



INTERSPORT FLAGSHIP-STORES WERDEN WÄHREND DER FUSSBALL-WELTMEISTERSCHAFT ZU ERLEBNIS-HOTSPOTS

Heilbronn, 03.06.2026. Zur Fußball-Weltmeisterschaft 2026 werden die **INTERSPORT-Flagship-Stores zu zentralen Erlebniszentren für Fußballfans. Mit der Trikotkampagne „Wir haben sie alle“ sowie Public-Viewing-Events in den Stores entstehen Erlebnis-Hotspots, an denen internationale Fußballkultur, Fan-Emotion und Shoppingerlebnis auf besondere Weise zusammenfinden.**

INTERSPORT-Flagship-Häuser als Erlebniszentren: „Wir haben sie alle“-Trikotkampagne

Im Mittelpunkt der WM-Aktionen steht die außergewöhnliche Trikotkampagne „Wir haben sie alle“: Auf den Premium-POS-Flächen von L&T in Osnabrück, engelhorn sports in Mannheim, Sport Reischmann in Kempten und Ravensburg, Sport Förg in Augsburg und INTERSPORT Krumholz in Mülheim-Kärlich, werden die Trikots aller 48 teilnehmenden Mannschaften präsentiert und zum Kauf angeboten. „Unser 48-Nationen-Konzept ist in dieser Form einzigartig im Markt: Alle WM-Nationen sind mit ihren Trikots direkt im Store erlebbar und verfügbar. Seit 2014 verfolgen wir bei allen Welt- und Europameisterschaften konsequent das Ziel, die Trikots aller teilnehmenden Nationen anzubieten. Damit schaffen wir nicht nur eine neue Dimension der Fan- und Markenerfahrung, sondern machen uns regional zum Zentrum des Fußballs und sind auch überregional eine feste Adresse für leidenschaftliche Trikotsammler“, sagt Fabian Engelhorn, Geschäftsführer der engelhorn Gruppe.

Und Thomas Ganter, Geschäftsführer bei L&T, beide stellvertretend für alle INTERSPORT-Flagship-Händler, unterstreicht: „Als INTERSPORT-Flagship-Häuser setzen wir nicht nur auf die besten Sortimente, sondern gleichzeitig auch auf herausragende Erlebnisse für unsere Kunden. Wir bringen Communities zusammen und Once-in-A-Lifetime-Momente werden Wirklichkeit. Zur WM 2026 werden wir bei L&T in Osnabrück zu unserem Public Viewing am 14. Juni unter anderem Mario Basler begrüßen.“

Public Viewing Events: Gemeinsam Fußballfieber erleben

Für noch mehr Fußballbegeisterung laden die INTERSPORT-Flagship-Stores ihre StammkundInnen zu exklusiven Public-Viewing-Events ein. Bei den Vorrundenspielen der deutschen Nationalmannschaft werden die Stores von L&T, Sport Reischmann, Sport Förg und INTERSPORT Krumholz zu zentralen Treffpunkten – begleitet von Moderation und prominenten Überraschungsgästen. Das Rahmenprogramm der Public-Viewing-Events

umfasst EA SPORTS FC™-Turniere, sportliche Mitmachaktionen und spannende Gewinnspiele. So werden die INTERSPORT-Flagship-Häuser während der Fußball-Weltmeisterschaft zu lebendigen Erlebnis-Hotspots, die Menschen verbinden und gemeinsame Fußballmomente schaffen.

„Unsere INTERSPORT-Flagship-Häuser definieren den stationären Handel neu. Sie sind nicht nur Verkaufsflächen, sondern Erlebniszentren, die Marke, Sport und Emotion miteinander verbinden. Gerade zur Fußball-Weltmeisterschaft zeigt sich, wie stark der Erlebnisfaktor zum entscheidenden Differenzierungsmerkmal wird und wie wir Fans mitten ins Geschehen holen“, betont Dr. Alexander von Preen, CEO INTERSPORT Deutschland eG.

Bilder zum Download finden Sie [hier](#).

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/>

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 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 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.

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.