



Heilbronn, 17.03.2023

OMNICHANNEL DAY 2023

SO EMOTIONAL STIMMT INTERSPORT SEINE MITGLIEDER AUF DIE ZUKUNFT DES HANDELS EIN

- Mit dem Event am 6. März 2023 mit über 800 Gästen, zahlreichen Top-SpeakerInnen sowie Partner-Brands wie Adidas, Puma und Nike hat INTERSPORT seine bundesweit rund 800 HändlerInnen auf die Zukunft der Retail-Branche eingestimmt.
- Digitalisierung - mit der besten Omnichannel-Experience - ist einer der wesentlichen strategischen Eckpfeiler der neuen Strategie „BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE“ von INTERSPORT, die das Unternehmen bis 2026 verfolgt und die der INTERSPORT-Vorstand den Event-Teilnehmenden lebendig vermittelte.
- Im Fokus des Events stand der Omnichannel-Ansatz, mit dem der Sportfachhändler den Handel auf ein neues Level heben will.
- Neben verschiedenen Masterclasses und Impulsen dominierte auch das Thema der neuen Marken-Offensive #EinmalSport. INTERSPORT das Event, mit der INTERSPORT auf Barrieren im Sport aufmerksam macht und Zugänge zum Sport schafft.
- Ex-Fußballer und Funktionär Thomas Hitzlsperger, Fußball-Weltmeisterin Steffi Jones und Rennfahrerin Laura-Marie Geissler gaben ihre persönlichen Einblicke zum Thema Hürden und Barrieren im Sport.

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

AUS LIEBE ZUM SPORT

- **Als weiteres Highlight sorgte der Berliner Rapper Sero im Rahmen der Aftershow-Party mit seinem Kampagnensoundtrack zu #EinmalSportINTERSPORT für Stimmung.**

Emotion führt zu Aktion: Nach dem außerordentlichen Erfolg des ersten Omnichannel Days zeigt die verdoppelte Teilnehmerzahl wie positiv das Event angenommen wurde. Mit dem Omnichannel Day hat der Sportfachhändler, der für 800 HändlerInnen in ganz Deutschland steht, sowohl seine bundesweit 463 INTERSPORT-gebrandeten HändlerInnen und deren Mitarbeitende als auch HändlerInnen aus dem Kooperationspartner-Netzwerk eingeladen und auf die Zukunft des Sportfachhandels eingestimmt. Im Look der neuen Marken-Offensive #EinmalSportINTERSPORT hat INTERSPORT ein Event mit über 800 Gästen veranstaltet – darunter zahlreiche Top-SpeakerInnen, Partner-Brands sowie prominente Gäste wie Thomas Hitzlsperger, Steffi Jones, Rennfahrerin Laura-Marie Geissler und Rapper Sero. Im Fokus stand die Omnichannel-Strategie, mit der INTERSPORT den Blick ganz klar nach vorne richtet.

„Mit unserem Omnichannel Day haben wir die Plattform für das Digital- und Omnichannel-Geschäft in der deutschen Sportfachhandelsbranche geschaffen“, sagt Thomas Storck, CFO INTERSPORT Deutschland eG und verantwortlich für das Omnichannel-Geschäft bei INTERSPORT. „Mit unseren Markenpartnern, unseren HändlerInnen und dem fachlichen Knowhow unserer Zentrale konnten wir unseren Mitgliedern ein vielfältiges Programm für einen umfassenden Einblick in die aktuellen Themen des Omnichannel-Geschäfts bieten. Dabei standen umsatzrelevante Informationspakete auf der Tagesordnung, die HändlerInnen auf der Fläche anwenden können, um ihre Umsätze zu steigern. Ein herzlicher Dank gilt allen teilnehmenden HändlerInnen, allen beteiligten Mitarbeitenden sowie unseren Markenpartnern, die dieses Event zu etwas Herausragendem gemacht haben.“

Vorbereitung auf den Handel von morgen

Omnichannel bedeutet für INTERSPORT allerdings nicht nur inhaltlich, online und offline zu verknüpfen. INTERSPORT steht auch persönlich in engem Kontakt zu seinen stationären Mitgliedern. Daher hat der Sportfachhändler den Omnichannel Day genutzt, um seine Mitglieder und Mitarbeitenden auf den Handel von morgen vorzubereiten. „Wir bieten unseren HändlerInnen in ganz Deutschland Unterstützung in allen Feldern des Digital-Geschäfts. Vernetzung aller Kanäle, mobile Tools am POS für beste Kundenberatung bis hin zu Retail Media für überzeugende 360°-Kampagnen und dem richtigen Tech Stack im Hintergrund“, erläutert Katja Burkert, Ressortleiterin IT bei INTERSPORT Deutschland und Geschäftsführerin der INTERSPORT Digital GmbH. „Durch die Zusammenarbeit mit unseren HändlerInnen konnten wir zum Beispiel den INTERSPORT Club in kürzester Zeit auf mittlerweile 1,3 Millionen Mitglieder erweitern. Unser Herzstück, um unsere KundInnen besser kennenzulernen, und sie in den Mittelpunkt unseres Handelns zu stellen. Wir wollen mit und für unsere KundInnen unser Sortiment, die Services und damit die Erlebnisse stetig verbessern.“

Ein weiterer Schwerpunkt war die Vorstellung der Unternehmensstrategie „BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE“ durch den INTERSPORT-Vorstand, CEO Dr. Alexander von

Preen, CFO Thomas Storck und COO Frank Geisler, an die UnternehmerInnen und deren Mitarbeitende. Digitalisierung - mit der besten Omnichannel-Experience - ist neben Retail, Industrie, Kunde und Brand einer der wesentlichen strategischen Eckpfeiler der neuen Strategie „BEST IN SPORTS: UP FOR FUTURE“ von INTERSPORT, die das Unternehmen bis 2026 mit dem Ziel verfolgt, Marktführer für Sport und Gesundheit in ganz Deutschland zu bleiben. Während des Omnichannel Days wurden außerdem die Omnichannel-Awards für außergewöhnliche Ansätze und Erfolge im Omnichannel-Handel von HändlerInnen verliehen. Außerdem gab es in 11 Masterclasses wertvolle Einblicke in die unterschiedlichen Felder des Omnichannel-Geschäfts. Der Omnichannel Day bot zudem eine ideale Plattform zum Austausch mit den strategisch wichtigen Markenpartnern: Adidas, K2 (Elevate Outdoor Collective), New Balance, Nike, Puma, Under Armour.

#EinmalSportINTERSPORT: Barrieren im Sport u.a. mit Thomas Hitzlsperger angehen

Mit der Marken-Offensive #EinmalSportINTERSPORT macht sich INTERSPORT für die gesellschaftliche Relevanz des Sports stark und kämpft u.a. mit prominenten Testimonials wie Alexandra Popp gegen Barrieren im Sport. Passend zum Thema konnte INTERSPORT für den Omnichannel Day Ex-Fußballer und Funktionär Thomas Hitzlsperger, Fußball-Weltmeisterin Steffi Jones und Rennfahrerin Laura-Marie Geissler gewinnen, die ihre ganz persönlichen Einblicke und Erfahrungen zum Thema Barrieren im Sport auf der Bühne preisgaben.

„Wir wollen Deutschlands größter Omnichannel-Retailer im Sportfachhandel werden. Dafür müssen wir alle an einem Strang ziehen. Auch wenn INTERSPORT derzeit sehr erfolgreich unterwegs ist, ist es elementar, dass die INTERSPORT sich an allen Kundenkontaktpunkten kontinuierlich weiterentwickelt. Es gilt, gemeinsam den Blick nach vorne zu richten, zu lernen, sich auszutauschen und das Thema Omnichannel im Retail auf das nächste Level zu heben. Emotion führt zu Aktion! Daher war es uns wichtig, neben fachlichen Impulsen auch gesellschaftliche Vorbilder auf die Bühne zu bringen, die mich persönlich sehr berührt haben und die Botschaften und unsere Überzeugung von #EinmalSportINTERSPORT einmal mehr unterstrichen haben. Das Event war ein voller Erfolg und ich freue mich sehr darauf, wie unsere Händlerinnen und Händler die Themen deutschlandweit aufgreifen werden“, betont Thomas Storck.

Bildmaterial finden Sie hier: <https://intersport-de.imgdn.net/fsi/static/intersport-presse/OCD-2023.html>

Alle weiteren Informationen zu #EinmalSportINTERSPORT und begleitenden repräsentativen Umfrage finden Sie unter <https://www.intersport.de/einmal-sport-intersport/>.

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:

www.intersport.de/unternehmen/presse

Unseren digitalen Pressebereich finden Sie unter:

www.intersport.de/unternehmen/presse

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 800 Champions vor Ort, rund 1.700 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.