



Heilbronn, 27.11.2023

IMS AUF WACHSTUMSKURS: VON 300 AUF 800 STORES IN DREI JAHREN

MENSCHEN, SPORT UND MARKEN IM PERFEKTEN ZUSAMMENSPIEL

INTERSPORT Marketing Services – kurz IMS – ermöglicht Unternehmen den direkten Zugang zu den sportbegeisterten KundInnen der führenden SportfachhändlerInnen in Deutschland. Ziel ist es, Unternehmen und Sponsoren Möglichkeiten aufzuzeigen, wie sie die sportaffine Zielgruppe direkt am Point of Sale und online bestmöglich erreichen können. Dabei setzt die IMS auf eine enge Zusammenarbeit mit den einzelnen Partnern, um eine möglichst hohe Relevanz und Zielgruppengenauigkeit zu erzielen. In den letzten drei Jahren ist es der IMS gelungen, die Anzahl der kooperierenden Stores aus dem INTERSPORT-Verbund von 300 auf 800 zu erhöhen. Mit UNDER ARMOUR und Tirol hat die IMS zuletzt zwei äußerst erfolgreiche Kampagnen umgesetzt und setzt damit ihre Erfolgsgeschichte konsequent fort.

Sport und Gesundheit sind nachhaltige Megatrends, denn das Bewusstsein für den eigenen Körper und die eigene Gesundheit wächst und ist präsenter denn je. Da viele Menschen ihre Freizeit aktiv gestalten und ihre Fitness verbessern wollen, boomt der Sportfachhandel. Davon profitieren nicht nur die SportfachhändlerInnen, sondern auch Marken, die im Sportumfeld werben und damit eine sportbegeisterte Zielgruppe erreichen möchten. „Wir sind mit INTERSPORT Marketing Services der ideale Partner zur Umsetzung maßgeschneiderter und skalierbarer 360-Grad-Kampagnen in einem hochattraktiven Umfeld. Denn wir ermöglichen die Erschließung neuer Zielgruppen in über 800 Stores des INTERSPORT-Verbunds sowie digital über intersport.de, Newsletter und Social Media. Sowohl für unsere Partner als auch für unsere Kundinnen und Kunden bietet der INTERSPORT Club mit bereits 1,7 Millionen Mitgliedern einen echten Mehrwert“, sagt Thomas Storck, CFO und stellvertretender Vorstandsvorsitzender INTERSPORT

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

AUS LIEBE ZUM SPORT

Deutschland eG.

Die IMS bietet Unternehmen die Vermarktung von Werbeflächen in 800 Stores aus dem INTERSPORT-Verbund an. Dabei stehen 15.000 Werbemittel und 540.000 m² Verkaufsfläche zur Verfügung. Durch 1,7 Millionen INTERSPORT-Club-Mitglieder ist die IMS in der Lage, Unternehmen gezielt mit der sportaffinen Zielgruppe zu verbinden – sowohl direkt am Point of Sale als auch online. Neben Marken aus dem direkten Lieferantenumfeld wächst die Relevanz von Partnern aus dem Nicht-Lieferantenumfeld, zu denen beispielsweise Banken, Krankenkassen oder Versicherungen zählen, kontinuierlich an.

„Studien haben gezeigt, dass fast 80 Prozent der Menschen ihre Kaufentscheidungen spontan im Geschäft treffen. Wenn eine Marke also direkt am POS werben kann, ist die Wahrscheinlichkeit deutlich höher, dass sie in diesem entscheidenden Moment in die engere Auswahl der KundInnen kommt“, sagt Maria Zietemann, seit Ende 2022 Head of Sales bei IMS in Berlin und mit langjähriger Vermarktungserfahrung in der Sportbranche. „Zudem erkennen fast 70 Prozent der Menschen Marken und Produkte schneller wieder, wenn sie direkt am POS beworben werden. Die direkte Werbung am POS ist daher ein sehr effektives Mittel, um Kundinnen und Kunden zu gewinnen und langfristig zu binden“, unterstreicht die Vermarktungsexpertin die Bedeutung der gezielten Aktivierung.

Umsetzung der UNDER-ARMOUR-Kampagne in 148 Stores

Die UNDER-ARMOUR-Kampagne lief vom 4. bis 30. September dieses Jahres. Für die hochmoderne Markenkampagne aus dem direkten Lieferantenumfeld wurden sowohl in den teilnehmenden Stores als auch online zahlreiche Werbeträger eingesetzt. Im Store wurden unter anderem Schaufenster, Pop-Up-Flächen, Brandzones, Actionplaces und Banner bespielt. Online gab es neben einer Landingpage, einem Newsletter, diversen Social-Media-Aktivitäten sowie SEA-, Display- und Out-of-Home-Kampagnen auch einen reichweitenstarken Werbespot auf dem Streamingdienst Dazn. „Das Zusammenspiel von IMS, INTERSPORT Digital GmbH und INTERSPORT Deutschland eG hat es UNDER ARMOUR ermöglicht, nicht nur zahlreiche Kontakte zu generieren, sondern auch tiefe und nachhaltige Beziehungen zu unseren Kundinnen und Kunden aufzubauen. Denn durch die Kombination von On- und Offline-Maßnahmen konnten die Produkte und Services noch besser auf die individuellen Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden zugeschnitten werden. Durch diese Synergieeffekte konnten wir die Wirkung der 'Protect This House'-Kampagne erheblich steigern und die Marke UNDER ARMOUR fest in den Köpfen unserer Kundinnen und Kunden verankern. Unsere vertrauensvolle Partnerschaft mit UNDER ARMOUR war ein entscheidender Faktor für diesen Erfolg. Besonders hervorzuheben ist auch, dass es sich mit 148 teilnehmenden Stores um die größte In-Store-Kampagne handelt, die wir bisher umgesetzt haben“, zeigt sich Benjamin Joas, Geschäftsführer der INTERSPORT Marketing Services GmbH, rundum zufrieden mit der umgesetzten UNDER-ARMOUR-Kampagne.

Sporturlaub in Tirol genießen dank der IMS

Mit der Tirol-Kampagne, die vom 5. Juni bis 3. Juli dieses Jahres stattfand, brachte die IMS Sporturlaub zum Greifen nah. Gemeinsam mit Tirol als Partner aus der Tourismusbranche

war es das Ziel, die sportaffine Zielgruppe, insbesondere SporturlauberInnen, direkt am Point of Sale zu erreichen. Dazu wurden Pop-up-Flächen, Prospekte, In-Store-TV, In-Store-Radio, Newsletter, Social Media sowie eine Startseitenplatzierung auf der INTERSPORT-Website als Werbeträger eingesetzt. Mit der 360°-Kampagne ist es gelungen, die Vorzüge Tirols als Top-Sporturlaubsdestination hervorzuheben und die Aufmerksamkeit und Neugier der KundInnen zu wecken. Durch gezielte Maßnahmen auf der INTERSPORT-Website, über Social Media und direkt in den Stores konnte die sportaffine Zielgruppe erreicht und die Reichweite maximiert werden. Dank dieses ganzheitlichen Ansatzes ist es gelungen, Tirol als Urlaubsdestination für Sportbegeisterte wirkungsvoll in Szene zu setzen. „Durch die Zusammenarbeit mit der IMS konnten wir effektiv auf unser Ziel hinarbeiten, die Outdoor-Zielgruppe zu erreichen. Die IMS kümmerte sich um die komplette Gestaltung und Umsetzung der Kampagne, sowohl im Store als auch online, mit einem klaren Fokus auf Outdoor-Begeisterte. Die nahtlose Übertragung der Kampagne in den Store und die digitale Umsetzung haben unsere Präsenz bei der gewünschten Zielgruppe stark verbessert“, zieht Katarzyna Gaczorek, Teamleitung Events & PR der Tirol Werbung GmbH, ein durchweg positives Fazit.

IMS-Ausblick 2024

Im kommenden Jahr will die IMS noch mehr Marken aus dem Nicht-Lieferantenumfeld dabei unterstützen, die sportaffine Zielgruppe zu erreichen. Dazu zählen insbesondere Unternehmen aus der Tourismusbranche wie die Tirol Werbung GmbH oder Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor wie Banken, Krankenkassen oder Versicherungen. Ein großes Plus der IMS ist auch der Ausbau des Loyalty-Programms von INTERSPORT Deutschland. So stieg die Zahl der INTERSPORT-Club-Mitglieder auf zuletzt 1,7 Millionen – Tendenz weiter steigend. Und aktuell forciert die IMS den Ausbau von attraktiven Möglichkeiten für Marken, datengetrieben und personalisiert zu werben. „Wir blicken mit Stolz auf das bisher Erreichte zurück und sind fest entschlossen, auch in Zukunft Maßstäbe zu setzen und die Erwartungen unserer Kundinnen und Kunden zu erfüllen“, blickt Benjamin Joas zuversichtlich in die Zukunft und freut sich darauf, gemeinsam mit seinem Team den Wachstumskurs der IMS weiter voranzutreiben.

Über die IMS

Mit ihrem 360°-Kampagnenmanagement bringt die INTERSPORT Marketing Services GmbH Menschen, Sport und Marken zusammen. Als Teil der INTERSPORT-Gruppe bietet die IMS Marken die Möglichkeit, ihre Produkte oder Dienstleistungen sowohl digital als auch in über 800 Stores zu platzieren, um exklusiven Zugang zur sportaffinen Zielgruppe von INTERSPORT zu erhalten. Mehr Informationen finden Sie unter <https://www.ims.intersport.de/>

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

Weitere Bilder zur INTERSPORT, den Vorständen, Geschäften und unseren Eigenmarken finden Sie in unserem Pressebereich: www.intersport.de/presse

Unseren digitalen Pressebereich finden Sie unter:
www.intersport.de/unternehmen/presse

KONTAKT

Sie haben noch Fragen? Wir helfen Ihnen gerne weiter:

Dr. Katharina Janke

INTERSPORT Deutschland eG
Leiterin Corporate Communications & Public Relations
Tel.: +49 7131 288-4187
Mobil: +49 (0) 172 6375631
E-Mail: katharina.janke@intersport.de

Maria Zietemann

INTERSPORT Marketing Services GmbH
Head of Sales
Mobil: +49 160 968 226 35
E-Mail: maria.zietemann@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 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.