

STORE DES TAGES FRÜHJAHR 2026

Tennis-Point geht Laufen

Von Jörg Nowicki (/nachrichten/autoren/joerg-nowicki-28/)

Mittwoch, 04. März 2026



Weil Lidl den Store in der Düsseldorfer Königsallee geräumt hat, konnten Running Point und Tennis Point einziehen und sind nun Untermieter des deutschen Discounters.

Vor vier Jahren hat Tennis Point unter dem Namen Running Point einen eigenen Online-Shop für Läufer eröffnet. Jetzt gibt es in Düsseldorf den ersten stationären Laden – im Doppelpack mit Tennis Point und an einem prominenten Standort.

In der Königsallee 63-65, einer ehemaligen Lidl-Filiale, hat das Unternehmen zwei neue Stores unter einem Dach eröffnet. Einerseits den allerersten Running Point, ein Konzept für Läufer, dass es bislang ausschließlich online gab. Dort gibt es auf 200m² Verkaufsfläche. "Damit schaffen wir einen bedeutenden Meilenstein für die Marke und bringen unser erfolgreiches Running-Konzept erstmals in eine physische Shopping- und Community-Erlebniswelt", erklärt das Unternehmen. Zu den Marken im Sortiment zählen Asics, Nike, Adidas, Mizuno, Puma, Saucony und Brooks.

"Viele Tennisspieler sind auch Läufer"

Tennis Point hat Running Point vor vier Jahren lanciert, kurz nachdem sich der Filialist Runners Point vom Markt verabschiedet hatte. Während die Tennis Point-Zentrale im westfälischen Herzebrock-Clarholz ist, hat Running Point einen eigenen Standort in München. "Viele Tennisspieler sind auch Läufer, die Zielgruppen überschneiden sich", heißt es aus dem Unternehmen.

Store des Tages Frühjahr 2026: Running Point & Tennis Point in Düsseldorf



Tennis Point hat in der Düsseldorfer Königsallee den ersten stationären Running Point-Laden eröffnet.

1 / 9

Im Sortiment des neuen Geschäfts finden sich Laufschuhe für Straße, Trail und Wettkampf, funktionale Laufbekleidung, Zubehör wie Socken, Caps, Trinksysteme und Recovery-Produkte, jeweils passend für Einsteiger, ambitionierte Läufer und Event-Teilnehmer. Mit der stationären Expansion will das Unternehmen unter anderem auch

neue Marken gewinnen, die reine Online-Händler eher nicht beliefern, zum Beispiel Brooks.

Erster Tennis Point in Düsseldorf

Den größeren Teil der Immobilie nimmt mit 550m² Tennis Point ein, bislang noch nicht in Düsseldorf vertreten. Im Angebot sind Tennisschläger für unterschiedliche Spielertypen, Tennisschuhe für alle Beläge, Bekleidung für Training und Wettkampf, Saiten, Taschen, Zubehör sowie Produkte für Kinder und Nachwuchsspieler. Zu den Marken zählen Adidas, Nike, Fila, Lacoste, Hugo Boss und On.

Auch dem Padel-Boom zollt Tennis Point seit längerem Tribut und bietet Padel-schläger, spezielle Padel-schuhe, funktionale Bekleidung, Taschen, Bälle und weiteres Zubehör an – "abgestimmt auf die besonderen Anforderungen und das dynamische Wachstum dieser Sportart".

Viele Standorte, die man in Düsseldorf geprüft habe, seien entweder vom Grundriss, von

den Rahmenbedingungen oder von wirtschaftlichen Kriterien her nicht passend gewesen. Die Fläche an der Königsallee 63–65 erfülle all diese Anforderungen: "Sie bietet uns die Möglichkeit, beide Marken unter einem Dach hochwertig zu präsentieren und den Store gleichzeitig wirtschaftlich sinnvoll sowie nachhaltig rentabel zu betreiben. Die zentrale, hochfrequentierte Lage mit internationaler Strahlkraft passt dabei ideal zu unseren Marken und unserer Zielgruppe."

"Einer der spannendsten Sportstandorte"

Düsseldorf sei einer der spannendsten Sportstandorte in Deutschland. Die Stadt verbinde Kaufkraft, Internationalität und eine außergewöhnlich aktive Sportszene. Gerade Tennis, Padel und Running hätten eine enorme Relevanz: "Düsseldorf verfügt über eine große und traditionsreiche Tennisvereinslandschaft, gleichzeitig wächst die Padel-Community rasant mit immer mehr neuen Courts und Hallen. Auch das Laufen ist fest im Stadtbild verankert – von regelmäßigen Community Runs bis hin zu etablierten Großevents wie dem Düsseldorf Marathon."

Insgesamt zählt das Unternehmen nun 31 Geschäfte, davon 30 unter Tennis Point, in Deutschland, Österreich, Schweiz, Spanien, Italien und in der Türkei. Aktuell sind laut Executive Vice President Dirk Thomas Mörchen drei neue Stores, zwei in Frankreich und einer in Italien geplant.

Zweistelliges Umsatzwachstum

Die wirtschaftliche Entwicklung von Tennis Point bezeichnet Mörchen als "dynamisch". Im Geschäftsjahr 2024/25 (30. September) seien die Umsätze sowohl online als auch offline zweistellig gewachsen.

Konkrete Umsatz- und Ergebniszahlen nennt Tennis Point nicht. Nur soviel: Die Hälfte der Erlöse im Bereich Tennis entfällt auf Schuhe (26%) und Bekleidung (24%), der Rest auf Ausrüstung (30%) und Schläger (20%). 75% der Erlöse werden über den Online-Shop realisiert, 25% über die stationären Läden. Die sind vor allem wichtig in beratungsintensiven Warengruppen wie Schlägern.

Startschuss für Tennis Point war die Eröffnung eines Sportgeschäfts in Münster, mittlerweile sitzt das Unternehmen in Herzebrock-Clarholz. 2017 hatte die Signa-Gruppe Tennis Point übernommen. Im Herbst 2023 war der Sportanbieter einer der ersten

Händler im strauchelnden Signa-Konzern, der Insolvenz anmelden musste. Relativ schnell fand sich mit Orlando Capital ein Investor, der bis heute an Bord ist. Seit 1. Oktober wird das Unternehmen von Andreas Otto als CEO geführt. Miele hält weiterhin Anteile und ist beratend tätig.