

A person is riding a bicycle on a bridge, carrying a child on their back. The scene is set during sunset or sunrise, with long shadows and a warm glow. The background shows a city skyline across a body of water. The DECATHLON logo is overlaid in the top right corner.

**DECATHLON**

# **PRESSEMITTEILUNG**

**Neue Kampagne: Tolle Fahrt voraus**  
DECATHLON als nachhaltiger Mobilitätspartner

**25. MÄRZ 2022**

# Neue Kampagne: Tolle Fahrt voraus

## DECATHLON als nachhaltiger Mobilitätspartner

- Zum Start in den Frühling motiviert DECATHLON Deutschland mehr Menschen dazu, im Alltag häufiger auf umweltfreundliche Alternativen wie Bikes oder Scooter umzusteigen.
- DECATHLON unterstützt Kund:innen bei ihrer persönlichen Mobilitätswende mit einem umfassenden Produktangebot, Sicherheitschecks sowie Wartungs- und Reparaturkompetenz.
- „Entdecke, was dich bewegt“: Die Frühjahrskampagne ist Teil der neuen Dachmarkenstrategie von DECATHLON.

**Plochingen, 25. März 2022:** Sportartikelhersteller und -händler DECATHLON startet mit einer großen Mobility-Kampagne ins Frühjahr. Der Slogan „[Tolle Fahrt voraus](#)“ fokussiert auf sportliche Fortbewegungsmittel, die Menschen nicht nur fit halten, sondern auch umweltfreundlich und kostengünstig von A nach B transportieren. Ob auf dem täglichen Arbeitsweg oder in der Freizeit: Als sportlicher Impulsgeber will DECATHLON Deutschland die Menschen in Bewegung bringen.

Bei knapp jedem zweiten (48,4 Prozent; Quelle: destatis) Erwerbstätigen in Deutschland beträgt die Entfernung zum Arbeitsplatz maximal zehn Kilometer – eine Distanz, die prädestiniert dafür ist, mit dem Bike, Scooter oder (für die ganz Sportlichen) sogar auf Inlineskates zurückgelegt zu werden. Neben dem Arbeitsweg lassen sich auch andere Kurzstrecken gut auf Rädern und mit Muskelkraft bewältigen. „Mit der Kampagne ‚Tolle Fahrt voraus‘ wollen wir den Menschen zu mehr Bewegung motivieren und ihnen immer neue Möglichkeiten nahelegen, sportliche Abenteuer in ihren Alltag zu integrieren“, erklärt David Walker, Director Marketing & Communications bei DECATHLON Deutschland.

Die Mobilitäts-Kampagne unter dem strategischen Lead von Avantgarde wird ab Ende März über Paid Media in digitalen Kanälen, sowie in den Stores ausgespielt. Im Zentrum stehen die Produktkategorien Bike, E-Bike (z.B. RIVERSIDE E-Bike Trekkingrad Herren), Scooter (z.B. OXELO City-Roller Scooter Town 7XL) und Inlineskates sowie dazu passende Accessoires und Sicherheitsausrüstungen. DECATHLON Second Use ermöglicht zudem einen vergünstigten Einstieg in neue Formen der Mobilität und leistet damit auch einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit. Hier verkauft DECATHLON retournierte Ware nach einem umfänglichen Qualitätscheck zu einem vergünstigten Preis, um das Produktleben zu verlängern.

Im After Sales-Bereich präsentiert sich DECATHLON mit zahlreichen Service Points als technischer Kompetenzpartner für die regelmäßige Inspektion, Wartung sowie Basic-Reparaturen der Geräte. So ist beispielsweise ein kostenloser Sicherheitscheck beim Kauf eines Fahrrades inkludiert. Größere Reparaturen an Bikes und E-Bikes werden in der Regel unter Meisteraufsicht in den regionalen Werkstätten in Plochingen und Schwetzingen ausgeführt.

Eine Support-Webseite ([support.decathlon.de](https://support.decathlon.de)) befähigt Kund:innen zudem mit Videos und schriftlichen Anleitungen zur DIY-Ausführung kleinerer Reparaturen und Montagen an Inlineskates und Scootern und ermöglicht so eine nachhaltige Nutzung der Produkte.

## ÜBER DECATHLON

„Sport for all – all for Sport“ - DECATHLON lebt sein sportliches Motto wie kaum ein anderes Unternehmen. Von A wie Alpin-Ski bis Z wie Zelten werden mehr als 100 verschiedene Sportarten unter einem Dach bedient. Angefangen vom Einsteiger bis zum Profi, vom Einzel- bis zum Teamsportler oder vom kleinen bis zum großen Kind bietet DECATHLON alles, um Menschen zu bewegen. Seit mehr als 40 Jahren möchte der französische Sportartikelhersteller und -händler jedem die Freude am Sport ermöglichen. Die Grundlage hierfür sind innovative Sportartikel zu vernünftigen Preisen. Um jeden Tag das beste Preis-Leistungsverhältnis anbieten zu können, bedient das Unternehmen die gesamte Wertschöpfungskette selbst: Die einzelnen Teams von der Forschung über die Entwicklung und die Logistik bis zum Verkauf arbeiten dafür jeden Tag Hand in Hand zusammen und optimieren ständig ihre Prozesse – denn sie sind alle Sportsfreunde und teilen die gleiche Leidenschaft für den Sport. Weltweit vertreibt das Unternehmen dadurch mehr als 75 Eigenmarken in über 1.709 Filialen in 61 Ländern. In Deutschland ist DECATHLON mit mehr als 80 Filialen und rund 5.000 Mitarbeiter:innen vertreten.

## PRESSEKONTAKT

**Hanna Beck**

hanna.beck@decathlon.com

Tel.: +49 151 74639120

### **DECATHLON Deutschland SE & Co. KG**

Filsallee 19

73207 Plochingen

presse@decathlon.de

### **Weitere Informationen:**

[einblicke.decathlon.de/presse/](http://einblicke.decathlon.de/presse/)

The DECATHLON logo is displayed in white, bold, uppercase letters on a solid blue rectangular background.

**ENTDECKE, WAS DICH BEWEGT**