Lagebericht der Geschäftsführung der SPORTSDIRECT.COM Austria GmbH, Wels für das Geschäftsjahr 2024/25

1 Geschäftsverlauf, Geschäftsergebnis und Lage des Unternehmens

1.1 Geschäft und Rahmenbedingungen

Die Menschen kaufen heute anders ein als vor 15 Jahren, aktuell sitzt das Geld wegen der unsicheren Wirtschaftslage nicht sehr locker, es wird immer mehr online gekauft. Zu spüren bekommt das der „klassische“ stationäre Einzelhandel. Mögliche Zukunftsstrategien müssen von den Einzelhandelsunternehmen entwickelt werden. Der Kampf um Kundinnen und Kunden ist vor allem in der „Mitte“ zwischen Diskont und Luxus hart und braucht einen klaren Fokus.

Welche Konsequenzen hat diese Gesamtkonstellation nun für den Einzelhandel? In vielen Segmenten gibt es Umsatzrückgänge, es gibt nur noch wenig Expansion, die Verkaufsflächen werden seit Jahren kleiner. Aktuelle Stichworte sind „Konsolidierung“, die Schließung von Standorten, „Standortoptimierung“ und ein Strategiewechsel hin zu einem Angebot für den Kunden über den „klassischen“ Handel hinaus.

Trotz anhaltender Kaufzurückhaltung der Konsument:innen kann der Einzelhandel 2024 sowohl ein nominelles Umsatzwachstum als auch ein geringes reales Konjunkturplus verbuchen. Die Umsätze steigen im Gesamtjahr 2024 nominell um +2,1 % bzw. um rd. +€ 1,8 Mrd. auf in Summe rd. € 87,5 Mrd. (netto) an. Dennoch hinkt die Einzelhandelsentwicklung weiter der EU-Entwicklung hinterher.

Im Branchenvergleich verzeichnet der Lebensmitteleinzelhandel – die umsatzstärkste Einzelhandelsbranche – das höchste Umsatzwachstum (nominell: +4,3 %), gefolgt von den Drogerien (+4,0 %). Besonders hohe Rückgänge müssen hingegen der Möbeleinzelhandel (-9,4 %) und der Sportartikeleinzelhandel (-5,2 %) hinnehmen. Die Preise im Einzelhandel steigen 2024 um 1,6 % und damit wiederum geringer als die allgemeine Inflationsrate (2,9 %). Somit kann der Einzelhandel nach zwei Jahren mit realen Konjunkturrückgängen im Gesamtjahr 2024 wieder ein reales Plus (+0,5 %) erzielen, was nicht zuletzt auf hohe Zuwächse im Oktober und im November zurückzuführen ist.

Dabei zeigen sich deutliche Unterschiede in den nominellen und realen Konjunkturentwicklungen im Einzelhandel zwischen Food-, Non-Food- und Online-Sektor:
Der Einzelhandel mit Lebensmittel weist in den letzten fünf Jahren konstant nominelle Wachstumsraten auf. 2024 erwirtschaftet der Lebensmitteleinzelhandel nominelle Umsatzzuwächse in Höhe von +4,3 % (gegenüber dem Vorjahr), die deutlich geringer als 2023 ausfallen (+8,3 %). Die Umsätze im Non-Food-Einzelhandel sind hingegen 2020 auf Grund der Covid-19-Pandemie und den damit verbundenen Lockdowns eingebrochen. Die Jahre 2021 und 2022 zeigen eine Konjunkturerholung, die 2023 jedoch mit einem nominellen Umsatzrückgang wieder zu einem Ende kommt (-0,3 % gegenüber dem Vorjahr). 2024 steigen die Umsätze im Non-Food-Sektor nominell um +1,4 % an und damit deutlich schwächer als im Food-Sektor.

Der Online-Einzelhandel zeigt in den letzten fünf Jahren eine gänzlich andere Konjunkturentwicklung. Die Corona-Krise beschert dem Online-Sektor im Jahr 2020 einen Höhenflug, der sich 2021 mit geringeren Umsatzsteigerungen zum Teil noch fortsetzt. 2022 ist der Online-Boom im heimischen Online-Handel jedoch vorbei, die Umsätze sinken. Die negative Konjunkturentwicklung setzt sich 2023 weiter fort. Erst 2024 erholt sich der Online-Sektor wieder und erzielt ein nominelles Umsatzwachstum in Höhe von +2,0 %.

Die Preisentwicklung fällt 2024 im Vergleich der Einzelhandelssektoren ebenfalls unterschiedlich aus. Die höchsten Preissteigerungen verzeichnet der Food-Sektor mit 2,6 %, die jedoch ebenfalls unter der allgemeinen Inflation (2,9 %) liegen. Die Preise im Non-Food-Einzelhandel erhöhen sich im Durchschnitt um 1,2 %. Im Online-Handel sinken die Preise hingegen (-0,4 % gegenüber dem Vorjahr). Nach realen Umsatzrückgängen im Jahr 2023 können 2024 sowohl der Food- als auch der Non-Food- und der Online-Sektor reale Wachstumsraten erzielen. Im Lebensmitteleinzelhandel steigen die Absatzvolumina erstmals seit 2021 wieder an (2024 real: +1,7 %). Der Non-Food-Einzelhandel bilanziert 2024 real mit +0,2 % knapp positiv. Das höchste reale Konjunkturplus kann im Vergleich der Online-Handel einfahren (+2,4 %).

Die Einzelhandelskonjunktur erholt sich 2024 in der EU langsam wieder. Der heimische Einzelhandel hinkt der europaweiten Konjunkturentwicklung aber bereits das dritte Jahr in Folge hinterher. Während der deflationierte Einzelhandelsumsatz in Österreich 2024 um +0,5 % (gegenüber dem Vorjahr) ansteigt, liegt die reale und kalenderbereinigte Einzelhandelsentwicklung im EU-Durchschnitt bei +1,2 % und im Euro-Raum bei +1,0 %. Auch das reale Plus im deutschen Einzelhandel fällt mit +0,9 % höher als in Österreich aus.

Die heimischen Sportgeschäfte haben die Verunsicherung ihrer Kundinnen und Kunden durch die hohe Inflation und deren daraus resultierende Sparsamkeit im abgelaufenen Jahr deutlich zu spüren bekommen.

Die Verkäufe verringerten sich 2024 gegenüber dem Jahr davor inflationsbereinigtum 4,9 Prozent auf 2,44 Milliarden Euro. Damit gaben die Österreicherinnen und Österreicher im Schnitt jeweils 266 Euro aus. Die Jahresinflation lag bei 2,9 Prozent. 15 bis 20 Prozent der Verkaufserlöse im Sportfachhandel sind in den vergangenen Jahren im Onlinevertrieb erzielt worden. Der Anteil hat sich in diesem Bereich eingependelt.

Auf der Branche lasteten zudem steigende Lohn-und Energiekosten. Der Personalstand der großteils familiengeführten Sportgeschäfte verringerte sich im Jahresabstand um 2,9 Prozent auf rund 14.300 Beschäftigte. Die Lehrlingszahlensanken von 658 auf 595 Personen.

Die Umsatzentwicklung im Einzelhandel (ohne Kfz) fiel kalenderbereinigt sowohl im Februar (nominell +3,9%, real +2,0% gegenüber dem Vorjahr) als auch im März 2025 (nominell +3,5%, real +1,7%, vorläufige Werte) moderat gut aus.

Die Stimmung bei den heimischen Händler:innen hat hingegen zuletzt nachgelassen, sowohl bei der Beurteilung der aktuellen Lage als auch bei den Erwartungen für die kommenden Monate.

Die stark konzentrierte Sportartikelbranche seit Jahren im Umbruch:
Die Sporthandelsbranche in Österreich ist seit vielen Jahren heiß umkämpft. Große Händler matchen sich um Marktanteile, kleinere Fachhändler versuchen mit einem Service-Fokus dem Preiskampf etwas entgegenzusetzen.
Der Norwegischer Händler XXL Sports gab auf. Der börsennotierte norwegische Sporthändler XXL Sports startete 2017 hierzulande und wollte innerhalb von fünf Jahren die Nummer 1 werden. Nach Verlusten beendete XXL Sports Ende 2023 das Österreich-Abenteuer. Der französische Sportartikel-Diskonter Decathlon eröffnete 2018 seine erste Österreich-Filiale in der SCS Vösendorf und erhöhte seitdem seine Filialanzahl schrittweise auf sechs Standorte. Bis Ende 2022 summierte sich der Bilanzverlust von Decathlon Austria laut „WirtschaftsCompass“ auf 13,9 Mio. Euro. Aktuellere Zahlen liegen nicht vor.

Die CoV-Krise brachte der Sporthändlerbranche einen Sonder-Umsatzboom in den Jahren 2020 und 2021. Die Konsumzurückhaltung seit der Rekordinflation 2022 und 2023 und die entstandenen Lagerüberkapazitäten brachten die Branche dann in besondere Bedrängnis. Das Filialgeschäft des Grazer Outdoor-Ausrüsters Northland schlitterte im Frühjahr 2022 in die Insolvenz und wurde nicht weitergeführt. Gigasport spart Filialen und Jobs ein. Die Sport-2000-Genossenschaft Zentrasport, die selbstständige Sporthändler beliefert, meldete Mitte 2023 Insolvenz an und wurde Anfang 2024 von der deutschen ANWR Group übernommen. Die Kastner-&-Öhler-Tochter Gigasport gab bekannt, Ende Jänner 2025 vier von 14 Standorten zu schließen. Gesperrt werden die Standorte in Wolfsberg, Spittal/Drau, Leoben und Innsbruck. Rund hundert Angestellte sind von den Gigasport-Filialschließungen und

Sparmaßnahmen im Zentralbereich betroffen. Hervis, Tochter von Spar Österreich, stellt das Filialnetz nach hohen Verlusten wie viele andere Händler auf den Prüfstand.

Die Attraktivität des österreichischen Sportartikelmarktes schwächt sich zunehmend ab. Die Dichte an Verkaufsfläche pro Einwohner ist in Österreich enorm. Nur in Belgien und den Niederlanden gibt es noch härteren Wettbewerb auf stationärer Fläche. Der heimische Sporthandel hat während der Pandemie eine Sonderkonjunktur erlebt. Lockdown-Geplagte flüchteten in die Natur oder hielten sich daheim fit. Was in der Pandemie überkauft wurde, ist jetzt nicht mehr gefragt. Dazu zählten etwa Fitnessgeräte und Tourenski, aber auch Tischtennistische. Räder, insbesondere E-Bikes, seien bis 2021 Wachstumstreiber gewesen, im Vorjahr sei die Ware nicht zur richtigen Zeit verfügbar gewesen. Am stärksten gewachsen seien 2022 die Bereiche Laufen, Outdoor und Teamsport. Nach Engpässen während der Corona-Pandemie sind die Lager im Sportartikelhandel voll, insbesondere bei Fahrrädern. Rabatte gehen zulasten der Erträge, die ohnehin von höheren Kosten für Mieten und Personal belastet sind.

Unter Druck stehen zudem Sporthandelsketten, die Textilien viel Platz einräumen und damit nicht nur in Konkurrenz zu Onlineriesen, sondern auch zu Modeketten stehen. Von mageren Umsätzen je Quadratmeter von nur 500 bis 700 Euro ist in der Branche die Rede. Um rentabel zu sein, brauche es auf großen Flächen zumindest 1200 Euro.

Grundsätzlich ist der Handel mit langlebigen Konsumgütern in Zeiten fehlenden Zukunftsvertrauens schwierig. Durch die Teuerung hat sich die Nachfrage eingebremst.

Die Zukunftsstrategie des Sportartikeleinzelhandels sollte sich den allgemeinen Trends des Einzelhandels folgend in Richtung Online-Shopping und Multi-Channeling orientieren. Trotz der Möglichkeiten, die das Internet mit dem Online-Shopping bietet, sind den Österreichern beim Kauf von Sportartikeln die persönliche Beratung und die Möglichkeit, Produkte angreifen und ausprobieren zu können, sehr wichtig. 77% der Österreicher kaufen Sportartikel immer noch im stationären Handel.

Neben der Ausrichtung des Vertriebskonzepts auf die Kundenbedürfnisse wird versucht, durch die Konzentration im Einzelhandel und durch Straffung der Organisationen die Ertragskraft zu stärken. Daneben spielen Finanzierungsmodelle und Firmen Bikes mit steuerlichen Vorteilen eine immer größere Rolle.

Die jährlichen Ergebnisse im Sportartikelhandel sind stark von der Witterung im Winter beeinflusst. Wintersportgeräte haben ein deutliches Nachfrageplus bei einer optimalen Witterung, die den Kunden Lust auf Wintersport macht.

Trotz Jubelstimmung vielerorts in der Adventzeit ist das Weihnachtsgeschäft 2024 rückblickend doch eher bescheiden ausgefallen. Ausgehend vom geringen Umsatzniveau des Vorjahres sind die Einzelhandelsumsätze (exkl. Tankstellen) im Dezember 2024 nominell um +1,6 % angestiegen, was unter Berücksichtigung der sich abschwächenden Preisentwicklung einem geringen realen Plus von +0,7 % entspricht.

Die SPORTSDIRECT.COM Austria GmbH war im abgelaufenen Geschäftsjahr mit den Betriebstypen Eybl und Sportsdirect in Österreich tätig.

Die SPORTSDIRECT.COM Austria GmbH hält 100% der Anteile an der SSG Sport GmbH und der SNÖ Sport Vertriebs-GmbH.

Die SPORTSDIRECT.COM Austria GmbH fungiert als zentrale Retailgesellschaft, über die alle in Österreich vertretenen Vertriebsschienen des Unternehmens abgewickelt werden. Sie erbringt Dienstleistungen für die Filialen und wickelt die Logistik und Lagerhaltung für die Filialen in Österreich, Deutschland, Tschechien, Ungarn, Slowenien, Slowakei, Polen, Rumänien, Estland, Lettland und Litauen ab.

Der deutsche Markt wird von der Tochtergesellschaft SSG Sport GmbH bearbeitet. Die SSG Sport GmbH schloss die letzte Sportsdirect Filiale im abgelaufenen Geschäftsjahr.

Insgesamt werden von der SPORTSDIRECT.COM Austria GmbH 15 Standorte mit einer Verkaufsfläche von 48.406 m² geführt. In der SNÖ Sport Vertriebs-GmbH werden in Niederösterreich zwei Shops mit einer Verkaufsfläche von 3.686 m² betrieben.

Das Geschäftsjahr 2024/25 war von der Optimierung der Sortimente basierend auf den lokalen Anforderungen geprägt und zeigte nachhaltige Erfolge. Der Umsatz entwickelte sich plangemäß. Die Kostensteigerungen in den Logistikkosten konnten mit der Erhöhung der Logistikumsätze und Stückzahlen abgedeckt werden.

1.2 Geschäftsergebnis, Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Vermögens- und Finanzlage:

Kennzahlen Vermögenslage:	**30.4.2025**	**30.4.2024**
Anlagenintensität	12,82	15,66%

Kennzahlen Finanzlage:	30.4.2025	30.4.2024
Eigenmittelquote	10,40% 1)	8,09%

1) Die Eigenmittelquote wurde unter Berücksichtigung des nachrangig gestellten Bonds der SPORTSDIRECT.COM RETAIL LIMITED, Shirebrook, Großbritannien, ermittelt. Außerdem wurde der Rangrücktritt bezüglich der Konzernforderungen der SPORTSDIRECT.COM RETAIL LIMITED berücksichtigt. Zur Qualifikation des Bonds als betriebswirtschaftliches Eigenkapital und zur Erläuterung zum Rangrücktritt siehe auch die Erläuterungen im Anhang.

Cashflow:	2024/25	2023/24
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit in TEUR	2.248,0	4.154,2
Cashflow aus der Investitionstätigkeit in TEUR	368,6	317,9
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit in TEUR	-223,9	-213,0

Im Anlagevermögen sind im Wesentlichen die im operativen Betrieb genutzten Mieterinvestitionen, Betriebs- und Geschäftsausstattung samt Hard- und Software sowie Finanzanlagen enthalten.

Im Umlaufvermögen sind als wesentliche Posten Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen enthalten.

Der Warenbestand für Standorte in Österreich und Deutschland steht im Eigentum der Schwestergesellschaft SPORTS DIRECT INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED, Großbritannien, mit der ein Kommissionsverhältnis besteht.

Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit resultiert im Wesentlichen aus Zinserträgen von Konzerngesellschaften und Sachinvestitionen.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit enthält im abgelaufenen Geschäftsjahr lediglich Zinsaufwendungen.

Ertragslage:

Kennzahlen Ertragslage und Rentabilität:	2024/25	2023/24
EBITDA in TEUR	1.786	2.052

Die Umsatzentwicklung ist schliessungsbedingt mit 7,4% unter dem Vorjahresniveau. Die Restrukturierungsmaßnahmen und damit verbundene Kosteneinsparungen wurden fortgeführt. Stark positiv auf die Ertragslage wirkt sich die mit unserer Muttergesellschaft getroffene Verrechnungspreisvereinbarung aus, wonach die österreichische Gesellschaft eine fixe EBIT Marge basierend auf dem Umsatz für die Erfüllung der lokalen Funktionen und

zur Abdeckung des begrenzten Risikoprofils erhält. Zudem wurde im November 2023 zur Begrenzung des Konzernzinsaufwandes für die nachrangigen Darlehen ein Interest Waiver gewährt.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde ein Standort in Wiener Neustadt geschlossen.

1.3 Bericht über Zweigniederlassungen

Es werden keine Zweigniederlassungen betrieben.

2 Bericht über die voraussichtliche Entwicklung und die Risiken des Unternehmens

2.1 Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Trotz negativem Eigenkapital im abgelaufenen Geschäftsjahr ist der Fortbestand der Unternehmen in Österreich/Deutschland als wirtschaftliche Einheit und damit auch der Fortbestand der SPORTSDIRECT.COM Austria GmbH als einzige wesentliche am Markt auftretende Konzerngesellschaft sowie bedeutendste Mieterin der SPORTSDIRECT.COM Immobilien GmbH für die Geschäftsführung gewährleistet.

In diesem Zusammenhang verweisen wir auch auf die Darstellung im Anhang.

Die sehr hohe Inflation wirkt sich zunehmend in einer stetigen Kaufzurückhaltung im Non Food Bereich und außerhalb der Güter des täglichen Bedarfs aus. Die Kunden reagieren preissensibel, was aber bei unserer Sortimentsstrategie ein Vorteil sein kann. Die Umsatzentwicklung blieb im Mai 2025 hinter den Erwartungen.

Die Witterungsbedingungen beeinflussen das Kaufverhalten in der Sportartikelbranche in den umsatzstärksten Monaten Dezember und Jänner wesentlich. Außerdem zeigen die allgemeinen Trends im Handel, dass die Bedeutung des Weihnachtsgeschäfts rückläufig ist. Umso wichtiger wird es sein, eine Glättung der Umsatzkurve mit Steigerung der Umsätze außerhalb der Wintermonate zu erreichen.

Nach zwei Jahren Rezession dürfte Österreichs Wirtschaftsleistung im Jahr 2025 stagnieren. Für 2026 erwartet das WIFO ein BIP-Wachstum von 1,2%. Dann sollten infolge der anziehenden Weltkonjunktur sowohl die Exporte als auch die inländische Nachfrage der österreichischen Wirtschaft wieder etwas Fahrt verleihen.

Das Verbrauchervertrauen hat sich im April merklich eingetrübt, insbesondere bezogen auf die Erwartungen für die kommenden 12 Monate. Die Konsolidierungsmaßnahmen der Regierung, welche auch Haushalte treffen, dürften in die Beurteilung einwirken.
Die schwache Konsumdynamik scheint sich auch im Jahr 2025 fortzusetzen, erst im nächsten Jahr ist dann wieder mit Zuwächsen und einer höheren Ausgabenbereitschaft der privaten Haushalte zu rechnen.

Zwar schwächt sich die Inflation sowohl in der EU als auch in Österreich 2024 deutlich ab, der HVPI liegt in Österreich mit 2,9 % aber weiterhin über dem EU Durchschnitt (2,6 %) und auch über dem Wert im Nachbarland Deutschland (2,5 %). Im Euro-Raum (20) schwächt sich der HVPI von 5,4 % (2023) auf 2,4 % (2024) ab. Der HVPI zeigt 2024 weiterhin große Unterschiede zwischen den einzelnen EU Ländern. Während die Preissteigerungen in Litauen, Finnland, Italien, Dänemark, Lettland und Irland deutlich unter der 2 %-Marke liegen, kämpfen Kroatien, Belgien und Rumänien mit Inflationsraten von 4 % und darüber. Österreich liegt mit 2,9 % im EU-Ranking auf Platz 18 und damit einen Platz „schlechter“ als noch 2023. Bis auf die Slowakei und Ungarn fällt die Inflation in allen Nachbarländern 2024 geringer als in Österreich aus. Auch in der Schweiz sind die Verbraucherpreise – wie in Italien – lediglich um 1,1 % angestiegen.

Inflationsdämpfend wirken hingegen die sinkenden Preise im Bereich Nachrichtenübermittlung (-4,9 %) und bei Bekleidung/Schuhe (-0,3 %). Die Preise von Nahrungsmitteln (2,6 %) steigen schwächer, die von alkoholischen Getränken und Tabakwaren (3,4 %) stärker als der VPI (2,9 %) an. Preise für Modeartikel sinken in Österreich und steigen im EU-Durchschnitt. Nach Ausgabengruppen betrachtet zeigt sich ein differenziertes Bild. Der HVPI (Gesamtindex) liegt in Österreich 2024 (2,9 %) zwar weiterhin über dem EU-27- Durchschnitt (2,6 %), das trifft jedoch nicht auf alle Ausgabengruppen zu.
Während die Preise für Bekleidung/Schuhe in Österreich sinken (-0,3 %), steigen diese im EU-Durchschnitt um 1,6 % an.

Der Arbeitsmarkt reagiert verzögert auf die Konjunkturflaute. Nachdem die Zahl der unselbständig aktiv Beschäftigten 2023 trotz Rezession um 1,2% stieg, war 2024 ein Rückgang um 0,8% zu verzeichnen.

Für 2025 prognostiziert das WIFO eine leichte Konjunkturerholung für den Handel, die Bruttowertschöpfung wird voraussichtlich real um +0,6 % ansteigen. Die Prognosen sind jedoch aufgrund der unsicheren Wirtschaftslage (auch international) und der wirtschaftspolitischen Unsicherheit (Stichwort: Budgetkonsolidierung) mit großer Unsicherheit behaftet. Die Verunsicherung der Konsument:innen wird 2025 weiter anhalten und die Konsumausgaben – nach Rückgängen in Jahren 2023 und 2024 – werden etwas ansteigen (real +0,8 %), bei gleichzeitig weiterhin steigender Sparquote (auf 12,0 %). Zudem wird die Arbeitslosenquote 2025 auf 7,4 % (der unselbständigen Erwerbspersonen) weiter ansteigen.

Die Einschätzungen der heimischen Einzelhandelsmanager:innen für das I. Quartal 2025 fallen dementsprechend negativ aus – konträr zum EU-Trend. Die Geschäftsentwicklung für die kommenden Monate werde zwar „(noch) nicht positiv, aber dennoch besser als noch vor einigen Monaten“ eingeschätzt.

Neben der aktuell schwierigen konjunkturellen Lage ist der Handel zusätzlich strukturellen Veränderungen ausgesetzt, die der digitale Wandel für die Branche mit sich bringt. Einerseits ist es unsicher, ob sich das durch das Vorsichtssparen der vergangenen Monate angehäufte Kapital in naher Zukunft in eine kaufkräftige Nachfrage überträgt. Andererseits wird die Zukunft der Branche im Wesentlichen davon abhängen, mit welchen Geschäftsmodellen und Ideen sie den Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung begegnen wird.
Trotz aller Krisen hat sich der Handel stets als innovativ, resilient und wettbewerbsfähig erwiesen. Das gibt Anlass zur Hoffnung, dass sich künftig wieder ein Branchenerfolg einstellen wird. Allerdings müssen dafür erst die richtigen Rahmenbedingungen geschaffen werden: Neben einer spürbaren Senkung der Lohnnebenkosten gilt es, überschüssige Regulierungen und Berichtspflichten abzubauen und international für faire Wettbewerbsbedingungen zu sorgen.

Der Wandel der Konzernstrategie zu einem höheren Fremdmarkenanteil, mehr Premiumprodukten und strategischen Partnerschaften mit Markenlieferanten, die Verstärkung der Vertriebskonzentration auf größere Flächen (Flagshipstores) und die Entwicklung einer besser an lokale Key-Märkte angepassten Marktbearbeitung stimmen uns optimistisch und werden mittel- und langfristig auch zu einer Steigerung der Umsätze in Österreich führen. Die eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen, die eine weitere Senkung der Kostenstruktur bewirken, werden das Ergebnis auch zukünftig entlasten.

2.2 Risikoberichterstattung

Die Ergebnisentwicklung ist, wie im Sportartikelhandel üblich, maßgeblich von der Umsatz- und Spannenentwicklung getrieben.

Die Branchen-, Absatz- und Beschaffungsrisiken werden laufend beobachtet und analysiert. Sie fließen in die Definition der Unternehmensstrategie und -organisation ein.

Fremdwährungsrisiken bestehen aufgrund der Kommissionsabwicklung mit der belgischen und englischen Schwestergesellschaft nicht, da sämtliche Kommissionsgeschäfte in EUR abgewickelt werden.

Das Liquiditätsrisiko wird durch eine rollierende Liquiditätsplanung laufend überwacht.

Den Risiken im Zusammenhang mit den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird ausreichend durch Wertberichtigungen Rechnung getragen.

3 Bericht über die Forschung und Entwicklung

Forschung und Entwicklung werden als Handelsbetrieb nicht betrieben.

4 Sondervorschriften für große Kapitalgesellschaften

4.1 Berichterstattung zu Arbeitnehmerbelangen

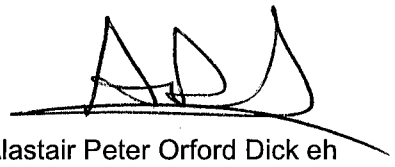
In der SPORTSDIRECT.COM Austria GmbH waren im Jahresdurchschnitt 340 Arbeitnehmer beschäftigt.

4.2 Berichterstattung zu sonstigen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren

Da die SPORTSDIRECT.COM Austria GmbH ihre Marktführerrolle im Sportartikeleinzelhandel in Österreich durch den starken Umsatzrückgang verloren hat, werden verstärkt Überlegungen betreffend frequenz- und umsatzsteigernde Maßnahmen angestellt und umgesetzt.

8. September 2025

Die Geschäftsführung:



Alastair Peter Orford Dick eh