

Wolt, DoorDash und Deliveroo starten ihre erste internationale Kampagne zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™

- Die gemeinsam entwickelte Kampagne „Deliver Us To Football“ fängt die Emotionen und Spieltagsrituale ein, die Fußballfans auf der ganzen Welt verbinden
- Im Mittelpunkt der Kampagne steht ein 30-sekündiger Spot mit FIFA-Weltmeister und globaler Fußballikone Ricardo Kaká, FIFA Frauen-Weltmeisterschaft-Spielerin Alex Morgan und dem internationalen Social-Media-Superstar Khaby Lame

Berlin, 28. Mai 2026 – Wolt startet heute seine allererste internationale Kampagne als offizieller Turnier-Förderer der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ in Deutschland, Norwegen, Finnland und Dänemark.

Die Kampagne markiert einen Meilenstein für die drei Marken, da sie zum ersten Mal auf internationaler Ebene zusammenkommen, um die Leidenschaft und die Spieltagsrituale zu feiern, die Fußballfans weltweit verbinden. Die Kampagne wird international über CTV, BVOD, bezahlte digitale Kanäle, Radio und soziale Medien laufen. Vor Ort wird sie durch Aktionen, Partnerschaften und Events in den Wolt-Märkten sowie gemeinsam mit Deliveroo und DoorDash in ihren jeweiligen Regionen zum Leben erweckt.

Im Rahmen der internationalen Partnerschaft mit der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ weiß Wolt, dass Spieltage den Alltag auf den Kopf stellen können. Von Last-Minute-Entscheidungen beim Essen bis hin zum langen Aufbleiben für wichtige Spiele – Fans richten ihren Tag oft ganz nach dem Fußball aus. Wolt hilft dabei, diese Momente zu vereinfachen, und bringt Freude und Unkompliziertheit in den Alltag: Sei es durch die Lieferung von Snacks vor dem Anpfiff, dem Abendessen während des Spiels oder Last-Minute-Besorgungen, damit die Nacht weitergehen kann und sich die Fans auf das Wesentliche konzentrieren können: das Turnier.

„Deliver Us to Football“ ist eine Hommage an die Rituale des Spiels. Der Spot zeichnet die Erlebnisse eines Dashers während der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ nach und beleuchtet ikonische Turniermomente, auf die immer wieder Bezug genommen wird. Die emotionale Achterbahnfahrt des Turniers inspirierte die vielen durchdachten Details, die sich durch das gesamte Video ziehen und die einzigartige Leidenschaft dieses alle vier Jahre stattfindenden Ereignisses einfangen. Ob ein Kaffee, um für ein Spiel wach zu bleiben, einen Stift für ein einmaliges Autogramm oder ein Festessen zur Feier des Sieges – Wolt, DoorDash und Deliveroo liefern alles, um die Fans zu unterstützen.



Wolt - Alles was Fußball liefert.

[youtube.com](https://www.youtube.com)

Fußballfans können auch Anspielungen auf legendäre Momente vergangener FIFA-Weltmeisterschaften entdecken. Zu sehen sind außerdem der FIFA-Weltmeister und globale Fußballikone Ricardo Kaká, die FIFA Frauen-Weltmeisterschaft-Spielerin Alex Morgan und der internationale Social-Media-Superstar Khaby Lame.

In Deutschland spielt Wolt die Kampagne mit einem 360°-Ansatz über TV, digitale und soziale Medien aus. Ergänzt wird dieser Ansatz durch Kooperationen mit Creators, Public Viewings, Fan-Erlebnissen, Partnerschaften mit Händlern, Spieltagsaktionen und Ticketverlosungen. Verwurzelt in der Fußballkultur greift die Kampagne echte Spieltagsmomente auf – von spontanen Public Viewings bis hin zu gemeinsamen Ritualen rund um Essen und Trinken – und zeigt, wie Wolt die Fans während des gesamten Spiels begleitet. Von Anpfiff bis Schlusspfiff hilft Wolt dabei, alles zu liefern, was Fans brauchen, um gemeinsam im Moment zu bleiben.

„Beim Fußball in Deutschland dreht sich alles ums Zusammenkommen, egal ob man das Spiel mit Freund:innen zu Hause anschaut, sich bei öffentlichen Public Viewings trifft oder spontane Spielabende veranstaltet“, sagt **Tim Bauer, Marketing Director bei Wolt Deutschland**. „Diese Momente basieren auf gemeinsamen Ritualen: Essen, Trinken und keine

Sekunde des Geschehens verpassen. Mit unserer 360°-Kampagne in TV, digitalen und sozialen Medien sowie in Zusammenarbeit mit Creators aus der Fußball-Community sorgen wir dafür, dass Wolt in allen wichtigen Momenten präsent ist. Wir helfen den Fans, voll und ganz im Spiel zu bleiben, indem wir ihnen alles, was sie brauchen, direkt vor die Haustür liefern.“

Denn wenn die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ beginnt, dreht sich das Leben um Fußball: Pläne werden verschoben, Routinen geändert und alles läuft auf das nächste Spiel hinaus. Hier kommt Wolt ins Spiel: Wir kümmern uns um alles rund ums Spiel, damit die Fans gemeinsam voll dabei sein können.

Während die Vorfreude auf die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ steigt, sind Wolt, DoorDash und Deliveroo stolz darauf, einen Beitrag dazu zu leisten, die Fans näher an das Spiel heranzubringen. Fans können sich während des gesamten Turniers auf weitere Überraschungen freuen.



Über Wolt

Wolt ist ein in Finnland gegründetes Technologieunternehmen, das sich zum Ziel gesetzt hat, das Leben in den Nachbarschaften weltweit einfacher und angenehmer zu machen. Mit seiner Plattform verbindet Wolt Menschen, die Lebensmittel und andere Produkte bestellen möchten, mit lokalen Anbietern und Kurier:innen, die diese liefern. Wolt wurde 2014 gegründet und ist seit 2022 Teil von DoorDash (NASDAQ:DASH). 2020 ist Wolt in Deutschland gestartet und ist in insgesamt mehr als 30 Ländern aktiv. Weitere Informationen auf der [Wolt Website](#).

Kontaktdaten

Florian Anders

Head of PR & Communications Germany

florian.anders@wolt.com

Link kopieren

<https://press.wolt.com/de-DE/266236-wolt-doorash-und-deliveroo-starten-ihre-erste-internationale-kampagne-zur-fifa-fussball-weltmeisterschaft-2026/>