



Pressemitteilung

März 2026

Decathlon und MediaMarktSaturn:

Sport und Technik unter einem Dach

Decathlon und MediaMarktSaturn

Sport und Technik unter einem Dach

- **Der Handel hält zusammen:** Decathlon und MediaMarktSaturn starten strategische Partnerschaft in Deutschland und bündeln ihre Stärken durch gemeinsame Lebenswelten.
- **Neue Wege:** Decathlon treibt Wachstumsstrategie mit starken Partnerschaften und variablen Flächen voran, MediaMarktSaturn erweitert im Rahmen seiner Space-as-a-Service-Strategie das Einkaufserlebnis vor Ort.
- **Premiere in München:** Ende März eröffnet die erste gemeinsame Store-in-Store-Fläche im Einkaufs-Center pep München-Neuperlach.

Plochingen/Ingolstadt, 16. März 2026 – Zwei starke Marken, ein gemeinsamer Weg: Decathlon, einer der weltweit größten Sportartikelhersteller und -händler, und MediaMarktSaturn, Europas führendes Handelsunternehmen für Consumer Electronics, schließen eine strategische Kooperation in Deutschland. Ziel der Partnerschaft ist es, die Stärken beider Marken gezielt zu bündeln und einen gemeinsamen Anlaufpunkt zu schaffen. Kundinnen und Kunden denken heute weniger in Produktkategorien als in Lebenswelten: Sport und Technologie gehören für viele Menschen ganz selbstverständlich zusammen.

Den Start macht nach einer erfolgreichen Zusammenarbeit im MediaMarkt „Tech Village“ in Hamburg der MediaMarkt im Münchner Einkaufs-Center pep: Am 26. März 2026 eröffnet der Markt nach umfangreicher Modernisierung in neuem Design – hell, modern, übersichtlich und mit optimierten Vorführmöglichkeiten. Zeitgleich nimmt die erste gemeinsame Store-in-Store-Fläche mit Decathlon auf rund 1.000 m² ihren Betrieb auf. Noch in diesem und im kommenden Jahr soll das Konzept auf weitere Standorte in Deutschland ausgeweitet werden.

Wo starke Marken zusammenkommen

Für MediaMarktSaturn ist die Partnerschaft mit Decathlon Teil der strategischen Initiative Space-as-a-Service. Mit diesem Ansatz denkt MediaMarktSaturn die Fläche neu: Das Unternehmen bietet seinen Partnern optimale Bedingungen, um ihre Produkte und Lösungen unkompliziert im stationären Handel zu präsentieren – direkt auf der Fläche, mit persönlicher Beratung. Kundinnen und Kunden erleben so ein einzigartiges Einkaufserlebnis vor Ort, die Partner gewinnen Zugang zu einem der stärksten Handelsnetzwerke Deutschlands.

Die Kooperation ist Teil der Expansionsstrategie von Decathlon in Deutschland, um weiße Flecken auf der Landkarte noch zügiger zu erschließen. Neben eigenen Filialen setzt das Unternehmen auch auf Partnerschaften mit etablierten Einzelhändlern, um seinen Wachstumskurs in Deutschland noch stärker zu beschleunigen. So soll die Anzahl der Stores bis Ende 2027 auf mindestens 150 anwachsen. Aktuell verfügt das Unternehmen in Deutschland über 105 Filialen.

*„Decathlon und MediaMarktSaturn verfolgen beide einen klaren Omnichannel-Ansatz und stellen den Kunden konsequent in den Mittelpunkt“, betont **Carsten Geilert, Managing Director Sales, COO, bei MediaMarktSaturn Deutschland.** „Mit Space-as-a-Service bieten wir unseren Partnern eine ideale Plattform, um nah am Kunden zu sein. Wir freuen uns, Decathlon in Kürze bei uns im Münchner pep begrüßen zu dürfen. Gemeinsam zeigen wir, was moderner Handel kann – und senden ein klares Signal: Der Handel hält fest zusammen.“*

*„Der stationäre Handel entwickelt sich weiter. Starke Marken wie Decathlon und MediaMarktSaturn arbeiten immer enger zusammen, um ein relevantes und inspirierendes Einkaufserlebnis zu schaffen“, erklärt **Stefan Kaiser, Director Development & Real Estate bei Decathlon Deutschland.** „Das Store-in-Store-Konzept im pep München ist ein perfektes Beispiel dafür: Wir nutzen eine bestehende, hochwertige Fläche und schaffen durch die Kombination von Sport und Elektronik einen echten Mehrwert für den Kunden. Die Customer Journey wird einfacher, wenn Kundinnen und Kunden Lösungen rund um ihren aktiven Lebensstil an einem Ort entdecken können.“*

Sport und Technik: Eine logische Verbindung

Decathlon und MediaMarktSaturn teilen eine breite Zielgruppe, von Familien bis hin zu technikaffinen Sportlern. Die Sortimente ergänzen sich ideal: Während MediaMarktSaturn für die neueste Technik steht, bringt Decathlon das Equipment für einen aktiven Lebensstil mit ein. Für Kunden bedeutet das: Sport und Technik unter einem Dach – kurze Wege, mehr Auswahl, mehr Erlebnis.



Über Decathlon

Decathlon ist eine globale Multisportmarke für Sparteinsteiger:innen und Spitzensportler:innen und ein innovativer Hersteller von Sportartikeln für alle Sportlevel. Mit über 101.100 Teammates und 1.817 Filialen weltweit arbeiten Decathlon und seine Teams seit 1976 daran, die Freude und den Nutzen des Sports für alle zugänglich zu machen. In Deutschland ist Decathlon mit rund 6.000 Mitarbeiter:innen und über 100 Filialen sowie einem Onlineauftritt mit integriertem Marktplatz vertreten.



DECATHLON Deutschland SE & Co. KG

Filsallee 19, 73207 Plochingen

presse@decathlon.de

Pressekontakt

Simon Valachovic

Pressesprecher Filialen, Logistik & Personal

✉ simon.valachovic@decathlon.com

☎ Tel.: +49 151 50945297

Weitere Informationen: einblicke.decathlon.de/presse