



**INTERSPORT®**

PRESSEMITTEILUNG

Heilbronn, 22.09.2025

## **INTERSPORT DEUTSCHLAND STARTET MIT INTERSPORT-FLAGSHIP-HÄNDLERN GROSSE ERLEBNISOFFENSIVE UND SCHAFFT „MONEY- CAN'T-BUY-MOMENTE“ FÜR SPORTFANS**

**Sport mit allen Sinnen erlebbar machen: Mit den Flagship-Stores hebt INTERSPORT Deutschland die Kundenerfahrung im Sportfachhandel auf ein neues Level. Die Leuchtturmstandorte im INTERSPORT-Verbund bieten nicht nur beste Sortimente und höchste Beratungskompetenz, sondern schaffen mit einem vielfältigen Eventprogramm einzigartige Erlebnisse für die Community. Ab Herbst 2025 starten die Flagship-Häuser ein wahres Erlebnisfeuerwerk mit Top-Markenpartnern – vom Berlin Marathon über UTMB-Runs bis hin zu exklusiven Ski-Events in den Alpen. Gelungener Auftakt war die Aktion „Road To Berlin“. Lauf-Communities der INTERSPORT-Flagship-Häuser waren Teil von Deutschlands begehrtester Marathon-Veranstaltung mit rund 80.000 LäuferInnen.**

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

**AUS LIEBE ZUM SPORT**

Sport lebt von Leidenschaft, Gemeinschaft und Emotionen – und genau deshalb stellt das INTERSPORT-Flagship-Konzept das Erlebnis in den Mittelpunkt. Unter dem Leitgedanken „Money can't buy“ schaffen die Leuchtturm-Standorte von INTERSPORT Deutschland einzigartige Kundenerlebnisse, die man nicht kaufen kann und die den stationären Handel auf emotionale Weise aufladen.

„Ein herausragendes, breites Angebots- und Serviceportfolio – in Kombination mit außergewöhnlichen Sport-Erlebnissen – ist die DNA unserer Flagship-Händler. Hier geht es nicht nur um Produkte, sondern um unvergessliche Momente, die unsere Kundinnen und Kunden begeistern und die Leidenschaft für Sport erlebbar machen. Mit unseren Events schaffen und ermöglichen wir dabei einzigartige Erfahrungen für unsere Kundinnen und Kunden, die den Sportfachhandel neu definieren. Unsere Flagship-Händler stehen für die Zukunft im Sportfachhandel und verbinden ihre regionalen Communities auf internationalem Top-Niveau“, erklärt Dr. Alexander v. Preen, CEO INTERSPORT Deutschland eG.

### **Highlight-Events im Flagship-Jahr 2025/2026**

#### Road to Berlin – Mit INTERSPORT Flagship zum Marathon-Highlight

Ein Beispiel für eine gelungene Aktivierungskampagne, ist die aktuelle Aktion „Road To Berlin“: An den Flagship-Standorten in Osnabrück, Mannheim, Kempten und Ravensburg wurde eine Gruppe von je zehn Laufbegeisterten mit Laufcoaches und gemeinsamen Sporteinheiten auf den BMW Berlin-Marathon am 21. September 2025 vorbereitet. Die TeilnehmerInnen erhielten in der gesamten Vorbereitungsphase gezielte Trainings- und Ernährungstipps und gehen am Marthontag gemeinsam an den Start. Die Aktion wird gemeinsam mit dem Markenpartner Adidas umgesetzt.

#### Ski-Test-Event in Sölden – Premium-Erlebnis auf dem Gletscher

Vom 21. bis 23. November 2025 verwandeln die INTERSPORT-Flagship-Häuser den Tiefenbachgletscher in Sölden in ein exklusives Testcenter. 150 - 200 KundInnen haben die Möglichkeit, die neuesten Premium-Produkte aus der Kategorie Winter zu testen – darunter Ski, Skischuhe, Helme und Brillen führender Top-Marken. Neben dem Materialtest erwarten die Teilnehmenden geführte Technikkurse sowie besondere Gäste aus der Wintersport-Szene.

#### HOKA x UTMB – Flagship bringt KundInnen zum weltbekannten Trailrunning-Event

Im Rahmen eines exklusiven Flagship-Gewinnspiels sichern sich KundInnen vier der begehrten Startplätze für ein Wochenend-Event der UTMB World Series. UTMB steht für Ultra Trail Mount Blanc, eine internationale Bewegung, die über zehntausend LäuferInnen weltweit begeistert. Neben den Starttickets für den Lauf im Elsass Mitte Mai 2026 umfasst das Erlebnis eine umfassende Vorbereitung und ein Coaching mit HOKA-AthletInnen.

### Mammut Gipfeltour – Ein 4.000er für die Community

Ein ganz besonderes Abenteuer erwartet acht KundInnen im Juni 2026: Gemeinsam mit der Mammut Mountain School aus Zermatt geht es auf das Breithorn (4.164 m). Das dreitägige Programm umfasst Impulsvorträge, Einführungskurse auf der Testa Grigia sowie die Besteigung – inklusive professioneller Bergführer, Outfits von Mammut, Unterkunft und Anreise.

Weitere sportliche Highlight-Events sind bei allen INTERSPORT-Flagship-Häusern geplant, unter anderem zur Fußball-Weltmeisterschaft 2026.

### **Hintergrund: INTERSPORT-Flagship steht für die Speerspitze im deutschen Sportfachhandel**

Die Marke INTERSPORT platziert sich mit dem Flagship-Konzept im absoluten Topsegment des deutschen Sportfachhandels: Angebote, Services und Erlebnisqualität setzen hier Zeichen für die KundInnen. Die Flagship-Häuser treten dabei jeweils unter einem edlen schwarzen INTERSPORT-Logo und einem einheitlichen Gestaltungskonzept am Markt auf. Die hohen Kriterien für das Flagship-Label, beispielsweise eine herausragende regionale Markenpräsenz, exklusive Standorte, eine Verkaufsfläche von mindestens 2.500 Quadratmetern sowie ein vielseitiges und attraktives Angebot in Schlüsselkategorien, gewährleisten, dass jedes Flagship-Haus ein umfassendes und besonderes Einkaufserlebnis bietet. In der Bewertungskategorie Customer Experience zeichnen sich INTERSPORT-Flagship-Standorte durch bestehende Sport-Communities, eine intensive Kommunikation über Social Media, VIP-Shopping, oder Sportcoachings aus. Das Omnichannel-Konzept, regelmäßige Sportevents sowie einzigartige Kundenerlebnisse – sowohl online als auch offline – ergänzt durch ein durchdachtes Nachhaltigkeitskonzept, vollenden den Gesamtauftritt der INTERSPORT-Flagship-Stores. Potenzielle Standorte werden anhand von über 70 Einzelkriterien evaluiert.

Mit aktuell sechs Flagship-Häusern in Deutschland – darunter INTERSPORT Krumholz in Mülheim-Kärlich, Sport Förg in Augsburg, L&T in Osnabrück, engelhorn sports in Mannheim sowie Sport Reischmann in Kempten und Ravensburg – entsteht ein einzigartiges Netzwerk an Sporterlebniszentren. Jedes Haus verbindet Premium-Sortiment, Beratungskompetenz und unvergleichliche Events zu einem Gesamterlebnis, das Sport in all seinen Facetten zelebriert.

Bilder zum Download finden Sie in unserem [INTERSPORT-Newsroom](#).

## 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](mailto: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 Sportlerinnen und Sportler laufen bei uns ein und aus. Mit über 700 Champions vor Ort, über 1.400 lokalen Stadien und einer Spielfläche von über 1,1 Million Quadratmeter 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 65 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.**