Lagebericht des Vorstandes
der Premiumsport-Holding AG
für das Geschäftsjahr 2024/2025

Die Premiumsport-Holding AG ist die oberste Muttergesellschaft der Intersport Österreich Gruppe deren Tätigkeit im Wesentlichen im Halten und Verwalten der Unternehmensbeteiligungen sowie der Geschäftsleitung besteht. Dementsprechend beziehen sich die Ausführungen im Lagebericht regelmäßig auf die gesamte Intersport Gruppe.

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 Premiumsport-Holding AG 2024/25

Die Geschäftstätigkeit der Premiumsport-Holding AG lag im Geschäftsjahr 2024/25 unverändert in der Verwaltung der Unternehmensbeteiligungen, der Geschäftsführung sowie Beratungstätigkeiten.

1.3.1. Geschäftsergebnis

Das Unternehmen erzielte im Geschäftsjahr 2024/25 ein Betriebsergebnis iHv TEUR -278 (VJ TEUR -665) und ein Finanzergebnis iHv TEUR 347 (VJ TEUR 3.659). Der Jahresüberschuss beträgt TEUR 64 (VJ TEUR 2.987).

1.3.2. Vermögenslage

Im Geschäftsjahr 2024/25 sank das Anlagevermögen von TEUR 27.555 auf TEUR 27.514.

Die Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen sanken um TEUR 2.808 auf TEUR 1.356.

Die sonstigen Forderungen und Vermögensgegenstände betragen TEUR 0 (VJ TEUR 0).

Zum Stichtag 30.09.2025 weist die Gesellschaft liquide Mittel iHv TEUR 487 (VJ TEUR 169) aus.

1.3.3. Finanzlage

Im Geschäftsjahr 2024/25 stieg aufgrund des Jahresüberschusses das Eigenkapital von TEUR 27.671 auf TEUR 27.736. Die Eigenmittelquote iSd URG beläuft sich auf 94,46% (VJ 86,76%).

Die Rückstellungen sind um TEUR 467 auf TEUR 289 gesunken.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind von TEUR 3.000 auf TEUR 1.000 gesunken. Das Darlehen über ursprünglich TEUR 8.000 wird sukzessive getilgt und läuft bis 31.3.2026.

Bei den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ist im Geschäftsjahr 2024/25 ein Anstieg um TEUR 19 auf TEUR 87 zu verzeichnen.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen haben sich im Geschäftsjahr im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 176 auf TEUR 139 reduziert.

Der Netto-Geldfluss aus der betrieblichen Tätigkeit beträgt im Geschäftsjahr TEUR -1.527 (VJ TEUR -323). Der Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit beläuft sich auf TEUR 4.016 (VJ TEUR 2.502). Der Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit beträgt TEUR -2.170 (VJ TEUR -2.343).

1.3.4. Ertragslage

Die Umsatzerlöse betrugen TEUR 986 (VJ: TEUR 972). Die sonstigen betrieblichen Erträge belaufen sich auf TEUR 0 (VJ: TEUR 1).

Der Personalaufwand betrug TEUR 818 (VJ TEUR 1.165).

Die Abschreibungen beliefen sich auf TEUR 42 (VJ TEUR 42)

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen betrugen TEUR 405 (VJ TEUR 431).

Die Gesellschaft hat aus ihrer 100%-Beteiligung an der Intercontact Österreich GmbH im Berichtsjahr Beteiligungserträge durch eine phasenkongruente Dividendenaktivierung iHv TEUR 500 aktiviert (VJ TEUR 4.000).

Der Zinsaufwand betrug im Berichtsjahr TEUR 170 (VJ TEUR 343).

Die Premiumsport-Holding AG erwirtschaftete im Berichtsjahr ein positives Ergebnis vor Steuern iHv TEUR 69 (VJ TEUR +2.994).

Die Zuweisung zur gesetzlichen Gewinnrücklage beträgt im Berichtsjahr TEUR 3 (VJ 149)

Unter Berücksichtigung des Gewinnvortrages iHv TEUR 6.370 weist die Gesellschaft einen Bilanzgewinn iHv TEUR 6.432 auf.

1.3.5. Kennzahlen

Kennzahl	GJ 23/24	GJ 24/25
Gesamtkapitalrentabilität (ROI)	+10,5%	+0,8%
Ergebnis vor Steuern und Zinsen	+3.338	+239
Gesamtkapital *)	31.894	29.363
Umsatzrentabilität (ROS)	-39,0%	-28,2%
Betriebserfolg laut Erfolgsrechnung	-665	-278
Gesamtleistung	972	986
Cash-Flow-Rentabilität	-33,2%	-154,9%
Mittelüberschuss aus der betrieblichen Tätigkeit	-323	-1.527
Gesamtleistung	972	986

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

1.4. Analyse der wichtigsten nichtfinanziellen Leistungsindikatoren

1.4.1 Zweigniederlassungen

Die Gesellschaft betreibt keine Zweigniederlassungen.

1.4.2 Forschung und Entwicklung

Forschungs- und Entwicklungstätigkeit fällt bei der Premiumsport-Holding AG 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.

2.2. Risikoberichterstattung zu Finanzinstrumenten

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 aufgrund der gegebenen variabel verzinsten Finanzierungen unmittelbaren Einfluss auf das Finanzergebnis.

2.3. Liquiditätsrisiko

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

(Vorstand)

Cash Flow Rechnung gem. AFRAC in TEUR	2024/25	2023/24
Ergebnis vor Steuern	69	2.994
+ Abschreibungen auf Vermögensgegenstände des Bereichs Investitionstätigkeit	42	42
- / + Beteiligungserträge, Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens sowie sonstige Zinsen und ähnliche Erträge/Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-344	-3.659
Netto-Geldfluss aus dem betrieblichen Ergebnis	**-234**	**-623**
- / + Zunahme/Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	-694	-164
+ / - Zunahme/Abnahme von Rückstellungen	-467	392
+ / - Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-129	77
Netto-Geldfluss aus der betrieblichen Tätigkeit vor Steuern	**-1.523**	**-318**
- Zahlungen für Ertragsteuern	-4	-5
Netto-Geldfluss aus der betrieblichen Tätigkeit	**-1.527**	**-323**
- Auszahlungen für Anlagenzugang (ohne Finanzanlagen)	-1	-1
+ Einzahlungen aus Beteiligungs-, Zinsen- und Wertpapiererträgen	4.017	2.503
Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit	**4.016**	**2.502**
- Auszahlungen für die Tilgung von Anleihen und Finanzkrediten	-2.000	-2.000
- Auszahlungen für Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-170	-343
Netto-Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	**-2.170**	**-2.343**
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	318	-165
+ Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Beginn der Periode	169	334
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	**487**	**169**

