



**Herzlich willkommen
zur Decathlon Deutschland
Pressekonferenz**

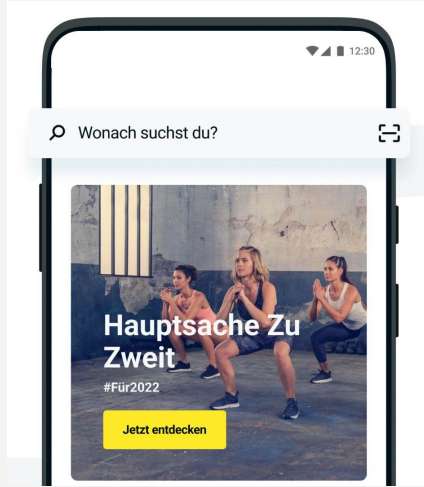
DECATHLON

THEMEN DER PRESSEKONFERENZ



Strategie & Bilanz

André Weinert
CEO Decathlon Deutschland



Digital

Dr. Florian Bischoff
Chief Digital Officer



Circularity Services

Marina Stassinopoulos
Projektleiterin Nachhaltigkeit

Michael Kiess
Leiter Buy Back



Arbeitgeber- positionierung

Tufan Günler
Leiter Personal

Julia Staiger
Leiterin Employer Branding



STRATEGIE BIS 2026 UND BILANZ 2022



UNSER STARTPUNKT DAS SPIELFELD NEU GESTALTEN

Strategie 2022 - 2026

Decathlon Deutschland als erste Adresse für Sportprodukte

- digital.** Beste nationale Sportplattform
- lokal.** Alles aus einer Hand
- gemeinsam.** Unser Team macht den Unterschied
- führend.** Marktführer werden



UNSERE KERNSTRATEGIEN

Strategie 2022 - 2026

1



Customer first

Kund:innen werden zu DECATHLON-Fans (Neugewinnung, Kundenpflege, Engagement)

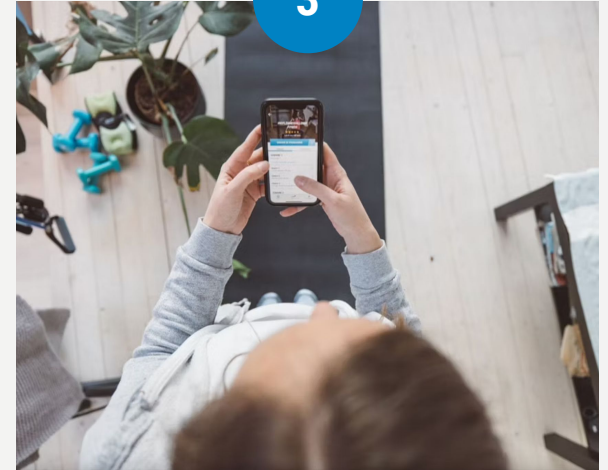
2



Core-Business stärken

Unsere Erlebnis-Stores und unser Online-Geschäft ausbauen

3



Entwicklung zu einer Sportplattform

Mehr Marken, mehr Produkte, mehr Auswahl: One-Stop-Shopping

UNSERE KERNSTRATEGIEN

Strategie 2022 - 2026

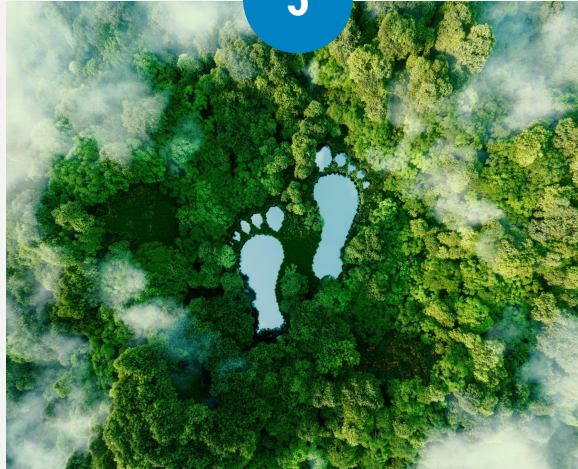
4



Wir als Arbeitgeber

Wir möchten die erste Adresse für sportbegeisterte Arbeitnehmer:innen sein

5



Nachhaltig wachsen

Fokus auf Re-Use: Ersatzteile, Wartung, Reparatur, Second Use und Buy Back

6



Marktanteile erhöhen

Wir werden unseren Gesamtumsatz mehr als verdoppeln



BILANZ IN 2022

CUSTOMER FIRST

Bilanz 2022 · Kernstrategie · 1. Säule



>20 Mio.

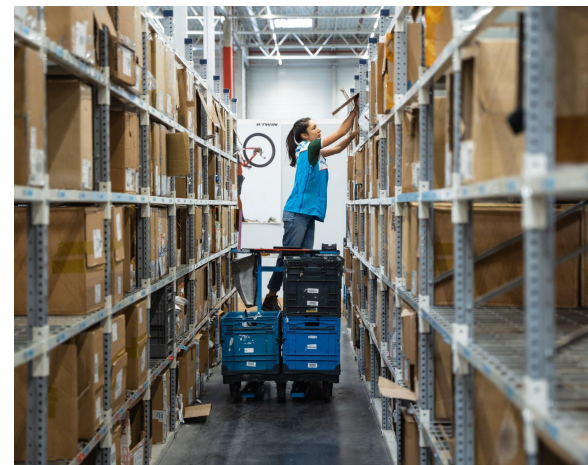
Transaktionen in 2022
(Vgl. Vorjahr: 15,8 Mio.)

4,55 von 5

Sterne
(35.000 Kund:innenbewertungen)

CORE-BUSINESS STÄRKEN

Bilanz 2022 · Kernstrategie · 2. Säule



85 Stores

- 3 Eröffnungen
- 2 Relokalisierungen
- 1 Erweiterung

28% Online-Umsatz

nach Retouren,
davon 7% vom Marktplatz

38 Mio. € Investitionen

16 Mio. € in Filialen
22 Mio. € in Logistik

ANTEIL DER FOKUSSPORTARTEN

Bilanz 2022 · Kernstrategie · 2. Säule



Outdoor



Mobility



Fitness

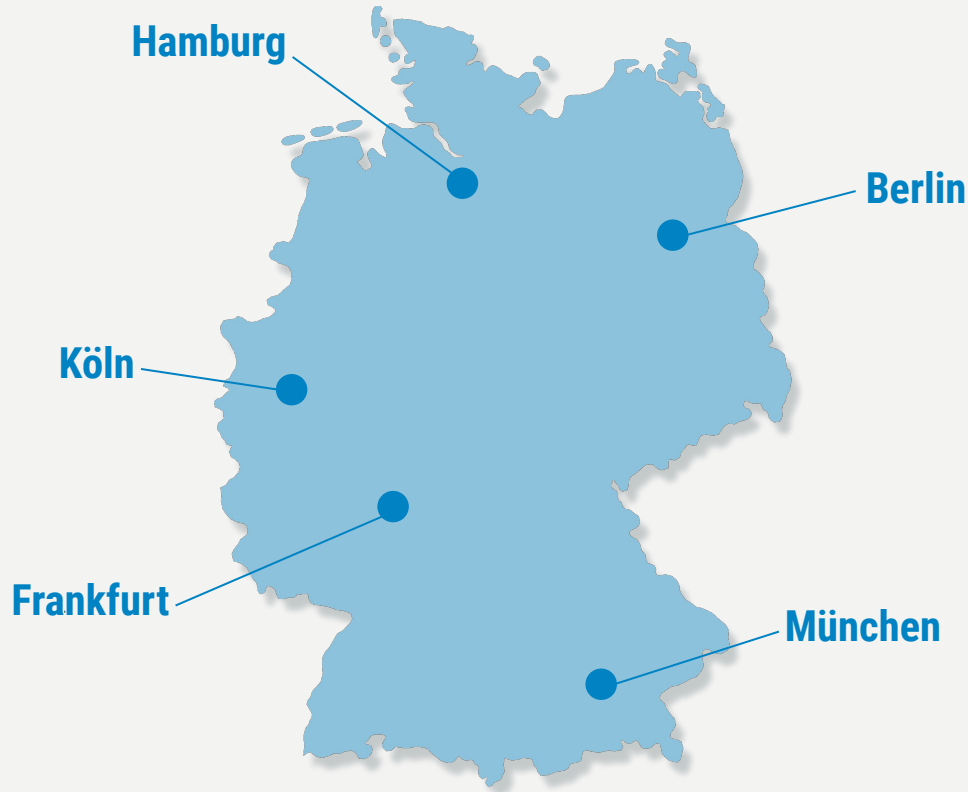


Wassersport

← **70% Umsatzanteil** →

UNSERE FOKUSSTÄDTE

Bilanz 2022 · Kernstrategie · 2. Säule



300 Mio. €

Omni Turnover

ENTWICKLUNG ZU EINER SPORTPLATTFORM

Bilanz 2022 · Kernstrategie · 3. Säule

Marktplatz: Live seit **April 2021**

>300 Partner

>62 zusätzliche
Tsd. Produkte



WIR ALS ARBEITGEBER: 5.520 TEAMMATES

Bilanz 2022 · Kernstrategie · 4. Säule



37% Anteil weiblicher Führungskräfte
in Deutschland

Teammates aus **82** Nationen arbeiten
für DECATHLON in Deutschland

76,9%
im
Retail

davon
16,6%
in der
Logistik

6,5%
in den
zentralen
Services

NACHHALTIG WACHSEN

30%

Umsatzanteil Ecodesign-Produkte

20.000

Produkte über Second Use verkauft

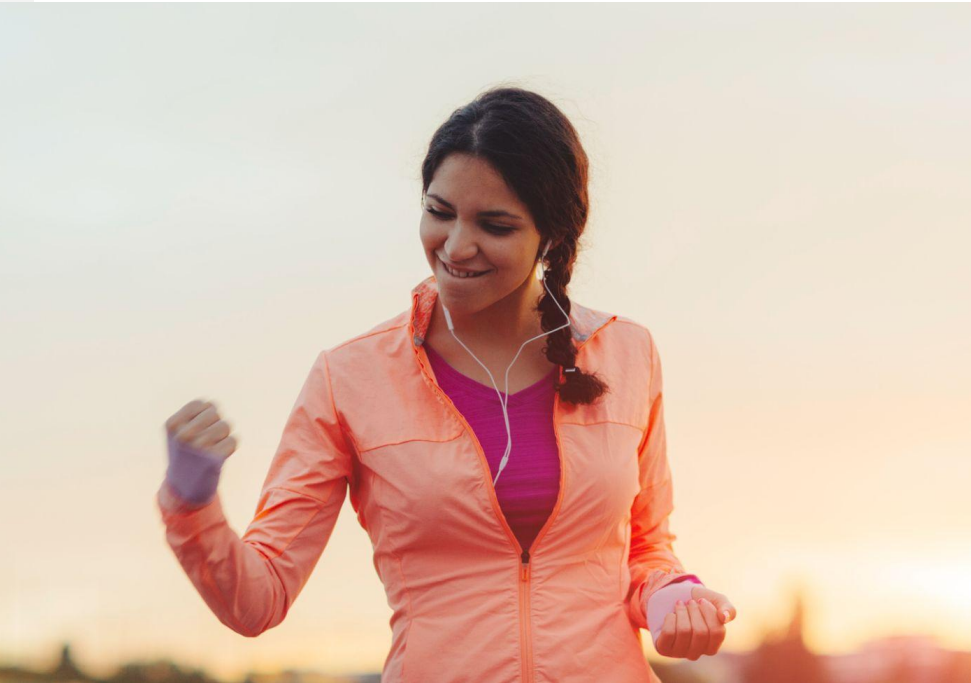
15.700

Reparaturen



UMSATZREKORD IN 2022

Bilanz 2022 · Kernstrategie · 6. Säule



+28,4%

1,06 Mrd. €
Bruttoumsatz

893 Mio. €
Nettoumsatz

30,1 Mio. €
EBIT

VIELEN DANK AN DAS TEAM!



2023: UNSERE ZIELE

Bilanz und Business Plan · Ziele 2023



**Stores
Investitionen**

25 Mio. €

4 Eröffnungen
1 Erweiterung

**Logistik
Investitionen**

25 Mio. €

Erweiterung und
Mechanisierung

**Kund:innen-
zufriedenheit**

**CSAT Score
> 4,6**

**Umsatzanteil
Ecodesign**

> 35 %

**Wachstums-
ziel**

**> 1,3 Mrd. € (+13%)
in 2023 in GMV**

DIGITAL



UNSER E-COMMERCE

Digital

Unser Ziel: der beste nationale Sportspezialist

- ➔ Größtmögliche Produktauswahl
→ **100 Tsd. Produkte** online
- ➔ **24/7** Erreichbarkeit: On- und Offline Fusion
- ➔ Personalisiertes digitales Einkaufserlebnis



WAS BEINHALTET E-COMMERCE BEI DECATHLON?

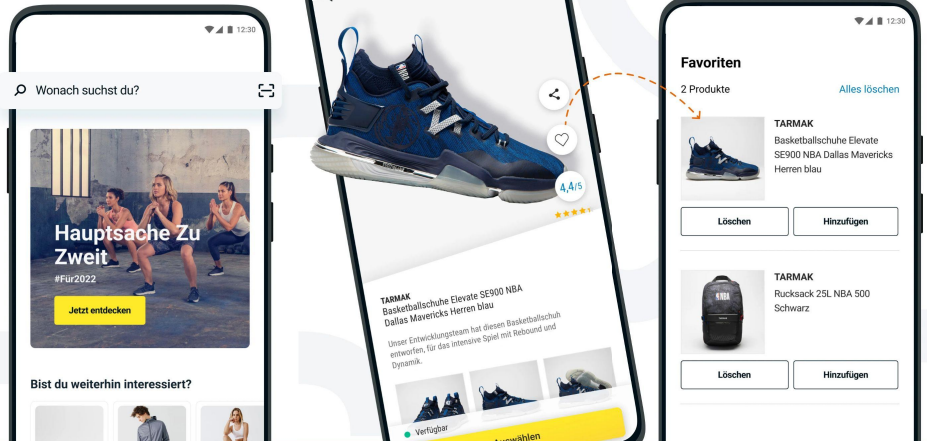
Digital

Alle unsere Produkte
und Angebote

DECATHLON

Ein unkompliziertes
Einkaufserlebnis

Deine Favoriten auf
einen Blick



➔ [decathlon.de](https://www.decathlon.de)

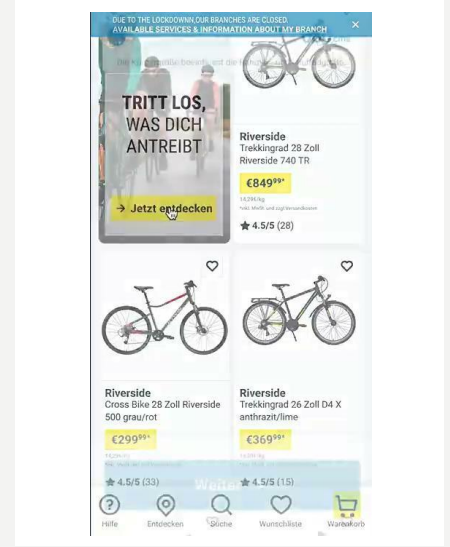
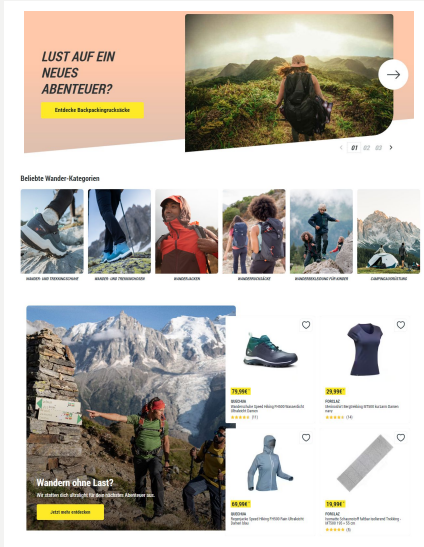
➔ Shopping App

➔ DECATHLON Coach

➔ Service Angebote

HIGHLIGHTS 2022

Digital



Marktplatz

+ 62.000 Produkte
+ 300 Partner

Circularity Services

Second Use Online,
Lieferung per Lastenrad in
Berlin und München

Personalisierung

Anpassung von decathlon.de
auf die Bedürfnisse der
User:innen

Guided Selling

27 Produktguides auf decathlon.de
in 10 Sportbereichen

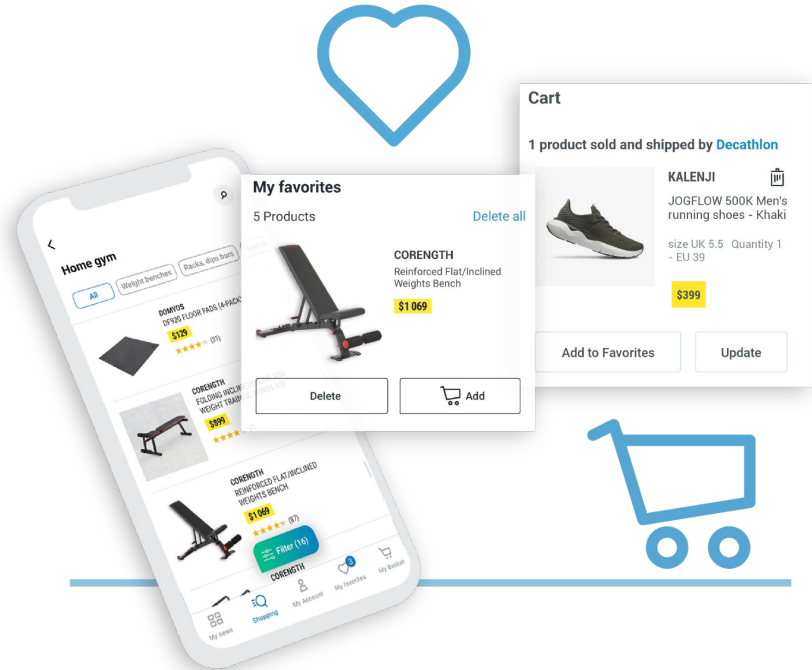
SHOPPING APP IN ZAHLEN

Digital

Downloads
2 Mio.

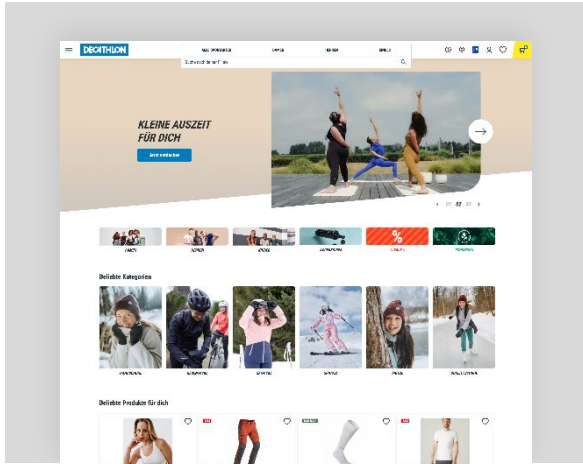
Bewertung
App-Store
4.5

Monatliche User
220 Tsd.



UNSER DIGITAL BUSINESS 2022 IN ZAHLEN

Digital



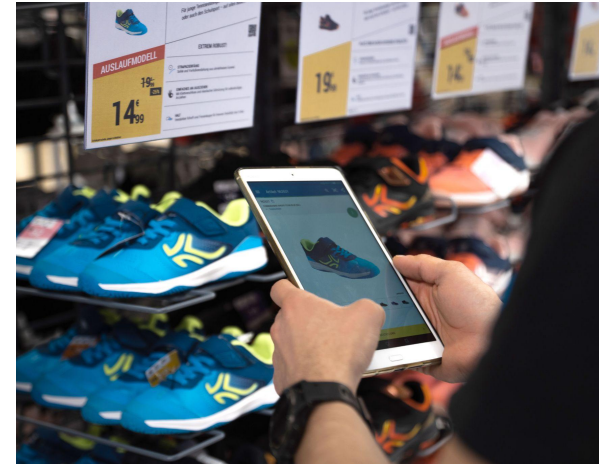
+44% Website-Besuche

durch verbesserte Ausspielung
und mehr direkte Zugriffe
(im Vergleich zu 2019)



+114% Umsatz

im Vergleich zu 2019

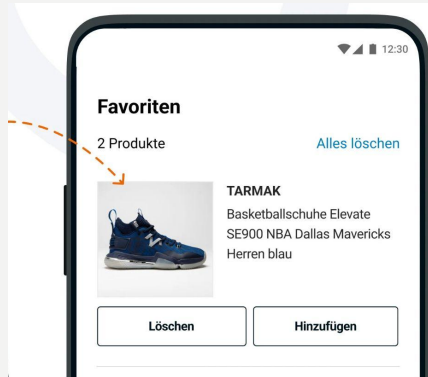


28% Online-Umsatz

nach Retouren,
davon 7% vom Marktplatz

WAS PLANEN WIR FÜR 2023?

Digital



decathlon.de

Marktplatzpartner

Category
Management

Produktberatung

Shopping App

Personalisierung

Guided Selling

Push Notifications

DECATHLON Coach

Sportbegleitung überall

Einbindung in User Journey

Technische Verbesserungen

Nachhaltigkeit

Buy Back Online

Liefermöglichkeiten und
Retouren

Ersatzteile

DEEP DIVE: WORKSHOP

Digital



Ersatzteile

Verbrauchsgüter
wie Fahrrad-
schläuche oder
Rollen für
Inlineskates



Anbauteile & Komponenten

Schaltung,
Achsen, Bindung
usw.



Update Services

E-Bikes,
Uhren etc.



Assistenz

Anleitungen,
Ratgeber

Video Content



After Sales

Check-Up

Zusätzliche
Informationen

A scenic mountain landscape featuring a gravel path that winds through lush green hills. In the background, majestic mountains with patches of snow and glaciers rise against a clear blue sky. The overall atmosphere is serene and natural.

CIRCULARITY SERVICES

UNSER ENGAGEMENT FÜR DIE ZUKUNFT

Circularity Services

**-53 % CO₂
Intensität bis
2026**

Wir leisten unseren Beitrag zur globalen Klimaneutralität 2050.

**100 %
ECODESIGN
bis 2026**

Wir reduzieren die Umweltauswirkungen unserer Produkte.

**Circularity
Services
Bundesweit**

Wir verlängern die Lebensdauer unserer Produkte durch Reparatur, Wartung, und ein zweites Leben (Second Use & Buy Back).

**Sanfte
Mobilität
fördern**

Wir setzen uns für die Verkehrswende ein und nehmen an der Europäischen Mobilitätswoche teil.

Mehr erfahren in unserem [Transition Plan](#).



1. Umweltauswirkungen reduzieren

Als Designer & Produzent haben wir die gesamte Wertschöpfungskette in der Hand. Ecodesign ist der Schlüssel um unsere Umweltauswirkungen zu reduzieren.

2. Wissenschaftliche Kriterien

Wir analysieren den gesamten Lebenszyklus eines Produkts nach wissenschaftlich fundierten Kriterien, um Treibhausgasemissionen, Wasserverschmutzung und andere Umweltauswirkungen zu reduzieren.

3. Mindestens 1 Ecodesign-Kriterium

Alle Ecodesign-Kriterien stellen wir auf unserer [Einblicke-Seite](#) vor.

SANFTE MOBILITÄT FÖRDERN

Circularity Services



Mobilität als zweitgrößte CO₂-Quelle

Rund **12 %** unserer CO₂ Emissionen werden durch die Mobilität unserer Kund:innen und Mitarbeiter:innen verursacht.

#BurnFatNotOil

Keine Mobilitätswende ohne Fahrräder, Scooter, oder sogar Laufschuhe. Der Planet mag es, wenn sich jede/r bewegt!

Europäische Mobilitätswoche

Wir laden alle herzlich ein, uns bei der nächsten **Europäischen Mobilitätswoche vom 16. bis 22.09.** zu begleiten.

**DER PLANET MAG ES,
WIE DU DICH BEWEGST!**

WIR FEIERN DIE EUROPÄISCHE MOBILITÄTSWOCHE
VOM 16. BIS 22. SEPTEMBER

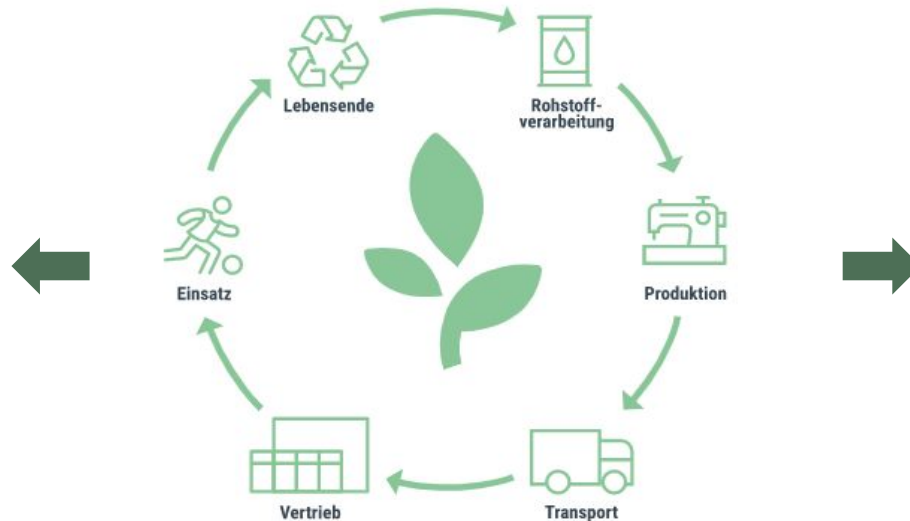
CIRCULAR ECONOMY - WARUM?

Verlängerung des Produktlebenszyklus



SECOND USE
= re-use

*Retouren, Buy Back,
Rent, Leasing*



REPARATUR
= re-pair

*Ersatzteile, DIY,
Support Website*

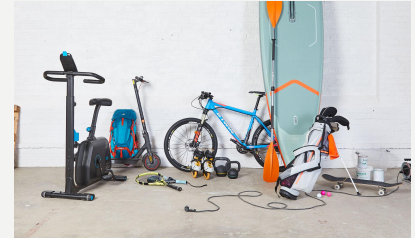
CIRCULAR ECONOMY - UNSER ZIEL

Produkte online und in den Stores wiederverkaufen



SECOND USE

Produkte von Kund:innen zurückkaufen



BUYBACK

Wartung, Reparatur und DIY



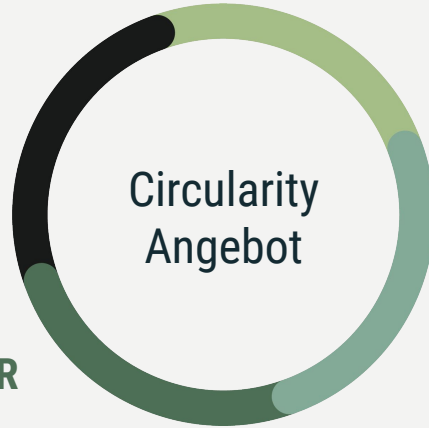
**REPARATUR
+ CARE**

Produkte an Kund:innen verleihen



RENT

Circularity
Angebot

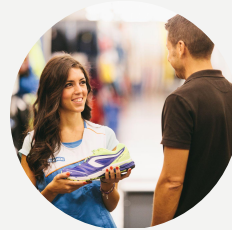


BUY BACK - SO GEHT'S



Kund:innen

registrieren auf [decathlon.de](https://www.decathlon.de) ihr Produkt und nutzen die Preis-Einstufung.



Kund:innen

bringen das Produkt in den Store und bestätigen den Buy Back Preis.



DECATHLON

checkt die Sicherheit und Wiederverkäuflichkeit des Produkts.



DECATHLON

ist neuer Eigentümer des Produkts, bringt es in den Verkauf und sorgt somit für einen längeren Produktlebenszyklus.



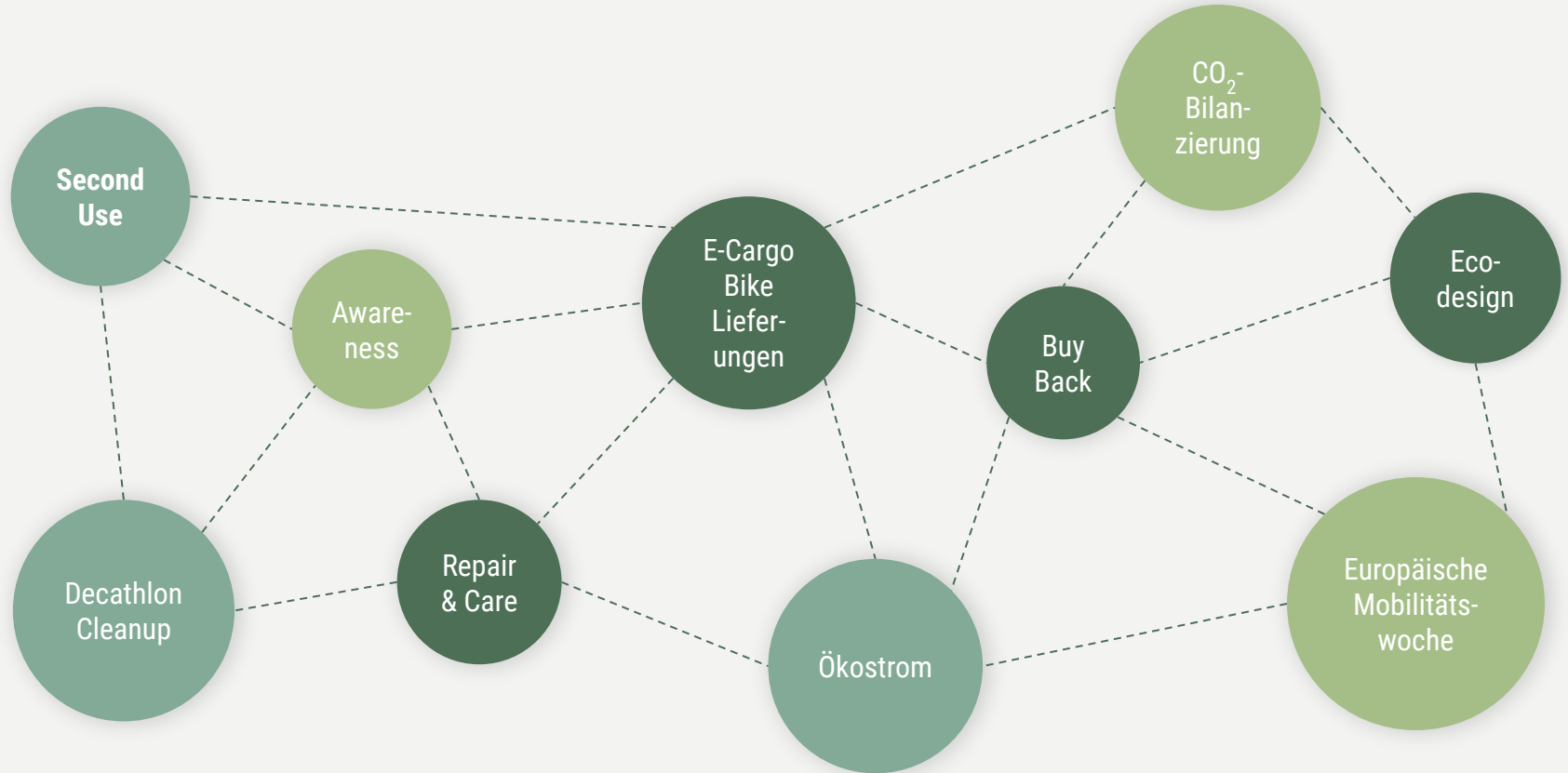
Kund:innen

erhalten nach Vertragsabschluss die Zahlung (EC-Karte/Gutschein).



UNSER NACHHALTIGKEITS-ENGAGEMENT

Circularity Services



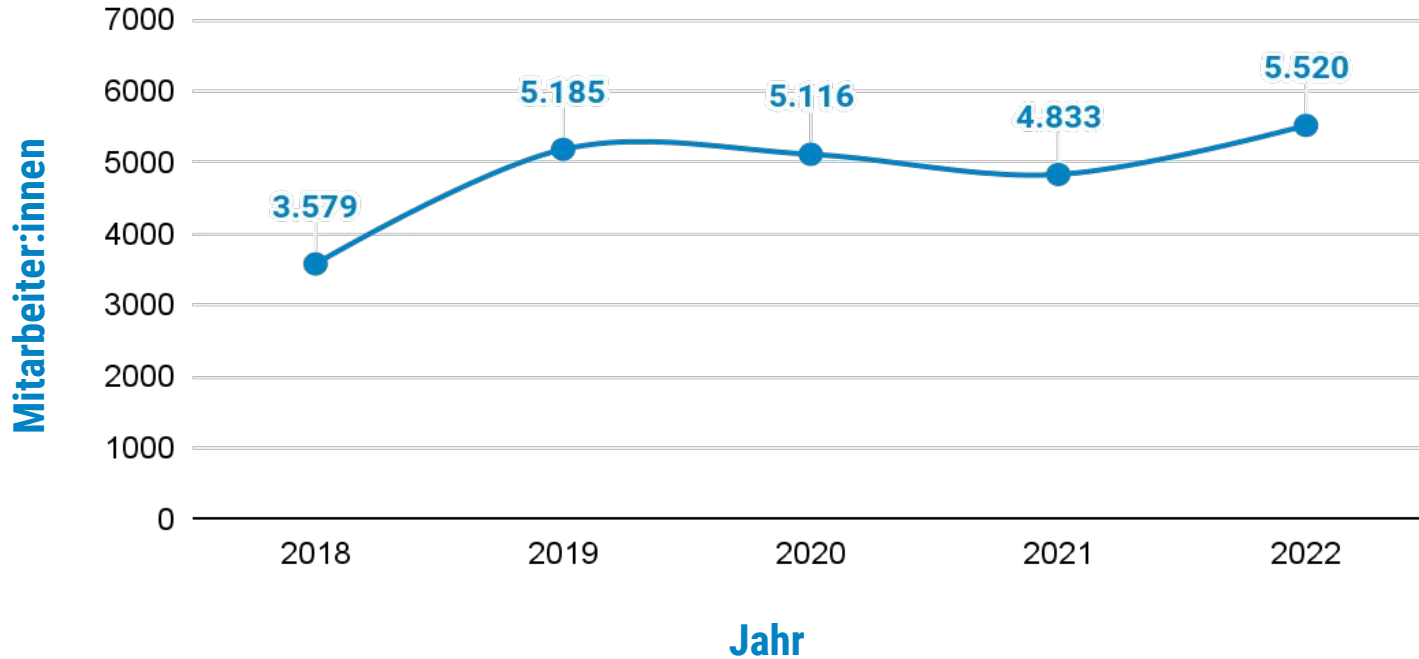


NEUE ARBEITGEBERPOSITIONIERUNG

on Decathlon 2026

DAS TEAM MACHT DEN UNTERSCHIED - UND WÄCHST

Arbeitgeber-
positionierung



HERAUSFORDERUNGEN

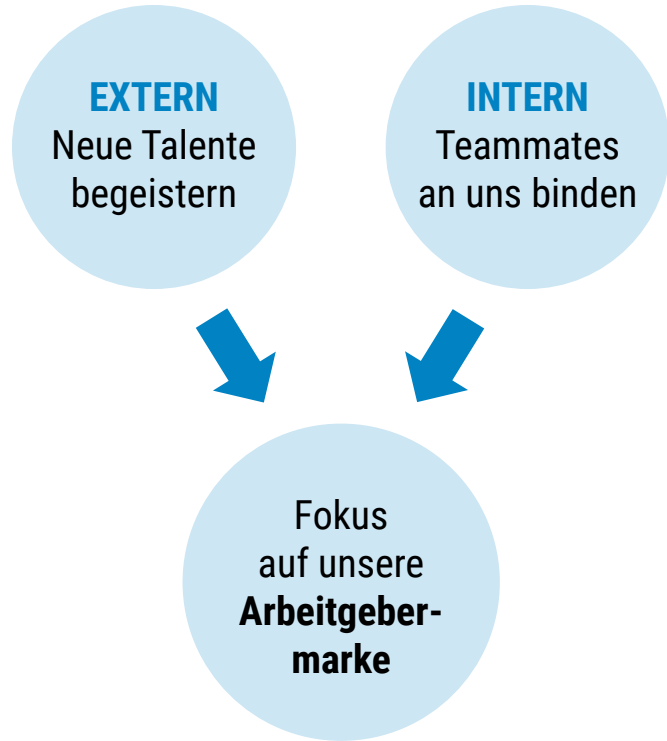
Arbeitgeberpositionierung



Quelle: [Hire](#) und [Statista](#)

WACHSENDE BEDEUTUNG DER **ARBEITGEBERMARKE**

Arbeitgeberpositionierung



UNSERE ZIELE IM EMPLOYER BRANDING?

Arbeitgeberpositionierung

EB bedeutet für uns erstmal eine Arbeitgeberpositionierung zu haben, die ...

Kununu
Score
3,9 / 5*

klar ist

ehrllich / mit "Ecke
und Kante"

aus unserer Identität und den
Teams entsteht

nicht auf Buzzwords, sondern auf
kulturellen Faktoren aufbaut



Entscheidungskompetenz,
z.B. für externe Talente

INTERNES EMPLOYER BRANDING

- Retention - Bindung unserer bestehenden Teams
- Die Positionierung nach innen erlebbar machen
- Unsere Teammates an allen Touchpoints begeistern

EXTERNES EMPLOYER BRANDING

- Bekanntheit von DECATHLON als Arbeitgeber
- Cultural Fit - Passung zwischen Kandidat:in und uns
- Ehrliche Kommunikation, unseren Spirit nach außen tragen

WAS MACHT DECATHLON ALS **ARBEITGEBER** AUS?

DECATHLON

IST EUPHORIE 

Packt dich, fordert dich und bringt dich weiter. Wir lieben uns, wir challengen uns.

Erlebe uns, um es zu spüren

WAS DANACH GESCHAH...

Arbeitgeberpositionierung



DECATHLON

IST EUPHORIE ♥

Packt dich, fordert dich und bringt dich weiter. Wir lieben uns, wir challengen uns.

Erlebe uns, um es zu spüren

Other slogans visible on t-shirts: #team 1, LIEBE, FUN, FUN, FUN, Schweißgeruch & Gels, Spieß aus d..., Leva 120 Campus, TEA...

DIE NEUE POSITIONIERUNG STÖßT VERÄNDERUNGEN AN

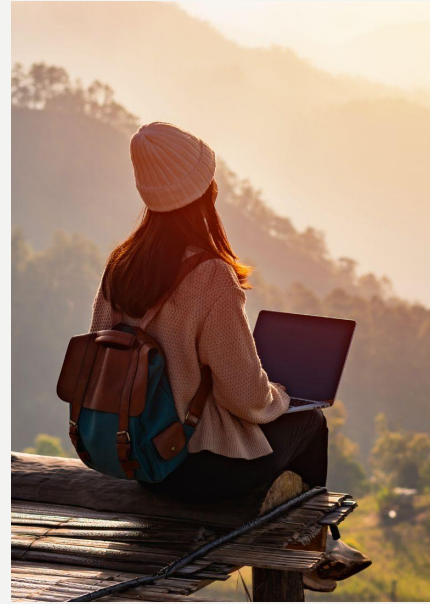
Arbeitgeber-
positionierung



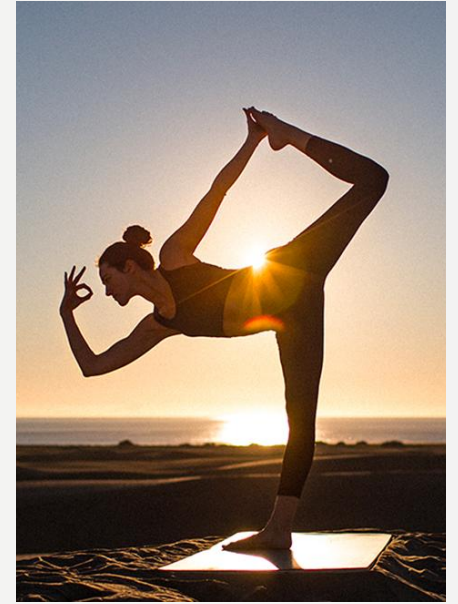
Campus-Standorte



Wellbeing



Workation



Auszeit

A woman with curly hair, wearing a grey jacket and a backpack, is shouting with her mouth wide open and eyes closed. She is holding a long, dark pole. In the background, another person in a red jacket is visible, also appearing to be in a state of excitement. The scene is set against a bright, hazy background, possibly a sunset or sunrise.

VIELEN DANK!

DECATHLON