



2006 ist das große INTERSPORT-Jahr

Hartmut Fröhlich

Vorstand Finanzen, Organisation, Personal

Das Geschäftsjahr 2004/05 - Mitgliederentwicklung

Training und Weiterbildung - Vernetzung im Verbund

Mitglied im Verbund

Klaus Jost

Vorstand Einkauf, Marketing, Vertrieb

Einzelhandelsumsätze Kalenderjahr 2005 / Hochrechnung - Top 60

2006: Fußball-WM - 50 Jahre INTERSPORT - Profilierungsoffensive

Media-CD - Was kommt nach den Mega-Events?

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

Mitgliederentwicklung



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

Mitgliederentwicklung



INTERSPORT Begro, Giessen

Derzeit über 70 belegte Centerstandorte in allen wichtigen EKZ's

Mitgliederentwicklung



**Über 40 neue Standorte
im abgelaufenen
Geschäftsjahr.**

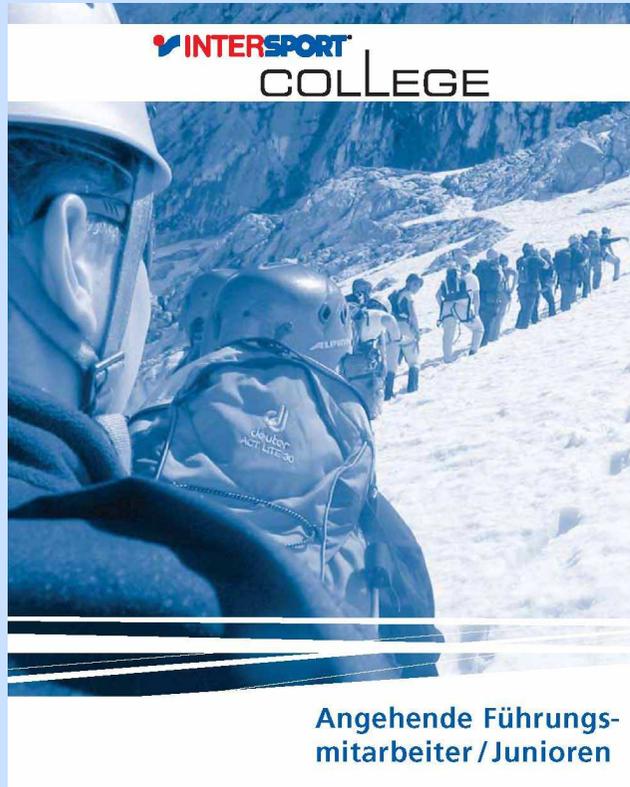
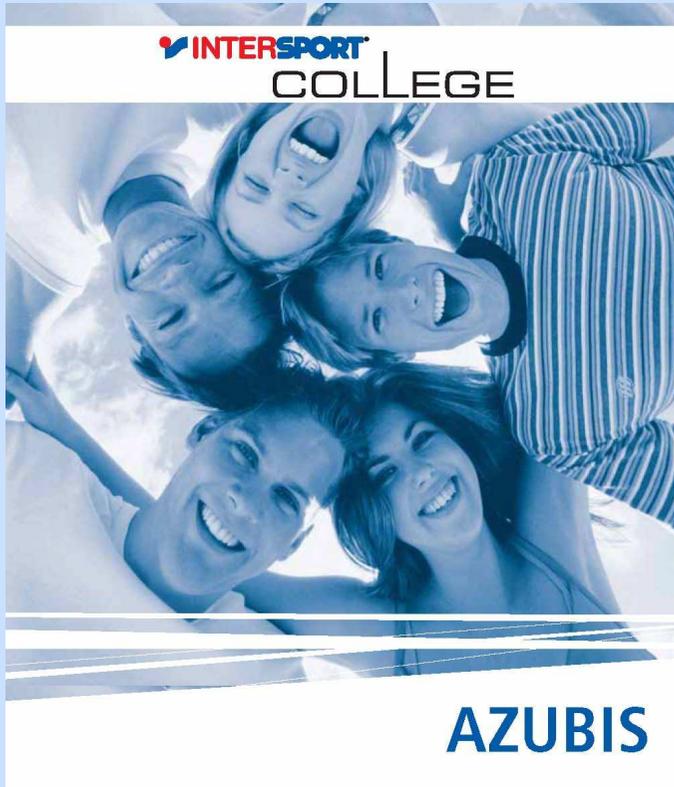
**Mehr als 30 Mio. €
Investitionssumme
der Mitglieder
in Umbauten und
Neueröffnungen
im Geschäftsjahr
2004/2005.**

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

Training und Weiterbildung



**INTERSPORT-
Cheftage mit über
100 Teilnehmern**

**Motto:
Gemeinsam
Kraft entwickeln**

INTERSPORT-Cheftage

Unsere Aufgaben

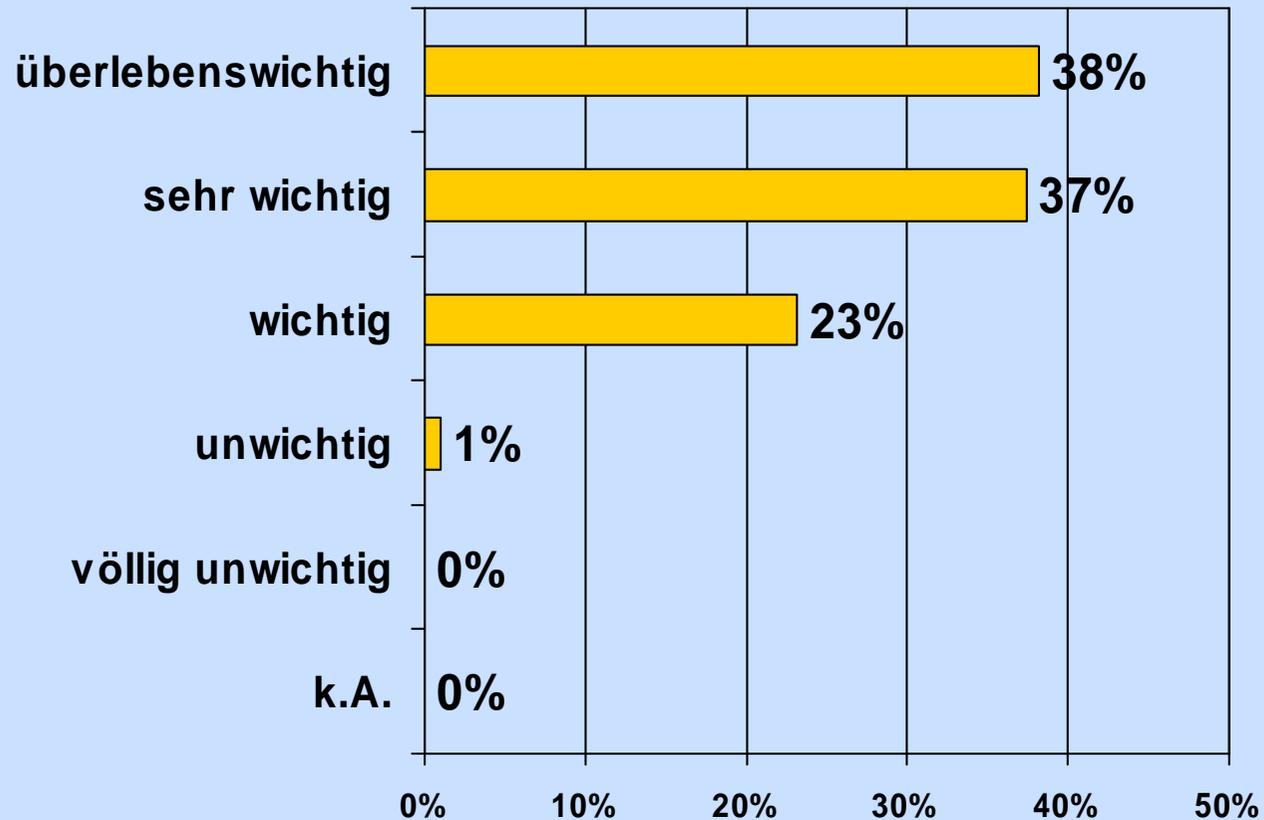
- ~ Zentrale Musterungen
- ~ Zentralregulierung
- ~ Seminare / Weiterbildung
- ~ Marketing / Werbung
- ~ INTERSPORT-
Profilierung
- ~ Regionalkongresse
- ~ Top Einkaufskonditionen
- ~ Ertrags-Förderkonzept
und Intensiv-Coaching
mit fast 100
teilnehmenden Mitgliedern



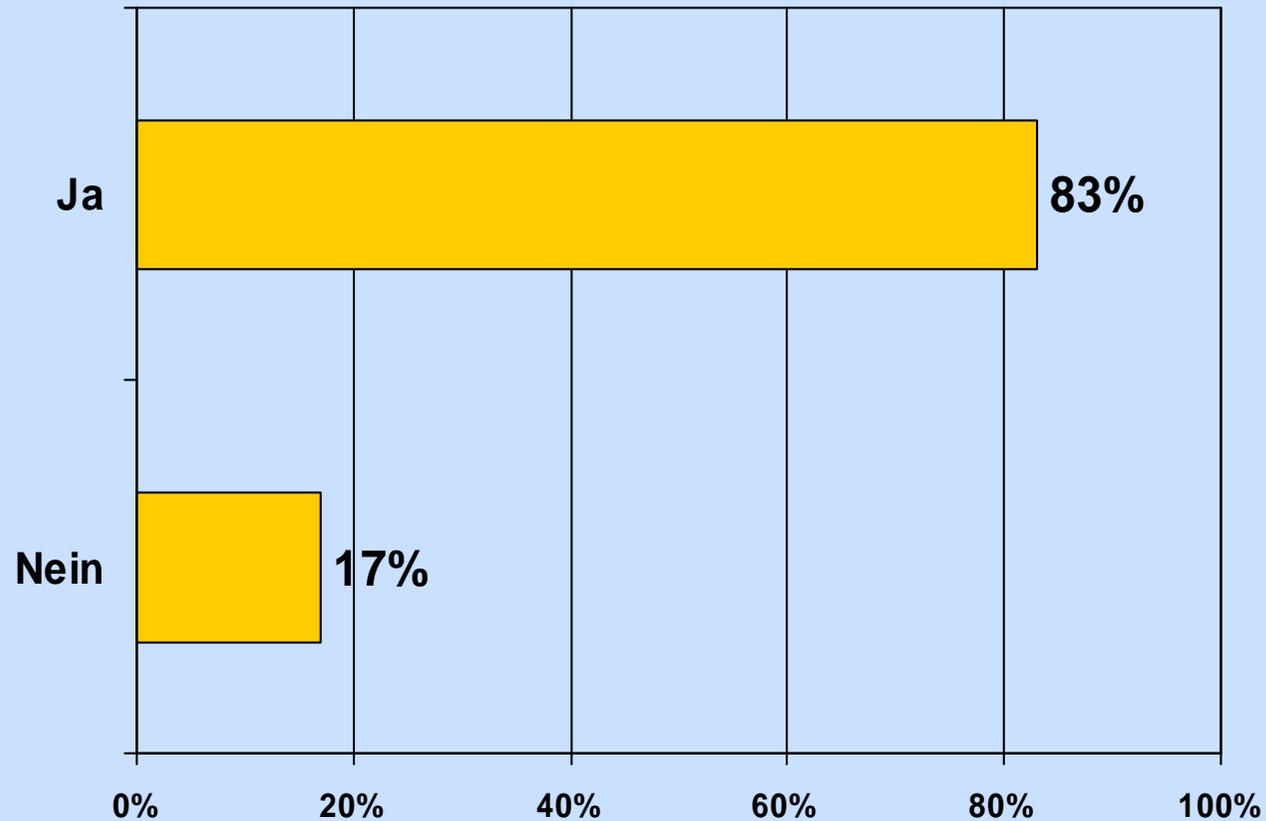
- ~ Betriebswirtschaftliche
Grundberatung
- ~ Ladenbaukonzepte /
Umbau / Renovierung
- ~ Rechtsberatung
- ~ Top Exklusivmarken /
Lieferantenmarken
- ~ ERFA-Gruppen
- ~ Juniorenkreis
- ~ Warenwirtschaftssystem
INTERSYS
- ~ Betriebsvergleiche



Für wie wichtig halten Sie Ihre Mitgliedschaft?



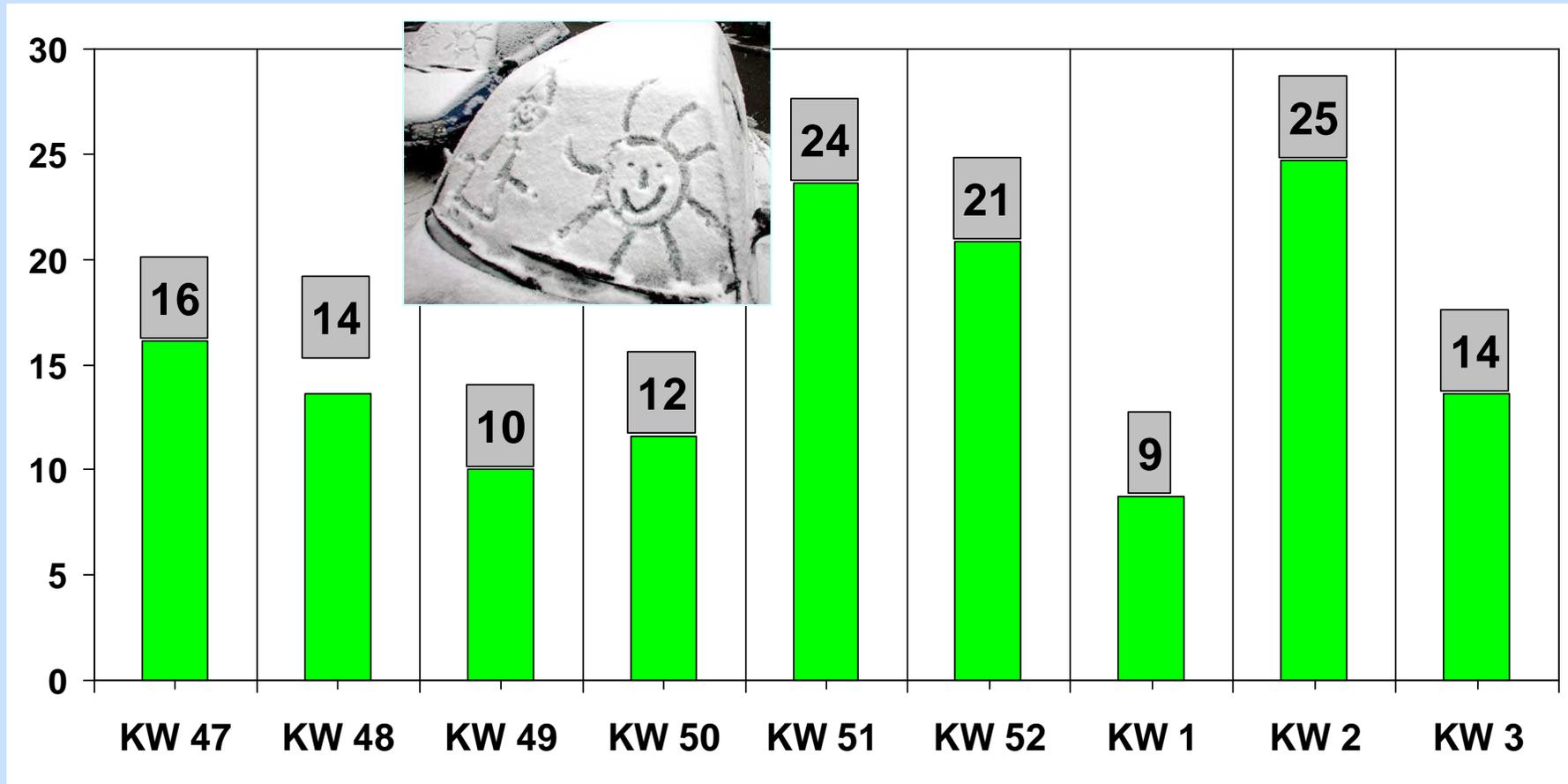
Sind Sie stolz, Mitglied im INTERSPORT-Verbund zu sein?



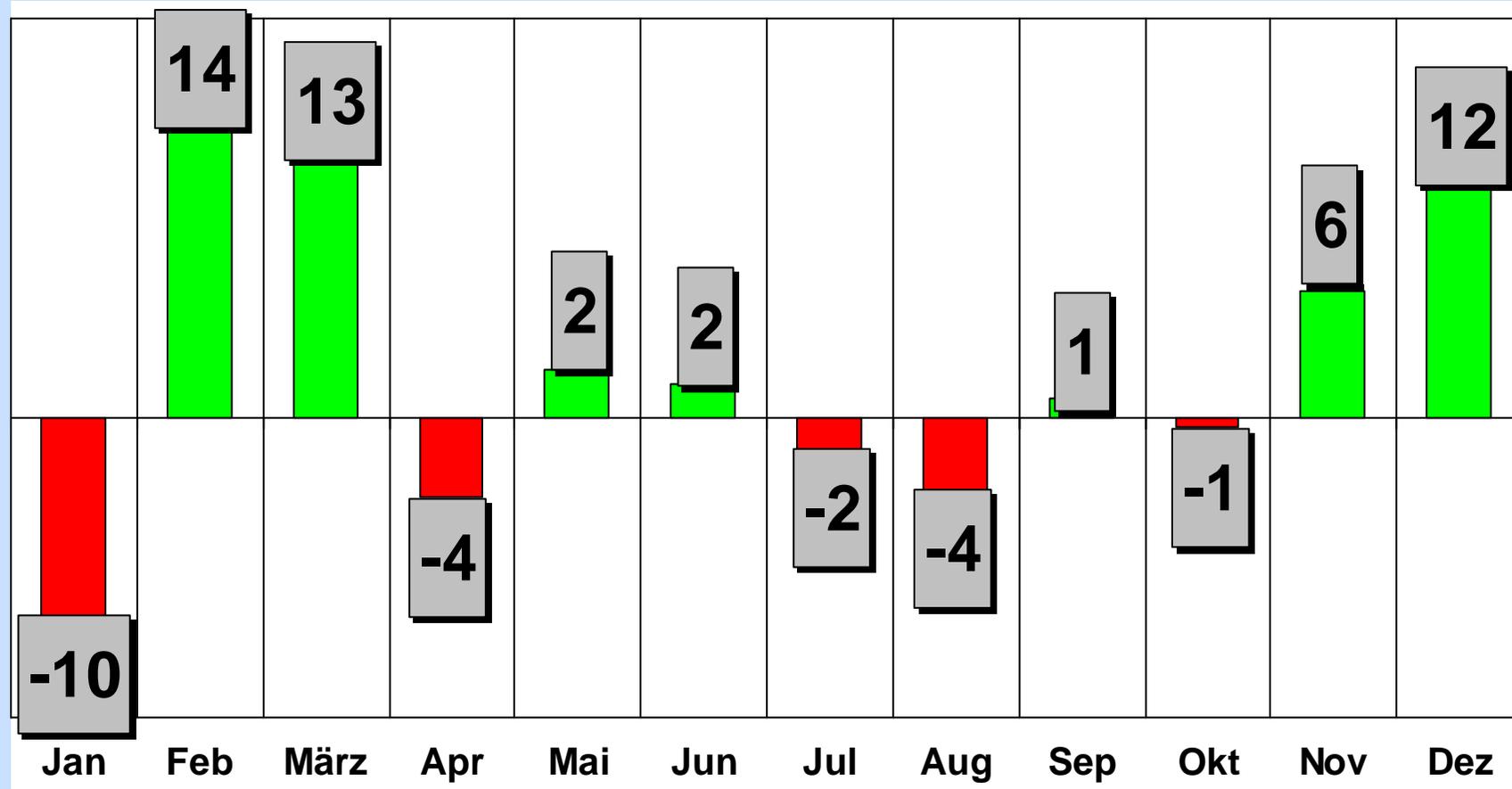
Rückblick 2005:

Wie lief es in den Geschäften?

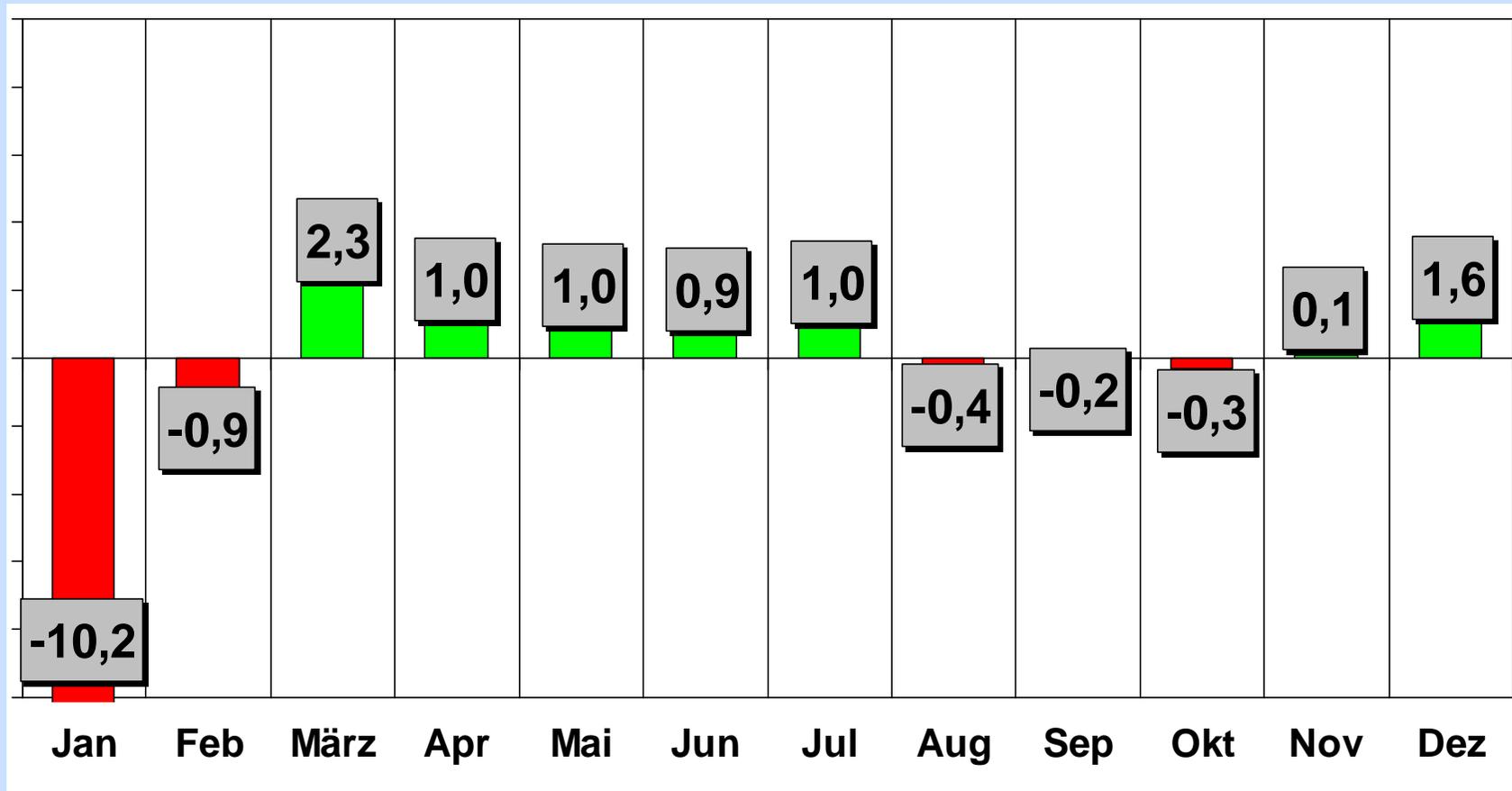
Bilderbuch-Umsätze in den letzten Wochen



Dezember 2005 rekordverdächtig

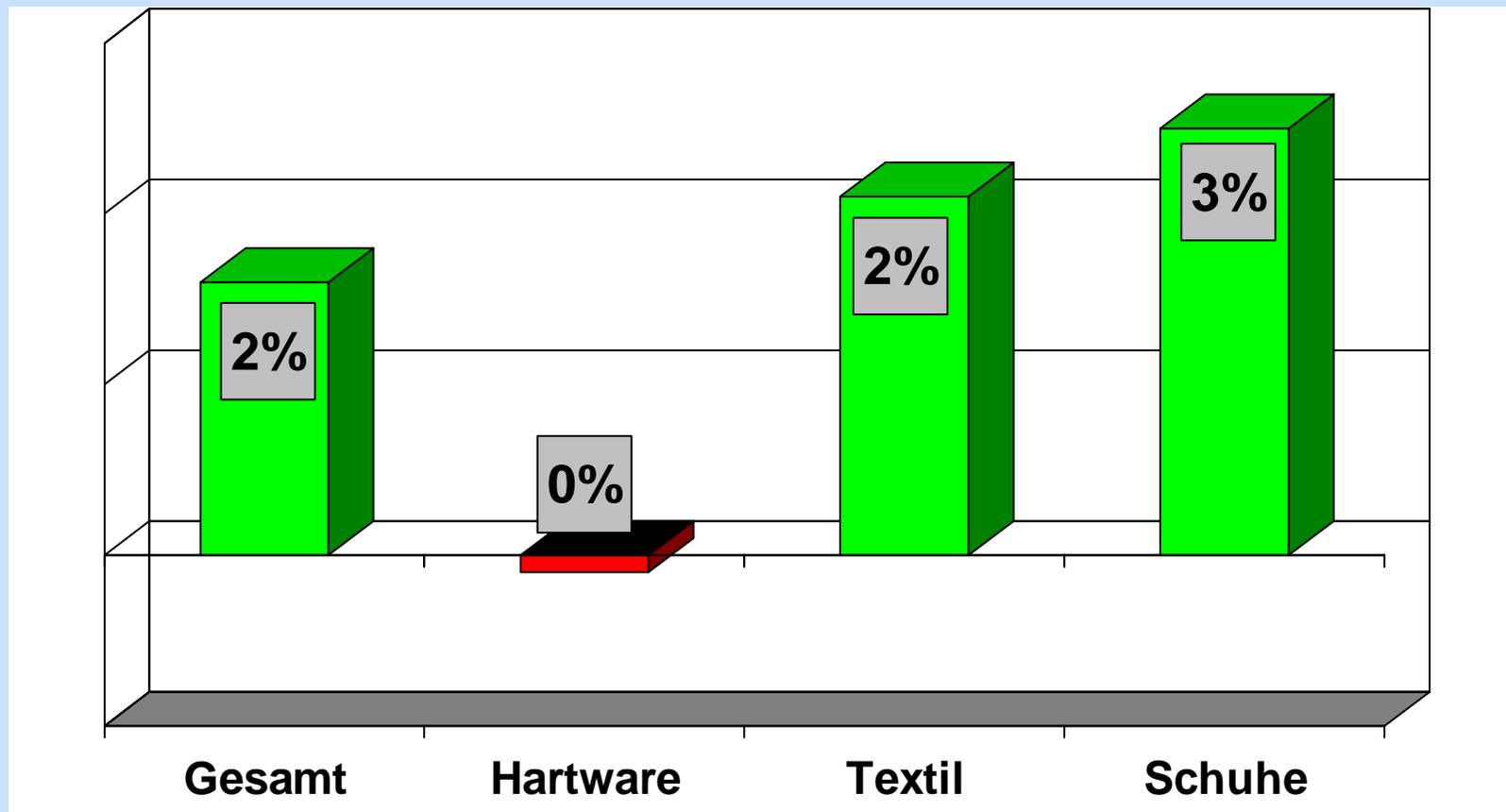


Mit rund 2 Prozent Wachstum sehr gut aufgestellt



Auch die erzielte Kalkulation im Schnitt um 0,6 Punkte verbessert

Kalenderjahr 2005 nach Bereichen

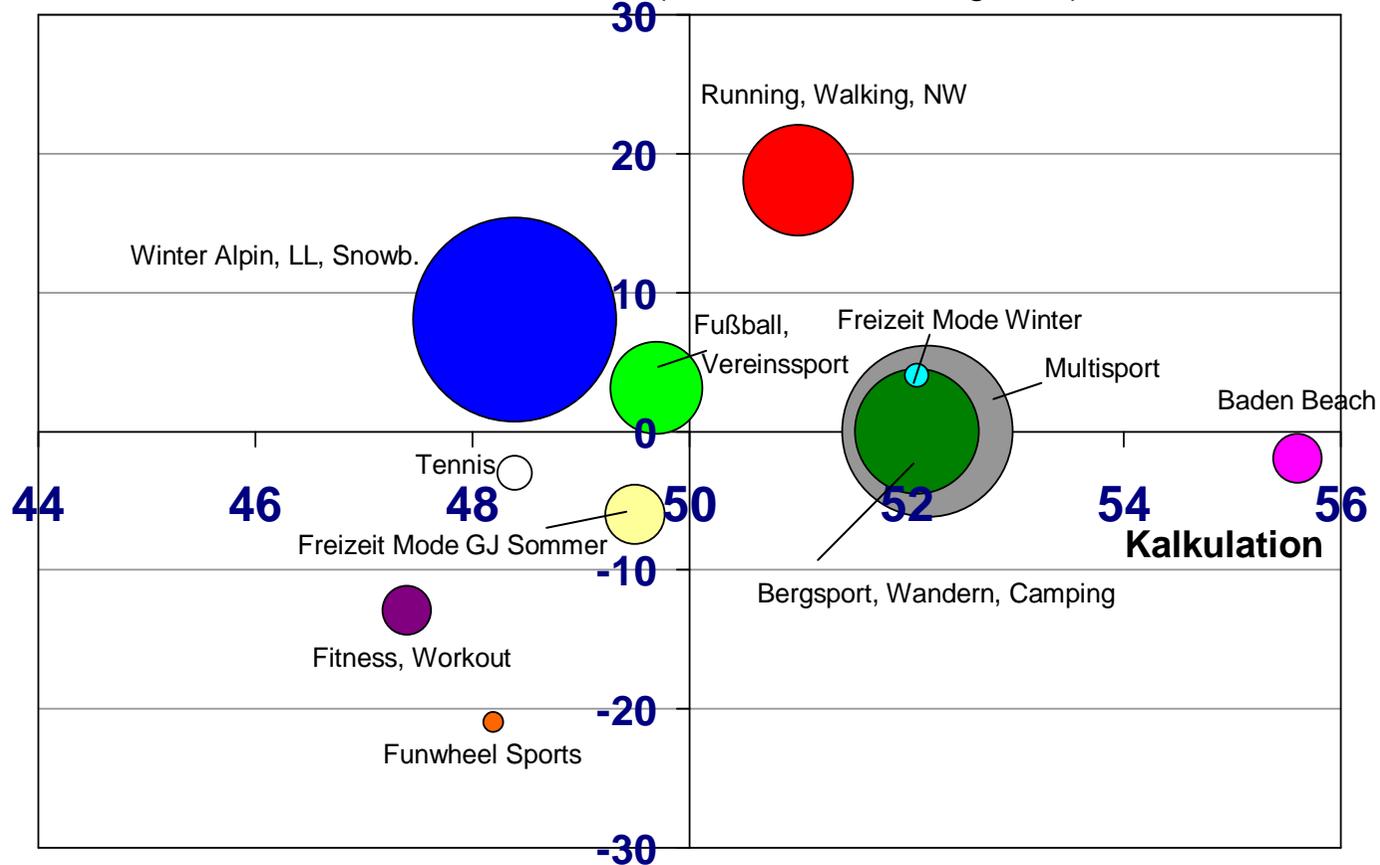


Hardware inklusive Skischuhe und Inline-Skates

Sortimentsportfolio 2005



Marktwachstum (Umsatzentwicklung in %)



Legende:

= 97 % Umsatzanteil

Winter Alpin, LL, Snowb.	Multisport	Bergsport Wandern Camping	Running Walking NW	Fußball Vereins-sport	Freizeit Mode GJ Sommer	Fitness Workout	Baden Beach	Tennis	Funwheel Sports	Freizeit Mode Winter
--------------------------	------------	---------------------------	--------------------	-----------------------	-------------------------	-----------------	-------------	--------	-----------------	----------------------

Kalenderjahr 2005



	Umsätze	Wareneingänge
Januar – Dezember 2005	Entw. %	Entw. %
Gesamt	102	101
HW Winter	110	111
HW Racketsport	98	99
HW Fitness	88	90
HW Grundsport	97	97
HW Trekking/Bergsport	106	99
Winter Textil	102	106
Ganzjahressport Textil	100	102
Trekking/Bergsport Textil	105	102
Badebekleidung	98	85
Accessoires Textil	109	108
Winterschuhe	108	102
Wanderschuhe	104	102
Inliner/Fun Wheel	79	68
Sportschuhe	102	104

INTERSPORT TOP 60 – sortiert nach Umsatz



Marke/Lieferant	2005	2004	2003
Adidas	1	1	1
Nike	2	2	2
Puma	3	3	6
Asics	4	4	4
Lowa Group (Lowa, Nordica, Rollerblade)	5	5	8
Salomon	6	6	3
Schöffel	7	7	5
Fischer / Löffler	8	10	14
Jack Wolfskin	9	13	53
Head	10	8	9
Amer Group	11	9	7
Odlo	12	11	13
Kettler	13	12	12
Völkl (MTV)	14	14	11
Reebok	15	17	17
Campagnolo	16	16	15
VF Group (TNF, EASTPACK)	17	22	26
Protest	18	18	20
Salewa	19	19	16
Meindl	20	23	21

INTERSPORT TOP 60 – sortiert nach Umsatz



Marke/Lieferant	2005	2004	2003
K2 Group	21	15	10
Esprit	22	35	42
Leki	23	27	38
Uvex/Alpina	24	26	24
Joy/Tao	25	31	27
Falke	26	30	30
Mammut Group	27	43	46
Erima	28	28	33
VauDe	29	25	19
Exel	30	20	47
Killtec	31	41	37
Jako	32	24	25
Dunlop	33	34	28
Spyder	34	46	neu
Windsurfing Chiemsee	35	33	32
Venice Beach	36	21	18
Maier	37	40	23
Ziener	38	42	44
Rossignol	39	37	29
Polar	40	38	34

INTERSPORT TOP 60 – sortiert nach Umsatz



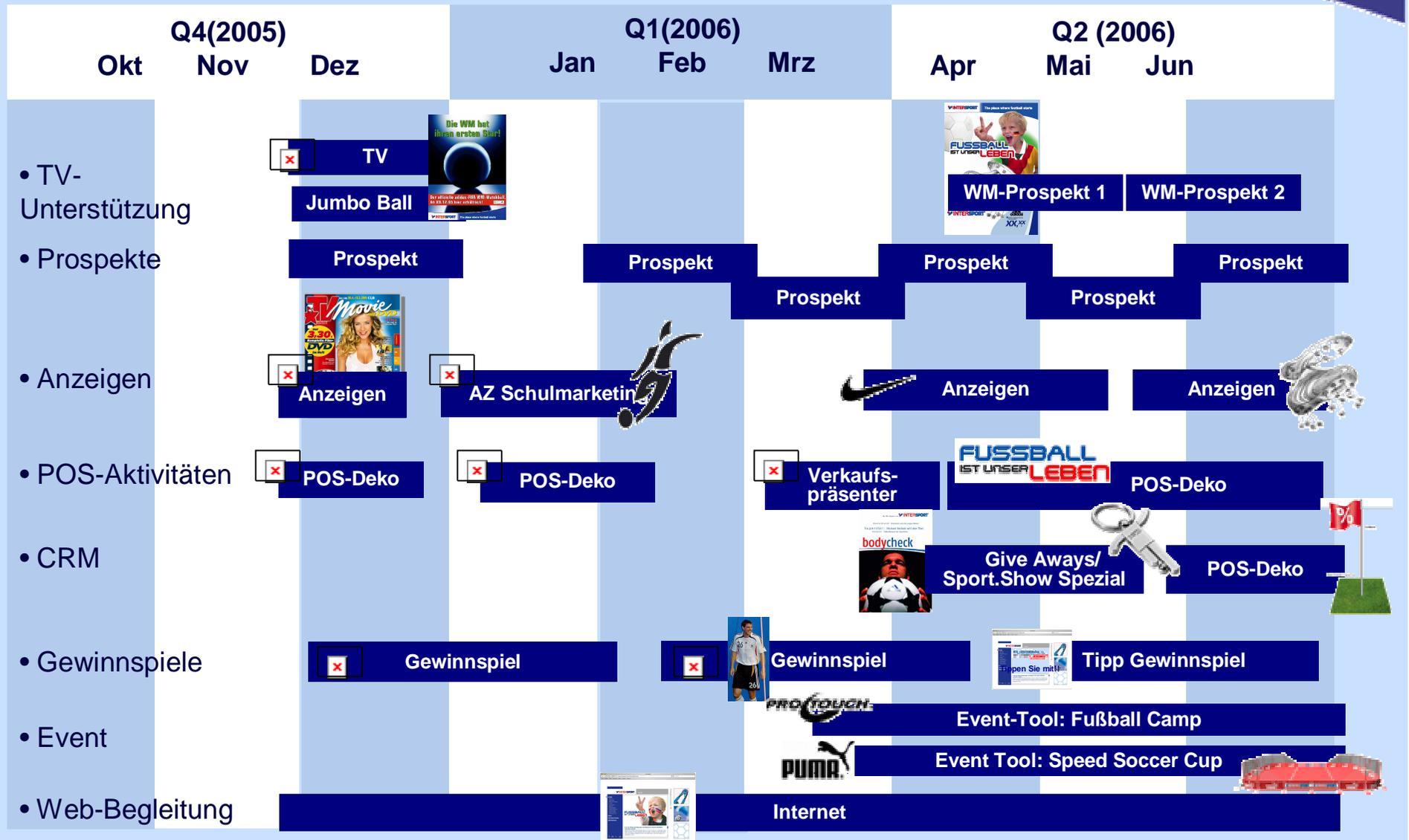
Marke/Lieferant	2005	2004	2003
L-Fashion Group	41	39	36
Willy Bogner	42	49	neu
Columbia	43	32	22
Speedo	44	36	35
B + W (O'Neill)	45	29	31
Quiksilver	46	45	39
Uhlsport/Kempa	47	47	55
Mexx	48	44	41
New Balance	49	50	51
Schneider	50	57	59
Elan	51	48	57
Deuter	52	59	61
Kaipa/Canyon	53	58	62
Kappa	54	109	77
Burton	55	64	neu
Fila	56	53	40
Champion	57	56	43
Exxtasy	58	55	58
Scott	59	52	48
Bertels	60	68	65

Jetzt geht es erst richtig los!!

FUSSBALL
IST UNSER LEBEN



Alle Kommunikationsmaßnahmen in der Übersicht





50 Jahre INTERSPORT





Die größte Kampagne seit der Gründung 1956



- Am 13.05.2006 feiern wir mit Ihnen in Heilbronn. Sie sind herzlich eingeladen!
- Zusätzliche, zentral gestreute Prospekte von der Zentrale für alle profilierten Verkaufsstellen
- Zusätzliche Unterstützung durch überregionale Werbeaktivitäten
- Bei weiteren Aktions-Prospekten werden die Streukosten subventioniert – auch für nicht-profilierete Häuser!
- Kostenlos vorgefertigtes Mailing für den Jubiläums-Stammkudentag steht zur Verfügung.

INTERSPORT-Profilierungsoffensive 2006



**Individuelle Profilierung möglich
je nach Gebäudekomplex
und baurechtlichen Bedingungen**



Ihre neue aktuelle Online-Marketing-Plattform:

- Vorgefertigte Schilder, editierbare Layouts für eigene Schilder
- Aktuelles Bildmaterial aus laufenden Prospekten
- Vorlagen für Anzeigen, Handzettel und vieles mehr
- Markenlogos, Schlagworte und Grafiken



Was kommt nach den Mega-Events?



2006 sind alle "Weltmeister"



Wir wollen auch danach gewinnen!

2006

2007



Mehr Fitness laut Umfrage beliebtester Neujahrsvorsatz



Wie lauten Ihre guten Vorsätze für 2006?	
Mehr für meine Fitness tun, mehr Sport treiben	44%
Einen Urlaubstraum verwirklichen	31%
Mehr um die Familie kümmern	28%
Mehr sparen	28%
Abnehmen	23%
Keine guten Vorsätze für 2006	15%

**Sport pur
mit Sport
mit Sport
Preis/Leistung
durch Sport**

Infratest-Umfrage vom 30.12 2005

2006 sind alle „Weltmeister“ ...



... wir wollen auch danach gewinnen!

Wie geht´s sportlich weiter, was bringt die Zukunft?



Herzliche Einladung!



Sonntag, 29.01.2006 – ab 18:30h - ICM, Saal 13

TRENDBÜRO HAMBURG – PROF. PETER WIPPERMANN

VIP-Gast Corinna Langwieser

Thema:

"Silver Sex" –

länger leben, länger lieben, länger Sport treiben!

"Silver Sex"



länger leben, länger lieben, länger Sport treiben!