



PRESSEMITTEILUNG



Heilbronn, 08.05.2025

## INTERSPORT EXPANDIERT MIT FLAGSHIP-KONZEPT: ZWEI NEUE LEUCHTTURM-STANDORTE IN MÜLHEIM-KÄRLICH UND AUGSBURG

- **INTERSPORT Deutschland setzt den Ausbau seines Flagship-Konzepts konsequent fort.**
- **Mit INTERSPORT Krumholz in Mülheim-Kärlich und Sport Förg in Augsburg kommen zwei weitere Standorte zum INTERSPORT-Flagship-Netzwerk hinzu, die den hohen Anspruch an ein modernes Sportgeschäft mit starkem Fokus auf Beratungskompetenz, Premium-Services und sportlichen Erlebnissen erfüllen.**
- **Das Flagship-Konzept ist zentraler Bestandteil der Strategie BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE. Es steht für Flächen mit hoher Ausstrahlung, einem qualitativ starken Markenauftritt und einem klaren Fokus auf Beratung und Service.**
- **Bereits heute gehören L&T in Osnabrück, engelhorn sports in Mannheim sowie Sport Reischmann in Kempten und Ravensburg zu den INTERSPORT-Flagship-Standorten.**

## **INTERSPORT Krumholz in Mülheim-Kärlich: Service und Spezialisierung**

INTERSPORT Krumholz betreibt am Standort Mülheim-Kärlich ein Sporthaus und ein separates Outdoorhaus mit einer Gesamtfläche von 3.800 Quadratmetern. Der Standort verzeichnet jährlich über 500.000 BesucherInnen. Die Schwerpunkte liegen neben Outdoor auf den Kategorien Running, Training, Sportstyle, Teamsport und Wintersport. Ein wesentliches Merkmal des Standorts ist die konsequente Serviceausrichtung. Dazu zählen unter anderem die „Ortho-Box“ zur individuellen Fußvermessung, ein Lauflabor mit Teststrecke, Skischuh-Fitting sowie ein Verleihservice. Damit positioniert sich Krumholz als spezialisierter Anbieter mit starker Beratungskompetenz im Sportfachhandel. Oliver Krumholz, Geschäftsführer INTERSPORT Krumholz: „Das INTERSPORT-Flagship-Logo ist eine Auszeichnung. Mit dem Flagship-Konzept schaffen wir einen klaren Rahmen, um unsere Beratungsqualität, Serviceangebote und Sortimentskompetenz weiter auszubauen.“

## **Sport Förg in Augsburg: Wintersport- und Outdoor-Fokus auf 3.800 Quadratmetern**

Bei Sport Förg in Augsburg werden Sportwelten auf rund 3.800 Quadratmetern Verkaufsfläche nicht nur sichtbar, sondern greifbar. Mit innovativen Services wie einem interaktiven Ski-Simulator und einem Sportstudio, unter anderem für Personal Trainings, bietet Sport Förg ein Einkaufserlebnis, das Information, Unterhaltung und Beratung intelligent verbindet. Teil des umfassenden Rundum-Skiservice von Sport Förg sind unter anderem Beratung, Verleih und Bootfitting. Der Schwerpunkt der insgesamt zehn Sortimentskategorien liegt auf Outdoor, Running und Wintersport. Christoph Schmid, Geschäftsführer Sport Förg, sagt: „Das Flagship-Konzept unterstützt uns mit der Strahlkraft der Marke INTERSPORT dabei, unsere Stärken als fachlich fokussierter Händler noch klarer herauszustellen. Gemeinsam mit den anderen Flagship-Händlern können wir Synergien auf hohem Niveau schöpfen.“

## **Klare Positionierung für den stationären Handel**

„Die INTERSPORT-Flagship-Stores sind die Speerspitze des deutschen Sportfachhandels. Sie zeigen in einer extrem hohen Qualität, wie sich stationärer Handel durch Spezialisierung, Service und Profilierung zukunftsfähig aufstellen kann“, erklärt Dr. Alexander v. Preen, CEO INTERSPORT Deutschland eG. „Mit dem Flagship-Konzept setzen wir als Verbund ein langfristiges Zeichen für die Stärkung des stationären Sportfachhandels – mit modernen Flächen, hoher Sortimentskompetenz und kundenorientierten Services. Sogenannte `Money can't buy`-Erlebnisse stehen im Vordergrund, denn Sport ist Leidenschaft und braucht Erlebnis und dieses finden Kundinnen und Kunden bei den INTERSPORT-Flagship-Häusern auf höchstem Niveau.“

### **Die „Road To Berlin“: Aktuelle Erlebnis-Kampagne mit emotionalem Mehrwert**

Das INTERSPORT-Flagship-Konzept stellt das Erlebnis ins Zentrum. Ein Beispiel für eine gelungene Aktivierungskampagne, ist die aktuelle Aktion „Road To Berlin“: An allen aktuellen Flagship-Standorten - Osnabrück, Mannheim, Kempten und Ravensburg – wird eine Gruppe von je zehn Laufbegeisterten mit Laufcoaches und gemeinsamen Sporteinheiten auf den BMW Berlinmarathon am 21. September 2025 vorbereitet. Die TeilnehmerInnen erhalten in der gesamten Vorbereitungsphase gezielte Trainings- und Ernährungstipps und gehen am Marathontag gemeinsam an den Start. Die Aktion wird gemeinsam mit der Marke Adidas umgesetzt.

Weitere sportliche Highlight-Events sind bei allen INTERSPORT-Flagship-Häusern über das Jahr hinweg geplant, bei denen Sportexperience im Fokus steht und unterschiedliche Sporterlebniswelten anspricht. Darunter unter anderem gemeinsame Aktionen im Herbst mit der Outdoormarke Mammut und den Runningmarken New Balance und Hoka. Im November 2025 werden KundInnen zu einem exklusiven Ski-Test-Event nach Sölden geladen. Auch für das Jahr 2026 sind gemeinsame INTERSPORT-Flagship-Aktionen in Planung, unter anderem zur Fußball-Weltmeisterschaft.

### **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 schwarzfarbenen 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.

Mehr Informationen zu den INTERSPORT-Flagship-Stores unter [www.intersport.de/flagship](http://www.intersport.de/flagship)

Bildmaterial zu den INTERSPORT-Flagship-Stores gibt es im [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)

## 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 über 700 Champions vor Ort, mehr als 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 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.