



INTERSPORT ERÖFFNET CLUBHOUSE ZUR FUSSBALL-WM IN BERLIN

- INTERSPORT schafft gemeinsam mit adidas, Nike und PUMA einen neuen Erlebnisraum für Fußballfans und Sportbegeisterte in Berlin
- Das Clubhouse am Ravelinplatz in Berlin läuft vom 6. Juni bis 19. Juli 2026
- Verbindung von Retail, Experience und Community

Heilbronn, 09.06.2026: **Zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft der Männer schafft INTERSPORT Deutschland gemeinsam mit adidas, Nike und PUMA einen neuen Treffpunkt für Fußballfans, Vereine und Communities mitten in Berlin. Vom 6. Juni bis 19. Juli 2026 ist das INTERSPORT Clubhouse auf dem Ravelinplatz in Berlin-Mitte eine zentrale Anlaufstelle für alle, die die Begeisterung rund um das Turnier nicht nur verfolgen, sondern aktiv erleben möchten.**

Mit dem INTERSPORT Clubhouse ist ein Ort entstanden, an dem die verbindende Kraft des Sports spürbar wird. Teamsport steht für Emotionen, Gemeinschaft und Zusammenhalt – Werte, die nicht nur auf dem Spielfeld, sondern auch in lokalen Vereinen und Communities tagtäglich gelebt werden. Genau daran knüpft das Konzept an: Das INTERSPORT Clubhouse bringt Fans, Vereine, Marken und Sportbegeisterte zusammen und schafft Raum für Begegnung, Austausch und gemeinsame Erlebnisse rund um die Fußball-Weltmeisterschaft. Gleichzeitig wird diese emotionale Welt bewusst mit relevanten Produkt- und Markenerlebnissen im Retail-Kontext verbunden.

„Fußball bringt Menschen unabhängig von Herkunft, Alter oder Leistungsniveau zusammen – auf dem Platz, in Vereinen und in den Communities vor Ort. Genau diese verbindende Kraft des Sports möchten wir mit dem INTERSPORT Clubhouse sichtbar machen. Wir schaffen einen Ort, an dem Fans gemeinsam mit starken Markenpartnern Fußball erleben können und an dem echte Begegnungen entstehen“, sagt Dr. Alexander v. Preen, CEO INTERSPORT Deutschland eG.

Henriette Tesch, COO INTERSPORT Deutschland ergänzt: „Große Sportmomente schaffen enorme Aufmerksamkeit für unsere Sortimente. Mit dem INTERSPORT Clubhouse verbinden wir genau diese Emotionen mit relevanten Produktangeboten und echten Erlebnissen für unsere KundInnen.“

Experience-Store mit aktivem Spielfeld

Das INTERSPORT Clubhouse ist als temporärer **Experience- und Eventspace mit klarem Fokus auf Fußball und die WM** konzipiert. BesucherInnen erwartet ein Raum, der über

klassische Retailformate hinausgeht und Handel, Markenwelt und Erlebnis miteinander verbindet.

Herzstück des INTERSPORT Clubhouse ist ein integriertes **Kleinfeld mit Tribüne**, das über den gesamten Zeitraum für Challenges, Turniere und Community-Formate genutzt wird und den Store selbst zur Spielfläche macht. Ergänzt wird das Angebot durch ein **Make-it-Lab**, in dem BesucherInnen Produkte individuell gestalten und unter anderem Shirts mit WM-Patches personalisieren können.

Der integrierte **Experience-Store** wird von INTERSPORT Voswinkel betrieben und ist auch für Laufkundschaft geöffnet. BesucherInnen haben die Möglichkeit, Produkte aus den Bereichen Fußball und Sportstyle vor Ort zu erleben und zu kaufen. Damit verbindet INTERSPORT emotionale Markenerlebnisse bewusst mit konkreten Kaufimpulsen rund um eines der größten Sportereignisse der Welt. Auf dem Dach des Experience-Stores erweitert eine zusätzliche Eventfläche das INTERSPORT Clubhouse um eine weitere Ebene. Dort ermöglichen Screens und flexible Set-ups wechselnde Programmpunkte.

Besonderes Highlight zum Opening

Zum offiziellen Opening des INTERSPORT Clubhouse am 6. Juni erlebten BesucherInnen eine besondere Auftaktaktion auf dem Kleinfeld. Mehrere Tausend Fußbälle füllten das Spielfeld und verwandelten es in ein sichtbares Symbol für die Idee des INTERSPORT Clubhouse: Teamsport für alle zugänglich zu machen.

Die Bälle wurden im Laufe des Tages dank Unterstützung von adidas direkt an die BesucherInnen ausgegeben und stehen sinnbildlich für das, was INTERSPORT mit dem Clubhouse verbinden möchte: den einfachen Zugang zu Sport, die Freude an Bewegung und die Möglichkeit, gemeinsam aktiv zu sein – unabhängig von Alter, Herkunft oder sportlichem Niveau.

Markenpartner mit Test-&-Try-Erlebnissen

Auch die Markenpartner sind eng in das Erlebnis eingebunden. **adidas, Nike** und **PUMA** sind mit Test-&-Try-Formaten vor Ort präsent und ermöglichen es BesucherInnen, aktuelle Produkte rund um Fußball direkt im sportlichen Kontext auszuprobieren.

„Bei der Europameisterschaft 2024 haben wir gesehen, welche Begeisterung wir gemeinsam in Deutschland durch Fußball auslösen können. Jetzt freuen wir uns auf die Weltmeisterschaft und das nächste große Fußballfest – in Deutschland und weltweit. Dafür brauchen wir Orte wie das INTERSPORT Clubhouse, wo man Fußball aktiv vor Ort erleben, spielen und zelebrieren kann“ sagt Mathieu Sidokpohou, Chief Commercial Officer bei adidas.

Matthias Bäumer, CCO bei Puma betont: „Fußball ist mehr als ein Spiel – er ist Teil von Kultur, Identität und urbanem Lifestyle. Im INTERSPORT Clubhouse wird genau diese Energie greifbar und erlebbar, weil Menschen den Sport hier nicht nur sehen, sondern aktiv mitgestalten und miteinander teilen.“

Über die gesamte Laufzeit hinweg wird das INTERSPORT Clubhouse damit zu einem zentralen Hotspot der Fußball-WM in Berlin – offen, aktivierend und mitten in der Stadt. Es bringt Sport, Marke und Community zusammen und macht erlebbar, wofür Fußball im Kern steht: Emotion, Begegnung und gemeinsame Leidenschaft.

Bilder zum Download finden Sie hier:

<https://newsroom.intersport.de/pressemeldung/intersport-eröffnet-clubhouse-zur-fussball-wm-in-berlin>.

Weitere Bilder zur INTERSPORT, den INTERSPORT-Vorständen und unserer Zentrale finden Sie in unserer Mediathek: [INTERSPORT Newsroom: Mediathek](#)

KONTAKT

Sie haben noch Fragen? Wir helfen Ihnen gerne weiter:

Dr. Katharina Janke

Leiterin Corporate Communications & Public Relations

Tel.: +49 7131 288-4187

Mobil: +49 (0) 172 6375631

E-Mail: katharina.janke@intersport.de

Unseren digitalen Pressebereich finden Sie unter: <https://newsroom.intersport.de/>

INTERSPORT DEUTSCHLAND EG: UNSER GESCHÄFT IST ES, MENSCHEN ZU BEWEGEN

Denn wir sind felsenfest überzeugt: Sport, Gesundheit und Gesunderhaltung sind nicht zu trennen! Sport ist essenziell für jede und jeden von uns, für die gesamte Gesellschaft und unser soziales Miteinander, er ist systemrelevant. Sport ist ein Lebenselixier. Dafür setzen wir uns ein. Das ist unsere DNA.

Von Tag eins an bewegen wir mit unseren Partnern mehr Menschen als jeder andere. Keiner kann das so wie wir es können. Das ist unsere Stärke: 3 Millionen Sportler laufen bei uns ein und aus. Mit rund 700 Champions vor Ort, rund 1.400 lokalen Stadien – allein 420 unter der INTERSPORT-Brand mit einer Spielfläche von rund 500.000 Quadratmetern sind wir das Heimstadion für alle Sportfreunde. Ein Ort der Gleichgesinnten und der Erlebnisse und der Energie. So schreiben wir Geschichten und Geschichte. Seit 70 Jahren sind wir der Spitzenreiter für das Geschäft rund um den Sport und die Gesundheit. Und

wohin wir auch blicken, wir sehen Menschen und Möglichkeiten aktiv zu werden. Dafür legt sich jeder von uns ins Zeug, in den Geschäften vor Ort und in der digitalen Welt. So sind wir, was wir immer schon waren: BEST IN SPORTS.

MIT UNSERER LIEBE ZUM SPORT INSPIRIEREN WIR MENSCHEN ZU EINEM BESSEREN LEBEN.