



Pressemitteilung

April 2024

Decathlon auch 2023 mit Umsatzrekord in Deutschland

Decathlon auch 2023 mit Umsatzrekord in Deutschland

Plochingen, 04.04.2024: Decathlon Deutschland schließt sein Geschäftsjahr 2023 mit einem erneuten Umsatzrekord ab. Mit einem Bruttoumsatz von 1,11 Milliarden Euro schafft der Sportriese in Deutschland ein Wachstum von 4,7 % - und das trotz herausforderndem Umfeld. Das Ergebnis vor Steuern (EBIT) beträgt 38,6 Millionen Euro. Die Spitzenreiter im Produktsegment sind mit 55 % Umsatzanteil Bergsport, Fitness und Radsport. Weltweit setzte der Multisportspezialist sein Wachstum ebenfalls fort und steigerte den Umsatz um 4,4 % im Vergleich zum Vorjahr.

Arnaud Sauret, CEO Decathlon Deutschland: *“Familien und Sporteinsteiger lieben Decathlon! In den nächsten Jahren arbeiten wir daran, dass auch Sportprofis sofort an Decathlon denken, wenn sie etwas Neues für ihren Sport brauchen.”*

Nachfrage nach gebrauchten Artikeln und Reparaturen nimmt zu

120.000 Reparaturen führte Decathlon Deutschland in seinen eigenen regionalen Werkstätten und Service Points in 2023 durch und verkaufte mehr als 64.000 gebrauchte Produkte über den Service Second Use. Zusätzlich führte das Unternehmen den [Buy Back Service für Textilien](#) mit dem Partner reverse.supply in Deutschland ein. Der Umsatzanteil an Produkten nach dem Ecodesign-Ansatz im deutschen Sortiment wuchs von 30 auf 40 %.

In 2024 wird Decathlon Deutschland in Struktur, Prozesse und Ausbildungsqualität im Bereich Pflege und Reparatur von Sportprodukten investieren, sowie mit DIY-Tutorials und dem [Technischen Support](#) Team eigene Reparaturen von Zuhause erleichtern. Zudem arbeitet der Multisportspezialist an dem Ausbau seiner eigenen regionalen Werkstätten.

All diese Maßnahmen zielen darauf ab, die Geschäftsprozesse der Gruppe zu dekarbonisieren und den Weg für neue Geschäftsmodelle auf Basis der zirkulären Wirtschaft auszubauen.

Expansion und Digitalgeschäft in Deutschland

Vor allem in den Filialen kauften Decathlon Kund:innen kräftig ein: Rund 70 % des Umsatzes wurde 2023 in den Stores erwirtschaftet, digital waren es circa 30 %. Insbesondere der Online-Marktplatz machte einen großen Sprung mit einem Umsatzanteil am Digitalgeschäft von 11 % (2022: 7 %). Mehr als 400 aktive Partner und über 90.000 Marktplatz-Produkte sorgten neben den eigenen Produkten für ein breites und tiefes Produktsortiment.

Mit insgesamt fünf Neueröffnungen in [Mainz](#), [Elmshorn](#), [Oststeinbek](#), [Waiblingen](#) und [Aachen](#) schloss der Sportriese sein Geschäftsjahr 2023 mit 87 Filialen in Deutschland ab.

In diesem Jahr möchte Decathlon Deutschland 40 Millionen Euro für seine Standortentwicklung, einschließlich Logistik, investieren.

Zwei neue Filialen im Norden von Deutschland, zwei Relokalisierungen in Böblingen und Wiesbaden sind geplant, sowie eine Rundum-Modernisierung in Aplerbeck, die bereits in vollem Gange ist. Zudem werden sich 12 Filialen bis Jahresende mit der neuen Markenidentität präsentieren.

Globale Kooperationen im Spitzensport

Dass Decathlon nicht nur Händler, sondern auch Hersteller und Marke ist, bewies das Unternehmen einmal mehr mit technisch hochwertigen Produktinnovationen wie dem [City E-Bike LD 920 E](#), das mit seinem innovativen Automatikgetriebe die Weichen für die nächste Generation der E-Bikes stellte.

Zahlreiche Partnerschaften, unter anderem mit der [UEFA](#) und [NBA](#), ebneten den weiteren Weg in Richtung Profisport. Zum 1. Januar 2024 ging zudem das Radsportteam [DECATHLON AG2R LA MONDIALE](#) an den Start, dessen Teams mit Fahrrädern, Helmen und Brillen von Van Rysel ausgestattet werden. Als internationale und multispezialisierte Sportmarke ist Decathlon außerdem offizieller Partner der Olympischen und Paralympischen Spiele 2024 in Paris und stattet die 45.000 Freiwilligen mit passender Sportkleidung aus.

Ausblick

In 2024 plant Decathlon Deutschland mit einem Umsatzwachstum über Vorjahresniveau. Dabei setzt der Sportartikelhersteller und -händler weiterhin auf ein kräftiges Umsatzwachstum in den Filialen und einen spürbaren Aufschwung im E-Commerce.

Mit der neuen [Markenidentität](#), die im März enthüllt wurde, verfolgt Decathlon zudem ein neues Ziel: Move People Through the Wonders of Sport. Das Ziel soll dabei helfen, mehr Menschen auf der ganzen Welt zu erreichen und ihnen zu helfen, durch Sport gesünder und glücklicher zu sein, egal ob als Anfänger:in oder Spitzensportler:in.

Decathlon weltweit

Global steigerte Decathlon seinen Umsatz bei konstanten Wechselkursen in 2023 um 4,4 % im Vergleich zu 2022. Bereinigt um ungünstige Wechselkurse und die Auswirkungen der Schließung der Geschäftsaktivitäten von Decathlon in Russland stieg der Umsatz um 1,15 % auf 15,6 Milliarden Euro.

Die digitalen Verkäufe machten 17,4 % des Umsatzes der Gruppe aus (+0,7 Punkte gegenüber 2022). Das Nettoergebnis der Gruppe erreichte 931 Millionen Euro.

Durch seine Einzelhandels- und Produktionsaktivitäten ist Decathlon weltweit in 78 Ländern vertreten und beschäftigt fast 101.000 Mitarbeiter:innen aus 86 Nationen. In Deutschland sind es 5.322 Teammates (Stand 31.12.2023).

Weitere Informationen zur globalen Entwicklung von Decathlon in 2023 gibt es [hier](#).

Decathlon Deutschland: Zahlen auf einen Blick

| | 2023 | 2022 |
|------------------------------------|--------------------|-------------|
| Bruttoumsatz | 1,11 Mrd. € | 1,06 Mrd. € |
| EBIT | 38,6 Mio. € | 30,1 Mio. € |
| Filialen | 87 | 85 |
| Eröffnungen | 5 | 3 |
| Mitarbeiter:innen | 5.322 | 5.520 |
| Ecodesign Produkte Umsatzanteil | 40% | 30% |
| Second Use | 64.000 | 20.000 |
| Reparaturen | 120.000 | 75.000 |

Über uns



Decathlon ist eine globale Multisportmarke für Sporeinsteiger:innen und Spitzensportler:innen und ein innovativer Hersteller von Sportartikeln für alle Sportlevel. Mit mehr als 100.000 Teammitgliedern und 1.700 Geschäften weltweit arbeiten Decathlon und seine Teams 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.

Neues Markenportfolio

Decathlon ermöglicht Sport für alle durch ein neues und vereinfachtes Markenportfolio. Zu den neun Sportwelten für alle Leistungsniveaus gehören Quechua (Bergsport), Tribord (Wasser- und Windsport), Rockrider (Trekking- und Mountainbike), Btwin (urbane Mobilität), Domyos (Fitness), Kuikma (Schlägersport), Kipsta (Teamsport), Caperlan (Natursport) und Inesis (Präzisionssport). Van Rysel (Rennrad sport), Simond (Bergsport), Kiprun (Laufsport) und Solognac (Jagd) zählen zu den Expertenmarken, die sich allein auf die Herstellung von Performance-Produkten für ambitionierte Sportler:innen konzentrieren.



DECATHLON Deutschland SE & Co. KG

Filsallee 19, 73207 Plochingen
presse@decathlon.de

Pressekontakt

Hanna Beck

Leiterin Unternehmens- & Produktkommunikation
hanna.beck@decathlon.com
Tel.: +49 151 7463 9120

Weitere Informationen: einblicke.decathlon.de/presse