



Pressemitteilung

MÄRZ 2025

Decathlon setzt Erfolgsgeschichte fort:

Omni-Strategie, Expansion und Fokus auf
Nachhaltigkeit im Jahr 2024

Decathlon setzt Erfolgsgeschichte fort: Omni-Strategie, Expansion und Fokus auf Nachhaltigkeit im Jahr 2024.

Plochingen, 31.03.2025: Decathlon Deutschland blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2024 zurück. Der Multisportspezialist erzielte erneut einen Umsatzrekord, setzte verstärkt auf Nachhaltigkeit und konnte seine Marktpräsenz in Deutschland weiter ausbauen. Ein wesentlicher Faktor für diese positive Entwicklung ist die konsequente Umsetzung der Omni-Strategie, die das digitale und stationäre Einkaufserlebnis nahtlos miteinander verzahnt. Dies unterstreicht die Beliebtheit von Decathlon bei Familien und Sporteinsteigern, während das Unternehmen gleichzeitig verstärkt den Profisport adressiert.

Decathlon Deutschland konnte 2024, trotz eines herausfordernden Marktumfelds, den **Gesamtumsatz (GMV) auf 1,17 Mrd. Euro** steigern. Dies entspricht einem Wachstum von **2,1 %** gegenüber dem Vorjahr. Aufgrund der hohen Investitionskosten für die umfangreichen Expansionspläne in 2025 beläuft sich das **Ergebnis vor Steuern (EBIT) auf 27,3 Mio. Euro**, was einer Differenz von 11,3 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

Radsport als Wachstumsgewinner

Innerhalb des umfangreichen Produktsortiments sind in 2024 vor allem **Radsport** und **Teamsport** hervorzuheben. Trotz eines starken Nachfragerückgangs im deutschen Radmarkt konnte Decathlon in diesem Bereich erfolgreich seine Marktanteile ausbauen und um außergewöhnliche **8 %** wachsen. Maßgeblichen Anteil hatten hier das E-Bike und Leasing-Segment. Der Bereich **Teamsport** wuchs um **7,5 %** analog zum generellen Marktverhalten. Nach wie vor zählten auch die Sportwelten **Bergsport** und **Fitness** zu den beliebtesten Einkaufskategorien. Ein weiterer Wachstumstreiber war der Bereich **Service und Reparaturen**. Mit den bestehenden und [zwei neuen Werkstätten](#), die 2024 eröffnet wurden, konnte Decathlon im Servicebereich um **16 %** wachsen.

Omni-Channel-Strategie und Standortentwicklung

Die Kundenfrequenz in den Filialen blieb hoch: Rund **74 %** des Gesamtumsatzes wurden im **stationären Handel** erwirtschaftet, was die Bedeutung der persönlichen Beratung und des Produkterlebnisses vor Ort hervorhebt. Gleichzeitig trug der **Online-Handel** inklusive Digital Instore die restlichen **26 %** zum Umsatz bei, wobei der **Online-Marktplatz** eine bemerkenswerte Entwicklung zeigte. Mit einem Umsatzanteil am Digitalgeschäft von rund **20 %**.

Insgesamt investierte Decathlon Deutschland in 2024 **19 Mio. Euro** für die **Standortentwicklung**. Darunter zählten **neun Store Modernisierungen**, **zwei Relokalisierungen** an attraktivere Standorte in [Wiesbaden](#) und [Böblingen](#) sowie **eine Wiedereröffnung** nach umfangreichen Sanierungsmaßnahmen in [Neunkirchen](#). Neu hinzu kamen die Filialen in [Hamburg](#) und [Potsdam](#). Letzteres mit einem neuen Filialkonzept mitten in den Bahnhofspassagen. In Hamburg eröffnete Decathlon eine Multisportfiliale in der Innenstadt auf einer Fläche des MediaMarkt Tech Village Hamburg. Zum Jahresabschluss kommt der Sportriese damit auf insgesamt **88 Filialen** in Deutschland.

Entscheidend für den Erfolg von Decathlon ist die **Omni-Channel-Strategie**. Kunden können flexibel zwischen Online-Shop und Filialen wählen, Produkte online recherchieren und in der Filiale abholen ("Click & Collect") oder Produkte in der Filiale direkt online bestellen, wenn sie möglicherweise nicht vor Ort verfügbar sind. Auch Retouren und Umtäusche sind unkompliziert über beide Kanäle möglich. Diese Verzahnung bietet ein Höchstmaß an Komfort und Flexibilität, das von der Kundschaft sehr geschätzt wird.

Konsequenter Ausbau der nachhaltigen Services

Das Jahr 2024 stand bei Decathlon Deutschland auch im Zeichen der Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft. In den eigenen Werkstätten und Service Points wurden über **127.000 Reparaturen** durchgeführt, um die Lebensdauer von Produkten zu verlängern. Der Second Use Service erfreute sich großer Beliebtheit: Mehr als **88.000 gebrauchte Produkte** fanden neue Besitzer und trugen so zur Ressourcenschonung bei. Auch der **Buy Back Service** konnte sich mit **10.800 zurückgekauften Produkten** weiterentwickeln. Der Umsatzanteil der nach **Ecodesign**-Kriterien hergestellten Produkte im deutschen Sortiment konnte auf **53 %** gesteigert werden. Der Ausbau der eigenen City-Werkstätten wurde ebenfalls mit zwei Neueröffnungen in München und Hamburg vorangetrieben.

Weitere Meilensteine in 2024

Das Jahr 2024 war für Decathlon ein Jahr bedeutender Fortschritte und strategischer Weichenstellungen:

- Die Decathlon Gruppe gab den Startschuss für eine neue Ära mit der Einführung der neuen [Markenidentität](#), die unter dem Motto "**Move People Through The Wonders of Sport**" steht.
- Ein weiterer wichtiger Schritt war die Einführung einer neuen [E-Commerce-Plattform](#) unter decathlon.de, die sich durch eine verbesserte User Experience auszeichnet.

- Um den wachsenden Bedarf an flexiblen Mobilitätslösungen zu bedienen, startete Decathlon das Angebot von **Fahrradleasing** in Kooperation mit [JobRad](#). Dieses Angebot wurde mittlerweile um [BikeLeasing](#) und [BusinessBike](#) erweitert.
- Im Bereich der Kreislaufwirtschaft ging Decathlon eine Kooperation mit dem [Premium-Refurbisher Rebike](#) ein, um auf dem Online-Marktplatz hochwertige, gebrauchte Fahrräder anzubieten. Dieses Angebot wurde in diesem Jahr durch ein innovatives [Shop-in-Shop](#) Konzept in den Filialen Weiterstadt, Köln und Hamburg ergänzt.

Ein besonderes Highlight war die Ankündigung einer ambitionierten [Expansionswelle](#) im Herbst 2024: Bis 2027 plant Decathlon Deutschland die Eröffnung von **60 weiteren Filialen** mit neuen und modernen Formaten am Stadtrand und auch in den Innenstädten sowie die Einstellung von **bis zu 3.000 neuen Mitarbeiter:innen**. In Deutschland waren zum Stichtag 31.12.2024 insgesamt 5.522 Mitarbeiter:innen für das Unternehmen tätig.

Decathlon weltweit

Auch auf globaler Ebene setzte Decathlon seine positive Entwicklung fort und festigte seine Position als Hersteller innovativer Sportprodukte. Die Decathlon Gruppe verzeichnete im Jahr 2024 ein Umsatzwachstum von 5,2 % im Vergleich zu 2023 bei konstanten Wechselkursen. Bereinigt um ungünstige Wechselkurse stieg der **Umsatz** damit um **3,8 %** und erreichte **16,2 Mrd. Euro**. Der **digitale Umsatz** macht global nun **20 %** des Gesamtumsatzes aus – einschließlich E-Commerce, Marktplätze und digitalen Bestellungen aus den Filialen. Die Anzahl der weltweiten Mitarbeiter:innen lag zum Stichtag 31.12.2024 bei **101.100** in **79 Ländern**. Zudem verkündete die Decathlon Gruppe eine Investitionssumme von **100 Mio. Euro** bis 2027 für den Ausbau der Markenpräsenz im deutschen Markt.

Weitere Informationen zur globalen Entwicklung der Decathlon Gruppe in 2024 gibt es [hier](#).

Ausblick auf 2025

Für das Jahr 2025 plant Decathlon Deutschland ein weiteres Umsatzwachstum, das über dem des Vorjahres liegen soll. Dabei setzt das Unternehmen sowohl auf die konsequente Weiterentwicklung der Omni-Channel-Strategie, den Ausbau der Expansion mit einer **Investitionssumme** von **57 Mio. €** sowie den Fokus auf die nachhaltige Wertschöpfungskette.

Arnaud Sauret, CEO Decathlon Deutschland, fasst zusammen: *„Decathlon ist die Anlaufstelle für Familien und Sporteinsteiger – und wir arbeiten konsequent daran, auch für Profisportler die erste Wahl zu sein. Unser Erfolg im Jahr 2024, der maßgeblich durch unsere Omni-Strategie getragen wird, zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind, mit einem starken Fokus auf Kundennähe, Nachhaltigkeit und Innovation. 2025 steht unser Kurs auf Expansion mit dem ambitionierten Ziel, dass wir in der Zukunft in ganz Deutschland innerhalb eines 20-Minuten-Radius einen Touchpoint für unsere Kund:innen bieten können.“*



Über Decathlon

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 Teammates und 1.700 Geschäften weltweit arbeitet Decathlon 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.



DECATHLON Deutschland SE & Co. KG

Filsallee 19, 73207 Plochingen

presse@decathlon.de

Pressekontakt

Hanna Beck

Leiterin Unternehmens- &
Produktkommunikation

 presse@decathlon.de

Weitere Informationen: einblicke.decathlon.de/presse