



## **SPORT VERBINDET: INTERSPORT MACHT DIE FUSSBALL-WM IM JUBILÄUMSJAHR BUNDESWEIT ERLEBBAR**

- INTERSPORT Deutschland startet im Jubiläumsjahr des Unternehmens eine der größten WM-Aktivierungen seiner Geschichte: Feuerwerk von Angeboten, Erlebnissen und Aktionen bundesweit
- Zentrales Element ist das INTERSPORT Clubhouse in Berlin als Erlebnis- und Community-Hub
- Flächendeckende Maßnahmen im Handel verbinden Markeninszenierung mit lokalem Erlebnis für Millionen Fans

Heilbronn, 20.05.2026: **Im Jahr seines 70-jährigen Bestehens setzt INTERSPORT Deutschland ein starkes Zeichen für die verbindende Kraft des Sports und macht die Fußball-Weltmeisterschaft der Männer mit einer der größten Kampagnen seiner Unternehmensgeschichte erlebbar. Unterstützt durch die INTERSPORT International Corporation GmbH, IIC, und starke Markenpartner verbindet INTERSPORT Deutschland emotionale Markenerlebnisse mit einer breiten Präsenz im Handel – von lokalen Stores bis hin zu einem zentralen Highlight in der Hauptstadt.**

### **Das Highlight in Berlin: INTERSPORT Clubhouse**

Im Zentrum der Aktivitäten steht das INTERSPORT Clubhouse in Berlin, das vom 6. Juni bis 19. Juli auf dem Ravelinplatz in Berlin-Mitte zur zentralen Anlaufstelle für Sportbegeisterte wird. Gemeinsam mit den Markenpartnern adidas, PUMA und Nike wird hier ein erlebnisorientierter Raum geschaffen, der Sport, Community und Marke miteinander verbindet und die Fußball-Weltmeisterschaft auf eine neue, unmittelbar erlebbare Weise inszeniert.

Das Konzept vereint verschiedene Erlebnisbereiche: In der „Make it Lab Area“ stehen Individualisierung, Workshops, Markenerlebnisse und E-Gaming-Formate im Fokus – unabhängig von Wetterbedingungen. Der zentrale „Fußball-Pitch“ im Zentrum der Fläche bietet Raum für sportliche Challenges, Test & Try-Angebote, Turniere sowie Meet & Greets mit SportlerInnen. Ergänzt wird das Clubhouse durch eine integrierte Retail-Fläche, auf der ausgewählte Produkte direkt vor Ort erhältlich sind sowie eine Tribüne für Zuschauende und einen Cateringbereich. Zum Opening-Event am 6. Juni sind darüber hinaus besondere Aktionen geplant.

Henriette Tesch, COO INTERSPORT Deutschland eG, betont: „Teamsport ist einer der stärksten Treiber für Emotionen im Sport und spielt damit eine zentrale Rolle für unsere Marke und unser Sortiment. Gerade rund um die Fußball-Weltmeisterschaft zeigt sich, wie relevant authentische Teamsport-Momente für Fans sind – vom Trikot bis zum Erlebnis im Store. Genau hier setzen wir mit unseren Aktionen und Events an und stärken die Faszination Teamsport.“

### **Bundesweite Produktinszenierung in über 200 Stores**

Während Berlin mit dem INTERSPORT Clubhouse zum zentralen Anlaufpunkt für Fans und Communities wird, bringt INTERSPORT Deutschland die Weltmeisterschaft gleichzeitig auch flächendeckend in die Stores vor Ort. In über 200 INTERSPORT Stores in ganz Deutschland setzt die INTERSPORT Marketing Services ab 26. Mai im Auftrag von adidas und Nike die größte Aktivierung der Unternehmensgeschichte um. Die INTERSPORT Marketing Services (IMS) bietet Unternehmen mit maßgeschneiderten und skalierbaren 360-Grad-Kampagnen den direkten Zugang zu den sportbegeisterten KundInnen der führenden Sportfachhändler in Deutschland.

Im Mittelpunkt stehen dabei die Trikots der Nationalmannschaften – insbesondere das DFB-Heim- und Auswärtstrikot von Adidas sowie weitere Trikots der von Nike ausgestatteten Teams. Aufmerksamkeitsstarke Schaufensterinszenierungen, markenspezifische Brand Zones und sogenannte Action Places innerhalb der Stores schaffen eine emotionale Verbindung zur WM und setzen gleichzeitig starke Impulse am Point of Sale. KundInnen profitieren so von einem besonders attraktiven Einkaufserlebnis in den Stores.

### **INTERSPORT Flagship-Stores als Erlebnis-Hotspots**

Eine besondere Rolle übernehmen außerdem die INTERSPORT-Flagship-Stores, die während des Turniers zu zentralen Erlebnisorten werden. Hier erwarten KundInnen exklusive Produktpräsentationen auf Premium-POS-Flächen sowie als Highlight eine einzigartige Trikotaktion mit den Trikots von allen 48 teilnehmenden Nationen. Diese werden bei L&T in Osnabrück, Sport Reischmann in Kempten und Ravensburg, Engelhorn Sports in Mannheim, INTERSPORT Krumholz in Mühlheim-Kärlich und Sport Förg in Augsburg erhältlich sein.

Für echtes Fußballfieber laden die INTERSPORT-Flagship-Häuser ihre StammkundInnen zu exklusiven Public-Viewing-Events ein. Jeweils zu einem Vorrundenspiel der deutschen Nationalmannschaft richten die Häuser L&T, Sport Reischmann, Sport Förg und INTERSPORT Krumholz ein Public-Viewing-Event mit einem einzigartigen Rahmenprogramm inklusive Moderation und prominenten Überraschungsgästen aus. Ergänzt werden die Events durch ein EA SPORTS FC™-Turnier, sportliche Mitmachaktionen und attraktiven Gewinnspiele.

### **Sportleidenschaft pur: Fußball-WM trifft Jubiläum**

Mit diesen Maßnahmen verbindet INTERSPORT Deutschland das eigene Jubiläum konsequent mit einem der größten Sportereignisse der Welt und macht erlebbar, wofür

die Marke seit sieben Jahrzehnten steht: Nähe zu den Menschen, starke Partnerschaften und echte Sportleidenschaft.

„Die Fußball-Weltmeisterschaft ist ein Ereignis, das Menschen überall zusammenbringt – genau das spiegelt auch unser Selbstverständnis wider. Im Jahr des 70. Jubiläums von INTERSPORT Deutschland nutzen wir diese Bühne ganz bewusst, um unsere Rolle als Partner der lokalen Sport-Communities erlebbar zu machen – in unseren 1.400 Stores, im direkten Austausch und mit Formaten, die weit über den klassischen Handel hinausgehen“, sagt Dr. Alexander v. Preen, CEO INTERSPORT Deutschland eG.

Bilder zum Download finden Sie in unserem [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 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.