

## **Intersport in Deutschland: Erfolgreiche Expansion mit neuen Filialen bis 2030**

Intersport-Chef Alexander von Preen berichtet über die planmäßige Expansionsstrategie: 100 neue Filialen bis 2030 und Fortschritte in der Digitalisierung.

### **Intersport: Eine Analyse der Expansionsstrategie und deren Auswirkungen**

Intersport, als größter Sport-Einzelhändler Deutschlands, verfolgt ehrgeizige Pläne für die Zukunft. Diese Ziele und deren Bedeutung für die Sportcommunity stehen im Mittelpunkt unserer Betrachtung. Deutschland-Chef Alexander von Preen hat kürzlich die Fortschritte der Expansionsstrategie präsentiert, die sich als äußerst relevant für die Einzelhandelslandschaft erweist.

### **Aktuelle Entwicklungen in der Expansion**

In diesem Geschäftsjahr hat Intersport bereits 14 neue Filialen eröffnet und peilt insgesamt 18 an. Bis zum Jahr 2030 plant das Unternehmen sogar die Eröffnung von mindestens 100 neuen Standorten in Deutschland. Diese Offensive könnte nicht nur zur Schaffung von Arbeitsplätzen führen, sondern auch das Einkaufserlebnis für Sportbegeisterte erheblich verbessern, indem die Verfügbarkeit von Sportartikeln in verschiedenen Regionen erhöht wird.

### **Herausforderungen für die Unternehmen**

Es gibt jedoch Herausforderungen auf dem Weg zu diesem Ziel. Von Preen hebt hervor, dass die Suche nach Unternehmern, die sowohl die Leidenschaft für das Geschäft als auch das nötige Engagement mitbringen, komplexer ist als zunächst angenommen. Die Balance zwischen Arbeits- und Privatleben spielt hierbei eine entscheidende Rolle. Diese Herausforderung ist besonders auf dem heutigen Arbeitsmarkt spürbar, wo viele potentielle Unternehmer auf der Suche nach flexiblen Arbeitsbedingungen sind.

## **Finanzielle Investitionen und Modernisierungen**

Intersport investiert stark in Modernisierungsprojekte. Aktuell wurden 20 Filialen renoviert und acht erweitert, mit Investitionen von über 15 Millionen Euro, und weitere 10 Millionen Euro sind für das kommende Jahr geplant. Ein wichtiger Aspekt dieser Investitionen ist auch die Digitalisierung. Die Einbindung neuer Technologien könnte sowohl die Kundenbindung erhöhen als auch die Effizienz des Betriebs verbessern, da die Verbraucher zunehmend Online-Käufe bevorzugen.

## **Marktanalyse und wirtschaftliche Rahmenbedingungen**

Dennoch sieht sich Intersport im aktuellen Geschäftsjahr mit merklichem Gegenwind konfrontiert. Inflation und Konsumverhalten der Menschen sind Faktoren, die den Umsatz negativ beeinflussen können. Laut von Preen war die Wintersaison nahezu nicht vorhanden, was auf schrumpfende Budgets der Verbraucher hinweist. Trotz dieser Unternehmenskontroversen und Marktgegebenheiten bleibt Intersport optimistisch und hat im letzten Jahr ein Wachstum gegen den Trend erzielt, was die Resilienz der Marke eindrucksvoll unterstreicht.

# Langfristige Perspektiven und Zielsetzungen

Auf lange Sicht zeigt sich von Preen zuversichtlich hinsichtlich der Erreichbarkeit der Unternehmensziele. Die Expansionsstrategie verspricht eine aufregende Zeit für alle Sportbegeisterten, da neue Standorte nicht nur die Produktverfügbarkeit erhöhen, sondern auch die Möglichkeit bieten, lokale Sportgemeinschaften und Veranstaltungen zu unterstützen. Intersport bleibt somit ein Schlüsselakteur im deutschen Sportmarkt, dessen Entwicklungen mit großem Interesse verfolgt werden sollten.

## Lesen Sie auch:

- **NAG**

Details

**Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)**