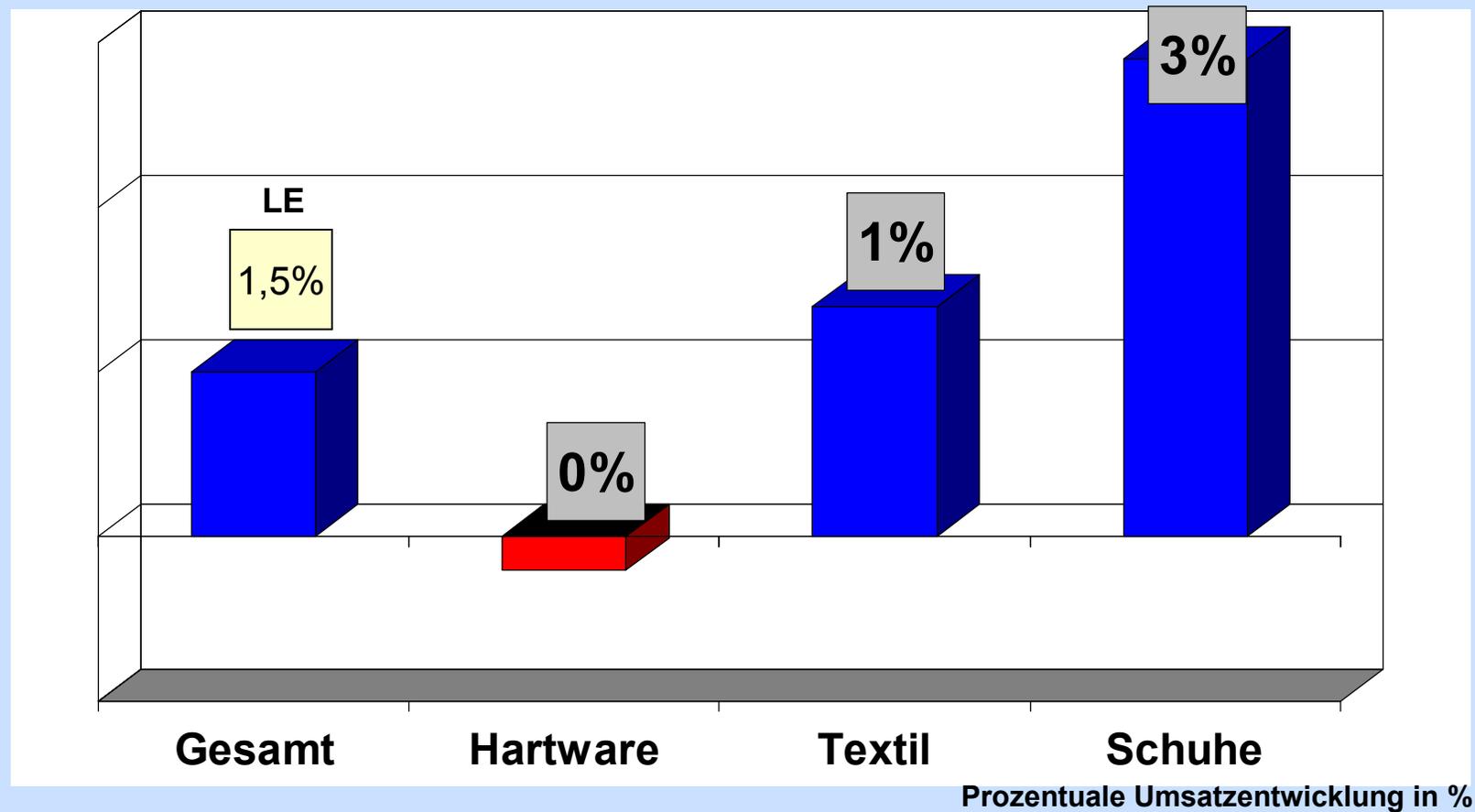
Einzelhandelsumsätze Kalenderjahr 2005 / Hochrechnung



Ø Tagesumsatz = 7,3 Mio. €, Bandbreite zwischen 3,5 Mio. € und 23,0 Mio. €.

**INTERSPORT entwickelt sich gegen den Trend
und erringt weitere Marktanteile**

Einzelhandelsumsätze Kalenderjahr 2005 / Hochrechnung



Hardware inklusive Skischuhe und Inline-Skates

Einzelhandelsumsätze Kalenderjahr 2005 / Hochrechnung



Januar – Dezember 2005	Umsatz- entwicklung in %
Gesamt	+ 1,5
Bereich Hardware	0
HW Grundsport	-3
HW Winter	7
HW Trekking/Bergsport	12
Winterschuhe	6
HW Fitness	- 10
Inliner/Fun Wheel	- 22
Racketsport	0
Bereich Textil	1
Ganzjahressport Textil	- 1
Winter Textil	1
Trekking/Bergsport Textil	6
Accessoires Textil	8
Badebekleidung	- 3
Bereich Schuhe	3
Wanderschuhe	3
Sportschuhe	3

Erfolgsfaktor Messe- und Eventcenter redblue



Ebene 3

INTERSPORT
redblue
Messe- und Eventcenter

Sie befinden sich hier: [Home](#) Letzte Aktualisierung: 19.12.2005 | 11:58 Uhr MEZ

Home ←
Wir über uns ←
Räumlichkeiten ←
Service ←
Referenzen ←
Kontakt ←
Impressum ←
Datenschutz ←

INTERSPORT Messe- und Eventcenter redblue

Das INTERSPORT Messe- und Eventcenter redblue heißt Sie herzlich willkommen!

Wir sind der richtige Ansprechpartner für Ihre Messen, Kongresse, Meetings.

Mit unserem Internetauftritt gewinnen Sie einen ersten Einblick in unser hochmodernes Messe- und Eventcenter redblue.

redblue Eingangsbereich

Ganz gleich, ob Sie eine eigene Hausmesse mit mehreren Tausend Besuchern, einen Kongress mit vierhundert Teilnehmern oder eine Produktpräsentation im exklusiven Kreis veranstalten möchten – unsere fachkundigen **Mitarbeiter** beraten Sie gerne bei der Auswahl der geeigneten Räumlichkeiten.

Zusätzlich empfehlen wir Ihnen: Schauen Sie doch mal **persönlich** vorbei und überzeugen Sie sich davon, dass unser Messe- und Eventcenter redblue auch für Ihre Veranstaltung genau den richtigen Rahmen bietet.

redblue Außengelände und Parkplätze

redblue Sportsbar

Sportliches Ambiente

Nach einem anstrengenden Messe- oder Kongresstag trifft man sich hier auf einen Drink und mehr. [Zur Sportsbar...](#)

360° Rundgang

Schauen Sie sich um!

Mit unserem 360° Rundgang laden wir Sie auf eine virtuelle Reise durch das redblue ein. [Direkt zum Rundgang...](#)

Ebene 2

<http://www.intersport-redblue.de>

Erfolgsfaktor Messe- und Eventcenter redblue



Erarbeiten der jeweiligen Sortimente und besten Marketingkonzepte mit den führenden Industriemarken im Einklang mit den exklusiven Verbandsangeboten.

Professionelle Orderplattform für Industriemarken

Erfolgsfaktor Messe- und Eventcenter redblue



Flächenbelegung redblue 2005	Anzahl Aussteller	Vermietete Nettofläche
Januar	70	4.655
Februar	136	5.626
März	84	4.086
Juli	85	5.553
August	119	6.355
September	96	4.428

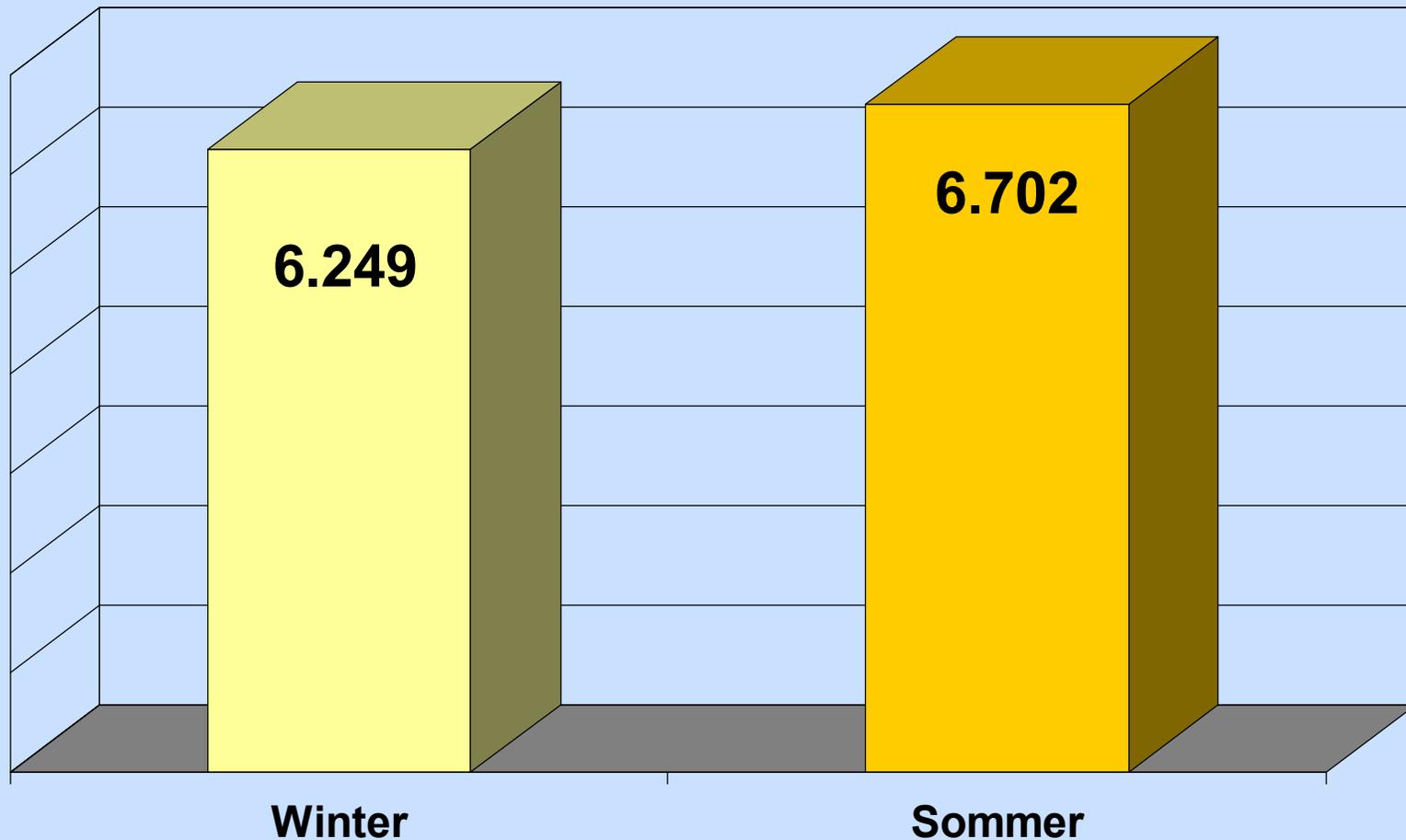
Professionelle Orderplattform für Industriemarken

Erfolgsfaktor Messe- und Eventcenter redblue



Optimale Bedingungen für die notwendige Verzahnung zwischen Markenanbieter und Fachhandel in der größtenteils mittelständischen Sportbranche

Erfolgsfaktor Messe- und Eventcenter redblue



**Anzahl der Einkäufer und Inhaber auf den Winter- (Januar bis März)
und Sommer-Messen 2005 (Juli bis September)**

Lizenzvertrag mit polnischem Partner



- **Übernahme der INTERSPORT Lizenz für Polen durch die INTERSPORT Deutschland eG zum 01.01.2006 von der INTERSPORT International Corp. (IIC).**
- **Lizenzvertrag mit dem führenden polnischen Sportfachhandelsunternehmen MAKS Sport S.A. aus Brzezine bei Krakau.**
- **25-prozentige Beteiligung am neuen polnischen Partner.**

Lizenzvertrag mit polnischem Partner



- **1989 Gründung des Unternehmens.**
- **Umsatzsteigerung von 9,2 Mio. € im Jahr 2003 auf 14,9 Mio. € im Jahr 2004 (LE 2005 > 20,0 Mio. €).**
- **Sportartikel- und Sportmodeumsätze am polnischen Markt 250 Mio. €.**
- **Weitere Wettbewerber: The Athlete´s Foot, Go Sport, Decathlon und Supermärkte (20% Marktanteil) und Monomarkenstores (Adidas, Nike, Puma, Reebok etc.).**

Lizenzvertrag mit polnischem Partner



Expansionsplan:

- 2005: 10 Geschäfte
mit ca. 9.000 m² Gesamtfläche
- 2007: 20 Geschäfte
mit ca. 20.000 m² Fläche
(Forecast)



2006 – Das Jahr von INTERSPORT



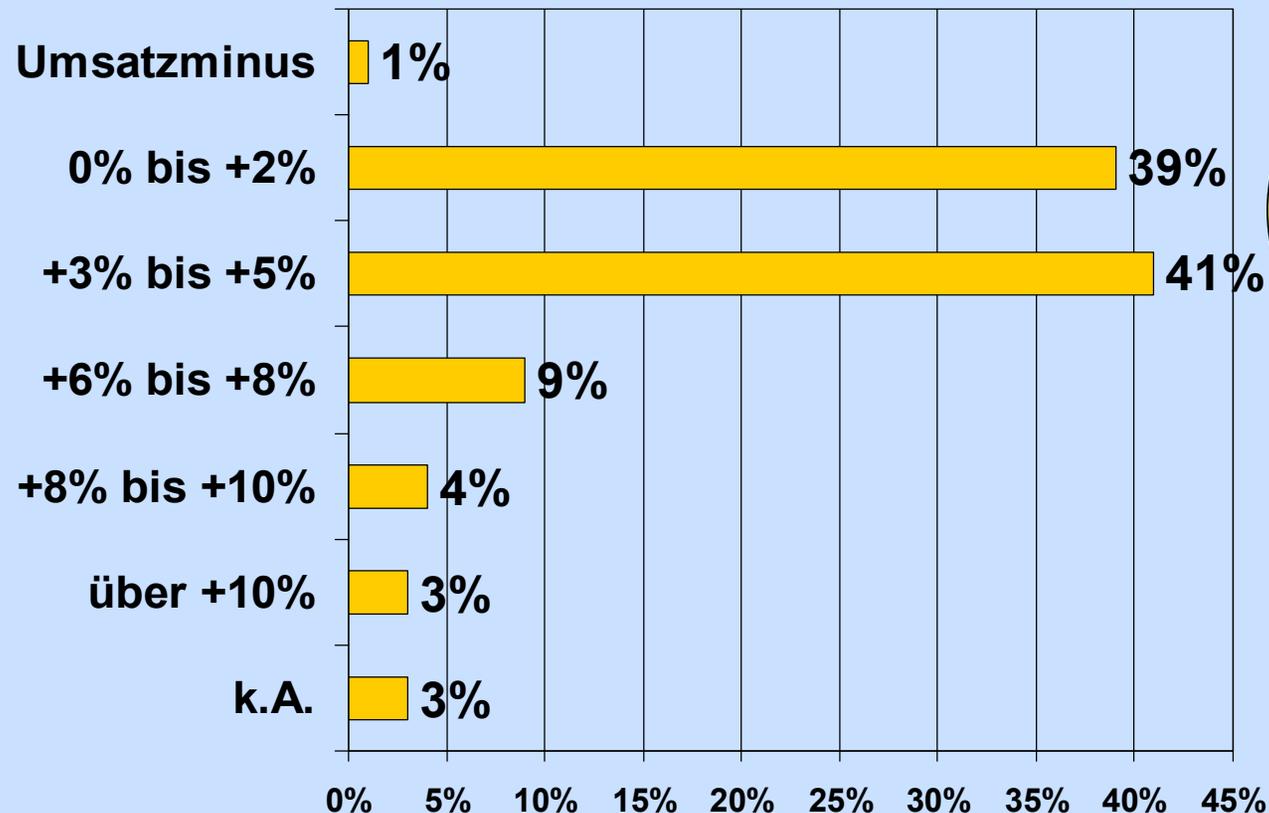
INTERSPORT® 2006



2006 – Das Jahr von INTERSPORT



So planen die INTERSPORT´ler ihre Umsatzentwicklung für den Zeitraum Januar bis Dezember 2006:



Zentrale Vorgabe für 2006: **+ 5%**

Mitgliederbefragung September 2005

Kommunikationsmaßnahmen zur Fußball WM 2006

FUSSBALL IST UNSER **LEBEN**



Kommunikationsmaßnahmen zur Fußball WM 2006

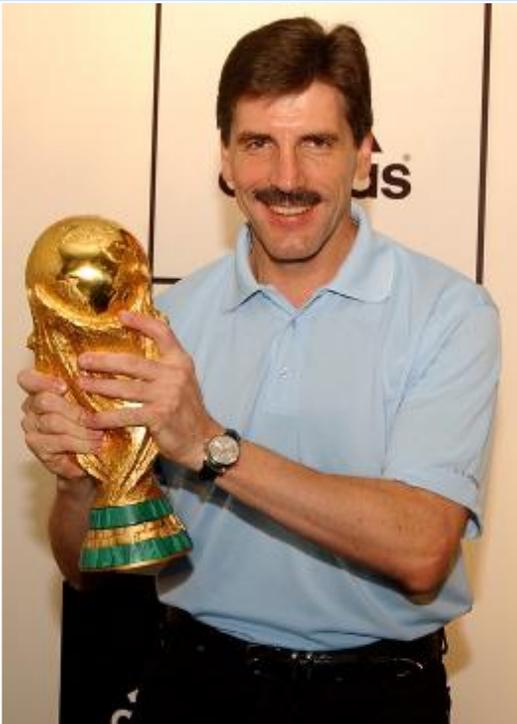
FUSSBALL

IST UNSER ~~LEBEN~~

Geschäft



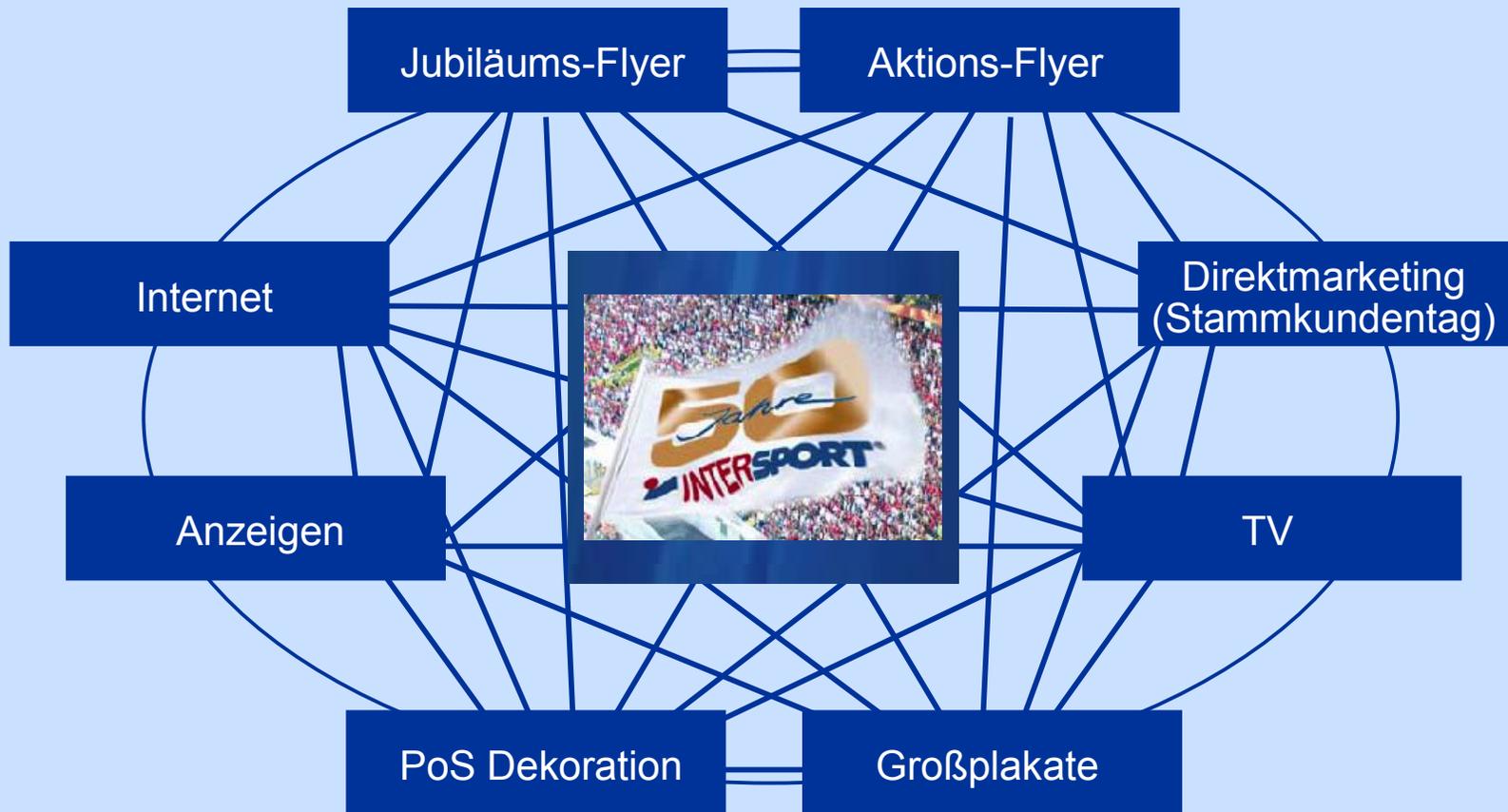
2006 – Das Jahr von INTERSPORT



Jubiläum 50 Jahre - 2006



Kommunikationsplanung (360°-Kampagne!)

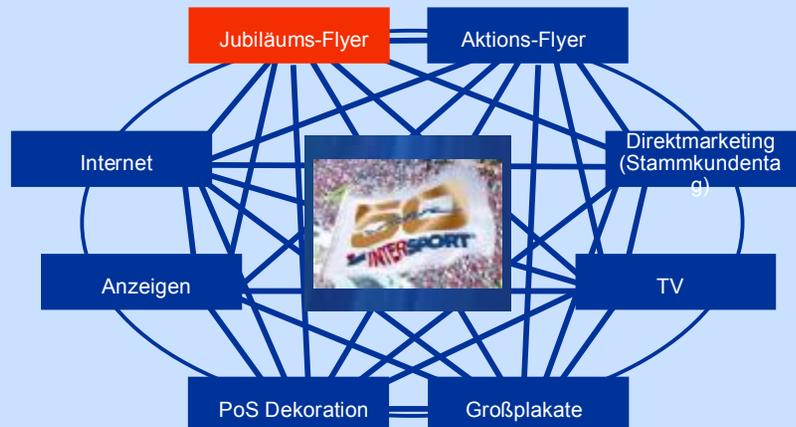


Kommunikationsplanung (360°-Kampagne!)



Jubiläums Flyer

- zentral gestreute Jubiläumsprospekte
- Abdeckung von bis zu 20 Mio. Haushalten in Deutschland
- Beworben werden eine Fülle von hervorragenden Jubiläumsprodukten
- Sämtliche beworbenen Produkte finden Sie in den teilnehmenden INTERSPORT Fachgeschäften
- Integrierung von frequenzsteigernden Tools wie z.B. Gewinnspiele

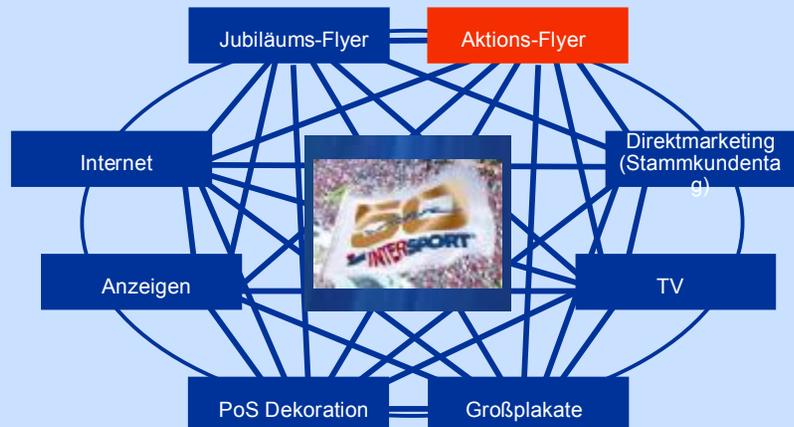


Kommunikationsplanung (360°-Kampagne!)



Aktions-Flyer

- weitere Aktions-Flyer können von teilnehmenden Mitgliedern im Jubiläumszeitraum gestreut werden
- Streuung wird von INTERSPORT unterstützt



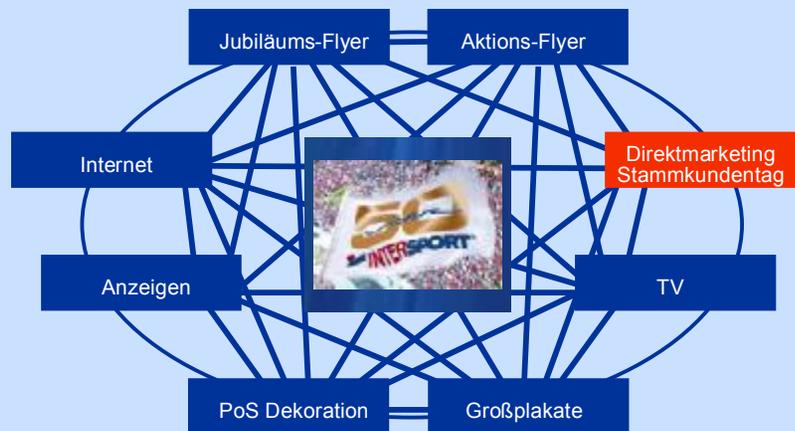
Kommunikationsplanung (360°-Kampagne!)



Direktmarketing Stammkundentag



- INTERSPORT stellt den Mitgliedern ein Mailing zum Stammkundentag bereit
- Die INTERSPORT Mitglieder können so den Jubiläumszeitraum aktiv eröffnen

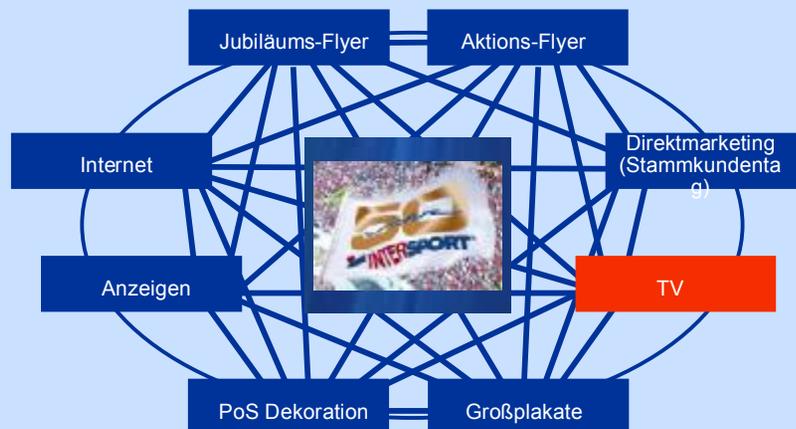


Kommunikationsplanung (360°-Kampagne!)

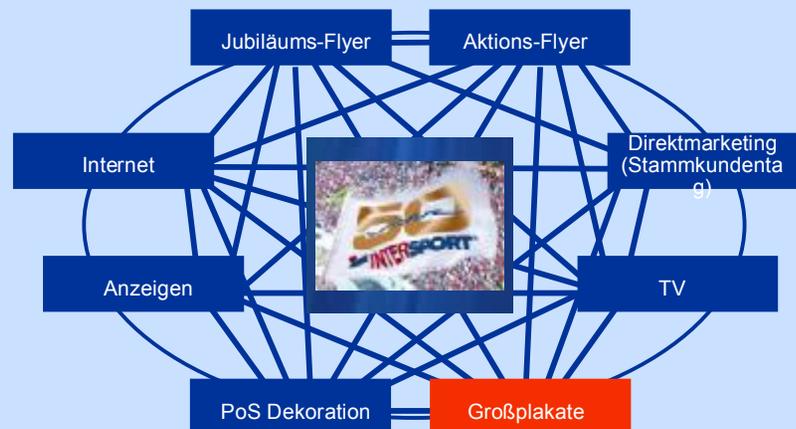


TV

- Es werden TV-Spots zur Unterstützung der zentral gesteuerten Jubiläums-Flyer geschaltet
- Erreichung von hohen Aufmerksamkeitswerten durch einmaligen Kampagnenauftritt



Kommunikationsplanung (360°-Kampagne!)



Großplakate

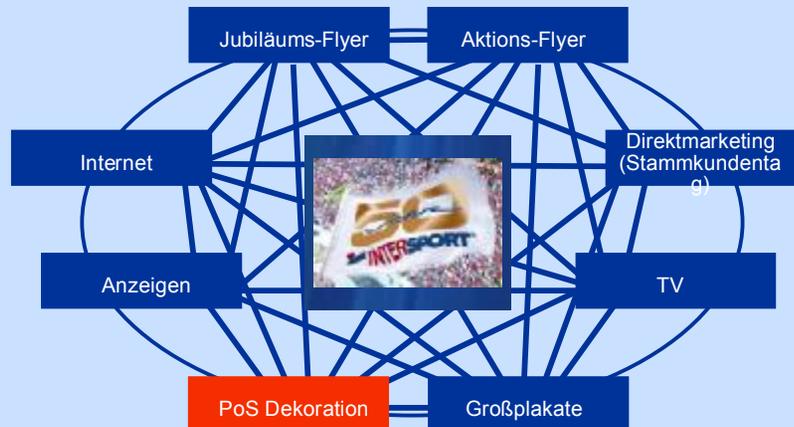
- Regionale Kampagnenunterstützung durch Schaltung von diversen Großflächen an den Standorten der teilnehmenden Mitglieder
- Aufmerksamkeitsstarke Weiterführung der Kampagnen auf regionaler Ebene

Kommunikationsplanung (360°-Kampagne!)

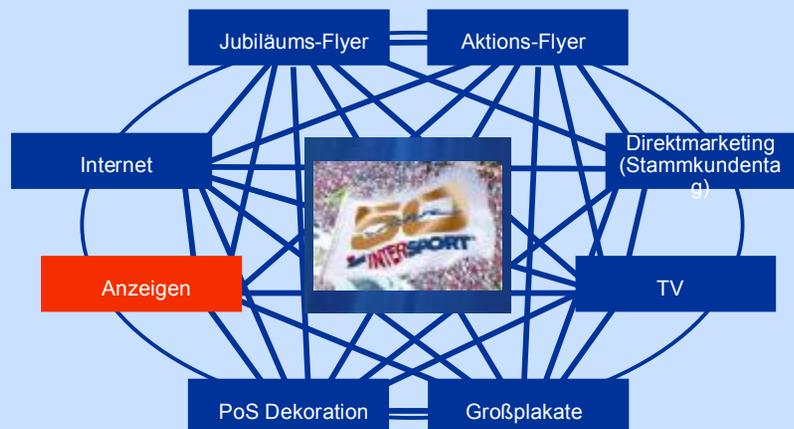


PoS Dekoration

- Einheitlicher Jubiläumsauftritt aller teilnehmenden INTERSPORT Mitglieder durch die Präsentation der Kampagne am PoS
- Entwicklung von aufmerksamkeitsstarken Dekorationselementen für den individuellen Einsatz am PoS



Kommunikationsplanung (360°-Kampagne!)



Anzeigen

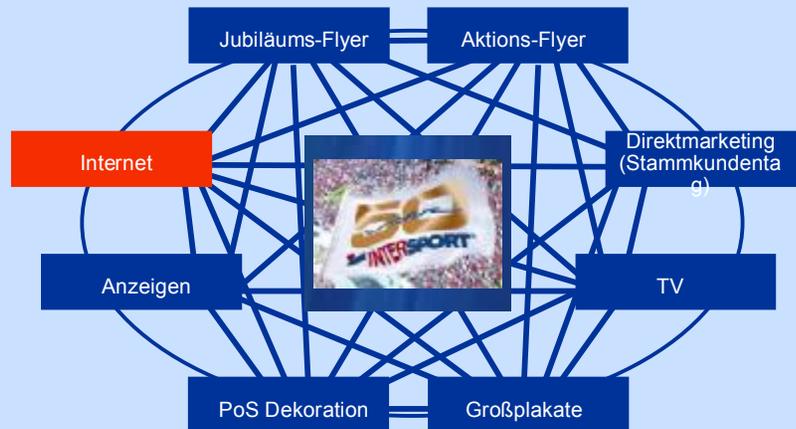
- Unterstützung der zentral gestreuten Flyer durch eine breit angelegte Print Kampagne
- Schaltung in Special-Interest Titeln und reichweitenstarken Medien
- Regionale Weiterführung der Kampagne durch Bereitstellung von TZ-Anzeigenvorlagen für die teilnehmenden INTERSPORT-Mitglieder

Kommunikationsplanung (360°-Kampagne!)



Internet

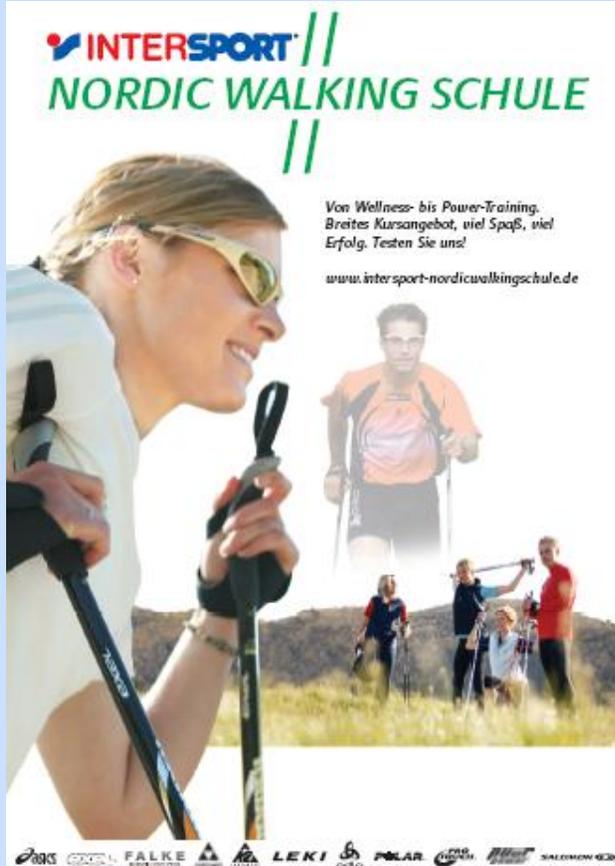
- Kommunikation der gesamten Jubiläumsware im Internet
- Integrierung des Gewinnspiels
- Shop Finder mit allen teilnehmenden Mitgliedern



INTERSPORT //
NORDIC WALKING SCHULE //

Von Wellness- bis Power-Training.
Breites Kursangebot, viel Spaß, viel
Erfolg. Testen Sie uns!

www.intersport-nordicwalkingschule.de



Logo row: **POIS** **EXCEL** **FALKE** **LEKI** **POLAR** **SALOMON**

INTERSPORT //
NORDIC WALKING SCHULE //

**„Mit qualifizierter Ausbildung
Erfolge feiern!“**

Coaching für den perfekten Start!



- INTERSPORT Organisationshandbuch für hohen Ausbildungsstandard
- Empfehlungen und Informationen zu sinnvollen Kursangeboten
- Empfehlungen und Informationen zur Organisation von Laufftreffs
- Welche Kooperationen sind sinnvoll, wie setzt man sie um?
- Einsatz von Werbe- und Organisationsmittel
- Tipps zu PR
- Verträge und Vergütungen
- Preislisten, individuell

Klare Argumente. Gemeinsamer Marketing-Auftritt!

„Den Trend auf hohem Niveau etablieren!“

- Alleine über 150 INTERSPORT Nordic Walking Schulen und mehr als 100 weitere individuelle Kursangebote unterstreichen die absolute Marktführerschaft der INTERSPORT bei diesem Fitness-Trend
- Schulungen und INTERSPORT Organisationshandbuch für gemeinsamen, hohen Ausbildungsstandard.
- Werbung in vielen auflagenstarken Streuprospekten
- E-Mail Marketing der Zentrale und der Mitglieder
- Banner auf gefragten INTERSPORT- und Special-Interest-Websites
- Eigene, spezielle Nordic-Website
- Massive, bundesweite PR-Arbeit
- Nordic Walking POS-Deko-Ausstattung
- Flyer, Poster, Mailings für Aktionen der Teilnehmer
- Lokale Anzeigenwerbung

Hartmut Fröhlich

Vorstand Finanzen, Organisation, Personal

- Das Geschäftsjahr 2004/05
- Standorte und Profilierung
- Training und Weiterbildung
- Vernetzung im Verbund
- Mitglied im Verbund

Das Geschäftsjahr 2004/05

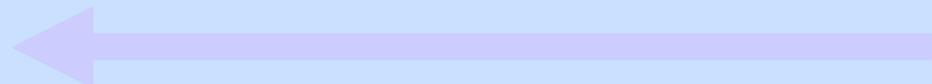


Das Geschäftsjahr 2004/05



Konsolidierter Konzernumsatz

	2005	2004	2003	2002	2001
INTERSPORT	495	505	495	485	475
Systempartner INTERSPORT	501	516	572	616	656
GTS – GOLDEN TEAM SPORT	151	184	211	289	289
Anzahl Mitglieder	1.147	1.205	1.278	1.390	1.420
Filialen	323	320	332	326	335
Anzahl Verkaufsstellen	1.470	1.525	1.610	1.716	1.755



**Die Mitgliederentwicklung im INTERSPORT Verbund
in den letzten fünf Jahren**

Standorte und Profilierung



Über 100 Fachmärkte in Deutschland in vielen wichtigen Fachmarktzentren/Gewerbegebieten und damit wichtiger Bestandteil eines erfolgreichen Branchenmix

Standorte und Profilierung



INTERSPORT Begro, Giessen

Derzeit über 70 belegte Centerstandorte in allen wichtigen EKZ's

Standorte und Profilierung



Über 40 neue Standorte
im abgelaufenen
Geschäftsjahr.

Neue Standorte

Standorte und Profilierung



**Mehr als 30 Mio. €
Investitionssumme
der Mitglieder
in Umbauten und
Neueröffnungen
im Geschäftsjahr
2004/2005.**

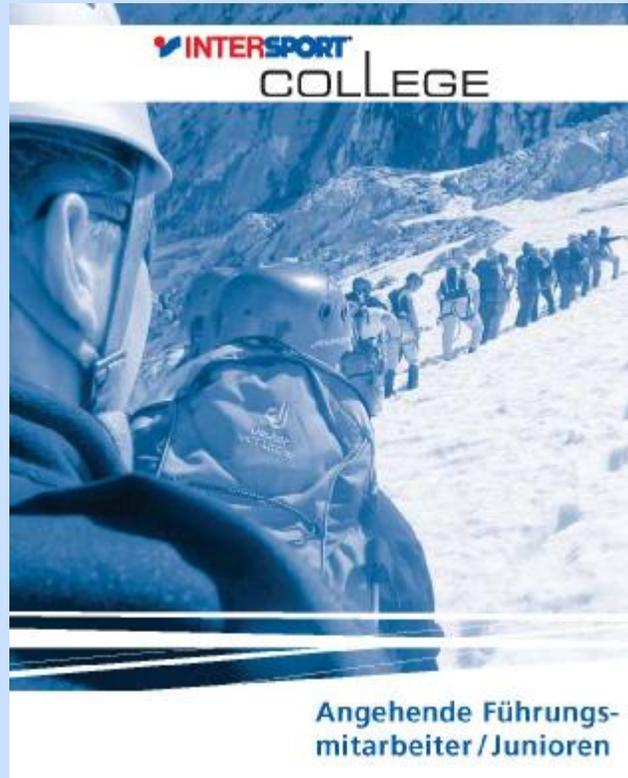
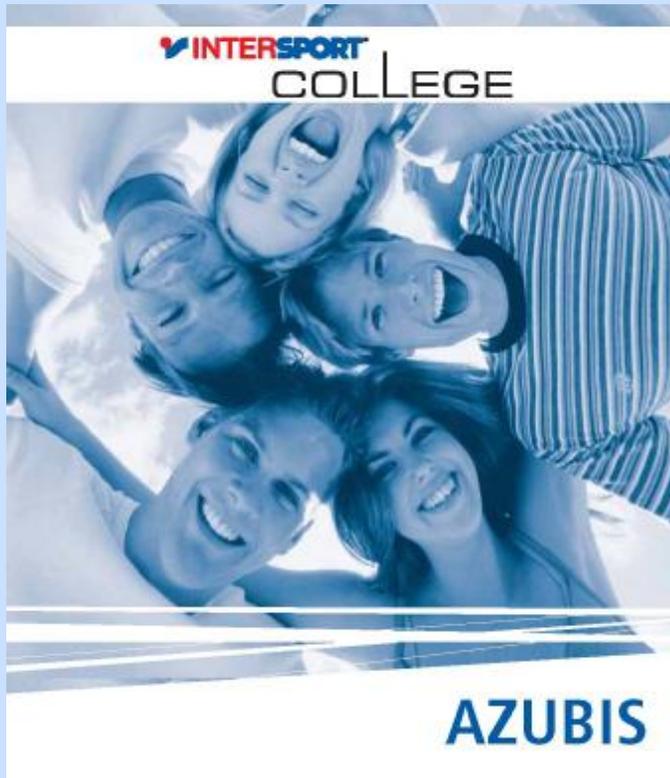
Umbauten und Neueröffnungen

Training und Weiterbildung



**Steigerung der Teilnehmerzahl an den INTERSPORT Seminaren
um mehr als 10 Prozent auf fast 2.000**

Training und Weiterbildung



**Einführung der
INTERSPORT
College-Angebote
für Führungs-
mitarbeiter,
Junioren und
AZUBI's
war erfolgreich**

**Zur Zeit parallel
80 College-
Teilnehmer**

INTERSPORT College

Training und Weiterbildung



**1. INTERSPORT
Cheftage mit
über 100 Teilnehmern**

**Motto:
Gemeinsam Kraft
entwickeln**

INTERSPORT Cheftage

Unsere Aufgaben

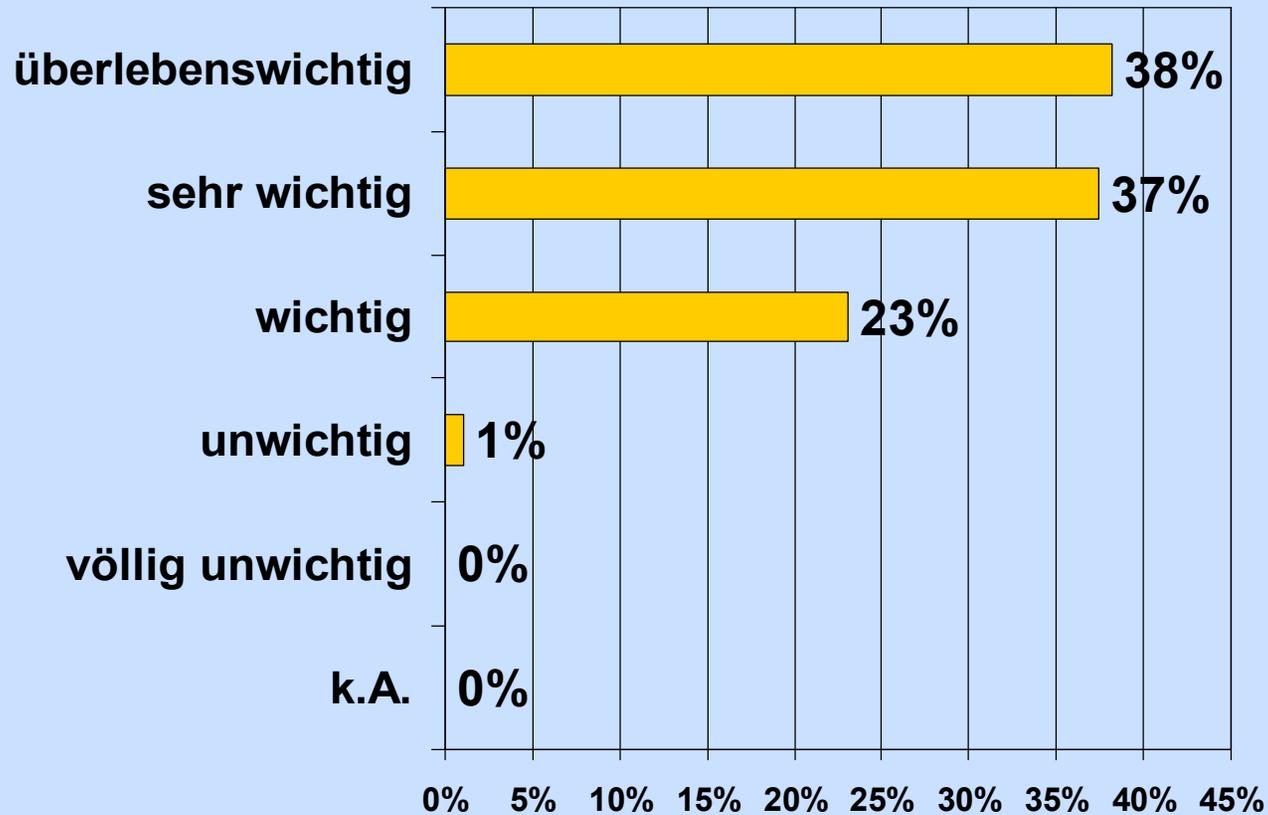
- ~ Zentrale Musterungen
- ~ Zentralregulierung
- ~ Seminare / Weiterbildung
- ~ Marketing / Werbung
- ~ INTERSPORT-
Profilierung
- ~ Regionalkongresse
- ~ Top Einkaufskonditionen
- ~ Ertrags-Förderkonzept
und Intensiv-Coaching
mit fast 100
teilnehmenden Mitgliedern



- ~ Betriebswirtschaftliche
Grundberatung
- ~ Ladenbaukonzepte /
Umbau / Renovierung
- ~ Rechtsberatung
- ~ Top Exklusivmarken /
Lieferantenmarken
- ~ ERFA-Gruppen
- ~ Juniorenkreis
- ~ Warenwirtschaftssystem
INTERSYS
- ~ Betriebsvergleiche



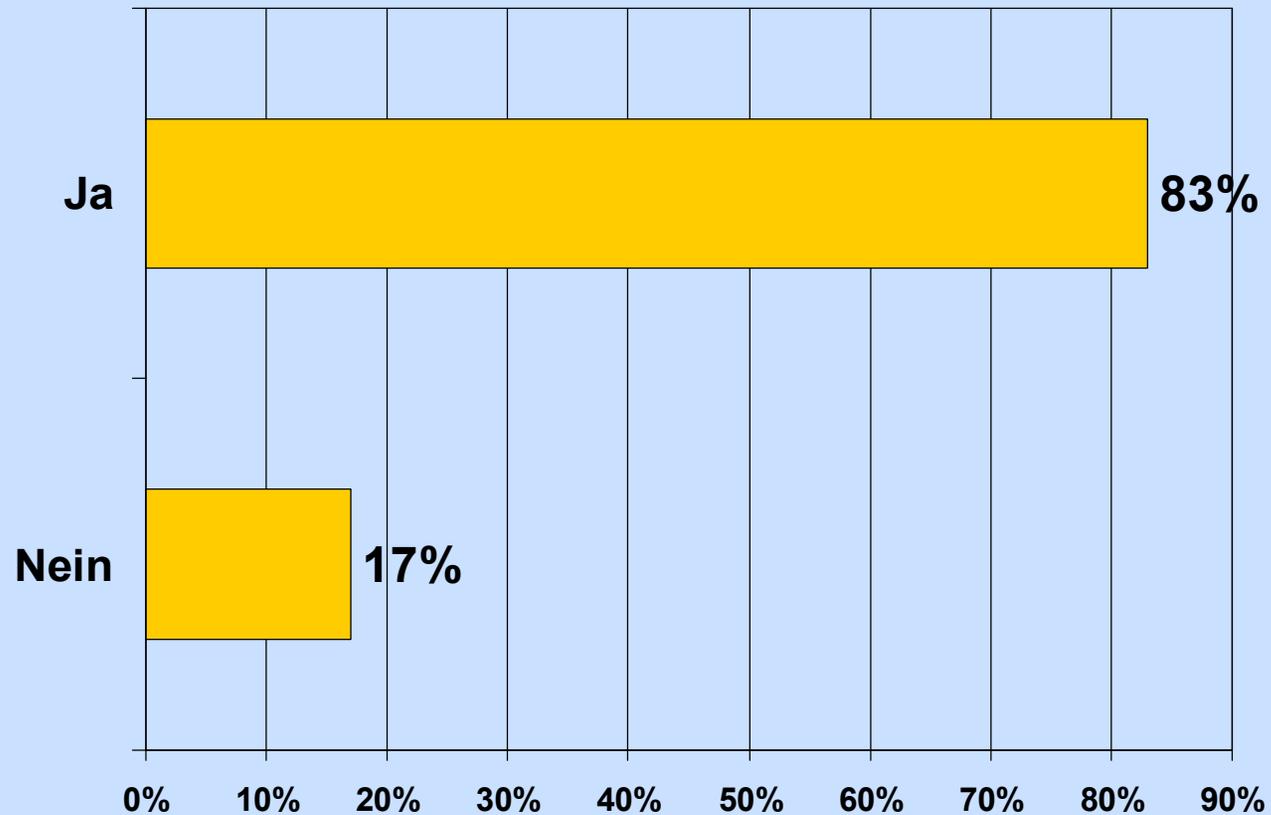
Für wie wichtig halten Sie Ihre Mitgliedschaft?



2006 – Das Jahr von INTERSPORT



Sind Sie stolz, Mitglied im INTERSPORT-Verbund zu sein?



Mitgliederbefragung September 2005