



Pressemitteilung

November 2024

Große Expansionspläne bei Decathlon Deutschland:

So wächst der Sportriese bis 2027

Große Expansionspläne bei Decathlon Deutschland:

So wächst der Sportriese bis 2027

- 150 Filialen bis 2027, davon 60 Neueröffnungen
- Über 100 Mio. Euro Investitionen in neue Standorte und Modernisierungen
- Neue Formate für mehr Nähe zur Kundschaft

Plochingen, 19.11.2024: Der globale Multisportspezialist Decathlon stellt seine ambitionierten Wachstumspläne in Deutschland vor. Im Zuge dieser will Decathlon bis 2027 bis zu 100 Mio. Euro investieren, sowohl in Neueröffnungen, als auch in die Modernisierung der bestehenden Standorte. Insgesamt plant der Sportriese sein Filialnetz in den nächsten drei Jahren auf 150 Filialen aufzustocken, davon sind 60 Neueröffnungen geplant. Zusätzlich hat der Multisportspezialist neue Formate konzipiert, um nah an der sportbegeisterten Kundschaft zu sein. *“Wir drücken in den nächsten drei Jahren richtig aufs Tempo und starten eine Expansionswelle. Schließlich wollen wir die bevorzugte Sportmarke in Deutschland werden”,* sagt **Arnaud Sauret, CEO Decathlon Deutschland**. *“Wir bauen unser Filialnetz stark aus. Nah an den Menschen und mit neuen Formaten. Dafür werden wir auch sehr viele neue Arbeitsplätze schaffen.”*

Neue Filialkonzepte

Bislang ist Decathlon in Deutschland vor allem für die sogenannten **Multisport-Stores** bekannt und erfolgreich. Mit einer großen Verkaufsfläche zwischen 1.800 und 8.000 m² bieten diese eine möglichst breite Produktpalette direkt vor Ort und genügend Raum für Testflächen. Decathlon hält weiterhin an diesem Erfolgskonzept fest, erweitert es jedoch auf kleinere Verkaufsflächen von 500 bis 1.500 m² in beliebten Einkaufszentren und Fußgängerzonen in den Innenstädten. *“Wir wollen in den Top 15 Fußgängerzonen in Deutschland vertreten sein, damit unsere Kund:innen Decathlon in ihren Alltag integrieren können”,* sagt **Stefan Kaiser, Director Real Estate bei Decathlon Deutschland**. *“Heute kennt nicht jeder Decathlon. Unsere Vision ist es, bis 2027 für alle Menschen in Deutschland einen Decathlon Touchpoint in 20 Minuten Entfernung zu realisieren, um damit näher zu den Kund:innen zu kommen und unsere Bekanntheit zu steigern.”*

Zudem erweitert der Sportriese sein Filialportfolio um spezialisierte Stores. Unter dem Namen **Decathlon Connect** werden in Zukunft kleinere Filialen betrieben, die sich auf ausgewählte Sportwelten fokussieren und an strategisch passenden Standorten liegen. Auf 400 bis 800 m² wird es dann beispielsweise alles zum Thema Bergsport oder aus dem Mobility-Bereich geben. Das Angebot richtet sich nach den lokalen Bedürfnissen der Kund:innen.

Connect Stores mit Fokus auf wichtige Alltagsgegenstände wie beispielsweise Handschuhe oder Sportbekleidung an zentralen Umschlagplätzen sowie eigene Filialen der Expert Brands, wie zum Beispiel der Rennradmarke Van Rysel, sind zwei weitere neue Formate innerhalb der Connect-Familie. Perspektivisch stehen auch Partnerschaften mit anderen Firmen für die Umsetzung von Shop-in-Shop-Konzepten auf der Agenda.

Filialen im Netzwerkverbund

In den zehn größten deutschen Städten soll ein Netzwerk aus Filialen entstehen, das optimal auf die lokalen Bedürfnisse und landschaftlichen Gegebenheiten abgestimmt ist. So wird beispielsweise in München der große Multisport Store am Elisenhof durch den neuen Connect Store am Karlsplatz / Stachus ergänzt. Möglich wäre darüber hinaus ein weiterer Connect Store für Mobility an einer Fahrradstraße in der Innenstadt und ein Connect Store für Outdoor-Aktivitäten in der Nähe einer Kletterhalle. Nicht in allen Filialen wird das gesamte Sortiment direkt verfügbar sein, da sich die Connect Stores auf bestimmte Sportarten oder Bedürfnisse spezialisiert haben. Die Filialen stehen deshalb miteinander im engen Austausch, sodass Produkte und Dienstleistungen durch kürzere Wege schnell verfügbar sind. Ziel dieser Struktur ist es, noch näher an den Bedürfnissen der Kund:innen zu sein und sie im Alltag umfassend zu begleiten.

Hier werden neue Filialen eröffnet

In 2024 sind noch zwei Neueröffnungen geplant: Ende November eröffnet Decathlon die erste neue Connect Filiale im neuen Look in den [Potsdamer Bahnhofspassagen](#). Mitte Dezember öffnet eine Multisport-Filiale in der zentralen [Hamburger Mönckebergstraße](#) mit integrierter regionaler Werkstatt ihre Türen für die sportbegeisterte Kundschaft.

Anfang Januar 2025 findet die Eröffnung des Connect-Formats am [Münchener Karlsplatz](#) in den Stachus Passagen statt. Zudem ist für 2025 bereits ein [neuer Standort in Gießen](#) validiert.

Neue InStore-Konzepte für ein optimiertes Einkaufserlebnis

Die bestehenden Konzepte innerhalb der Filiale wurden neu gestaltet, um ein einheitliches und moderneres Erscheinungsbild zu schaffen. Anstelle der klassischen Regalstrukturen, bei denen die Regale parallel zueinander angeordnet und von einem Mittelgang aus zugänglich sind, wurde das Layout nun aufgelockert: Zwei größere Rundgänge ziehen sich durch den Raum und führen zu einzelnen Nischen, den sogenannten Boutiquen. Diese Boutiquen trennen die verschiedenen Sportwelten voneinander und schaffen eine offene, einladende Einkaufsatmosphäre. Dieses neue, zirkuläre Wegeleitsystem ermöglicht ein hochwertiges Einkaufserlebnis in allen neuen Filialen und dort, wo es der Raum in bestehenden Filialen zulässt. Zusätzlich optimieren digitale Preisschilder den Service und die Aktualität der Preisinformationen für die Kund:innen.

Werkstätten und Reparatur-Offensive

Im Zusammenspiel mit der Expansionsstrategie und den geplanten Netzwerken in den großen Städten will Decathlon deutschlandweit insgesamt **bis zu zehn Werkstätten eröffnen**. Aktuell gibt es drei Werkstattstandorte in Schwetzingen, Dortmund und München, mit der Eröffnung im Herzen Hamburgs Ende 2024 folgt der vierte Standort. Das Angebot vor Ort soll umfassende Reparaturservices für Sportartikel umfassen, um sich als führende Anlaufstelle für Pflege- und Reparaturdienstleistungen zu etablieren. Ziel ist es, die Anzahl der Reparaturen innerhalb von drei Jahren von 120.000 auf 500.000 zu vervierfachen. Der Service soll perspektivisch auch für Fremdmarken angeboten werden. Kund:innen profitieren dabei von einem breiteren Angebot und kürzeren Wartezeiten.



Über Decathlon

Decathlon ist eine globale Multisportmarke für Sporteinsteiger:innen und Spitzensportler:innen und ein innovativer Hersteller von Sportartikeln für alle Sportlevel. Mit mehr als 100.000 Teammates und 1.700 Geschäften weltweit arbeitet Decathlon seit 1976 an der Erfüllung eines ständigen Ziels: Move People Through the Wonders of Sport, um ihnen zu helfen, gesünder und glücklicher in eine nachhaltige Zukunft zu gehen. In Deutschland ist Decathlon mit mehr als 5.000 Mitarbeiter:innen und über 80 Filialen sowie einem Onlineauftritt mit integriertem Marktplatz vertreten.



DECATHLON Deutschland SE & Co. KG

Filsallee 19, 73207 Plochingen

presse@decathlon.de

Pressekontakt

Nora Lühne

Pressesprecherin Filialen, Logistik & Personal

 noraelena.luhne@decathlon.com

 Tel.: +49 151 7463 9079

Weitere Informationen: einblicke.decathlon.de/presse