

INTERSPORT AUF ZUKUNFTS- KURS

Strategie & Nachhaltigkeit

5. April, 2022

Future Campus Nachhaltigkeit

Thomas Storck,
CFO INTERSPORT Deutschland eG



Frank
Geisler,
COO

Dr.
Alexander
v. Preen,
CEO

Thomas
Storck,
CFO

HERZLICH WILLKOMMEN!

Gemeinsam mit tollem Team: ca. 450 MitarbeiterInnen

zentral, 1.800 Stores deutschlandweit

INTERSPORT WELTWEIT



INTERSPORT DEUTSCHLAND:

Seit 66 Jahren die Nummer 1 im Deutschen SPORTFACHHANDEL

ZAHLEN UND FAKTEN INTERSPORT DEUTSCHLAND

- > STAMMSITZ IN HEILBRONN
- > GRÜNDUNG 1956
- > ÜBER 400 MITARBEITER IN DER ZENTRALE HEILBRONN



3 Mio. Kunden

Click to add text



1.000 Mitglieder



7 Exklusivmarken
„Made in Europe”



1.800 Stores mit
1 Mio. m² Fläche



Zentrale Logistik
mit lokaler Stärke



Führende
Omnichannel-
Erfahrung



700
Industriepartner



INTERSPORT CLUB
(Kunden-Club)



Eigenes Nachhaltigkeits-Label
Green Series

1.

UNSERE SECHS TREIBER



BEST IN SPORTS

UNSER ZUKUNFTSKURS – SECHS TREIBER

PURPOSE



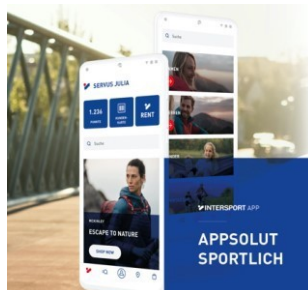
Sport ist systemrelevant – und Antrieb der INTERSPORT!

RETAIL



Wachstum und Expansion mit starken Verbund-Händlern

OMNICHANNEL



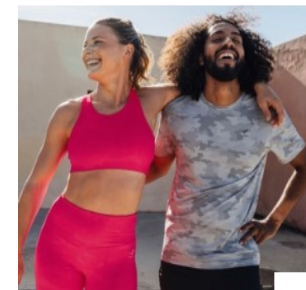
Digitalisierung aller relevanten Kunden-schnittstellen

WHOLESALE



Mit neuen Services bleibt INTERSPORT Industriepartner Nr. 1

BRAND



Repositionierung Marke INTERSPORT/**Nachhaltigkeit**

KULTUR



Menschen machen Unternehmen erfolgreich

Handelsblatt

DECATHLON

INTERSPORT

SPORT
2000

OFFENER BRIEF

An Frau Bundeskanzlerin Merkel,
An Herr Bundesminister Altmaier,
An die Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten

– ANZEIGE –

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit diesen Zeilen möchten wir geschlossen und wettbewerbsübergreifend unsere Stimme für den Sporthandel erheben und Sie auf die derzeitige Situation im stationär-geprägten Sporthandel aufmerksam machen.

Auf gesellschaftlicher Ebene zeigt die Corona-Pandemie sozial aber auch ökologisch gradenlos auf, was das Wichtigste in unserem Leben ist: **UNSERE GESUNDHEIT!**

Genau aus diesem Grund wenden wir uns heute an Sie, denn **SPORT, GESUNDHEIT und GESUNDERHALTUNG** sind nicht zu trennen! Unser Geschäft ist es, Menschen zu bewegen und für ein gesundes Leben zu inspirieren.

Wir möchten vorab unterstreichen, dass wir die Notwendigkeit und die damit verbundenen Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie keineswegs in Frage stellen. Wir tragen die getroffenen Beschlüsse von Bund und Ländern mit. Wir sind aber auch davon überzeugt, dass wir uns gemeinsam verantwortungsvoll dieser Herausforderung stellen müssen.

SPORT IST ESSENTIELL FÜR UNSERE GESUNDHEIT!

Sportliche Aktivitäten stärken das Immunsystem und das Herz-Kreislauf-System wird fit gehalten. Der Sport hilft aber auch psychisch allen Menschen in diesem stressigen und herausfordernden Kontext, in dem wir uns aktuell befinden.

Mit Ihrem Beschluss, den stationären Einzelhandel und somit auch den Sporteinzelhandel zu schließen, schließen Sie allerdings auch den Zugang zum Sport. Denn obwohl der Sporteinzelhandel viele Voraussetzungen für den Onlinehandel geschaffen hat und digitale Absatzkanäle seinen Kunden zur Verfügung stellt, zeigt die Umsatzrückgang von voraussichtlich 70 % im Januar, warum es den stationären Sporteinzelhandel gibt. Produkte wie Fitnessgeräte, Fahrräder, Laufschuhe... anzufassen, sie zu testen, eine kompetente Beratung erfahren, eine Kommunikation von Sportern für Sportern, Hilfe und Tipps rund um das Training – das sind Gründe für den stationären Handel und auch Inspiration, warum Menschen Sport treiben.

Viele sportliche Aktivitäten sind richtigerweise etagegeschützt, aber die noch verbleibenden sportlichen Möglichkeiten sind essentiell für unsere Gesellschaft und deren Gesundheit.

Wir bitten Sie daher die folgenden Produktkategorien ebenfalls als **essentiell** und **gesundheitrelevant** einzustufen:

- Sport zu Hause (Fitness, Kraftsport, Yoga...)
- Sport für die Mobilität – um auf öffentliche Verkehrsmittel zu verzichten (Fahrräder, Scooter...)
- Sport an der frischen Luft – individuell oder mit der Familie (Outdoor, Running...)

SPORT & Gesundheit: Bedeutung und unser Purpose

- Fakten: Sportreport – über 90 Prozent der Bevölkerung – Sport steht für Bewegung & Gesundheit, Sport noch RELEVANTER seit Corona
- Unser Purpose ist Antrieb, wie wir seit 66 Jahren unsere Geschäfte betreiben und Grundlage unserer gesellschafts-politischen Forderung:
„Sport und Gesundheit als systemrelevant einstufen!“
- Wir werden nicht müde, diese Forderung an die Politik zu adressieren und die Rolle des Sportfachhandels zur Gesunderhaltung für unsere Gesellschaft zu stärken

Treiber Purpose

SPORT UND GESUNDHEIT SIND SYSTEMRELEVANT





INTERSPORT-Verbund ist auf Expansionskurs

- 463 Geschäfte haben zum 01.10.2021 die neuen CI-Verträge unterzeichnet
- Bei den **Kooperationspartnern** wurde zum Beispiel McTrek als neues Mitglied gewonnen
- Mit **starken Spezialisten im** Online-Bereich, wie TennisPoint, 11 TeamSports, Bike24, wird für 2022 der Wachstumskurs fortgesetzt
- Unsere CI-Händler wachsen - über Expansion, wie z.B. die Übernahme von Sport Sperk (6 Filialen), und auch mit den Shop-Formaten

Treiber Retail


**EXPANSION IM
VERBUND MIT
STARKEN
HÄNDLERN**



SPORTS

VERTRIEBSMODELL GEPRÜFT

Bundeskartellamt gibt grünes Licht für Intersports Online-Plattform



Aussicht auf mehr Wettbewerb: Das Bundeskartellamt billigt das Modell der Intersport Online-Plattform.

Das Bundeskartellamt hat das Vertriebsmodell der Intersport Online-Plattform geprüft und kartellrechtlich nicht beanstandet. „Auf der Basis der vorgelegten Informationen sieht das Bundeskartellamt von einer vertieften Prüfung ab“, teilt die Behörde dazu mit.

„Gerade für kleinere Händler ist es schwer, sich allein gegen große Online-Händler wie Amazon und die Online-Shops der Hersteller zu behaupten. Auch die einzelnen Intersport-Händler stehen in Deutschland stationär und online starken Wettbewerbern gegenüber“, sagt Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes. Das gemeinsame Online-Angebot unter der Marke Intersport biete den vornehmlich stationär tätigen Händlern eine attraktive Vertriebsalternative. Dies stärke den Wettbewerb im Sportfachhandel und bedeute für die Endkunden eine größere Einkaufsvielfalt im Online-Bereich.

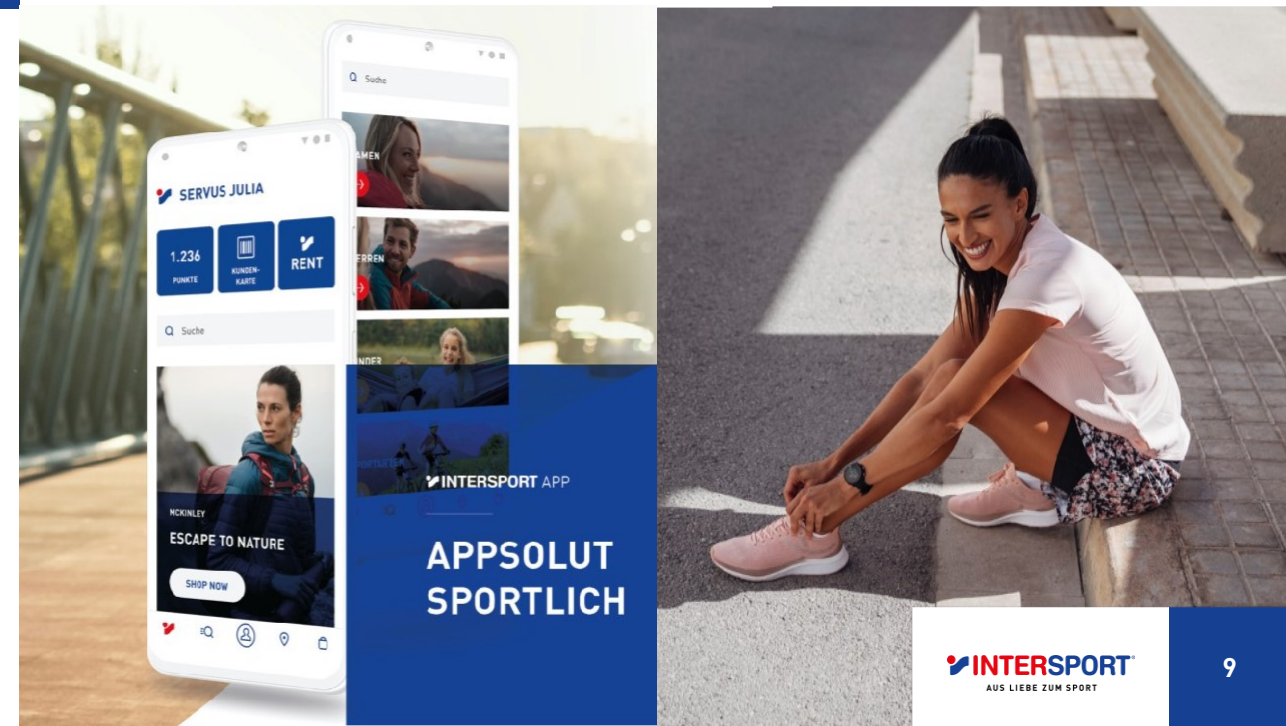
INTERSPORT ist kompetentestes Sportnetzwerk in Deutschland!

übergreifende Kanal-Exzellenz im Omnichannel ist unsere **USP**

- INTERSPORT bietet der Freizeit- bis zur Profisportler*in alle Services und Produkte, um die gesetzten sportlichen Ziele zu erreichen
- Das erreichen wir mit einem Beraterteam, mit der besten Servicekompetenz und Produktqualität in der lokalen Umgebung der Sportler*in (Hyperlocal)
- Mit der (digitalen) **Infrastruktur** dafür entwickelt INTERSPORT Deutschlands größten Marktplatz rund um Sport und Gesundheit

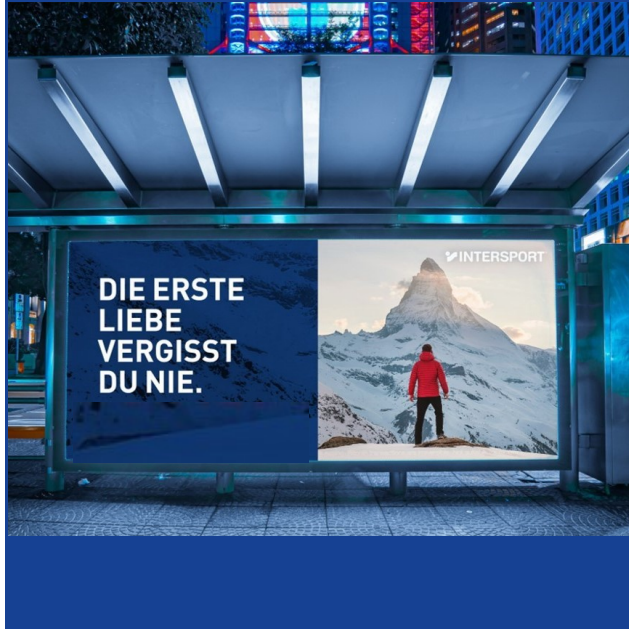
Treiber Omnichannel

DIGITALISIERUNG DER KUNDENSCHNITTSTELLEN



APPSOLUT SPORTLICH

INTERSPORT
AUS LIEBE ZUM SPORT



WHY

Aus Liebe zum Sport. Mit unserer Liebe zum Sport inspirieren wir Menschen zu einem besseren Leben

HOW

Deshalb unterstützen wir andere dabei **ein gesundes & aktives Leben** zu führen, persönliche Herausforderungen zu meistern und so die Freude am Sport zu entdecken – in jedem Alter.

WHAT

360 Grad- Kampagnen mit unseren Partnern

- Hohe Service- und Produktqualität,
- Nähe zum Kunden und große Expertise über breites Sortiment
- Verantwortung in der Gesellschaft - über das Kerngeschäft hinaus

Treiber Brand

EINE STARKE BRAND MACHT DEN UNTERSCHIED





PURPOSE

Aus Liebe zum Sport. Mit unserer Liebe zum Sport inspirieren wir Menschen zu einem besseren Leben

WERTE

Klares Werte-Set: Verantwortung, Transparenz, Fokus, Vereinfachung, Vertrauen, Respekt, Selbstorganisation, Reflexion, Lernen, Achtsamkeit

WHAT

- Agile Organisation und moderne Arbeitsweisen
- Offene Kultur, die Wachstum aller im Team stärkt & Innovationen fördert
- Starke Employer Brand für die Talente der Zukunft

Kultur & Transformation

**INTERSPORT:
“MENSCHEN MACHEN
UNTERNEHMEN
ERFOLGREICH”**



2.

STRATEGIE





**TREIBER
PURPOSE**

**„MIT UNSERER LIEBE ZUM SPORT
INSPIRIEREN WIR MENSCHEN ZU
EINEM BESSEREN LEBEN“**



UNSER PURPOSE:

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



UNSERE VISION:

**INTERSPORT IST
DIE ERSTE WAHL FÜR
ALLE THEMEN RUND
UM SPORT UND
GESUNDHEIT.**



UNSERE MISSION:

**GEMEINSAM MIT
UNSEREN PARTNERN
BIETEN WIR KUNDEN
DEN BESTEN ZU-
GANG ZU IHRER WELT
DES SPORTS.**

BEST IN SPORTS: UNSERE TRANSFORMATION

| 2019 | | 2020 | 2021/2022 | 2023 | |
|---|---|--|---|---|---|
| ABGESCHLOSSEN | | | UMSETZUNGSPHASE / CHANGE & TRANSFORMATION | ZIELERREICHUNG BEST IN SPORTS | |
| VORRAUSSETZUNGEN SCHAFFEN Neue Organisations-Struktur BEST IN SPORTS als Unternehmensstrategie Effizienzprogramme (inkl. Voswinkel) | KERNGESCHÄFT STABILISIEREN Kaufmännische Transparenz Strategische Personalplanung Corona-Management Hybride Messe Kündigung bestehender CI-Verträge | INVESTITION IN DIE ZUKUNFT / MARKE INTERSPORT Kulturwandel Purpose / Vision / Mission Agile Organisation Servant Leadership New Work BEST IN SPORTS Verankerung in allen Funktionsbereichen und Kompetenzen | <ul style="list-style-type: none"> Absichern Großhandelsleistungen und ZR Exklusivmarken-Offensive inkl. Selektiver Vertrieb Nachhaltigkeit Verbindlichkeit über neue CI-Standards /-Verträge Händlerprofitabilität: Angebot der leistungsstärksten Shopformate-Systeme | <ul style="list-style-type: none"> Stärkung der Marke INTERSPORT Akquise / Migration von Mitgliedern Wachstum im E-Commerce / Omnichannel Digitalisierung (Data/Automatisierung/CRM) Etablierung neuer Geschäftsmodelle (IMS, Ökosystem) | KULTUR UND TRANSFORMATION Neue Arbeitsweisen, neues Mindset, Führungs- und Wertesysteme und zukunftsfähiges Kompetenzportfolio prägen die INTERSPORT HÄNDLERPROFITABILITÄT Angebot der leistungsstärksten Shopformate-Systeme im Sportfachhandel MARKE INTERSPORT Marktführerschaft im Omnichannel unter der Marke INTERSPORT durch Sportkompetenz KUNDENZENTRIERTE SERVICES Dienstleistungsfokussierte und kundengetriebene Händlerorganisation NEUE GESCHÄFTSMODELLE UND WACHSTUM Service-Modelle zur Erweiterung der primär industriefinanzierten Erlösquellen ÖKOSystem UND COMMUNITY Aufbau neuer digitaler Kompetenzen und Werttreiber |
| STRATEGISCHE LEITPLANKEN GESETZT | ORGANISATIONS-STRUKTUREN VERANKERT | | TRANSFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSOFFENSIVE | PURPOSE-GETRIEBENE INNOVATIONSGEMEINSCHAFT | |

3.

**NACHHAL-
TIGKEIT
BEDEUTET
ZUKUNFTS-
FÄHIGKEIT:**

3 IMPULSE



#1 REALITÄT, DIE WIR SEHEN - WIR ZERSTÖREN DEN PLANETEN: Fakten Weltklimarat IPCC

CO2-Anstieg dramatisch



Erderwärmung muss gestoppt werden

Ziel Begrenzung auf +1,5 Grad Celsius bis 2025

Anstieg bereits bei 1,1 Grad Celsius

LAND-GRABBING



Fruchtbares Land nimmt ab, Hunger steigt

OZEANE VERSCHMUTZEN

Anstieg: 3,7 mm/Jahr



Ozeane & Verschmutzung, Korallensterben

Pro Jahr gelangen 4,8 – 12,7 Millionen Tonnen Plastik in die Meere

ARTEN-STERBEN



Jeden Tag sterben etwa 150 Arten!

Jede dritte Art in Deutschland ist gefährdet!

SUSTAINABLE INVESTMENTS WORLDWIDE

Global sustainable investments grew 15% from 2018-2020, reaching a total of \$35.3T.

How do sustainable assets break down across the 5 major markets, and which regions are seeing the most growth?

Circle size represents sustainable investing assets in USD.

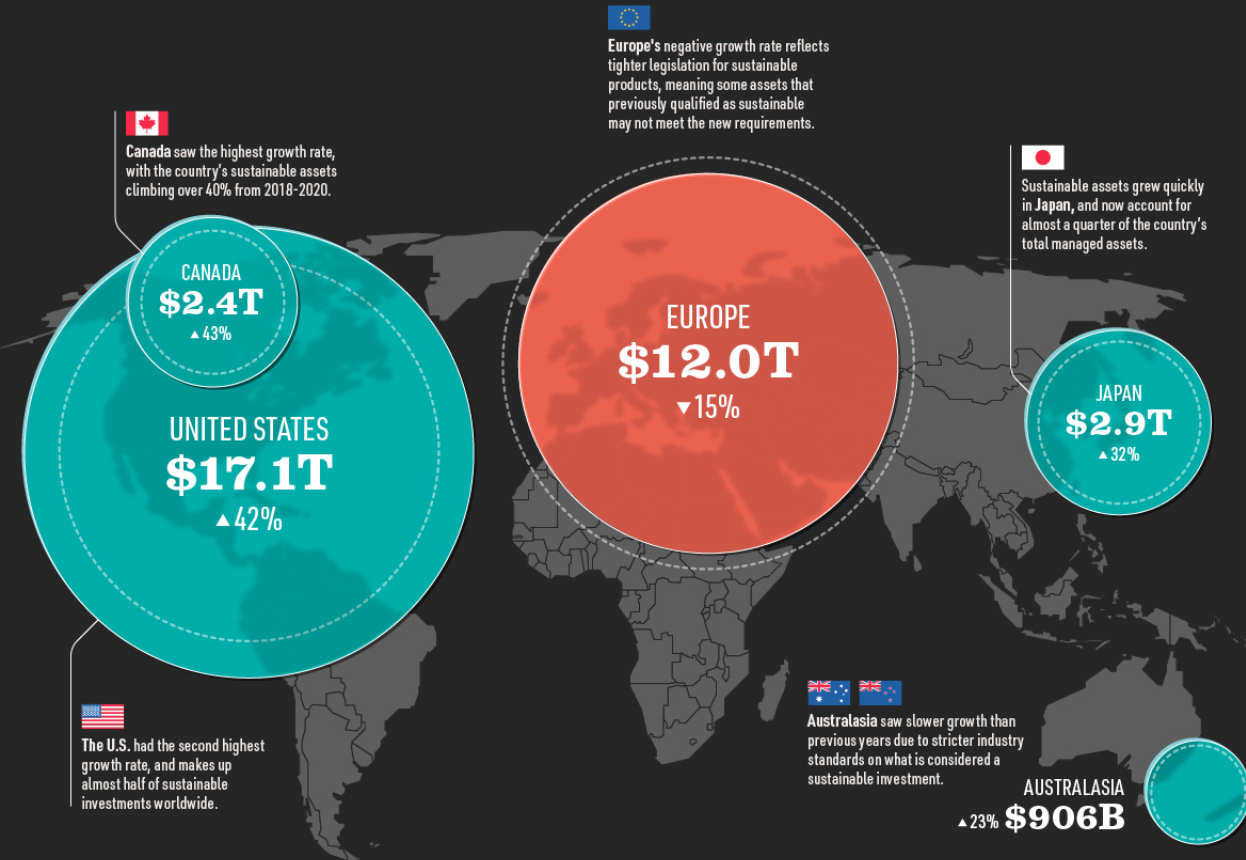


#2 INVESTMENT-FAKTEN, DIE WIR SEHEN:

Ein Boom - Nachhaltige Investments global

+ 15 % Wachstum von 2018-2020

auf 35,3 Billionen US-Dollar



SOURCE: GLOBAL SUSTAINABLE INVESTMENT ALLIANCE (AUG 2021)



Source: Global Sustainable Investment Alliance (Aug 2021)

All 2020 assets are reported as of December 31 2019, except for Japan which reports as of March 31 2020. Currencies have been converted to U.S. dollars at the prevailing exchange rate at the day of reporting. Growth represents the change in sustainable investing assets in U.S. dollars from 2018-2020. Australasia includes Australia and New Zealand. In 2020, Europe includes: Austria, Belgium, Bulgaria, Denmark, France, Germany, Greece, Italy, Spain, Netherlands, Poland, Portugal, Slovenia, Sweden, the UK, Norway, Switzerland, and Liechtenstein. For the purposes of this data, "sustainable investment" is a broad definition that includes seven main approaches: corporate engagement and shareholder action, norms-based screening, negative/exclusionary screening, best-in-class/positive screening, sustainability themed/thematic investing, impact investing and community investing.

different results. This material represents an assessment of the market environment as of a specific date, is subject to change, and is not intended to be a forecast of future events or a guarantee of future results. This information should not be relied upon by the reader as research or investment advice regarding the funds or any particular issuer/security. This material contains general information only and does not take into account an individual's financial circumstances. This information should not be relied upon as a primary basis for an investment decision. Rather, an assessment should be made as to whether the information is appropriate in individual circumstances and consideration should be given to talking to a financial advisor before making an investment decision. New York Life Investment Co. is both a copier, part, and the common trade name, of certain investment

#3 TRENDS, Die WIR SEHEN - Unsere Kunden

Trends Sportstyle



- Sneaker
- Winterized
- Passende Accessories
- **Nachhaltigkeit**
- Womens

Trends Training



- Outdoor Fitness
- Mindful Training
- Soft Fabrics
- **Nachhaltigkeit**
- Yoga Herren
- Yoga & Home Gym

Trends Outdoor



- Neue "Outdoorler"
- Alternativer Wintersport
- **Nachhaltigkeit**
- Sportivität + Technizität
- Kräftige Farben
- Digitaler Pusch

Trends Running



- Post Lockdown: Verlangen nach Einkaufserlebnis
- Laufveranstaltungen und Events
- **Nachhaltigkeit und Transparenz**
- All weather running und Winter Running

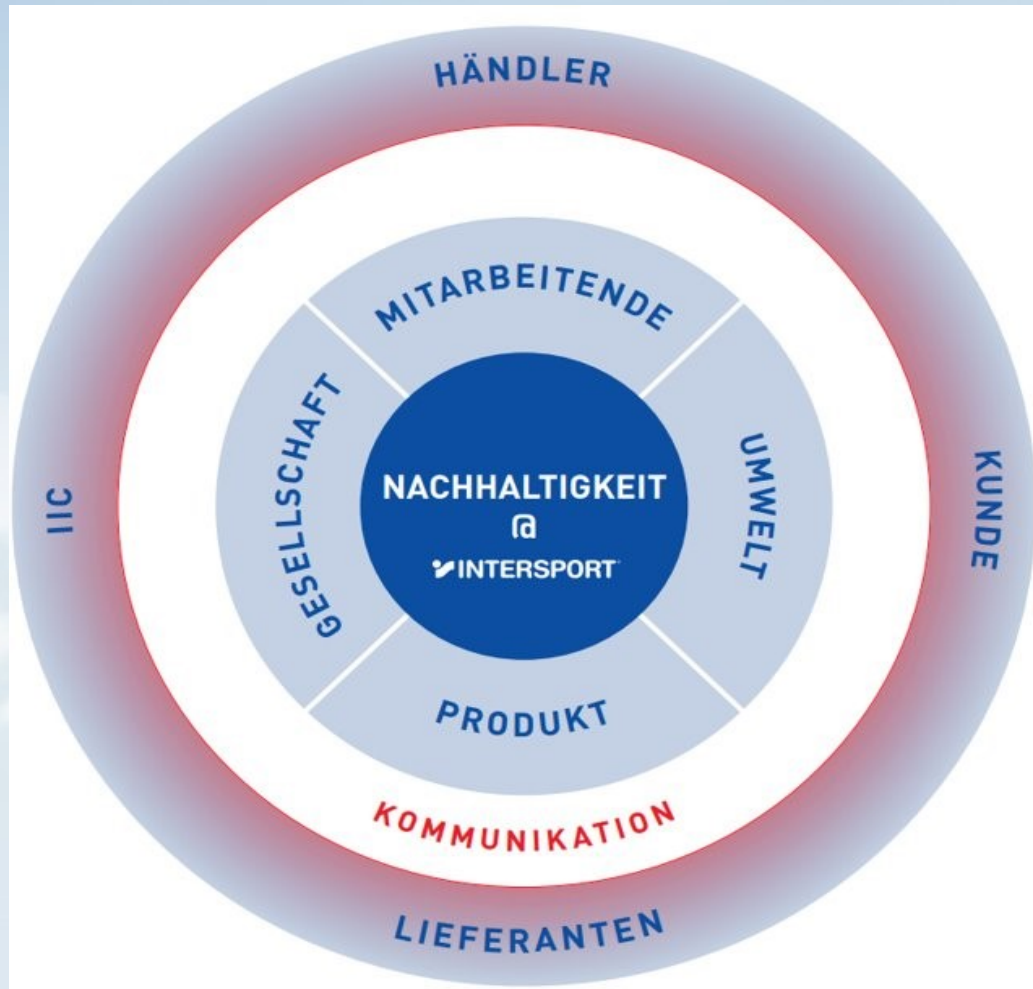
BRAND

4. NACHHALTIGKEIT BEI INTERSPORT



NACHHALTIGKEIT

CORPORATE RESPONSIBILITY



STRATEGIE & ZIELE: MORE TO COME 2022

- **Klares Bekenntnis zu Nachhaltigkeit:** Seit 2012 aktiv „Heilbronner Erklärung“
- **Vier Nachhaltigkeitssäulen:** Systematische Weiterentwicklung der Themen
- **Entwicklung 2022:** Entwicklung Nachhaltigkeitsstrategie für Zentrale & Händler
- **Strategieentwicklung:** Nachhaltigkeit wird über die komplette Wertschöpfungskette verankert, Zusammenarbeit mit Vaude Academy



NACHHALTIGKEIT: BEDEUTET ZUKUNFTSFÄHIGKEIT

5.

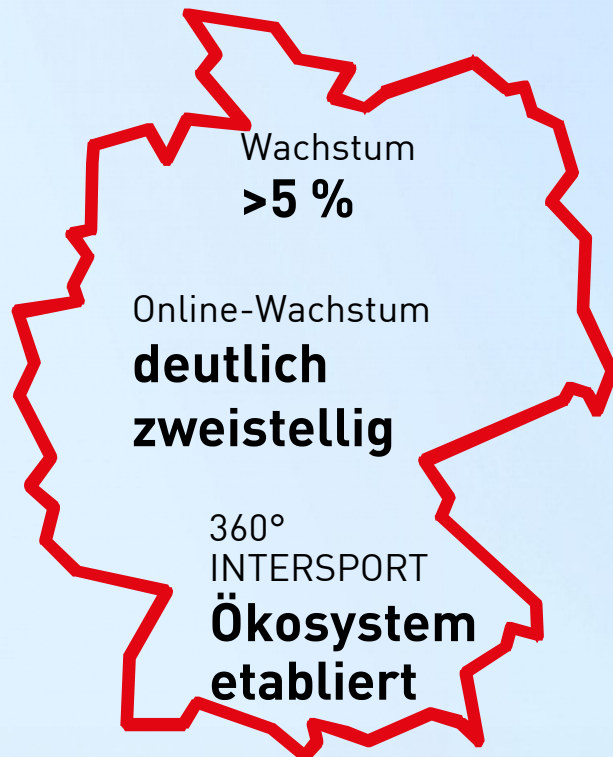
Ausblick/ Ziele 2025



MARKTFÜHRER IM SPORT BLEIBT INTERSPORT

VERBUND-ANNAHMEN 2025

Geschäftsjahr
2025e INTERSPORT Deutschland eG



- Wir forcieren unsere Position als qualitativer Marktführer für alle Themen rund um Sport und Gesundheit.
- Wir wollen stärker wachsen als der Markt, sowohl stationär als auch online.
- Wir ergänzen unseren Marktplatz für Sport um nachhaltige Brands und Exklusiv-Marken



- **Entwicklung Nachhaltigkeitsziele im Jahr 2022**

6.

FAZIT Q&A





INTERSPORT FUTURE CAMPUS NACHHALTIGKEIT

Schön, dass Sie
bei uns sind.
Auf bald!