Intersport wil online achterstand inhalen

08-06-2017 13:50



Intersport ligt met een online omzetaandeel van één procent ver achter op zijn concurrentie. De sportketen wil daar verandering inbrengen en tevens de winkels groter en modieuzer maken, vertelt de nieuwe topman Victor Duran in de SonntagsZeitung.

Online is in Europa goed voor zo'n tien procent en in de Verenigde Staten voor bijna twintig procent van de sportomzet. Daardoor loopt Intersport het risico een groot deel van zijn business te verliezen, beseft Duran. Vooral Amazon en de online winkels van Nike en Adidas zijn volgens hem rivalen, evenals Decathlon.

Intersport heeft inmiddels voormalig e-commerce en marketingdirecteur Mia Ruotsala van Tommy Hilfiger binnengehaald als chief digital officer, een nieuwe functie op het hoofdkantoor. Onder Franz Julen, de voorganger van Duran, werd al aan een centraal platform voor alle landenorganisaties gewerkt. "Vanaf het vierde kwartaal draaien Denemarken en Nederland op het platform, daarna volgen andere landen", aldus de topman.

Intersport heeft richting 2020 twee prioriteiten geïdentificeerd. Naast digital en omnichannel is dat een 'retail multispeciality concept'. Daarvoor wordt gewerkt aan een nieuw, modern winkelconcept voor de sportketen. "De klant van vandaag wil dat een sportzaak op een modewinkel lijkt", zegt Duran. De winkels worden daarom attractiever en worden met tussen de twee- en drieduizend vierkante meter ook groter. Intersport is wereldwijd in 45 landen actief, waaronder met ruim 75 vestigingen in Nederland.