



INTERSPORT®

PRESSEMITTEILUNG

Heilbronn, 18.12.2024

Hochpräzises Targeting am Point of Sale mit Millionen Werbekontakten wöchentlich

INTERSPORT MARKETING SERVICES BRINGT IN-STORE SCREEN RETAIL MEDIA IN DEN SPORT-EINZELHANDEL

INTERSPORT Deutschland setzt neuen Standard im Retail Media: „In den beiden vergangenen Jahren haben wir mit unserem 360-Grad-Ansatz im Retail Media mit unserer Tochtergesellschaft INTERSPORT Marketing Services bereits Ausrufezeichen in der Branche gesetzt“, betont Thomas Storck, CFO und stellvertretender Vorsitzender INTERSPORT Deutschland eG. „Nun setzen wir erneut einen neuen Standard; denn als erster Sportfachhändler in Deutschland machen wir nun das In-Store Retail Media-Inventar programmatisch buchbar“, unterstreicht Storck. Durch die neue Zusammenarbeit mit der One Tech Group, dem Digital-out-of-Home-Spezialisten, schafft INTERSPORT Deutschland mit dem Anschluss an das SSP1-Ökosystem der One Tech Group eine einzigartige Möglichkeit, Marken direkt am Point of Sale noch besser mit sportbegeisterten KundInnen zu verbinden. Dieser strategische Schritt optimiert die KundInnenansprache auf den Screens in den modernen INTERSPORT-Sporterlebniswelten weiter und positioniert INTERSPORT Deutschland erneut als Vorreiter in der Branche.

INTERSPORT Deutschland eG
Wannenäckerstraße 50, 74078 Heilbronn
Team Unternehmenskommunikation
presse@intersport.de
Dr. Katharina Janke
Team Lead Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 (0) 7131 288-4187

AUS LIEBE ZUM SPORT

Die INTERSPORT Marketing Services, IMS, bietet Unternehmen den direkten Zugang zu den sportbegeisterten KundInnen der führenden SportfachhändlerInnen in Deutschland. Mit der Vermarktung von Werbeflächen in 800 Stores aus dem INTERSPORT-Verbund ist der INTERSPORT Marketing-Spezialist der ideale Partner für Marken, die im hochattraktiven Sportumfeld werben möchten. Maßgeschneiderte und skalierbare 360-Grad-Kampagnen ermöglichen die Erschließung neuer Zielgruppen direkt am Point of Sale sowie digital über intersport.de, Newsletter und Social Media. Ein großes Plus der IMS ist auch der Ausbau des Loyalty-Programms von INTERSPORT Deutschland.

Mehrere Millionen Werbekontakte pro Woche in einer attraktiven Zielgruppe

Mit dem Anschluss an die Supply-Side-Plattform der One Tech Group setzt die IMS jetzt ihre Erfolgsgeschichte fort. Supply-Side ist eine Technologie, die dazu beiträgt, den Verkauf von Inventarflächen auf Websites, Apps etc. - oder eben auf Store-Screens – aufgrund von Impressions zu erleichtern. Auf rund 1.300 Screens in bereits 400 der kooperierenden INTERSPORT-Stores haben Unternehmen und Sponsoren nun die einzigartige Möglichkeit, noch effizienter und präziser zu werben. Die digitalen Werbeflächen, die über **mehrere Millionen Werbemittelkontakte pro Woche** generieren, sind ab sofort über die SSP1 der One Tech Group buchbar – sowohl als Preferred und Guaranteed Deals als auch via Private oder Open Auction. Werbetreibende profitieren von einer Screentime von 15 Sekunden je Werbeclip in einem 7-Minuten-Loop, was einer Bruttosendezeit von 21,5 Minuten täglich pro Store entspricht. Vor Ort umgesetzt wird die neue Vermarktungsstrategie in Zusammenarbeit mit den TV-Dienstleistern Mediativ und Xplace.

„Mit der programmatischen Vermarktung unseres digitalen In-Store-Inventars gehen wir einen entscheidenden Schritt in die Zukunft des Sport-Retail-Marketings“, so Thomas Storck weiter. „INTERSPORT Deutschland positioniert sich damit als Vorreiter für innovative Werbemöglichkeiten im Sport-Einzelhandel und bietet Marken eine Plattform, die sowohl Reichweite als auch gezielte Ansprache kombiniert.“ Gleichzeitig schafft INTERSPORT auch für seine HändlerInnen eine einfache und effektive Möglichkeit, von der Digitalisierung zu profitieren. Sie werden quartalsweise am Umsatz beteiligt – ganz ohne zusätzlichen Aufwand.

Qualität und Relevanz im Fokus

Besonders großen Wert legt die IMS auf die Qualität und Relevanz der ausgespielten Inhalte. Alle Clips und Marken werden vor Ausspielung sorgfältig geprüft, um sicherzustellen, dass nur Inhalte gezeigt werden, die den Qualitätsansprüchen von INTERSPORT Deutschland entsprechen. Insbesondere werden keine Inhalte gezeigt, die gegen die Grundsätze von INTERSPORT verstoßen. Kategorisch ausgeschlossen bleiben insbesondere Themen wie Drogenkonsum oder Sportwetten. Das Unternehmen setzt sich seit Jahrzehnten für Toleranz und gegen Rassismus und Gewalt ein.

Durch die Partnerschaft mit der One Tech Group arbeitet INTERSPORT Deutschland mit dem führenden Supply-Side-Spezialisten im DACH-Raum zusammen. „Die Partnerschaft mit INTERSPORT Deutschland stellt einen wichtigen Schritt in der Entwicklung von Retail Media im Sport-Einzelhandel dar. Die Kombination aus dem herausragenden Kundenzugang der INTERSPORT-Stores und den präzisen Targeting-Möglichkeiten unserer SSP1-Plattform bietet Werbetreibenden einzigartige Möglichkeiten“, betont Daniel Siegmund, Gründer und Managing Director der One Tech Group.

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: www.intersport.de/unternehmen/presse

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 1.600 lokalen Stadien und einer Spielfläche von über 1,1 Million 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 über 68 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.

ÜBER DIE ONE TECH GROUP

Die One Tech Group ist der Supply-Side-Spezialist für sämtliche One-to-many-Kanäle und bietet Lösungen in den Bereichen Programmatic Technology und Adservering, Data Activation sowie Inventory Management. Dabei vereint das Unternehmen sämtliche technischen Lösungen und Produkte für One-to-many-Publisher auf einer Plattform – von digitaler Außenwerbung (DooH), In-Store Retail Media, über Out-of-Home (klassische Plakatwerbung), Print bis hin zu Radio. Die integrierte Supply-Side-Plattform SSP1 bietet Werbetreibenden bereits Zugang zum größten Inventar für Programmatic DooH, OoH, Print und Radio im DACH-Raum. Mit den Produkten ADSERVER1, ein auf One-to-many Medien ausgerichteter Adserver, DMP1, einer Data-Management-Lösung zur Nutzung von 1st- und 3rd-Party-Daten sowie NMS1, einer integrierten

Inventar- und Sales-Management-Lösung, bietet die One Tech Group eine einzigartige Plattform für One-to-many Publisher an.