



DECATHLON

PRESSEMITTEILUNG

**DECATHLON DEUTSCHLAND KNACKT DIE
UMSATZMILLIARDE
AUF DEM WEG ZUR SPORTPLATTFORM NR. 1**

MÄRZ 2023

ENTDECKE, WAS DICH BEWEGT

DECATHLON Deutschland knackt die Umsatzmilliarde: Auf dem Weg zur Sportplattform Nr. 1

- 28,4% Umsatzwachstum im vergangenen Geschäftsjahr
- Rekordergebnis mit 1,06 Mrd. € Bruttoumsatz
- 30% Umsatzanteil mit Ecodesign-Produkten
- In 2023 Investitionen von 50 Mio. € für Filialen und Logistik geplant
- Neue Arbeitgeberpositionierung 'Decathlon ist Euphorie'

Plochingen, 07.03.2023: Rekordergebnis in der Unternehmensgeschichte von Decathlon Deutschland: Der Sportartikelhersteller und -händler knackt erstmals die Umsatzmilliarde in Deutschland und erzielt einen Bruttoumsatz von 1,06 Mrd. € in 2022. Dies entspricht einem Wachstum von 28,4% im Vergleich zum Vorjahr. Das Ergebnis vor Steuern (EBIT) beträgt 30,1 Mio. €. Absolute Spitzenreiter im Produktsegment sind Outdoor, Mobility, Wassersport und Fitness, die in Summe fast 70% des Umsatzes ausmachen. Damit ist das Unternehmen auf dem Weg, die Sportplattform Nr. 1 in Deutschland zu werden.

"Ich werde nicht müde, es zu wiederholen: Vielen Dank an das gesamte Team für diese herausragende Leistung und an unsere Kund:innen für ihr Vertrauen", so André Weinert, CEO von Decathlon Deutschland. "Über 20 Mio. Mal hat in 2022 ein Kunde oder eine Kundin einen Einkauf bei uns getätigt. Das ist ein Rekordergebnis."

Expansion und Storeportfolio

Drei neue Filialen, in [Augsburg](#), [Stuttgart](#) und [Münster](#), eröffnete der französische Sportartikelhersteller und -händler in 2022 und kam damit zum Jahresende auf ein Storeportfolio von 85 Filialen in Deutschland. Für die Erschließung neuer Standorte, sowie die Modernisierung von Filialen und der Logistikzentren investierte das Unternehmen 38 Mio. €.

Für 2023 kündigt Decathlon bereits vier neue Filialen in Aachen, Hamburg-Oststeinbek, Mainz und Elmshorn an. Im bestehenden Store in Wallau wird zudem die Verkaufsfläche mit einer Erweiterung um 1.600 m² nahezu verdoppelt. Außerdem ist die Inbetriebnahme einer neuen Mechanisierungstechnik nach der [Vergrößerung der Logistik in Schwetzingen](#) geplant. Insgesamt investiert der Sportartikelhersteller und -händler in diesem Jahr eine Summe in Höhe von 50 Mio. € für seine Standorteentwicklung.

Nachhaltigkeitsengagement

Auch den Umsatzanteil an Ecodesign-Produkten und das Angebot der Circularity Services konnte Decathlon Deutschland ausweiten. Im vergangenen Jahr erreichte der Sportartikelhersteller und -händler mit seinen Ecodesign-Produkten einen Umsatzanteil von 30% in Deutschland. *"Für 2023 ist es unser Ziel, den Umsatzanteil von Ecodesign auf 35% zu steigern"*, ergänzt Marina Stassinopoulos, Projektleiterin Nachhaltigkeit.

Zusätzlich verkaufte der Sportgigant mehr als 20.000 gebrauchte Produkte über Second Use und führte über 15.000 Reparaturen in den Decathlon eigenen Werkstätten und Service Points durch. Neu hinzugekommen ist zudem der Circularity Service [Buy Back](#), bei dem Decathlon gebrauchte Sportprodukte wie z.B. Fahrräder zurückkauft, bei Bedarf repariert und vergünstigt zum Originalpreis über Second Use weiterverkauft. *“Der Ausbau unserer Circularity Services ist ein wichtiger Bestandteil unserer Firmenphilosophie und Beziehung zu unseren Kund:innen”,* sagt Michael Kiess, Leiter Buy Back. *“Denn wir möchten den Lebenszyklus unserer Produkte bestmöglich verlängern und so aktiv zur Kreislaufwirtschaft beitragen.”*

E-Commerce: decathlon.de, Marktplatz & Co.

Mit einem Umsatzanteil von 28% weitete Decathlon seinen E-Commerce in 2022 vor allem im Bereich Services und Personalisierung aus. Das Team arbeitete an der Online-Integration der Circularity Services, wie beispielsweise [Second Use Online](#) oder der [Lieferoption per Lastenrad](#). Auch die Einführung von Guided Selling spielte eine wichtige Rolle, um die Online-Kund:innen bestmöglich zum breiten Produktsortiment zu beraten.

Mit dem Online-Marktplatz konnte Decathlon zudem sein Produktsortiment seit dem Launch in 2021 auf 62.000 Produkte erweitern und insgesamt 300 Partner in das Portfolio integrieren. Darunter bekannte Namen wie Adidas, Hummel und Sport-Thieme.

“decathlon.de ist bereits seit 2009 online und eine wichtige Säule für uns, doch der Ausbau weiterer digitaler Angebote ist ebenso wichtig”, so Dr. Florian Bischoff, Chief Digital Officer. *“In 2023 investieren wir in unsere Shopping App, denn immer mehr Menschen shoppen mit ihrem Smartphone. Auf dieses Kundenverhalten möchten wir in der Zukunft verstärkt eingehen.”*

Neue Arbeitgeberpositionierung: Decathlon ist Euphorie

Um auch 2023 die besten Talente für sich zu gewinnen und zu binden, arbeitete das Unternehmen im letzten Jahr an der neuen Arbeitgeberpositionierung *“Decathlon ist Euphorie. Erlebe uns, um es zu spüren”*. Damit will der Sportartikelhersteller und -händler eine klare Position am Arbeitsmarkt einnehmen und den Decathlon-Spirit innerhalb und außerhalb des Unternehmens greifbar machen. *“Viele Menschen kennen unsere Filialen, sind sich aber nicht bewusst, dass dort auch ein großer und spannender Arbeitgeber dahintersteckt”,* so Julia Staiger, Leiterin Employer Branding. *“Wir möchten unsere einzigartige Arbeitsatmosphäre erlebbar machen und Bewerber:innen zeigen, was uns so besonders macht.”*

Im Einklang mit der neuen Positionierung hat das Unternehmen bereits in 2022 neue Benefits wie zum Beispiel eine flexible 4-zu-1-Regelung für Mobiles Arbeiten oder die Möglichkeit einer vierwöchigen Auszeit für alle Teammates eingeführt.

“Uns ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter:innen Impulse setzen können und uns sagen, was ihnen bei ihrem Arbeitgeber wichtig ist”, so Tufan Günler, Leiter Personal. “Ein Blick auf unsere Karriereseite lohnt sich, denn wir möchten auch in 2023 mehr als 250 neue Positionen besetzen.”

Die Decathlon Geschichte in Deutschland begann vor 37 Jahren: Gestartet mit der ersten deutschen und gleichzeitig auch internationalen Filiale in Dortmund-Kley 1986. Heute beschäftigt der Sportartikelhersteller und -händler 5.520 Mitarbeiter:innen in Deutschland, verteilt auf 85 Stores (76,9%), zwei Logistikzentren (16,6%) und vier Campus-Standorte (6,5%) in Plochingen, Schwetzingen, Dortmund und Berlin (Stand 31.12.2022).

ÜBER DECATHLON

„Entdecke, was dich bewegt“ - DECATHLON lebt sein sportliches Motto wie kaum ein anderes Unternehmen. Von A wie Alpin-Ski bis Z wie Zelten werden mehr als 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 Menschen zu bewegen. Seit 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 65 Eigenmarken in über 1.709 Filialen in 61 Ländern. In Deutschland ist DECATHLON mit mehr als 80 Filialen und rund 5.000 Mitarbeiter:innen vertreten.

PRESSEKONTAKT

Hanna Beck

hanna.beck@decathlon.com

Tel.: +49 151 7463 9120

DECATHLON Deutschland SE & Co. KG

Filsallee 19

73207 Plochingen

presse@decathlon.de

Weitere Informationen:

einblicke.decathlon.de/presse

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

ENTDECKE, WAS DICH BEWEGT