

PRESSEMITTEILUNG

A wide-angle photograph of the exterior of the INTERSPORT Flagship Store in Sölden, Austria. The store is a large, modern building with large windows displaying various ski equipment. In front of the store, there are several people walking and a few small tents or kiosks set up. The background shows a snowy mountain landscape under a clear sky.

Heilbronn, 27.11.2025

INTERSPORT-FLAGSHIP-HÄNDLER LADEN WINTERSPORTFANS ZUM EXKLUSIVEN SKITEST MIT DSV-STARS NACH SÖLDEN

Auftakt zur Wintersportsaison 2025/2026: Prominente Gäste des Deutschen Skiverbands (DSV), Top-Marken und newest Ski-Technologien machten den exklusiven Skitest in Sölden vom 21. bis 23. November 2025 zu einem Event-Highlight für rund 200 TeilnehmerInnen. Ausgerichtet wurde der Premium-Skitest am Tiefenbachgletscher von den INTERSPORT-Flagship-Händlern - Sport Reischmann, engelhorn sports und L&T - gemeinsam mit der INTERSPORT Deutschland eG.

Die INTERSPORT-Flagship-Händler Sport Reischmann (Kempten und Ravensburg), engelhorn sports (Mannheim) und L&T (Osnabrück), die zu den größten und exklusivsten Sporthändlern Deutschlands zählen, luden ihre KundInnen gemeinsam mit INTERSPORT Deutschland zum Testen der neuesten Skimodelle der Saison ein. Im Testcenter am Tiefenbachgletscher und in der Freizeitarena Sölden konnten sich die TeilnehmerInnen bei führenden Wintersportmarken wie HEAD, Atomic, Stöckli, Völkl, Salomon, Nordica, Blizzard, Tecnica, OAKLEY und Giro zu den aktuellen Ski und Skischuhen sowie weiterem Equipment beraten lassen und die Produkte während des Wochenendes ausgiebig auf der Piste ausprobieren.

Ein besonderes Highlight des Skitests war der Besuch prominenter Gäste aus dem Deutschen Skiverband (DSV): Am Freitagabend begrüßte Wolfgang Maier, Alpindirektor des DSV, die Teilnehmenden. Er gewährte exklusive Einblicke hinter die Kulissen des Weltcup-Geschehens und in die Vorbereitungen der Skiprofis. Am Samstag stand der aktive Austausch auf der Piste im Mittelpunkt – gemeinsam mit Stefan Luitz, ehemaliger

Weltcupfahrer des DSV, der mit den Gästen auf dem Gletscher unterwegs war und wertvolle Tipps für die perfekte Technik gab.

„Zum ersten Mal richten wir den Skitest gemeinsam mit unseren INTERSPORT-Flagship-Partnern engelhorn sports und L&T aus. Das freut mich besonders, denn so können wir noch mehr KundInnen und Kunden dieses tolle Ambiente in Sölden und die Möglichkeit die neuesten Wintersportprodukte ausgiebig zu testen, bieten. Exklusive Events wie dieses machen Sport zu einem einzigartigen Erlebnis“, sagt Thomas Reischmann, Geschäftsführer Sport Reischmann.

„Der Skitest, veranstaltet mit unseren INTERSPORT-Flagship-Händlern, ist weit mehr als ein klassisches Testevent. Er verbindet exklusives Produkterlebnis, Fachwissen und echte Begeisterung für den Sport. Diese Verbindung ist genau das, wofür INTERSPORT Flagship grundsätzlich steht: Die Speerspitze des deutschen Sportfachhandels“, sagt Dr. Alexander von Preen, CEO INTERSPORT Deutschland eG. „Dass wir mit den DSV-Größen Wolfgang Maier und Stefan Luitz zwei echte Sympathieträger des Skisports gewinnen konnten, war das i-Tüpfelchen auf einem rundum gelungenen Wochenende.“

Die umfangreichen Testmöglichkeiten gepaart mit informativen Markenpräsentationen, gemütliche Abendveranstaltungen und die persönlichen Begegnungen mit den DSV-Stars sorgten für eine einmalige Atmosphäre. Unterstützt wurde das Event zudem von Reiseveranstalter Hagen Alpin Tours.

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 INTERSPORT-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 INTERSPORT-Flagship-Haus ein umfassendes und besonderes Einkaufserlebnis bietet. In der Bewertungskategorie Costumer 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 ab Januar 2026 sechs INTERSPORT-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

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 Spitzensreiter 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.