

Auszug aus Ausgabe Nr. P 10/24 | Düsseldorf, 5. März 2024 | 47. Jahrgang | ISSN 1431-3405

## Best in pharmacy – up for future!

Vielen 'markt intern'-Partnern ist die Vernetzung ihrer Redaktion über verschiedene Branchen bekannt. Kein Wunder, schließlich ist die Verlagsgruppe mit mehr als 20 Branchenbriefen aktiv. So freute uns der Name **Frank Geisler** unter den Vortragenden des **BVDAK-Kooperationsgipfels 2024** ganz besonders. Unsere Kollegin des 'mi'-Informationsbriefes Sportfachhandel beschrieb den COO der **INTERSPORT EG** als zukunftsorientierten, anpackenden Manager, uns würde ein mitreißender Vortrag erwarten.



Den Titel „Up for future. Best in sports: INTERSPORT-Verbund auf Zukunfts- und Wachstumskurs“, haben wir unserem Bericht in angepasster Form vorangestellt. Denn über diesem Bericht steht die Maxime: **Was können wir durch den angebotenen Blick über den Tellerrand erkennen, welches Wissen und welche Strategien lassen sich für die öffentlichen Apotheken ableiten oder formulieren?** Frank Geisler präsentiert zunächst die INTERSPORT: 13,7 Mrd. € Umsatz und 5.300 Stores in 43 Ländern weltweit. Am deutschen Stammsitz in Heilbronn sind rund 450 Mitarbeiter aktiv. Von dort werden 800 Mitglieder mit 1.700 Geschäften hierzulande betreut. Diese realisieren mit rund 700 Industriepartnern sowie sechs Eigenmarken etwa 3,5 Mrd. € Umsatz pro Jahr. INTERSPORT Deutschland unterstützt die Mitglieder durch eine zentrale Logistik. Ein gewichtiger Punkt steht gleich am Anfang der Auflistung: „2 Mio. CLUB-Kunden“ – das bedeutet pure Kundenbindung!

Zahlen, Daten, Fakten abgehakt, Frank Geisler legt rhetorisch zu, als er die **Thesen für die zukünftige Entwicklung** auflegt: „Mit unserer Liebe zum Sport inspirieren wir Menschen zu einem besseren Leben“, mag ein frommer Wunsch bleiben. Die **Vision** „INTERSPORT ist die erste Wahl für alle Themen rund um Sport und Gesundheit“ und die **Mission** „Gemeinsam mit unseren Partnern bieten wir Kunden den besten Zugang zu ihrer Welt des Sports“ sind starke Ansagen. Wir merken: Dafür brennt Geisler. Seit 67 Jahren ist 'seine' Genossenschaft die 'Nummer 1' im Sportfachhandel. Dabei scheint sie schon über einige Brücken gegangen zu sein, die nicht ganz selbstverständlich auf dem Weg lagen. So gibt es Kooperationspartner wie **Otto, Breuninger, SportScheck** u.a., die man spontan eher als Wettbewerber kennzeichnen würde. Das umfangreiche **Leistungsportfolio** im Verbund, wie ■ Warenversorgung ■ Technische Infrastruktur/IT ■ Finanzen/Controlling ■ Personal/Akademie ■ Markt-Kommunikation ■ PoS-Design

■ Omnichannel- und Digital-Services, steht den INTERSPORT-Mitgliedern, je nachdem ob INTERSPORT-profiliert oder nicht, in unterschiedlicher Ausprägung zur Verfügung.

Für viele Einzelhandelssparten, so auch den Sportfachhandel, entwickelt sich derzeit ein Kundenverhalten zwischen Erlebnis und Preis. Einen Preiskampf bei Standardprodukten können stationäre Geschäfte nicht gewinnen. Plattformen haben Vorteile bei Preis, Verfügbarkeit und Auswahl. Dem begegnet INTERSPORT mit der **Emotionalisierung** exklusiver (Industrie-)Marken, besonderen Events und exklusiven Inhalten/Produkten. Spezielle Bedürfnisse werden in spezialisierten PoS (z.B. **bergzeit**) abgeholt, die in ihrem Spezialgebiet über besonders tiefes Know-how verfügen.

Ein besonderer Fokus liegt auf dem **Ausbau der Kernkompetenzen** der vielen Unternehmer und Mitarbeiter: **Nachhaltigkeit und Leidenschaft** als Teil des Geschäftsmodells. **Persönliche und begeisternde Beratung** als Differenzierungsmerkmal und **Nähe zum Kunden**, Sportlern und Bürgern, auch über regionale Sortimente als Bindungselement. Zur strategischen Entwicklung zu einer Innovationsgemeinschaft zählen: ■ Vernetzen der INTERSPORT-Services im  Omnichannel ■ Etablieren eines kundenzentrierten Ökosystems ■ Aufbau von serviceorientierten Geschäftsmodellen. Zielen diese Aktivitäten darauf ab, INTERSPORT selbst zu inszenieren? Frank Geisler sieht die **Vorteile**, die eine **große, starke Verbundgruppe** bieten kann: ■ Für die **Händler**: Sicherung des Warenzugangs, exklusive Industrie-Partnerschaften, höhere Profitabilität durch Arbeitsteiligkeit & Umsatzsteigerung (Frequenzsteigerung, Neukundengewinnung, höhere Durchschnittsverkaufsmargen) ■ Für die **Industrie**: Verbindlichkeit, Sicherung von Marktanteilen, kompetente Warenpräsentation ■ Für die **Kunden**: attraktive und kompetente Sortimente, begeisternde Services und Beratungsqualität.

Gleichgültig, ob die Kunden online oder lokal kaufen, sie werden ins Netzwerk der Heilbronner geholt: Der Marktplatzansatz „Buy online, buy local“ stärkt die Händler vor Ort, weil **jeder Verkauf über die lokalen Geschäfte abgewickelt** wird. So lassen sich Online-Kunden auch als Offline-Kunden gewinnen. Der INTERSPORT-Club erweist sich als besonderer **Wachstums- und Erfolgstreiber**. So kommen die Clubkunden zweieinhalbmal so oft ins Geschäft und kaufen rund 40 % mehr. Sie

Ihr direkter Draht zur Redaktion Apotheke/Pharmazie: +49 (0) 211 6698-153

■ Fax: +49 (0) 211 6698-197 ■ E-Mail: apotheke@markt-intern.de ■ www.markt-intern.de/apotheke

freuen sich zu 92 % über Infos und Angebote per Mailing. Nutzen Sie eine Kundenkarte? Aktiv? Das bietet Möglichkeiten zur Datennutzung, etwa zur Sortimentsoptimierung oder Gewinnung neuer Kunden. Und, was Partnerunternehmen längst erwarten: Wirksamkeitsüberprüfungen der Kampagnen.

Das INTERSPORT-Team hat klare Vorstellungen davon, wie es „Auf dem Weg in Richtung Vision 2030“ weitergehen wird. Eine Position ist die Intensivierung von Trainings- und Weiterbildungsangeboten. Denn das Personal ist das wertvollste Gut eines jeden Unternehmers. Frank Geisler hat sich einige Gedanken um den Apothekenmarkt gemacht, die er abschließend in Form dreier Tipps präsentiert: ■ Aktive Einbindung der Mitglieder & Industriepartner in die Weiterentwicklung der Verbundgruppen ■ Operative Exzellenz im Kerngeschäft

& mutige Entscheidungen, neue Geschäftsmodelle auszuprobieren ■ Das Beste aus beiden Welten (Phygital) vereinen & Omnichannel-Lösungen für Händler & Kunden entwickeln.

**'mi'-Fazit:** ■ Ein wirklich mitreißender Vortrag von Frank Geisler ■ Die Entwicklung der INTERSPORT-Verbundgruppe lässt sich nicht eins zu eins auf den Apothekenmarkt übertragen ■ Viele Erkenntnisse können als Visionen und konkrete Ziele für Ihre Standesvertretungen, Genossenschaften, Kooperationen dienen ■ Die intensivere Einbindung der Mitglieder ■ die Integration digitaler Angebote ins Tagesgeschäft (E-Rezept auch per CardLink) ■ branchenübergreifende Omnichannel-Lösungen mit GEDISA, gesund.de und IhreApotheken.de. Um nur einige Ansätze zu nennen. Schreiben Sie uns gern, zu welchen Ideen der Bericht Sie inspiriert hat!

Allzeit pünktliche Ankunft wünscht  
Ihr



*Ch. Bach*

Christoph Bach  
– Chefredakteur –

„Wie hieß eigentlich die Schwiegermutter von Adam?“ – „Adam hatte keine Schwiegermutter, Adam lebte im Paradies!“

## markt intern und **iiiDIREKT** – volle Leistung für Abonnenten!

Europas größte Brancheninformationsbrief-Verlagsgruppe kämpft für den Erhalt und die Stärkung des deutschen Mittelstandes. Nutzen Sie deshalb unsere umfangreichen Zusatzangebote durch den Bezug eines unserer klassischen Print-Briefe inkl. Digitalversion und Online-Zugang oder der rein digitalen Variante. Sie sind noch kein Abonnent? Informationen zu den Möglichkeiten (bei jährlicher Berechnung mit 15 % Nachlass, beim Bezug mehrerer Briefe mit weiteren 40 % Nachlass) und Urheberrechten finden Sie unter [www.markt-intern.de](http://www.markt-intern.de). – Im **markt intern** Verlag erscheinen zumeist wöchentlich:

### Steuern & Mittelstand:

- arbeitgeber intern
- GmbH intern
- immobilien intern
- steuerberater intern
- steuertip
- umsatzsteuer intern

### Gesundheit & Freizeit:

- Apotheke/Pharmazie
- Augenoptik/Optomietrie
- Hörgeräteakustik
- in motion – Sport- plus Schuh-Handel
- Parfümerie/Kosmetik
- Spielwaren/Modellbau/Kreativ

### Technik & Lifestyle:

- Automarkt & Tankstelle
- Büro-Fachhandel
- Consumer Electronics
- Elektro-Fachhandel
- Uhren & Schmuck

### Bauen & Wohnen:

- Eisenwaren/Werkzeuge/Garten
- Elektro-Installation
- Installation Sanitär/Heizung
- Möbel-Fachhandel

### International:

- EXCLUSIV (Schweiz)

Im **kapital-markt intern** Verlag erscheinen wöchentlich:

- Bank intern
- finanztip
- kapital-markt intern
- versicherungstip

