



Stores, die nicht nur den Sport,
sondern auch die Umwelt feiern –
Neue Wege im Store Design von



Frank Eisenhardt und Dr. Christian Hiltz
Düsseldorf, 20.11.24



„Die Welt, wie wir sie bislang gekannt haben,
gibt es in Zukunft nicht mehr!“



INTERSPORT Deutschland eG

Frank Eisenhardt

Teamcoordinator Shopfitting / Store Design
Retail Business Partnering

Mobil: +49 (0) 172 639 16 16

E-Mail: frank.eisenhardt@intersport.de



trend INTERIOR GmbH

Dr. Christian Hilz

Geschäftsführer

Mobil: +49 (0) 172 90 90 780

E-Mail: christian.hilz@trend-interior.de

Lassen Sie uns
GEMEINSAM
weitere kollaborative
Ökosysteme
„Nachhaltigkeit“
etablieren!



Neuer Nachhaltigkeitsansatz im Store Design von INTERSPORT

1 Nachhaltigkeit im Handel – Emissionskategorien Scope 1, 2 und 3

2 Scope 3 im Store Design: „zirkuläre“ Handlungsoptionen

2.1 Option 1: „cradle-to-gate-Nachhaltigkeit“ im Store Design

2.2 Option 2: „cradle-to-cradle-Nachhaltigkeit“ im Store Design

3 Use Case - Nachhaltigkeit bei INTERSPORT Finke:
kollaboratives Ökosystem bei Plattenmaterialien

4 Gelingensfaktoren eines kollaboratives Ökosystems „Nachhaltigkeit“



Heilbronn, 19. September 2024

INTERSPORT Deutschland mit BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE auf Zukunftskurs

**ZUKUNFTSWEISENDER LADENBAU BEI
INTERSPORT DEUTSCHLAND: VORTEILE FÜR
KLIMABILANZ UND KOSTENEFFIZIENZ**

Pressemitteilung Intersport v. 19.09.2024

„We build
Rooms.
With Soul.“

1. Nachhaltigkeit im Handel – Emissionskategorien Scope 1, 2 und 3

Scope 1

DIREKT



Emissionen aus unternehmenseigenen oder kontrollierten Ressourcen

Scope 2

INDIREKT



Emissionen durch eingekaufte Energie

Scope 3

INDIREKT

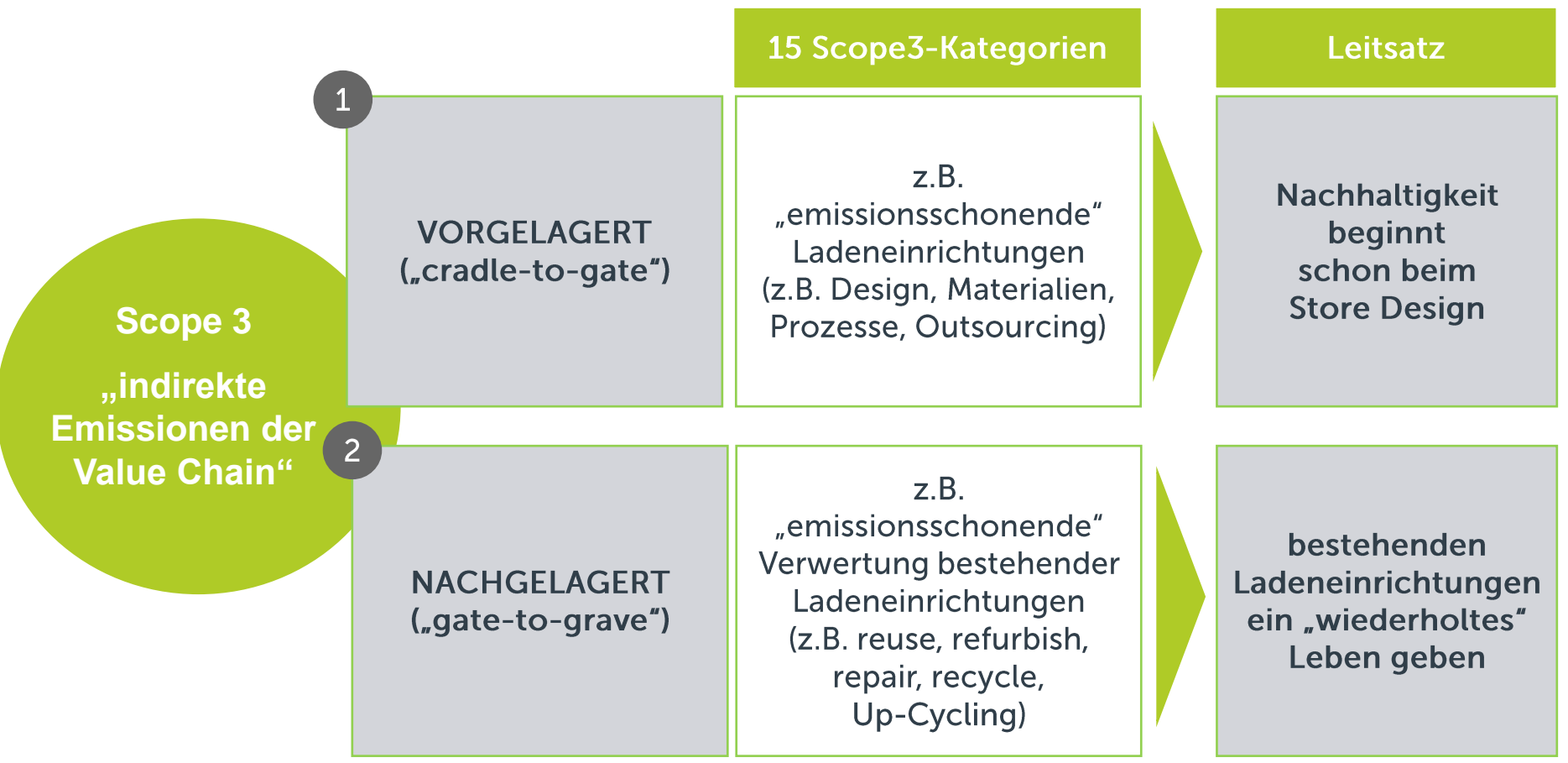


Emissionen, die in der Value Chain des Einzelhandels entstehen (vor- und nachgelagert)

Nur zwei Prozent der CO₂-Emissionen im europäischen Handel unterliegen der direkten Kontrolle der Branche – 98 Prozent entfallen auf Scope 3!

(Oliver Wyman, 24.06.24)*

2. Scope 3 im Store Design: „zirkuläre“ Handlungsoptionen



INTERSPORT
 Linearwirtschaft wird WIRKLICH ZIRKULÄR
 (Kreislaufwirtschaft)
 und
 zum eigenständigen
 kollaborativen
 Ökosystem
 „Nachhaltigkeit“



2. Scope 3 im Store Design: „zirkuläre“ Handlungsoptionen



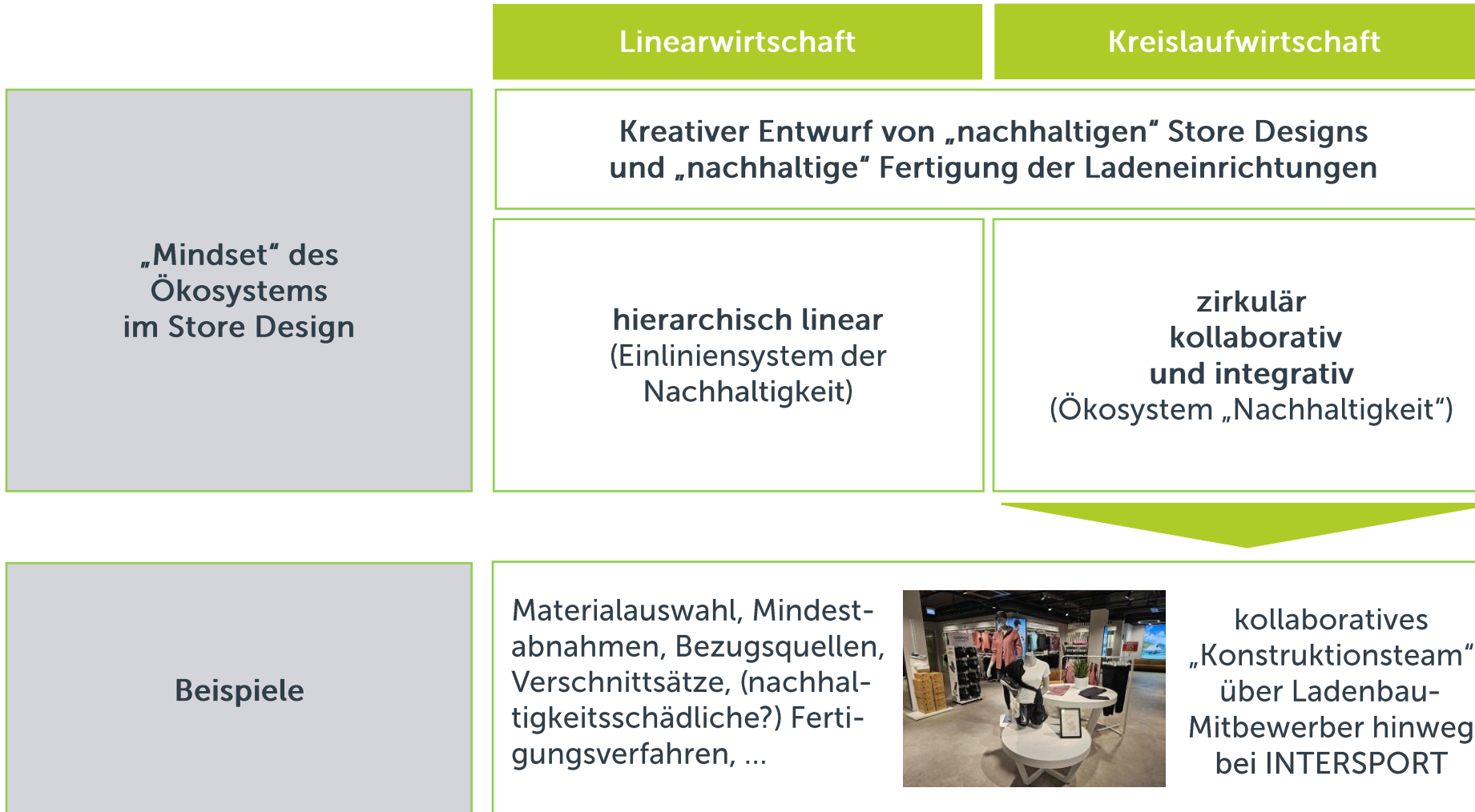
Linearwirtschaft wird WIRKLICH ZIRKULÄR (Kreislaufwirtschaft) und zum eigenständigen kollaborativen Ökosystem „Nachhaltigkeit“

1 „cradle-to-gate- Nachhaltigkeit“

2 aus „cradle-to-gate“ und „gate-to-grave“ schrittweise zu mehr „cradle-to-cradle-Nachhaltigkeit“



2.1 Option 1: „cradle-to-gate-Nachhaltigkeit“ im Store Design



Klarer Fokus bei der Nachhaltigkeit im Store Design auf kollaborative und integrative Zusammenarbeit mit Partnern entlang der Value Chain!

„We build Rooms. With Soul.“

2.2 Option 2: „cradle-to-cradle-Nachhaltigkeit“ im Store Design

kollaborative Nachhaltigkeit über die gesamte Value Chain hinweg



Abholung des Altholzes über EGGER eigenes Recyclingunternehmen



Produktion neuer Holzwerkstoffe mit hohem Anteil an Recyclingmaterial. Verkauf über den Handel



Planung und Umsetzung neuer Ladenbaukonzepte durch



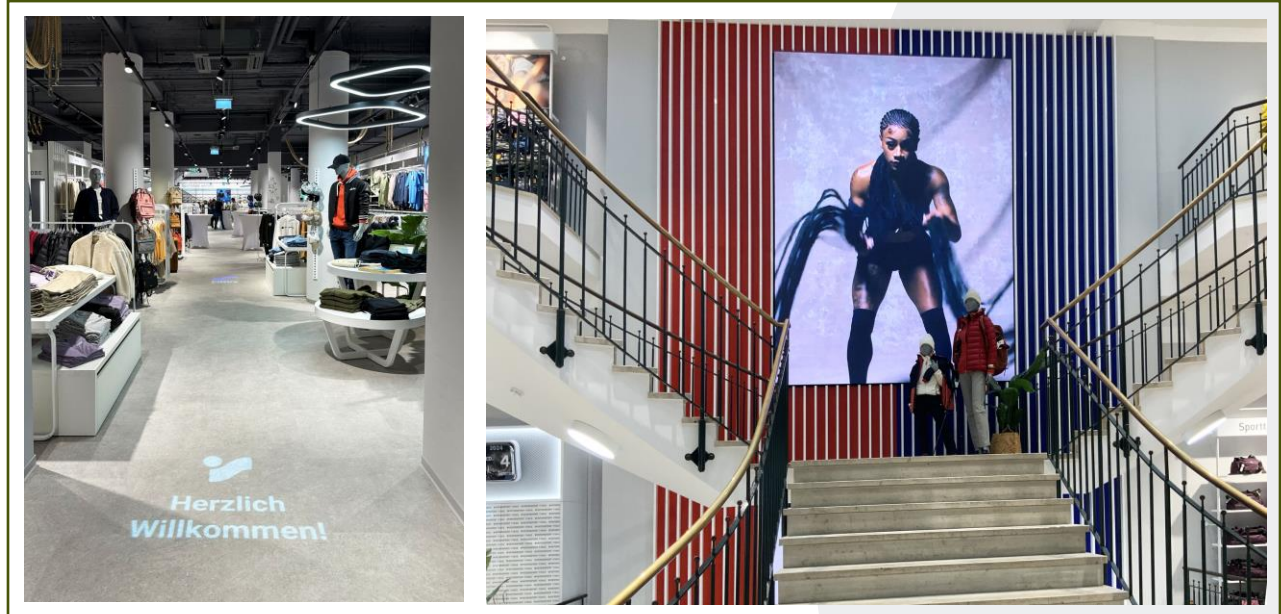
„erste“ Schritte zu mehr „cradle-to-cradle-Nachhaltigkeit“ bei Plattenmaterialien und einem wirksamen, kollaborativen Ökosystem für mehr Nachhaltigkeit im Store Design

„We build Rooms. With Soul.“

3. Use Case: kollaboratives Ökosystem bei Plattenmaterialien



1



2



3

We build Rooms. With Soul.

3. Use Case INTERSPORT Finke: Daten und Fakten*

	UG*	UG+EG+OG**
angelieferte Menge „Post-Consumer-Altholz“	8,0t _{atro}	42,0t _{atro}
genutzte Menge (80%)	6,4t _{atro}	33,6t _{atro}
Neue Spanplatten		
real „Mischung“	ca. 50 m ³	ca. 250 m ³
theoretisch (100% Altholz)	ca. 10 m ³	ca. 50 m ³
CO ₂ e-Speicher	ca. 5t	ca. 25t



Post-Consumer-Altholz kann bis zu 7x wiederverwendet werden.

Allein mit dem Post-Consumer-Altholz aus dem UG konnten (theoretisch) 75% der verbauten Spanplatten produziert werden!

„We build Rooms. With Soul.“

Nachhaltigkeit bei INTERSPORT Finke



INTERSPORT

INTERSPORT[®]



Die Zukunft der INTERSPORT Deutschland eG ist nicht nur rot und blau, sondern auch grün. „Mit der Strategie ‚BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE‘ setzt INTERSPORT auf forciertes organisches und anorganisches Wachstum sowie auf Nachhaltigkeit“, erklärt Dr. Alexander v. Preen, CEO der INTERSPORT Deutschland e.G.

We build
Rooms.
With Soul.

4. Gelingensfaktoren eines kollaboratives Ökosystems „Nachhaltigkeit“

- ● **Vertrauen**, nochmals Vertrauen und nochmals Vertrauen sowie
- ● **Mut**, kreative Ideen frühzeitig **mit Partnern und dem Netzwerk zu teilen und zu verbessern!**
- ● Gewinnen von (visionären) Partnern, denen Nachhaltigkeit wirklich am Herzen liegt und die auch bereit sind, **andere Wege zu gehen!**
- ● **Offenheit und „echtes“ Leben von Netzwerken** – auch gegenüber
- ● Marktbegleitern im Handel und Mitbewerbern im Ladenbau!
- ● **viele kleine Schritte mit hoher Frustrationstoleranz** – anstelle
- ● von einem „Big Bang“.



«Danke für Ihre Aufmerksamkeit!»

DEUTSCHER HANDELSKONGRESS 2024 IN BERLIN

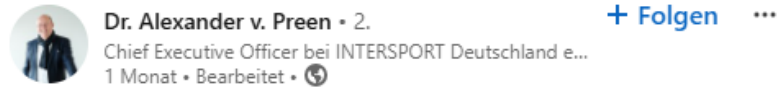
Fokus auf Partnerschaft und Nachhaltigkeit

Von Kirsten Reinhold
Mittwoch, 13. November 2024

TextilWirtschaft



Handelsverband Deutschland, Januar 2024



Gemeinsame Ansätze zählen bei der Entwicklung und Umsetzung zukunftsweisender Geschäftsmodelle! Ein gemeinschaftliches Gestalten - strategisch, operativ und im täglichen Wirken - das sind die **#Erfolgsfaktoren** im Feld Nachhaltigkeit. Das war eine der Messages, die ich



18.09.2024



EHI, 2015

