



Pressemitteilung

Oktober 2026

Die Zukunft des Sports gestalten

DECATHLON stellt aktuelle Produkt- & Materialentwicklungen aus seinem Entwicklungsnetzwerk vor

Die Zukunft des Sports gestalten

DECATHLON stellt aktuelle Produkt- & Materialentwicklungen aus seinem Entwicklungsnetzwerk vor

Plochingen, Deutschland 12.10.2026: Sportausrüstung soll heute nicht nur funktionieren, sondern Bewegung einfacher, intuitiver und alltagstauglicher machen. Beim internationalen Innovation Awards von DECATHLON in Lille standen deshalb neue Produkt- und Materialentwicklungen im Fokus, die den Zugang zu Sport erleichtern und die Nutzung von Ausrüstung weiter verbessern sollen. Das Spektrum der vorgestellten Konzepte reicht von sensorgestützten Laufschuhen über neu gedachte Basketballkonstruktionen bis hin zu Materiallösungen mit reduziertem Ressourceneinsatz.

Seit 50 Jahren entwickelt DECATHLON eigene Sportprodukte. Was in den 1980er- und 1990er-Jahren mit den ersten Eigenmarken und einer engen Verzahnung von Entwicklung, Design und Produktion begann, hat sich zu einem Netzwerk aus spezialisierten Entwicklungszentren für mehr als 80 Sportarten entwickelt. Bei den diesjährigen Innovation Awards in Lille präsentierte das Unternehmen aktuelle Produktneuheiten und Technologiekonzepte, die in den kommenden Jahren den Sportmarkt prägen sollen.

„Innovation beginnt nicht mit einer Technologie, sondern mit dem Verständnis dafür, welche Hindernisse Menschen davon abhalten, aktiv zu sein. Unsere Aufgabe besteht darin, diese Barrieren zu identifizieren und Lösungen zu entwickeln, die Sport einfacher zugänglich, intuitiver und langfristig attraktiver machen“, sagt **Sébastien Dollet, Head of Global Innovation bei DECATHLON.**

Von Klassikern bis zu aktuellen Entwicklungen

Die Entwicklung eigener Lösungen gehört seit Jahrzehnten zum Selbstverständnis von DECATHLON. Produkte wie das DECATHLON QUECHUA 2 Seconds Wurfzelt, das den Zeltaufbau auf wenige Sekunden verkürzte, oder die DECATHLON TRIBORD Easybreath Schnorchelmaske, die Atmen und Sehen unter Wasser vereinfacht, zählen heute zu den bekanntesten Beispielen. Jüngere

Entwicklungen reichen vom automatischen Owuru-Antriebssystem für E-Bikes bis zur DECATHLON QUECHUA Condensless-Technologie, die Kondenswasserbildung in Zelten deutlich reduzieren soll. Gemeinsam ist diesen Entwicklungen der Ansatz, typische Nutzungshürden im Alltag zu adressieren.

Forschung dort, wo Sport stattfindet

Entwickelt werden neue Produkte in spezialisierten Zentren, die bewusst in unmittelbarer Nähe zu ihren jeweiligen Sportarten angesiedelt sind. So bündelt das B'TWIN Village in Lille Entwicklung, Prototyping und Forschung rund um Fahrrad- und Mobilitätsprodukte. In den Alpen arbeiten die Teams von QUECHUA und SIMOND direkt in den Bergregionen, in denen ihre Produkte später genutzt werden. Die Wassersportmarken entwickeln neue Lösungen an der französischen Atlantikküste, während KIPSTA seine Teamsportprodukte in einem eigenen Sportcampus mit Fußball-, Rugby- und Basketballflächen testet. Ergänzt wird dieses Netzwerk durch das SportsLab, das seit rund drei Jahrzehnten die Bewegungsabläufe und Belastungen des menschlichen Körpers untersucht und die Erkenntnisse in die Produktentwicklung einfließen lässt.

Digitale Unterstützung beim Laufen

Zu den auffälligsten neuen Konzepten zählt der KIPRUN KIPNEXT CONNECT. Der Laufschuh verfügt über einen integrierten Sensor, der die Dämpfungseigenschaften des Schuhs überwacht. Über die zugehörige App sollen Läufer:innen Informationen zum Verschleißgrad erhalten und besser einschätzen können, wann ein Austausch sinnvoll ist. Ziel ist es, Unsicherheiten bei der Nutzung stark beanspruchter Laufschuhe zu reduzieren. Mehr Details zu diesem Modell gibt es hier in der [Pressemitteilung](#).

Längere Nutzung, weniger Ressourcenverbrauch

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Produktlösungen, die die Lebensdauer von Sportartikeln verlängern sollen. Beim Konzept PLAY UNLIMITED BASKET kann die

äußere Schicht eines Basketballs ausgetauscht werden, während der Kern erhalten bleibt. Dadurch können der Materialeinsatz und CO₂-Fußabdruck gegenüber herkömmlichen Konstruktionen reduziert werden. Ebenfalls vorgestellt wurde ein gemeinsam mit ReTyre entwickelter Fahrradreifen, der einen Großteil des bislang verwendeten Kautschuks durch TPU ersetzt und damit den Ressourcenbedarf in der Herstellung senken soll.

Einfacher unterwegs und draußen aktiv

Auch der Outdoor- und Mobilitätsbereich spielte in Lille eine wichtige Rolle. Das Family Seconds Tent soll den Aufbau eines Familienzelts durch eine einzelne Person in weniger als zwei Minuten ermöglichen. Das Easy SUP 100 adressiert den oftmals zeit- und kraftaufwändigen Aufbau von Stand-up-Paddle-Boards. Im Mobilitätsbereich zeigte DECATHLON mit dem B'TWIN eONE 100 ein kompaktes E-Bike, das trotz geringer Abmessungen auf hohe Transportkapazitäten ausgelegt ist. Ergänzt wurde das Portfolio durch einen wandelbaren Kinderfahrradhelm, der sich je nach Einsatzbereich vom City- zum Fullface-Helm erweitern lässt.

Sport als Ausgangspunkt

Die vorgestellten Konzepte unterscheiden sich zwar in ihrer Ausrichtung, verfolgen jedoch ein gemeinsames Ziel: Sport soll einfacher zugänglich, unkomplizierter und langfristig attraktiver werden. Die in Lille präsentierten Projekte zeigen, wie digitale Technologien, neue Materialien und praxisorientiertes Produktdesign künftig dazu beitragen können, bestehende Hürden beim Sporttreiben weiter zu reduzieren.



Über Decathlon

Decathlon ist mit rund 6.000 Teammates einer der am schnellsten wachsenden Sportartikelhersteller und -händler in Deutschland. Als vertikal integriertes Unternehmen verbindet Decathlon Produktforschung und -entwicklung, Produktion sowie Vertrieb und bietet ein breites Sortiment für Sportwelten – von Einsteiger:innen bis Profis. Mit einem klaren Omnichannel-Ansatz verknüpft Decathlon stationären Handel und digitales Ökosystem zu einem Sporterlebnis. Aktuell betreibt das Unternehmen über 100 Stores in Deutschland und treibt seine Expansion bis 2027 auf mindestens 150 Standorte voran. Mit zirkulären Geschäftsmodellen wie Reparatur, Second Use und Buy-Back verlängert Decathlon den Produktlebenszyklus, stärkt den stationären Handel und treibt das nachhaltige Wachstum des Unternehmens aktiv voran. Seit 1976 arbeitet Decathlon als globale Multisportmarke mit rund 103.000 Teammates und über 1.900 Stores weltweit daran, Menschen durch die Freude und den Nutzen am Sport zu verbinden, um Wohlbefinden für alle zugänglich zu machen.

DECATHLON Deutschland SE & Co. KG

Filsallee 19, 73207 Plochingen

presse@decathlon.de

Mehr Informationen:

einblicke.decathlon.de/presse

Pressekontakt

Julia Schallmeir

Pressesprecherin Produkte



julia.schallmeir@decathlon.com

Tel.: +49 151 746 39044