Lagebericht der Geschäftsführung
der INTERSPORT AUSTRIA Gesellschaft m.b.H.
für das Geschäftsjahr 2024/2025

1. Wirtschaftsbericht

1.1 Entwicklung des wirtschaftlichen Umfelds

Der gesamte österreichische Sportartikelmarkt verzeichnete im Jahr 2024 lt. Statistik Austria einen nominellen Rückgang von -5,2% zum Vorjahr. Im 1. Halbjahr 2025 ist ein weiterer Rückgang von -1,9% zum Vorjahr zu verzeichnen.

Die der INTERSPORT-Gruppe angeschlossenen österreichischen Einzelhändler verzeichneten entgegen diesem Trend im abgelaufenen Geschäftsjahr 2024/25 (1.10.24 bis 30.9.25) ein flächenbereinigtes Umsatzwachstum von +3,3% zum Vorjahr.

1.2. Marktposition von INTERSPORT im österreichischen Sporthandel

Der Sporteinzelhandel in Österreich durchläuft aktuell eine Konsolidierungswelle. Nach einer pandemiebedingten Sonderkonjunktur haben sich die Konsument:innen in ihren Anschaffungen eher zurückgehalten und vorwiegend Urlaubsreisen unternommen und in der Gastronomie konsumiert. Aus der Umsatzeuphorie heraus haben sich im Markt hohe Lagerüberbestände ergeben, die in Verbindung mit massiven Kostensteigerungen einige Marktteilnehmer in eine wirtschaftliche Schieflage gebracht haben und ein Marktteilnehmer hat nach nunmehr 5 Jahren den Markt in Österreich wieder verlassen.

INTERSPORT ist es gelungen, besser durch dieses Umfeld zu steuern, die Marktposition weiter zu festigen und sogar auszubauen. Gesundheit und Bewegung sind im Bewusstsein der Österreicher:innen fest verankert und Sport ein wesentlicher Bestandteil des täglichen Lebens. Durch die Positionierung, das flächendeckende Händlernetzwerk und die unterschiedlichen Formate kann sich INTERSPORT gut behaupten.

1.3. Geschäftsentwicklung der INTERSPORT Austria 2024/25

Die Geschäftstätigkeit der INTERSPORT AUSTRIA GmbH lag im Geschäftsjahr 2024/25 unverändert in folgenden fünf Schwerpunktbereichen:

- Großhandel bzw. Handel mit Exklusivmarken
- Streckengroßhandel
- Dachmarken-Marketing
- Dienstleistungen zur Unterstützung der Geschäftstätigkeit der Mitglieder
- Expansion

1.3.1. Geschäftsergebnis

Das Unternehmen erzielte im Geschäftsjahr 2024/25 ein Betriebsergebnis iHv TEUR 3.678 (VJ TEUR -230) und ein Finanzergebnis iHv TEUR -1.984 (VJ TEUR -3.143). Das Jahresergebnis beträgt TEUR 823 (VJ TEUR -1.680). Das Ergebnis wurde gegenüber dem Vorjahr insbesondere durch gestiegene Umsatzerlöse und Kosteneinsparungen bei Personal und Marketing verbessert.

1.3.2. Vermögenslage

Im Geschäftsjahr 2024/25 hat sich das Anlagevermögen um TEUR 1.715 auf TEUR 17.241 erhöht.

Die Vorräte sanken von TEUR 45.234 im Jahr 2023/24 auf TEUR 41.793 im Geschäftsjahr 2024/25.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (nach Wertberichtigungen) haben sich aufgrund eines ab 2024/25 geänderten Ausweises des Factoring Verrechnungskontos um TEUR 29.834 auf TEUR 50.774 reduziert.

Die Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen (nach Wertberichtigungen) stiegen um TEUR 1.774 auf TEUR 3.914.

Die Forderungen gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, betragen zum 30.09.2025 aufgrund des Verkaufs der Beteiligung TEUR 0 (VJ TEUR 5.080).

Die sonstigen Forderungen und Vermögensgegenstände haben sich um TEUR 1.040 auf TEUR 8.625 reduziert.

Zum Stichtag 30.09.2025 weist die Gesellschaft liquide Mittel und Wertpapiere des Umlaufvermögens iHv TEUR 3.945 (VJ TEUR 3.264) aus.

1.3.3. Finanzlage

Per 30.09.2025 beträgt das Eigenkapital TEUR 19.781 (VJ TEUR 22.958). Die Eigenmittelquote iSd URG beläuft sich auf 14,70% (VJ 13,78%).

Die Rückstellungen sind um TEUR 301 auf TEUR 7.216 gesunken.

Bei den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ist im Geschäftsjahr 2024/25 ein Anstieg um TEUR 3.345 auf TEUR 58.587 zu verzeichnen.

Die sonstigen Verbindlichkeiten und Passiven Rechnungsabgrenzungen haben sich im Geschäftsjahr im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 632 auf TEUR 28.111 reduziert.

Der Netto-Geldfluss aus der betrieblichen Tätigkeit beträgt im Geschäftsjahr TEUR +14.209 (VJ TEUR +9.649). Der Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit beläuft sich auf TEUR -2.734 (VJ TEUR -2.607). Der Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit beträgt TEUR -10.794 (VJ TEUR -6.920).

1.3.4. Ertragslage

Die Umsatzerlöse belaufen sich im Geschäftsjahr 2024/25 auf TEUR 338.564 (VJ TEUR 318.669), davon betreffen Dienstleistungserlöse TEUR 24.734 (VJ TEUR 23.261).

Das Rohergebnis (Umsatzerlöse abzüglich Materialaufwand und bezogene Leistungen) beträgt TEUR 48.346 (VJ TEUR 43.162).

Der Personalaufwand belief sich im Berichtsjahr auf TEUR 21.268 (VJ TEUR 21.881).

Die Abschreibungen des Anlagevermögens wurden in Höhe von TEUR 1.916 (VJ TEUR 2.031) vorgenommen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen betrugen TEUR 23.799 (VJ TEUR 22.214).

Das Finanzergebnis betrug im Berichtsjahr TEUR -1.984 (VJ TEUR -3.143).
Darin ist die Gewinnzuweisung an die Stillen Gesellschafter iHv TEUR 144 enthalten.

Die INTERSPORT AUSTRIA GmbH erwirtschaftete im Berichtsjahr ein positives Ergebnis vor Steuern iHv TEUR 1.695 (VJ TEUR -3.374).

Unter Berücksichtigung des Gewinnvortrages iHv TEUR 19.203 abzüglich einer erfolgten Gewinnausschüttung iHv TEUR 4.000 weist die Gesellschaft einen Bilanzgewinn iHv TEUR 16.027 auf.

1.3.5. Kennzahlen

Kennzahl	GJ 23/24	GJ 24/25
Gesamtkapitalrentabilität (ROI)	+0,7%	+3,4%
Ergebnis vor Steuern und Zinsen	+1.162	+4.597
Gesamtkapital *)	166.776	134.568
Umsatzrentabilität (ROS)	-0,1%	+1,1%
Betriebserfolg laut Erfolgsrechnung	-230	+3.678
Gesamtleistung	318.669	338.564
Cash-Flow-Rentabilität	+3,0%	+4,2%
Mittelüberschuss aus der betrieblichen Tätigkeit	+9.649	+14.209
Gesamtleistung	318.669	338.564

*) Die Kennzahl wurde auf Basis des Endbestands (keine Durchschnittsberechnung) ermittelt.

1.4. Analyse der wichtigsten nichtfinanziellen Leistungsindikatoren

1.4.1 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die Positionierung von INTERSPORT als Premiumanbieter ist nach wie vor oberste Prämisse. Unsere MitarbeiterInnen werden als einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren gesehen – dies unabhängig davon, ob POS oder Zentrale.
Daher wird der Gewinnung, Bindung und Weiterentwicklung von MitarbeiterInnen eine ganz besondere Bedeutung zugeschrieben.
Durch die unterschiedlichen Schwerpunkte, wie Rekrutierungsstrategie, Akademie und Bindung der bestehenden MitarbeiterInnen schaffen wir eine nachhaltige und erfolgreiche Personalstrategie, die nicht nur den kurzfristigen Personalbedarf deckt, sondern auch eine langfristige, stabile und leistungsstarke Belegschaft aufbaut.

Der Recruiting-Prozess bildet die Grundlage, um die richtigen MitarbeiterInnen für das Unternehmen zu gewinnen. Es geht besonders darum, gezielt Kandidaten zu identifizieren, die zur Unternehmenskultur passen und langfristig zum Erfolg des Unternehmens beitragen können. Dabei spielen eine klare Arbeitgebermarke, ein strukturierter und transparenter Auswahlprozess sowie eine gute Candidate Experience eine wichtige Rolle.

Die unternehmenseigene Akademie stellt eine zentrale Säule in der Weiterbildung und Entwicklung von MitarbeiterInnen dar. Sie bietet verschiedene Programme und Formate, die sowohl fachliche als auch persönliche Kompetenzen fördern, dadurch wird die berufliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter unterstützt.

Neben attraktiven Weiterbildungsangeboten und monetären Anreizen, sind auch eine gute Work-Life-Balance, individuelle Förderung und eine transparente Kommunikation von essenzieller Bedeutung. Durch gezielte Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung stellen wir sicher, dass unsere MitarbeiterInnen sich langfristig mit dem Unternehmen identifizieren und motiviert bleiben.

1.4.2 Beschaffungsmarkt

Der Seefrachtmarkt für Transporte von Fernost nach Europa bleibt auf eher niedrigem Niveau weiterhin sehr volatil. Blank Sailings und überdurchschnittlich lange Laufzeiten stehen an der Tagesordnung.

1.4.3 Zweigniederlassungen

Die Gesellschaft betreibt keine Zweigniederlassungen.

1.4.4 Forschung und Entwicklung

Forschungs- und Entwicklungstätigkeit fällt bei der INTERSPORT AUSTRIA GmbH nicht an.

2. Bericht über die Chancen und Risiken

2.1. Wesentliche allgemeine Chancen und Risiken

Die aktive Sportausübung ist und bleibt eine wichtige Freizeitbeschäftigung der Österreicher:innen. In diesem langfristigen Trend zu Gesundheit und Bewegung hat sich INTERSPORT in den letzten Jahren eine führende Position erarbeitet. Gerade die Vielzahl an Krisen, die in immer kürzeren Abständen auftreten, treiben die Menschen verstärkt in die Natur und in aktive Auszeiten.

Trotz aktuell reduzierter Konsumausgaben sind die Zukunftsaussichten für das Geschäftsmodell INTERSPORT durchwegs positiv zu bewerten. Zwar bestehen Risiken in der Verfügbarkeit von Personal und den zunehmenden Infrastrukturkosten für die Filialen, allerdings überwiegen die Chancen.

In herausfordernden Zeiten wie diesen suchen Konsument:innen immer nach starken Marken, wenn es um die Wahl von Einkaufsstätten geht. Neben der starken Marke ist INTERSPORT auch tief in den Regionen verwurzelt und die INTERSPORT Händler in den Regionen bieten genau diesen persönlichen Kontakt, den der/die Kunde:in vermehrt sucht.

Das zunehmende Verständnis der Händler zu der Notwendigkeit einer stärkeren Bündelung zur Fokussierung auf den Kernprozess bietet eine Win:Win Situation für die gesamte Wertschöpfungskette der INTERSPORT: mehr Service- und Produktnachfrage der Händler auf Seiten der Zentrale und mehr gewonnene Zeit für den Fokus auf den Kunden auf Seiten der Händler.

Diese Konstellation erlaubt es uns, die Chancen im Markt durch hohe Kundenorientierung möglichst optimal auszunutzen. Dabei ist das Management der krisenbedingten Verwerfungen z.B. in den Lieferketten bereits Teil des Tagesgeschäfts geworden.

Im Geschäftsjahr 2024/25 stand der Markt in **Tschechien** weiterhin vor spürbaren makroökonomischen Herausforderungen. Zwar hat sich die Konsumstimmung im Laufe des Jahres etwas erholt, doch liegt die Kaufkraft vieler Haushalte nach wie vor unter dem langjährigen Niveau. Besonders im preisorientierten Segment blieb der Wettbewerb im Sportartikelhandel entsprechend hoch.
Trotz dieser Rahmenbedingungen konnte INTERSPORT Tschechien seine Rolle als Qualitätsanbieter weiter stärken. Die konsequente Ausrichtung auf Service, kompetente Beratung und ein klar auf Kundenbedürfnisse abgestimmtes Sortiment erwies sich erneut als entscheidender Vorteil im Markt. Operativ lag der Fokus vor allem auf einer gezielten Optimierung des Sortiments, einer besseren Steuerung von Beständen und Warenflüssen sowie dem weiteren Ausbau digital unterstützter Prozesse in den Stores.
Der Umsatz entwickelte sich insgesamt stabil und zeigte eine leicht positive Tendenz. Damit schafft das Geschäftsjahr eine solide Ausgangsbasis für eine kontinuierliche Weiterentwicklung – und für ein langsames, aber nachhaltiges Wachstum in den kommenden Jahren.

Die **Slowakei** befand sich im Geschäftsjahr 2024/25 in einer wirtschaftlich herausfordernden Phase. Anhaltender Preis- und Margendruck, eine zunehmend preissensible Kundschaft sowie ein spürbar verändertes Wettbewerbsumfeld prägten das Marktgeschehen. Vor allem preisaggressive Anbieter, Discounter und digitale Plattformen konnten Marktanteile gewinnen und setzten den stationären Sportfachhandel zusätzlich unter Druck.

Auch INTERSPORT Slowakei bekam diese Entwicklungen deutlich zu spüren. Das Konsumverhalten verlagerte sich stärker in Richtung Preisorientierung, was in mehreren Warengruppen zu weiterem Margendruck führte. Parallel dazu veränderte sich das Wettbewerbsumfeld dynamisch, sodass eine genaue Analyse des Standortnetzes, der Sortimentsarchitektur und der Preisstrategie notwendig wurde.

Als Reaktion darauf intensivierte INTERSPORT Slowakei seine Aktivitäten zur Verbesserung des Preis-Leistungs-Verhältnisses, passte die Sortimente gezielt an unterschiedliche Preissegmente an und setzte Maßnahmen zur Steigerung der operativen Effizienz um. Erste positive Ergebnisse sind insbesondere in der Prozessqualität und im Bestandsmanagement erkennbar.

Trotz der anspruchsvollen Ausgangslage bleibt die mittelfristige Perspektive vielversprechend: Die starke Markenpräsenz, eine wachsende Sportaffinität in der Bevölkerung sowie die eingeleiteten Schritte zur Profilschärfung und Kostendisziplin schaffen gute Voraussetzungen, um bei einer Stabilisierung des gesamtwirtschaftlichen Umfelds wieder zu einem moderaten Wachstum zurückzukehren.

Der **ungarische Markt** war im Geschäftsjahr 2024/25 weiterhin von hoher Inflation, einer wechselhaften Konsumstimmung und intensivem Preiswettbewerb geprägt. Gleichzeitig bot der Sport- und Outdoorsektor trotz dieser Herausforderungen weiterhin strukturelle Wachstumschancen – vor allem im Qualitätssegment, das eine stabile Nachfrage verzeichnete.

INTERSPORT Ungarn konnte sich in diesem Umfeld erfolgreich behaupten und seine Position als führender Qualitätsanbieter weiter festigen. Die klare Fokussierung auf kompetente Beratung, starke Marken und serviceorientierte Leistungen erwies sich als deutlicher Wettbewerbsvorteil gegenüber preisgetriebenen Anbietern. Zudem wurden Sortimente in margenstärkeren Kategorien gezielt ausgebaut und operative Prozesse weiter professionalisiert.

Trotz der wirtschaftlichen Anspannung blieb die Umsatzentwicklung stabil und zeigte in Bereichen wie Running, Outdoor und Fitness sogar einzelne Wachstumsimpulse. Gleichzeitig verbesserte sich die Ertragslage dank konsequentem Kostenmanagement sowie optimierter Warensteuerung und hoher Verfügbarkeit.

Für die kommenden Jahre sieht INTERSPORT Ungarn weiterhin gute Chancen für eine selektive Expansion – vorausgesetzt, das makroökonomische Umfeld stabilisiert sich weiter und die Nachfrage im Premiumsegment bleibt bestehen.

Aus Bürgschaften für verbundene Unternehmen und Dritte bestehen zum Bilanzstichtag Haftungen iHv TEUR 8.409 (VJ TEUR 8.195). Weiters bestehen Haftungsverhältnisse aus Verbundlieferungen iHv TEUR 800 (VJ TEUR 876) und aus Garantien iHv TEUR 915 (VJ TEUR 976). Den angeführten Haftungsverhältnissen aus Verbundlieferungen stehen Eventualforderungen in gleicher Höhe gegenüber.

Einem Risiko aus Altbeständen im Bereich der Vorräte wird durch die laufende Analyse und Überwachung der Lagerbestände entgegengewirkt.

2.2. Risikoberichterstattung zu Finanzinstrumenten

Das Fremdwährungsrisiko im Import und Export hat sich in den letzten Jahren durch den verstärkten Einsatz des Euros als Zahlwährung verringert. Fremdwährungen, aus deren Einsatz Risiken entstehen können, sind der US-Dollar, der im Bereich der Fernosteinkäufe verwendet wird. Es wird versucht, das Risiko bei diesen Fremdwährungsgeschäften durch Devisentermingeschäfte entsprechend abzusichern.

Das Zinsänderungsrisiko stellt das Risiko dar, das sich aus der Wertänderung von Finanzinstrumenten, anderen Bilanzpositionen sowie zinsbedingten Zahlungsströmen infolge von Schwankungen von Marktzinssätzen ergibt. Steigende Zinsen haben im Falle von variabel verzinsten Finanzierungen unmittelbaren Einfluss auf das Finanzergebnis.

Zur Absicherung der Forderungen gegenüber unseren Mitgliedern und Partnern werden die Sicherheiten verstärkt und regelmäßige Bonitätsbewertungen durchgeführt. Ein rigoroses Debitorenmanagement soll die Gefahr von neuen Forderungsausfällen auf ein Minimum reduzieren.

2.3. Liquiditätsrisiko

Zur Liquiditätssteuerung wird eine monatliche Liquiditätsplanung durchgeführt. Laufende Abweichungsanalysen sichern die erforderliche Planungsqualität dieser Liquiditätsplanung. Die Liquiditätsplanung wird unter der Annahme erstellt, dass die Lieferantenzahlungen im 1. Skontoziel bezahlt werden.

Aufgrund der vorhandenen Darlehen und Kreditlinien ist die Gesellschaft keinen wesentlichen Liquiditätsrisiken ausgesetzt.

3. Prognosebericht

Auch für das GJ 25/26 gilt es, die eingeschlagenen, aus der Gesamtstrategie abgeleiteten Maßnahmen konsequent weiterzuverfolgen. Smarte Vertikalisierung als strategische Initiative gibt dabei die grundsätzliche Richtung vor:

Category Management

Das Category Management nimmt mehr und mehr eine zentrale Rolle im Serviceportfolio der INTERSPORT Zentrale ein. Das Sortimentsangebot wird zunehmend umfassender und entwickelt sich vielmehr in Richtung eines umfassenden Retailsortiments. Zielsetzung ist es, den Händlern ein Kernsortiment nicht nur zur Verfügung zu stellen, sondern auch die Nachversorgung zu automatisieren. Im Ergebnis reduziert sich der Einkauf- und Bewirtschaftungsaufwand für den Händler und die Position gegenüber der Industrie wird weiter gestärkt.

Für die nachhaltige Absicherung des Geschäftsmodells ist es notwendig, die Handelsspannen der Händler weiter zu erhöhen, da die Betriebs- und Personalkosten seit Jahren zunehmen. Durch die zunehmende Bündelung der Mengen und der Fokussierung auf weniger Marken, kann insgesamt ein besserer Einkaufspreis realisiert werden.

Ein weiterer wesentlicher Baustein ist die Exklusivmarke. Dieser Anteil wird in den Geschäften weiter ausgebaut, unterstützt durch eine eigene Exklusivmarkenentwicklung mit einer entsprechende Alleinstellung im Markt.

Die performante neue Logistik rundet diesen Weg der Warenbeschaffung und Steuerung ab und stellt die bestmögliche Verfügbarkeit in den Geschäften sicher.

Omnichannel Strategie

Mit der Übernahme einer im Markt verfügbaren Plattform und deren Umbau auf eine Omnichannel Lösung gehen wir einen weiteren und wesentlichen Meilenstein in unserer Omnichannel Strategie. Im Ziel verfolgt die Strategie die Frequenzerhöhung in den Filialen, da wir dort unsere Leistung am Kunden bestmöglich liefern können. Gleichzeitig soll der/die Kunde:in aber auch die Möglichkeit haben, direkt online zu bestellen. Sämtliche Kanäle zum Kunden haben den gleichen Qualitätsanspruch in der Erfüllung der Kundenerwartungen. Mit der neuen Omnichannel Lösung werden wir sowohl die Anzahl der Besucher in den Filialen als auch die direkten Onlineumsätze weiter steigern – und das in allen vier Ländern. Dabei spielt das Fulfillment direkt über das Lager Wels eine zunehmende Rolle, was sich auch auf die Ertragssituation der Servicedienstleistung Onlineplattform positiv auswirken wird.

Expansion & Kooperationen

Die Expansion wird weiterhin eher selektiv sein. Neben der Expansion in Österreich, insbesondere in den Tourismusregionen, gibt es teilweise Opportunitäten in den CEE Märkten.

Im Jänner 2026 erwarb die INTERSPORT Austria GmbH die INTERSPORT Slowenien Gruppe durch Erwerb von 100% der Anteile an der Sigur Retail Group d.o.o vorbehaltlich der kartellrechtlichen Genehmigungen.

Die Kooperation mit anderen INTERSPORT Ländern wird weiter ausgebaut und erstreckt sich neben dem Warengeschäft auch vermehrt auf systemische Lösungen.

Nachhaltigkeit & Sharing Economy

Nachhaltigkeit und Sharing Economy nehmen in ihrer Bedeutung immer stärker Fahrt auf. Insbesondere im Bereich der Sharing Economy sehen wir uns mit unserem Verleihangebot gut positioniert. Weitere Aktionsfelder sind bereits in Erarbeitung und Prüfung.

Nachhaltigkeit wird in der Organisation fest verankert und auch im internationalen Kontext mit der INTERSPORT International vorangetrieben.

Beide Themen sind bereits heute und noch mehr in der Zukunft wichtige Positionierungsthemen der Marke INTERSPORT.

Wels, am 12.02.2026

Mag. Franz Koll

(Geschäftsführer)