



PRESSEMITTEILUNG

Heilbronn, 27.01.2026

Eine Plattform, unendliche Omnichannel-Erlebnisse

## **INTERSPORT DEUTSCHLAND ENTWICKELT INTERSPORT.DE ZUR UMFASSENDEN OMNICHANNEL-PLATTFORM WEITER**

**INTERSPORT Deutschland treibt seine Omnichannel-Strategie konsequent voran und entwickelt intersport.de zu einer umfassenden Online-Plattform weiter, die die Mitglieder des Verbunds, Markenpartner und KundInnen stärker miteinander vernetzt. Der Fokus liegt dabei auf dem Aufbau eines herausragenden Sortiments, welches KundInnen alles rund um ihren Sport und ihre Gesundheit bietet. Gleichzeitig schaffen neue Omnichannel-Features ein durchgängiges, kanalübergreifendes Einkaufserlebnis.**

„Die Weiterentwicklung von intersport.de hin zu einer Omnichannel-Plattform ist ein Meilenstein unserer digitalen Transformation“, sagt Thomas Storck, Stellvertretender Vorstandsvorsitzender und CFO INTERSPORT Deutschland eG. „Wir verbinden die Stärke unseres Händlernetzwerks mit einem nach oben abgerundeten modernen, leistungsfähigen Online-Angebot, um unseren KundInnen ein echtes ‚Best in Sports‘-

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

**AUS LIEBE ZUM SPORT**

Erlebnis und das beste Sport- und Sportstyle-Sortiment in Breite und Tiefe zu bieten. Gleichzeitig investieren wir gezielt in neue digitale Services, damit unsere Händler jeden Kunden zufriedenstellen können.“

Bereits seit Frühjahr 2025 wird das verfügbare Online-Sortiment gezielt ausgebaut. Da die KundInnen auf intersport.de jünger sind und oft höherwertige Sortimente suchen, ist der Ansatz mit einem Trading-up verbunden, um so auch potenzielle Intersport Flagship-KundInnen online abzuholen. Dabei erhalten führende Markenpartner, die schon zuvor auf intersport.de vertreten waren, nun die Möglichkeit, deutlich breitere Produktwelten digital anzubieten. Zudem werden sukzessive weitere junge, aufstrebende Marken integriert, die das Profil der Plattform schärfen und zusätzliche Impulse für die sportaffine Zielgruppe setzen. Umgekehrt werden die so gewonnenen Online-KundInnen aktiv betreut und zu lokalen Events in den Stores eingeladen, wo State-of-the-Art-Beratung und exzellenter Service auf sie warten.

### **Omnichannel stärken – digitale Regalverlängerung für 1.400 INTERSPORT-Stores**

In den kommenden Monaten folgt ein zentraler Meilenstein: Die digitale Regalverlängerung für die 1.400 Stores, die zum INTERSPORT-Verbund gehören, in ganz Deutschland. KundInnen können dann mit ihren AnsprechpartnerInnen beim Händler vor Ort auf das gesamte Online-Sortiment zugreifen – inklusive von Artikeln, die vor Ort nicht vorrätig sind. Wer im Store bestimmte Produkte, eine bestimmte Größe oder Farbe sucht, aber nicht findet, kann diese künftig direkt vor Ort online bestellen und wenige Tage später abholen.

Gleichzeitig profitieren Händler und Marken von der Verknüpfung des Online-Angebots mit dem stationären Handel durch die zusätzlichen Marketingmöglichkeiten der INTERSPORT Marketing Services. So können Marken die sportaffine Zielgruppe in über 800 kooperierenden Stores direkt am Point of Sale erreichen und Händler von zusätzlichen Einnahmen profitieren. David Walker, Geschäftsführer INTERSPORT Digital GmbH, betont: „Unsere KundInnen wollen heute maximale Flexibilität – online wie offline. Mit dem Ausbau unserer Online-Plattform und der engen Verzahnung von Sortiment, Filiale und IMS schaffen wir ein Omnichannel-Erlebnis, das echten Mehrwert bietet.“

### **Zielbild: Alles rund um Sport und Gesundheit – gemeinsam mit starken Partnern**

Während markenaffine KundInnen im Zielbild bis 2030 von einem Sortiment profitieren, das in seiner Breite und Tiefe Maßstäbe setzt, stärkt die Weiterentwicklung von intersport.de auch die Sichtbarkeit und Reichweite der Partner. Zu den ersten, integrierten Markenpartnern zählen Adidas, VAUDE und JAKO.

Adidas zählt zu den weltweit führenden Sportartikelherstellern und nutzt die erweiterte Plattform als Chance, KundInnen ganzheitlich zu erreichen. „Durch die intensivere Präsenz auf intersport.de können wir unsere Produktwelten noch näher an die sportaffinen Kundinnen und Kunden von INTERSPORT bringen – digital und im Store“, so Björn Gulden, CEO Adidas AG. VAUDE, Spezialist für nachhaltige Outdoor-Produkte betont die Relevanz des Omnichannel-Ansatzes: „Die Möglichkeit, unsere Kollektionen digital sicht- und verfügbar zu machen und gleichzeitig in den Stores erlebbar zu bleiben, ist für

uns strategisch wertvoll“, erklärt Antje von Dewitz, CEO/Geschäftsführerin VAUDE. Und auch JAKO, führender Hersteller im Teamsportsegment, sieht klare Vorteile: „Die erweiterte Plattform bietet uns zusätzliche Reichweite und stärkt unser Zusammenspiel mit dem Fachhandel, der nah an den Vereinen berät“, betont Nadine Sprügel, CEO JAKO AG.

### **Performante Microservice-Architektur als Grundlage**

Mit dem Launch des neuen, auf einer modernen Microservice-Architektur basierenden E-Commerce-Shops im Januar 2025 hatte INTERSPORT Deutschland bereits entscheidende Grundlagen für die jetzt entstehende Online-Plattform gelegt. Eine 30-mal höhere Performance und eine deutlich gesteigerte Conversion-Rate sprechen für sich. Diese technologische Basis bildet das Fundament für die nun laufende Ausbaustufe zur umfassenden Online-Plattform.

„Mit der Weiterentwicklung unserer Online-Plattform stärken wir nicht nur das digitale Kundenerlebnis, sondern den gesamten INTERSPORT Deutschland Verbund. Unsere Händler erhalten Zugang zu Sortimenten, die sie stationär nicht führen können und gemeinsam mit unseren Markenpartnern profitieren sie von einer höheren Sichtbarkeit über alle Kanäle hinweg“, sagt Thomas Storck, CFO INTERSPORT Deutschland eG. Damit schafft INTERSPORT Deutschland die Grundlage für ein nachhaltiges Omnichannel-Wachstum im gesamten Verbund.

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.