



BUY BACK

DECATHLON

**WIR
KAUFEN'S
ZURÜCK**



PRESSEMITTEILUNG

**DECATHLON Deutschland kauft gebrauchte Sportprodukte zurück:
Neuer Service Buy Back**

02. November 2022

DECATHLON Deutschland kauft gebrauchte Sportprodukte zurück: Neuer Service Buy Back

Plochingen, 02. November 2022: DECATHLON Deutschland baut seine nachhaltigen Services kontinuierlich aus und startet nun in den ersten Städten mit dem neuen Service Buy Back. Hier kauft der Sportartikelhersteller und -händler erstmals gebrauchte Sportprodukte zurück und bringt sie nach erfolgreicher Prüfung sowie Reparatur wieder in den Second Use Verkauf. Kund:innen, die ihr Produkt an DECATHLON verkaufen, erhalten entweder einen DECATHLON Wertgutschein oder eine direkte Barauszahlung.

“Ich bin sehr stolz, dass wir mit unserem neuen Service Buy Back einen weiteren Schritt gehen, um das Leben unserer Produkte zu verlängern“, so Michael Kiess, Commercial Director Buy Back. “Wir möchten bei DECATHLON eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft etablieren: von der Entwicklung unserer Produkte über die Produktion bis hin zur Reparierbarkeit und Second Use. Der Rück- und Wiederverkauf von Sportprodukten, die zwar gebraucht, aber noch voll einsatzfähig sind, ist ein wichtiger Baustein auf unserem Weg.”

Zu Beginn wird der neue Service mit dem Rückkauf von Fahrrädern der DECATHLON Eigenmarken BTWIN, VANRYSEL, TRIBAN und RIVERSIDE sowie Ski und Snowboards getestet. Teilnehmende DECATHLON Filialen sind Baden-Baden, Berlin Alexanderplatz, Saarlouis, Herne, Dortmund, Karlsruhe, München Mona, Plochingen, Ulm, und Wallau. In 2023 möchte der französische Sportartikelhersteller und -händler das Angebot in Deutschland auf weitere Filialen und Sportprodukte erweitern.

DECATHLON hat im Vorfeld untersucht, ob sich das aktuelle Konsumverhalten für den Service Buy Back in Deutschland eignet. In einer internen Studie hat das Unternehmen festgestellt, dass die stärkste Motivation für einen Verkauf von gebrauchten Produkten “Platz schaffen” ist. Das “Schonen von Ressourcen” befindet sich auf Platz 3. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Frage nach dem Kaufgrund von gebrauchten Artikeln. Hier zeigt die Umfrage, dass die Themen “Kosten sparen” (Platz 1) und “Ressourcen schonen” (Platz 3) mit am wichtigsten sind.

Zudem hat sich DECATHLON mit unterschiedlichen externen Studien befasst: Laut der Studie ‘Circular Economy 2021’ des Wuppertal Instituts befinden sich beispielsweise in 88 % aller Haushalte in Deutschland ungenutzte Produkte. 47 % der Befragten der ‘Circular Economy 2021’ Studie geben an, sich vorstellen zu können, zugunsten der Umwelt in Zukunft öfter zu gebrauchten Artikeln zu greifen. “Genau hier möchten wir ansetzen und unsere Kund:innen zum Kauf von gebrauchten Artikeln motivieren“, so Michael Kiess.

CO₂-Fußabdruck auf decathlon.de

Auch im Onlineshop tut sich etwas bei DECATHLON: Hier setzt das Unternehmen auf mehr Transparenz und veröffentlicht mittlerweile den CO₂-Fußabdruck all seiner Textilprodukte. Kund:innen können somit online auf der jeweiligen Artikelseite die Umweltauswirkungen einsehen, die durch die Produktion des jeweiligen Textilproduktes entstanden sind. Ziel ist es, für einen nachhaltigen Einkauf zu sensibilisieren. Die Angaben sollen sukzessive auf weitere Produktgruppen ausgeweitet werden.

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 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