

## Pressemitteilung

12. März 2024

### DECATHLON MIT NEUEM WEG UND NEUEM ZIEL

Decathlon, eine der weltweit führenden Multisportmarken, enthüllt ihr neues Ziel: **"Move People Through The Wonders of Sport"**. Die Strategie, die hinter dieser Ambition steht, beinhaltet das Bestreben, innovative und nachhaltige Sportprodukte für alle zugänglich zu machen. Als Teil dieser Entwicklung stellt Decathlon seine **neue Markenausrichtung** vor, die eine dynamische und zukunftsorientierte Identität und das neue "Orbit"-Logo umfasst.

Seit den Anfängen im Jahr 1976 hat Decathlon immer an die wichtige Rolle des Sports für eine gesündere und glücklichere Gesellschaft geglaubt. Denn heute brauchen die Menschen den Sport mehr denn je.

Zu Beginn dieser Transformation legte Decathlon, ein langfristiges Ziel, seinen "North Star" fest, um die Mission zu beschleunigen, einen positiven Einfluss auf die **Gesellschaft** und den Planeten zu haben. Geleitet von diesem North Star wurde ein neues Ziel geboren: **Move People Through the Wonders of Sport**.

Mit diesem Ziel vor Augen verfolgt Decathlon eine ehrgeizige globale Strategie, die ein verbessertes Kundenerlebnis, ein starkes Engagement für Nachhaltigkeit und eine generelle Modernisierung des Unternehmens umfasst. Der Kern des Kundenerlebnisses ist eine weiterentwickelte Markenstrategie, die heute eingeführt wurde.

**Barbara Martin Coppola, Global Chief Executive Officer der Decathlon Gruppe:** *"Der heutige Tag markiert einen ganz besonderen Moment in der Geschichte und der Zukunft von Decathlon. Die Welt braucht den Sport heute mehr denn je. Er hat eine verbindende Kraft und kann sowohl die körperliche als auch die geistige Gesundheit verbessern. Wir bei Decathlon wollen einen größeren positiven Einfluss auf die Menschen, die Gesellschaft und den Planeten haben, indem wir Menschen durch die Wunder des Sports bewegen. Ich bin stolz darauf, mit unseren Teamkolleg:innen auf den North Star – unser Leitmotiv und Ziel – hinzuarbeiten. Es war unglaublich zu sehen, wie unsere vielfältige Gemeinschaft zusammenkam, um das zu feiern, was uns besonders macht: allen Menschen die Möglichkeit zu geben, Sport innerhalb ihrer eigenen Motivation und des eigenen Niveaus zu betreiben. Ich bin zuversichtlich, dass unsere ehrgeizige Strategie, mit der wir unsere Arbeitsweise weiterentwickeln, dafür sorgen wird, dass Decathlon als einzigartige und vertrauenswürdige Sportmarke die Branche anführt."*

## EINE NEUE MARKENIDENTITÄT UND EIN NEUES PORTFOLIO

Die neue **Markenidentität** von Decathlon spiegelt den **Ehrgeiz der Marke** wider und würdigt **gleichzeitig** ihre **Vergangenheit**. Neben einem dynamischen Blau wird nun auch ein neues **Markensymbol** – der "Orbit" – eingeführt. Dieser drückt Bewegung, den Ehrgeiz, neue Höhen zu erreichen, und die Kreislaufwirtschaft, das Herzstück des nachhaltigen Geschäftsmodells von Decathlon, aus.

Decathlon setzt das gesamte Potenzial der Marke frei, um Sport für alle durch ein neues und vereinfachtes Markenportfolio mit neun spezialisierten Bereichen sowie vier Experten-Marken zu ermöglichen. Zu den spezialisierten Bereichen gehören die Eigenmarken Quechua (Bergsport), Tribord (Wasser- und Windsport), Rockrider (Outdoor-Radsport), Domyos (Fitness), Kuikma (Schlägersport), Kipsta (Teamsport), Caperlan (Natursport), B'twin (urbane Mobilität) und Inesis (Präzisionssport). Van Rysel, Simond, Kiprun und Solognac zählen zu den Experten-Marken.

## AUF NACHHALTIGKEIT BASIERENDES GESCHÄFTSMODELL

All das Gute, das der Sport für das Leben der Menschen und die Gesellschaft tun kann, darf nicht auf Kosten des Planeten gehen.

Decathlon will eine treibende Kraft sein und hat sich verpflichtet, bis 2050 Netto-Null zu erreichen. Die Ziele zur CO<sub>2</sub>-Reduktion umfassen folgende Bereiche (Scopes 1, 2 & 3):

- **Verringerung der absoluten CO<sub>2</sub>-Emissionen um 20 % bis Ende des Jahres 2026.**
- **Verringerung der absoluten CO<sub>2</sub>-Emissionen um 42 % bis Ende des Jahr 2030 und Netto-Null bis 2050.**

Decathlon ist fest entschlossen, diese Ziele zu erreichen und konnte im Jahr 2023 zum zweiten Mal in Folge seinen Umsatz (Wachstum) steigern und gleichzeitig weniger CO<sub>2</sub> emittieren.

Decathlon arbeitet Hand in Hand mit Lieferanten und Partnern, um Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette zu fördern. Durch diesen kollaborativen Ansatz arbeitet Decathlon mit seinen Zulieferern an der Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen in den Prozessen und ebnet den Weg für neue Geschäftsmodelle, die auf Kreislaufwirtschaft und verlängerten Produktlebenszyklen basieren.

Das bedeutet auch, dass Decathlon über die gesamte Produktpalette hinweg die Produktlebensdauer verlängert und es den Kund:innen ermöglicht, ihre Produkte wiederzuverwenden, zu reparieren und zu recyceln.

## **EIN NEUES KUNDENERLEBNIS, DAS VON EINER "DIGITAL FIRST"-MENTALITÄT GEPRÄGT IST**

Decathlon nutzt die Möglichkeiten der Digitalisierung, um mit einer globalen Überarbeitung der E-Commerce-Website Kund:innen jederzeit und überall ein nahtloses Einkaufserlebnis zu bieten.

Die digitale Lieferkette von Decathlon wurde mit den besten Tools und **KI-Algorithmen** neu durchdacht, um genaue **Prognosen, Sortimentsplanung** und **Bestandsparameter** zu ermöglichen. Dies hat bereits zu einer erheblichen Verringerung der Lagerbestände und vielen Verbesserungen geführt, einschließlich der Senkung der Transportkosten, des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks und der Lieferzeiten.

Decathlon beschreitet auch neue Wege, um seinen Kund:innen ein intensives Einkaufserlebnis zu bieten, z. B. mit der 3D-Shopping App auf Apple Vision Pro in den USA.

In den kommenden Monaten werden mehr als 1.700 Geschäfte auf der ganzen Welt mit einer völlig neuen Einrichtung ausgestattet, die den Kunden eine intuitive Navigation, eine bessere Sichtbarkeit der Produkte, ansprechende physische und digitale Displays sowie eine ästhetisch ansprechende Atmosphäre bietet. In Deutschland wird die erste Filiale mit dem neuen Kundenerlebnis Anfang Mai in Böblingen bei Stuttgart eröffnet.

## **INNOVATION IM HERZEN EINER MULTI SPEZIALISIERTEN SPORTMARKE**

Jeden Tag entwickeln, kreieren, entwerfen und testen über **850 Ingenieur:innen und 400 Designer:innen** bei Decathlon unermüdlich neue Materialien und Produkte. Das Ergebnis ist eine Reihe innovativer Produktlösungen, die durch 900 Patente untermauert werden.

Die Organisation von Decathlon ist von dieser Kultur geprägt und umfasst Expertenteams wie **Booster Innovation**, das lokale Teams unterstützt, **Sports Lab**, das sich der Erforschung des Sports und der Dynamik des menschlichen Körpers widmet. **AddLab** ist ein 3D-Prototyping-Zentrum und Advanced Design, das die Sportarten und Erlebnisse der Zukunft entwirft.

## **GEMEINSAM IN DIE ZUKUNFT BLICKEN**

Decathlon hat sich zum Ziel gesetzt, **eine der inklusivsten Organisationen der Welt zu werden.**

Im Jahr 2023 erreichte das Führungsteam von Decathlon zum ersten Mal in seiner Geschichte eine ausgeglichene Besetzung, und das Unternehmen ist für 2026 beispiellose Verpflichtungen eingegangen. Dazu gehören die Messung von

Repräsentation, Inklusion und Zugehörigkeit, die Umsetzung von Maßnahmen und die Festlegung globaler Standards und Best-in-Class-Leistungen im Bereich Diversität, Gleichberechtigung und Inklusion.

Decathlon baut Gemeinschaften auf und stärkt sie, wie z. B. Frauen in Führungspositionen und damit verbundene Programme, und schmiedet externe Partnerschaften mit Expert:innen im Bereich Gleichberechtigung. Im Jahr 2023 erhielt Decathlon mehrere Branchen-Anerkennungen, darunter den 10. Platz in der Forbes-Kategorie Einzelhandel & Großhandel für den weltweit "besten Arbeitgeber für Frauen".

## **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 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 87 Filialen und einem Onlineauftritt mit integriertem Marktplatz vertreten.

## **Medien-Kontakte**

### **Decathlon Gruppe**

Olivier PEDRO-JOSE - *Global Head of Media & Public Relations*  
[international.media@decathlon.com](mailto:international.media@decathlon.com)

### **Decathlon Deutschland**

Hanna Beck - *Leiterin Unternehmens- und Produktkommunikation*  
[presse@decathlon.de](mailto:presse@decathlon.de)