

CASE STUDY

# Modehändler INTERSPORT Krumholz: Gewinnsteigerung um 118 %

**Modehändler InterSport Krumholz  
erzielt mit Predictive Pricing  
deutliches Gewinn- und Umsatz-Plus**

Erfahren Sie, wie InterSport Krumholz mit 7Learnings seine Gewinnmargen drastisch steigern konnte – bei gleichbleibendem Umsatz

## Das Unternehmen im Überblick

Seit der Unternehmensgründung im Jahr 1949 ist INTERSPORT Krumholz in der deutschen Sportmodebranche führend und blickt damit auf eine über 70-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Das Unternehmen vertreibt seine Waren sowohl online über einen großen Webshop als auch offline über fünf Ladengeschäfte in Mayen, Mülheim-Kärlich (2 Filialen), Bad Neuenahr-Ahrweiler und Bad Homburg.

Das Unternehmen bietet seinen Kunden eine stark saisonal geprägte Produktpalette sowie ein umfangreiches Angebot für verschiedene Sportarten von Laufen über Outdoor- bis hin zu Mannschaftssportarten und mehr. Die Saisonalität des Geschäfts geht mit häufigen Sortimentswechseln einher, sodass die Produkte regelmäßig aktualisiert und die Preise anhand relevanter Daten entsprechend angepasst werden müssen.

## Ausgangssituation

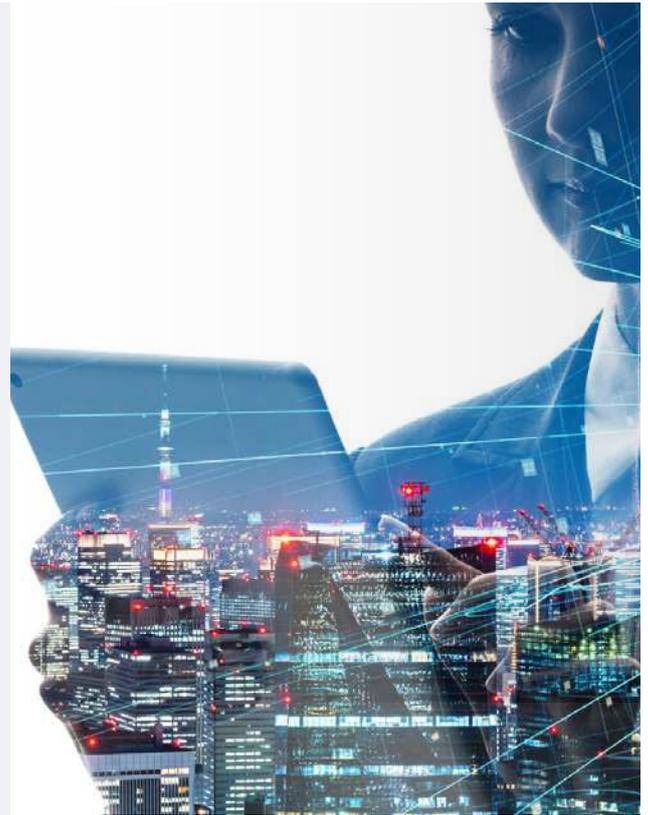
- 1 INTERSPORT Krumholz verfügt über ein großes Warensortiment – dies erschwert die Preisgestaltung, da die Datenquellen für die Produkte zwischen den Filialen und der Zentrale abgeglichen werden mussten.
- 2 Der fortlaufende Abgleich mehrerer Datenquellen verursachte nicht nur einen hohen manuellen Arbeitsaufwand, sondern bedeutete auch, dass verfügbare Daten nicht in vollem Umfang genutzt werden konnten. Die Folge: eine potenziell suboptimale und zudem inkonsistente Preisgestaltung. Außerdem geht eine manuelle Preisgestaltung mit Produktivitätseinbußen einher.
- 3 Um alle verfügbaren Daten nutzen und den Gewinn aus dem breiten Produktportfolio von INTERSPORT Krumholz maximieren zu können, benötigte das Unternehmen eine Lösung für Predictive Pricing, mit der es nicht nur verschiedene Datenquellen zusammenführen, sondern auch seine Preisentscheidungen automatisieren konnte.

## Ergebnisse



## Lösung

- Die Ergebnisse waren eindeutig und sprachen eine klare Sprache. Im Rahmen eines A/B-Tests begannen Gewinn und Umsatz der Testgruppe gleich nach dem ersten Preis-Upload deutlich zu steigen.
- Zum Ende des Testzeitraums hatte die Testgruppe einen Umsatzvorteil von 52 % und einen Gewinnvorteil von 118 % gegenüber den Kontrollgruppen erreicht.
- Mit der Predictive-Pricing-Lösung von 7Learnings konnten signifikante Margensteigerungen erzielt werden, ohne auf der anderen Seite Umsatzeinbußen zu verursachen.
- Der manuelle Pricing-Aufwand nahm deutlich ab, da INTERSPORT Krumholz mit der Lösung von 7Learnings seine Preise nun mit wenigen Klicks optimieren kann.



## Fazit

Die Zusammenarbeit zwischen INTERSPORT Krumholz und 7Learnings ist ein hervorragendes Beispiel für die enormen Vorteile, die Predictive Pricing für Einzelhändler bietet. Trotz der zahlreichen Herausforderungen, die mit seinem umfangreichen und stark saisonal geprägten Produktsortiment einhergehen, konnte INTERSPORT Krumholz so außergewöhnliche Erfolge erzielen.

Die zahlreichen Probleme, die mit dem Abgleich von Datenquellen zwischen den Niederlassungen und der Unternehmenszentrale einhergingen und zudem mit einer unzureichenden Nutzung vorhandener Daten und einer suboptimalen manuellen Preisgestaltung gepaart waren, erforderten eine innovative Lösung. Mit 7Learnings konnte INTERSPORT Krumholz schließlich nicht nur unterschiedliche Datenquellen zusammenführen, sondern auch seine Preisentscheidungen automatisieren.

Die Auswirkungen wurden beim A/B-Test sofort deutlich. Die Testgruppe, die vom prädiktiven Preismodell profitierte, verzeichnete im Vergleich zu den Kontrollgruppen einen überwältigenden Umsatzsprung von 52 % und ein ebenso beeindruckendes Gewinnplus von 118 %. Besonders hervorzuheben ist, dass die Gewinnsteigerung sich nicht zu Lasten des Umsatzes auswirkte.

Die Partnerschaft von INTERSPORT Krumholz mit 7Learnings zeigt, dass sich der Einsatz von Spitzentechnologie im Handel auf vielfache Weise bezahlt macht. Mit einem beeindruckenden Gewinn- und Umsatzplus sowie den erzielten operativen Verbesserungen dient die Zusammenarbeit als inspirierendes Beispiel für andere Einzelhändler, die sich in einem äußerst dynamischen Marktumfeld ebenfalls eine Spitzenposition sichern möchten.



# STEIGERN SIE IHREN GEWINN MIT PREDICTIVE PRICING

Möchten Sie mehr über die neueste Pricing-Technologie erfahren und wie sie Ihnen helfen kann, Ihre Geschäftserlöse zu maximieren?



Berlin, Deutschland  
Engeldamm 64 10179 Berlin

[www.7learnings.com](http://www.7learnings.com)  
[info@7Learnings.com](mailto:info@7learnings.com)