

DECATHLON



PRESSEMITTEILUNG

**Auf ENTDECA Tour:
DECATHLON bringt Kinder und Familien in Bewegung
mit der Toni Kroos Academy als Kooperationspartner**

04. APRIL 2022

Auf ENTDECA Tour: DECATHLON bringt Kinder und Familien in Bewegung mit der Toni Kroos Academy als Kooperationspartner

- Im April bringt DECATHLON in ausgewählten Städten mit dem **ENTDECA Mobil** Sport für Kinder auf urbane Plätze.
- **„Auf die Plätze“**: Mit der neuen Kampagne will DECATHLON Deutschland in Kooperation mit der Toni Kroos Academy Kinder und junge Familien zu mehr sportlicher Betätigung aktivieren.
- „Entdecke, was dich bewegt“ – Die Kampagne ist Teil der **neuen Dachmarkenstrategie** von DECATHLON Deutschland.

Plochingen, 04. April 2022: Sportartikelhersteller und -händler DECATHLON Deutschland startet die Kampagne „Auf die Plätze“ und geht den ganzen April hindurch auf ENTDECA TOUR. Das ENTDECA Mobil lädt Kinder in den Großräumen München, Berlin und Köln an urbanen Plätzen und vor ausgewählten DECATHLON Stores dazu ein, sich im Parcours auszuprobieren und ihr Können in sportlich-spielerischen Challenges zu beweisen.

Mit an Bord: die Toni Kroos Academy, die sich – ebenso wie DECATHLON – dafür einsetzt, Kinder und Jugendliche für Sport zu begeistern. Kleine Fußball-Fans können sich auf der DECATHLON [Webseite](https://decat.de/entdeca-tour) [decat.de/entdeca-tour] registrieren, um einen der begehrten Plätze im Toni Kroos Academy Coaching Day Camp zu gewinnen oder den Ex-Nationalspieler bei einem Get together sogar persönlich zu treffen.

André Weinert, CEO DECATHLON Deutschland: *„Seit Beginn der Pandemie ist die Zeit, die Kinder draußen und in Bewegung verbringen, noch einmal deutlich gesunken. Mit unserer Kampagne wollen wir dieser Entwicklung entgegenwirken und Heranwachsende spielerisch zu mehr Sport aktivieren. Durch die große Produktvielfalt und die hohe Qualität bei gleichzeitig fairen Preisen ermöglicht DECATHLON neue sportliche Abenteuer und setzt Impulse für eine aktive Zeit.“*

DECATHLON bezieht sich dabei unter anderem auf die Vorgabe der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. Für Kindergartenkinder sei ein Bewegungsminimum von 180 Minuten pro Tag, für Kinder und Jugendliche ein tägliches Bewegungspensum von mindestens 90 Minuten sowie explizites Kraft- und Ausdauertraining an mindestens zwei Tagen pro Woche empfohlen.

David Walker, Director Marketing & Communications bei DECATHLON Deutschland: *„Wir freuen uns sehr, dass uns die Toni Kroos Academy bei dem Ziel, Kinder und Familien zu mehr Sport und Bewegung zu motivieren, als Schirmherr unserer Kampagne unterstützt. Kroos setzt sich seit 2015 über seine Stiftung und Academy engagiert für eine Verbesserung der Kindergesundheit ein und ist darüber hinaus gerade für Kinder ein inspirierendes sportliches Vorbild.“*

Unter dem Lead von Avantgarde wird die „Auf die Plätze“-Kampagne in den DECATHLON Stores und eigenen Kanälen sowie über Paid Media digital, via Radio und TV ausgespielt. Sie ist Bestandteil der auf das neue Markennarrativ „Entdecken“ ausgerichteten Dachmarkenstrategie von DECATHLON Deutschland. Im Zentrum der Kampagne „Auf die Plätze“ stehen die Produktkategorien Mobility (Bike, Scooter, Inliner), Racketsport (Tischtennis, Badminton), Freizeitspiele (Trampolin, Bogenschießen) und Reiten sowie die dazu passenden Accessoires und Schutzausrüstungen. Daneben legt DECATHLON Deutschland in seiner Ende März gestarteten [Kampagne „Tolle Fahrt voraus“ einen Fokus auf nachhaltige Mobilität.](#)

Weitere Informationen zur DECATHLON ENTDECA TOUR inkl. aller Termine gibt's auf der DECATHLON [Webseite](#).

ÜBER DECATHLON

„Sport for all – all for Sport“ - 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 75 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 74639120

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