



**DECATHLON**

# **PRESSEMITTEILUNG**

## **ENTDECKE, WAS DICH BEWEGT**

DECATHLON startet mit neuer Dachmarkenstrategie und  
erster Kampagne ins Jahr

**03. JANUAR 2021**

# ENTDECKE, WAS DICH BEWEGT – DECATHLON startet mit neuer Dachmarkenstrategie und erster Kampagne ins Jahr

- Die neue Dachmarkenstrategie von DECATHLON Deutschland treibt die Transformation vom Sportfachhändler zur Sportplattform voran. Ziel: Zur ersten Adresse für Sportartikel in Deutschland zu werden.
- „Entdecken“: Das neue Markennarrativ gibt den Rahmen vor für das Storytelling über alle Kanäle.
- „Das wird mein Ja“: Die erste Kampagne unter der neuen Strategie positioniert DECATHLON als Sparringspartner beim optimistischen Start ins neue Jahr.
- Neue strategische Leadagentur ist Avantgarde.

*Plochingen, 03.01.2022* – Anfang Januar 2022 startet die erste Kampagne von DECATHLON im Rahmen der neuen Dachmarkenstrategie „Entdecke, was dich bewegt“ für den deutschen Markt. Mit dem Slogan **„Das wird mein Ja“** knüpft sie an das Thema der Neujahrsvorsätze an und positioniert DECATHLON als Sparringspartner beim optimistischen Aufbruch in 2022 und darüber hinaus. Mit dem **neuen Fokus auf das Entdecken und Erleben** von Sport will DECATHLON seine Markenbekanntheit weiter ausbauen und die Schärfung der Marke im deutschen Markt erreichen.

JA zum neuen JAHR: Das simple wie einprägsame Wortspiel lässt sich sowohl als übergreifendes Motto, aber auch für einzelne Sportarten und Produktkategorien anpassen. Im **Fokus der Kampagne**, die zu Beginn des Jahres über Paid Media in digitalen Kanälen, OOH, Radio, TV sowie in den Stores ausgespielt wird, stehen **Fitness, Running, Wintersport und Winterwandern**.

## MIT DECATHLON ZUM ENTDECKER WERDEN

Durch die Neuausrichtung der Dachmarkenstrategie unter dem Lead von Avantgarde treibt DECATHLON seine **Transformation vom Sportfachhändler zur Sportplattform** weiter voran. Der neue Claim „Entdecke, was dich bewegt“ erlaubt die **emotionale Erweiterung der Marke** und gibt den Rahmen für das Storytelling vor, das Sport und Bewegung als wichtige Quelle besonderer Erlebnisse hervorhebt. Natur, Abenteuer und Gemeinschaft erleben sowie eigene Potenziale entdecken – all das ist möglich durch Sport. DECATHLON ist dabei nicht nur Anbieter von Produkten und Services, sondern auch **Impulsgeber und Buddy**.

Die Botschaft des neuen Markennarrativs „Entdecken“ wird kanalübergreifend, im Store und Onlineshop an die Zielgruppen gebracht. Zu den strategischen Pfeilern der Kommunikation gehören u.a. der Einsatz von **modernen Content-Formaten**, der Aufbau von Kooperationen und interaktive Markenerlebnisse in den Filialen und im Onlineshop. Auch die Bekanntheit der Dachmarke DECATHLON wird ausgebaut.



So konnte sich DECATHLON bereits zum Beginn der Biathlon-Saison 2021/2022 erstmals als **Hauptsponsor des BMW IBU Weltcups** präsentieren.

### NEUER OPTISCHER AUFTRITT

Passend zur neuen Strategie hat DECATHLON auch das **Look & Feel weiterentwickelt**. Ein starker Headline-Duktus, viel Weißraum und emotionalisierende Momentaufnahmen, die das breite Spektrum von Sport zeigen, bilden den visuellen Rahmen und unterstreichen den Anspruch, zu Deutschlands führender Sportplattform zu werden.

Die neue Dachmarkenstrategie ist Teil der strategischen Neuausrichtung von DECATHLON Deutschland. Unter dem Motto **„Das Spielfeld neu gestalten“** stehen Kund:innenerlebnisse, Nachhaltigkeit und Partnerschaften im Fokus, zudem soll der Gesamtumsatz bis 2026 auf 2,5 Mrd. Euro wachsen. Knapp **60 Prozent davon soll über das Digitalgeschäft** generiert werden. Die Expansionspläne sehen 110 Filialen bis 2026 vor.

Die Expansionspläne sehen **110 Filialen bis 2026** vor. Neben Familien, Kindern und Jugendlichen sowie Freizeitsportler:innen möchte der französische Sportartikelhersteller und -händler vermehrt **ambitionierte Sportler:innen** für sich gewinnen.

**André Weinert**, CEO DECATHLON Deutschland: „Unsere Filialen und unser Onlineshop laden zum Entdecken ein – mit unseren Produkten, unserem Serviceangebot und einer hohen Qualität zu fairen Preisen. Unser Ziel ist klar: Nach 35 Jahren auf dem deutschen Markt wollen wir jetzt die erste Adresse für Sportprodukte in Deutschland werden.“

**David Walker**, Director Marketing & Communications bei DECATHLON Deutschland: „Die Begeisterung für den Sport mit all seinen positiven Auswirkungen auf Körper und Seele ist Teil unserer DNA. Diese Emotion wollen wir mit unserer neuen Dachmarkenstrategie noch deutlicher an unsere Kundinnen und Kunden weitergeben. Gleichzeitig wollen wir sie verstärkt dabei unterstützen, ihren persönlichen Zugang zum Sport immer wieder neu zu entdecken und ihre individuellen Ziele zu erreichen.“



## ÜBER DECATHLON

„Sport for all – all for Sport“ - DECATHLON lebt sein sportliches Motto wie sonst kaum ein anderes Unternehmen. Von A wie Alpinski bis Z wie Zelten werden über 100 verschiedene Sportarten unter einem Dach bedient. Angefangen vom Einsteiger bis zum Profi, vom Einzel- bis zum Teamsportler oder vom kleinen bis zum großen Kind bietet DECATHLON alles um die Sportlerherzen höher schlagen zu lassen. Seit nun mehr als 40 Jahren möchte der französische Sportartikelhersteller und -händler jedem die Freude am Sport ermöglichen. Die Grundlage hierfür sind innovative Sportartikel zu vernünftigen Preisen. Um jeden Tag das beste Preis-Leistungsverhältnis anbieten zu können, bedient das Unternehmen die gesamte Wertschöpfungskette selbst: Die einzelnen Teams von der Forschung über die Entwicklung und die Logistik bis zum Verkauf arbeiten dafür jeden Tag Hand in Hand zusammen und optimieren ständig ihre Prozesse – denn sie sind alle Sportsfreunde und teilen die gleiche Leidenschaft für den Sport. Weltweit vertreibt das Unternehmen dadurch mehr als 75 Eigenmarken in über 1.709 Filialen in 61 Ländern. In Deutschland ist DECATHLON bisher mit über 80 Filialen und rund 5.000 Mitarbeiter:innen vertreten.

## PRESSEKONTAKT

### **Hanna Beck**

[hanna.beck@decathlon.com](mailto:hanna.beck@decathlon.com)

Tel.: +49 151 74639120

### **Kelly Wildfeuer**

[kelly.wildfeuer@avantgarde.de](mailto:kelly.wildfeuer@avantgarde.de)

Tel.: +49 89 88399 635

### **DECATHLON Deutschland SE & Co. KG**

Filsallee 19

73207 Plochingen

[presse@decathlon.de](mailto:presse@decathlon.de)

### **Avantgarde Ges. f. Kommunikation mbH**

Atelierstraße 10

81671 München

### **Weitere Informationen:**

[presse.decathlon.de](http://presse.decathlon.de)

The DECATHLON logo is displayed in white, bold, uppercase letters on a solid blue rectangular background.

**ENTDECKE, WAS DICH BEWEGT**