



**DECATHLON**

Das Unternehmen

Seit der Eröffnung der ersten Decathlon-Filiale im Jahr 1976 haben wir ein klares Ziel:

# Spaß am Sport für alle

Die erste russische Decathlon-Filiale  
in Moskau



## Inhalt

- 2 Spaß am Sport für alle
- 4 Unsere Eigenmarken
- 6 Unsere Produktentwicklung
- 8 Unsere Mitarbeiter
- 10 Wir für unsere Kunden
- 12 Unser soziales Engagement
- 14 Unsere Standortanforderungen



Die Filiale in Plochingen

## Und so hat alles angefangen...

**1976** In der Nähe von Lille, Nordfrankreich, wird das erste Sportgeschäft mit Selbstbedienung eröffnet. Die Idee ist innovativ: Sportprodukte für alle Sportlerinnen und Sportler, egal welcher Altersklasse und Leistungsstufe unter einem Dach zum best-möglichen Preis.

**1986** Gründung der Decathlon-Produktionsgesellschaft für die Entwicklung und Produktion eigener Decathlon-Produkte.  
**Eröffnung der ersten Decathlon-Filiale außerhalb Frankreichs: in Dortmund-Kley.**

**1992 & 1993** Erste Filiale in Spanien bzw. Italien.

**1996** Decathlon führt seine ersten beiden Eigenmarken ein: Tribord, die Marke für Wassersport, und Quechua für Bergsport.

**2000** Entstehung der Funktionsmarken.

**2003** In Shanghai eröffnet die erste Filiale in China.

**2006** Nach dem Start in Polen (2001) und Ungarn (2005) wird in Moskau die erste russische Filiale eröffnet.

**2008** Decathlon wird Teil der Oxylane-Gruppe, die sich in zwei Bereiche unterteilt: Die Herstellung internationaler Sportprodukte und -marken, dazu gehören Forschung und Entwicklung, Design und Produktion, und verschiedene Verkaufsformen für Sportartikel wie z.B. Onlineshop oder Decathlon-Filialen mit entsprechender Logistik. Unser Ziel „Spaß am Sport für alle“ vereint jedoch alle einzelnen Unternehmen nach wie vor.







## Über 60 Sportarten unter einem Dach

Wir bieten Produkte für über 60 Sportarten in unseren Decathlon-Filialen an. Das Konzept beruht dabei auf einem schnellen und einfachen Einkauf mit Selbstbedienung; wenn der Kunde es wünscht, beraten jederzeit geschulte Verkäufer.

Ein Einkauf bei Decathlon heißt, Sport erleben. Unsere Filialen sind besonders großzügig, was den Komfort beim Einkaufen erhöht: große Produkte, wie Zelte, Fahrräder, Tischtennisplatten oder Fitnessgeräte stellen wir aus und bieten zudem entsprechende Testflächen an, wo die Produkte direkt ausprobiert werden können.



## Technische Produkte

Wir bieten Produkte unserer Eigenmarken und natürlich auch von internationalen Marken an. Unsere Services sorgen für die Wartung, Reparatur und Beflockung der Sportausrüstung.

Vom Einsteiger bis zum Profi, von Kindern bis zu Senioren bieten wir für jeden das richtige Produkt. Unsere Eigenmarken bestechen durch ihre Technizität, Qualität, ihre Verfügbarkeit und natürlich ihren unschlagbaren Preis. Jedes Jahr entwickeln wir zudem innovative Produkte und nicht zuletzt auch neue Sportarten.



## Preispolitik

Um unserer Philosophie „Spaß am Sport für alle“ gerecht zu werden, versuchen wir, die günstigsten Preise am Markt anzubieten. Dank dieser Preispolitik ermöglichen wir nicht nur das Praktizieren von Sport, sondern auch das Ausprobieren neuer Sportarten.

Warum wir solche günstigen Preise anbieten können? Wir entwickeln unsere Produkte selbst und nutzen unsere Technologien für über 60 Sportarten, um innovative Produkte anbieten zu können. Wir bündeln den Rohstoffeinkauf für unsere Eigenmarken, haben eigene Abteilungen für Forschung und Entwicklung, Design und Logistik. Um auch wirklich günstige Preise bieten zu können, vergleichen wir regelmäßig die Marktpreise.





Alles zum Schlägersport:  
Tennis, Tischtennis,  
Badminton, Squash



Hier dreht sich alles  
um den Radsport



Unsere Marke rund um  
den Angelsport



Die Fitnessmarke: Fitness-  
geräte, Bekleidung, Gym-  
nastik/Tanz, Kampfsport



Ein Herz für Pferde:  
Ausrüstung für Reiter  
und Pferd



Alles für den Golfplatz



Find your rhythm,  
enjoy your run -  
Running



100% Teamgeist:  
Fußball, Basketball,  
Handball, Volleyball...



Pep up your swim!

# Unsere Eigenmarken

Seit 1996 entwickelt Decathlon seine Eigenmarken, die für das Engagement des Unternehmens in der Entwicklung von innovativen und hochfunktionalen Sportartikeln stehen. Ihren guten Ruf verdanken die Marken nicht nur ihrem hervorragendem Preis/Leistungsverhältnis, sondern auch zahlreichen Produkttests, die wir unter realen Bedingungen durchführen, meist direkt am Entwicklungsort unserer Eigenmarken. So liegt z.B. der Hauptsitz unserer Wassersportmarke Tribord am Atlantik in Hendaye (Südwest-Frankreich) und unser Bergsport-Team von Quechua arbeitet direkt am Fuße des Mont Blanc. So stellen wir sicher, dass die Produkte allen Anforderungen und Bedürfnissen unserer sportlichen Kunden entsprechen.



Sitz unserer Bergsportmarke Quechua in Sallanches am Fuße des Mont Blanc (Frankreich)





## Sportmarken

**newfeel**

Walking macht meinen Tag sportlich

**oxelo**

Egal ob Straße oder Eis - entdecke Oxelo auf Rollen und Kufen

**Quechua**

Faszination der Berge: Wandern, Langlauf, Klettern, Bergsteigen

**BOLOGNAC**

Natur und Jagd in sportlichem Einklang

**TRIBORD**  
DESIGNED BY WATER

Designed by water: Tauchen, Surfen, Segeln

**Wed'ze**

Snow outside, smile inside: Ski und Snowboard

## Technische Partnerschaften

Eine Besonderheit bei Decathlon sind die technischen Partnerschaften - Kooperationen unserer Marken mit erfolgreichen SportlerInnen der entsprechenden Disziplin, wie z.B. Inesis Golf mit dem international erfolgreichen Thomas Levet, unsere Bergsportmarke Quechua mit der Raid-Weltmeisterin Florence Marguet oder Tribord Wassersport mit dem 3-maligen Weltmeister im Bodyboarden Nicolas Capdeville.

In unseren technischen Partnerschaften stellt jede Marke ihre Produktpalette den SportlerInnen zur Verfügung. Die Erfahrungen und Verbesserungsvorschläge daraus fließen direkt in den Entwicklungsprozess ein. In engster Zusammenarbeit mit unseren Ingenieuren und Wissenschaftlern werden die Produkte unserer Marken getestet und weiterentwickelt, bis sie exklusiv in unseren Decathlon-Filialen angeboten werden können.



Sitz unserer Wassersportmarke Tribord am Atlantik in Hendaye (Südwest-Frankreich)

## Funktionsmarken

**aptonia**

Gesundheit, Pflege und Ernährung

**equarea**

Schnell trocknendes Material leitet die Feuchtigkeit optimal nach außen

**essensole**

Die Essensole Zwischensohlen passen sich Ihren Füßen und Ihrer sportlichen Aktivität bestens an

**GEONAUTe**

Entdecken und messen: Elektronik, Sport- und Reisetaschen

**NOVADRY**

Maximaler Schutz gegen verschiedenste Wetterbedingungen wie Wind, Regen und Schnee

**ORZO**

Zuverlässiger Augenschutz mit den richtigen Sonnenbrillengläsern

**stratermic**

Perfekt an die Intensität der sportlichen Aktivität angepasste thermische Isolierung

**STRENFIT**  
LIGHT AND ROBUST

Strenfit macht Sporttaschen und Rucksäcke widerstandsfähiger und langlebiger

**SUPPORTIV**

Effiziente Stützfunktion und bequemer Halt

# Unsere Produktentwicklung



## Forschung & Entwicklung

Seit 1997 untersucht das Forschungs- und Entwicklungszentrum von Decathlon den menschlichen Körper in Bewegung, um noch mehr Sicherheit, Komfort und Spaß am Sport bieten zu können.

Die ständig an Innovationen arbeitenden Forschungsabteilungen und Designer sind das Herz des Unternehmens. Unsere Ingenieure und Wissenschaftler tragen dazu bei, dass wir unser Wissen über den Körper im Zusammenhang mit Klimakomfort, Isolierung, Dämpfung, Hautschutz, Ergonomie usw. stetig vertiefen. Die Ergebnisse werden in Zusammenarbeit mit den weltweit größten Labors erzielt und ermöglichen die Entwicklung von optimal auf die Bedürfnisse der SportlerInnen zugeschnittenen Produkten. Zudem führt unser Zentrum für Verfahrenstechnik jährlich tausende von Tests durch. Diese Labortests werden durch Praxistests unter extremen, realen Bedingungen ergänzt. Auf diese Weise können unsere Ingenieure die kleinsten Mängel erfassen und korrigieren.







**Tischtennisnetz Rollnet** - passt auf jeden Tisch



**Sleepin'bed** - Schlafsack, Isomatte und Kopfkissen in einem



**Quechua 2 Seconds Air** - das Zelt, das sich in 2 Sekunden alleine aufbaut

## Design

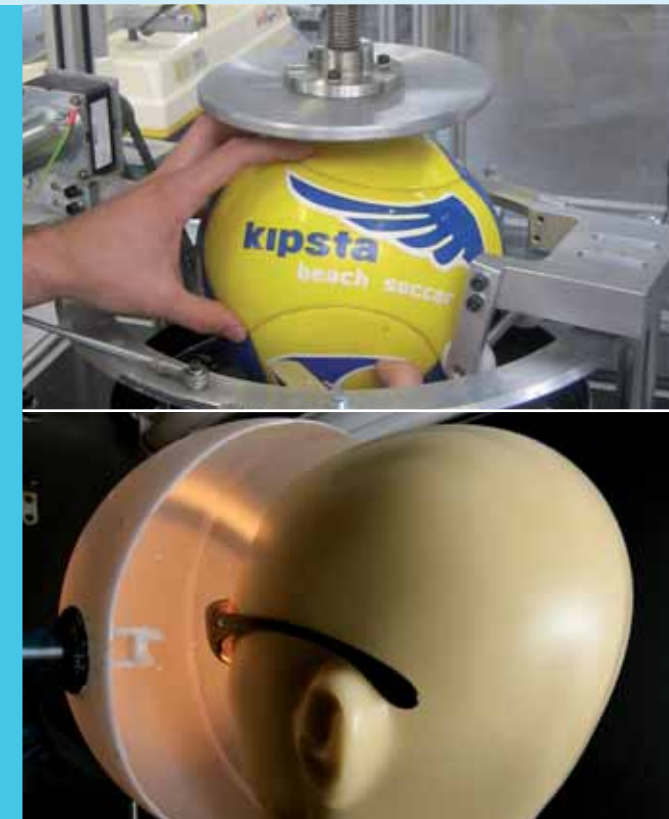
Unsere Designer kennen stets die neuesten Trends und sorgen für die perfekte Harmonie zwischen Materialien, Farben und Form eines Produkts. In Zusammenarbeit mit den Verfahrenstechnikern und dem Forschungs- und Entwicklungszentrum überwachen sie ständig die technischen Details eines Projekts. Das Geheimnis für den Erfolg unserer Eigenmarken liegt in individuell auf die Kunden zugeschnittenen, hochtechnischen und optisch ansprechenden Produkten mit hohem Anwendungskomfort. Wir möchten mit unseren Produkten den Spaß am Sport vermitteln.

## Produktion & Logistik

Die Produktionszentralen kooperieren mit ausgewählten Zulieferern und überwachen jede Produktionsphase. Unsere Produkte werden in 18 verschiedenen Ländern in Europa, Afrika und Asien produziert. In Deutschland selbst werden einige unserer Fahrradmodelle hergestellt.

Die Hauptaufgabe unserer Logistik ist die Lieferung des richtigen Produkts an den richtigen Ort zum richtigen Zeitpunkt. Hier wird dafür Sorge getragen, dass ein Artikel nie länger als 72 Stunden braucht, um wieder in der Filiale verfügbar zu sein.

Diese logistische Leistung verhindert Lagerengpässe und sorgt dafür, dass unsere Kunden stets das gewünschte Produkt finden. Und so läuft der Prozess der Nachlieferung ab: Der Kunde bezahlt sein Produkt an der Kasse. Die EDV leitet automatisch eine neue Bestellung des Artikels an das Zwischenlager weiter. Der Artikel wird vom nächstgelegenen Lager an die Filiale ausgeliefert. Und schon steht das Produkt wieder den Kunden zur Verfügung.



# Ein starkes Team: Unsere Mitarbeiter

“

## **André, Filialleiter in Ausbildung:**

„Bei Decathlon kann ich meine Leidenschaft für den Sport ausleben und weitergeben. Darüber hinaus fühle ich mich – ganz im sportlichen Sinne – als Teil einer Mannschaft.“

## **Sabrina, Filialleiterin:**

„Ich habe schon während der Schule bei Decathlon gearbeitet und habe mich nach meinem Studium als Teamleiterin beworben. Dann habe ich die Chance bekommen, als Organisationsleiterin eine neue Filiale mit zu eröffnen. Das hat so gut geklappt, dass ich nun eine eigene Filiale leite.“

”



Alle Decathlon-Mitarbeiter sind Sport begeistert und sportlich aktiv. Denn nur so können wir unsere Kunden kompetent beraten und Spaß am Sport vermitteln. Zudem sorgt unser Schulungssystem dafür, dass jeder Mitarbeiter in seinem Verantwortungsbereich optimal ausgebildet und immer auf dem neuesten Stand ist. Unsere Schulungen bieten darüber hinaus auch die Möglichkeit einer Weiterentwicklung, indem wir unsere Mitarbeiter fördern und auf neue Aufgaben bei Decathlon vorbereiten.

Decathlon offeriert damit fast grenzenlose Karriere-möglichkeiten. Einmal angekommen im Unternehmen, stehen je nach Fähigkeiten und persönlichen Vorlieben sämtliche Berufe in der Karriereleiter offen. Ehemalige Teamleiter arbeiten heute als Categorymanager im nationalen und internationalen Einkauf, als Expansionsmanager, als Personalleiterin oder als Verantwortliche der Produktkommunikation.

Bei Eröffnung einer neuen Filiale rekrutieren wir natürlich vor Ort. In der Startphase werden die neuen Angestellten durch erfahrene Mitarbeiter, teilweise auch aus anderen Filialen, angeleitet.



# Kennzahlen:

**41.000** Mitarbeiter

**60** Nationen

**300** Berufe

**6.000** Rekrutierungen  
jährlich weltweit

**500.000** Schulungsstunden

**2.500** « Moniteurs »  
(interne Schulungsleiter)



Wir sind ein Unternehmen, dessen Werte Verantwortungsbewusstsein, Hilfsbereitschaft, Ehrlichkeit und Vitalität sind. Bei Decathlon hat jeder Mitarbeiter seinen eigenen Aufgabenbereich, für den er Verantwortung trägt, aber jederzeit Unterstützung von Seiten seines Teams erfährt. Denn nur gemeinsam sind wir stark. Wir bieten zudem Ausbildungsplätze als Einzelhandelskauffrau/-mann und im administrativen Bereich als Bürokauffrau/-mann. BA-Studenten können während ihrer Praxisblöcke bei uns die verschiedenen Unternehmensbereiche kennen lernen und sich eventuell schon einen Arbeitsplatz für die Zeit nach dem Studium sichern.





# Wir für unsere Kunden



## Viel Platz für Sport

Großzügigkeit zeichnet unsere Filialen aus: ausreichend Parkplätze und eine gute Verkehrsanbindung, breite Gänge, viel Platz zum Testen, leichtes und schnelles Einkaufen.

## Events

Bei Decathlon gibt es Tauchschnupperkurse, Fahrrad-Trainings, Ponyreiten, Inliner- und Nordic Walking-Kurse und vieles mehr. Kinder können zudem ihren sportlichen Geburtstag feiern.



## Ausstellungs- und Testflächen

Die Ausstellungs- und Testflächen laden ein zum Ausprobieren und machen jeden Einkauf zum Erlebnis. Tischtennis-Platten, Fahrräder, Inliner, Golfmaterial, Fitnessgeräte... In jeder Filiale können alle Produkte getestet werden.

## Decathlon – der Partner für Vereine

Zusammen mit Vereinen, Schulen und Partnern veranstalten unsere Filialen Events, um neue Sportarten zu entdecken, Kenntnisse zu vertiefen oder einfach gemeinsam Spaß zu haben. Gleichzeitig möchten wir den Vereinen die Möglichkeit bieten, ihre Kassen aufzubessern und ihren Bekanntheitsgrad zu erhöhen.





### Servicepoints

Für die Wartung, Reparatur und Beflockung der Sportausrüstung kümmern sich geschulte Mitarbeiter.

### Schnelle Orientierung

Eine klare, übersichtliche Beschilderung erleichtert die Orientierung in den Filialen. Die Produkte sind nach sportlichem Gebrauch gegliedert, vom günstigsten Einstiegsprodukt, dem Bestpreis, bis zum hochfunktionellen Produkt für Spezialisten.

### Das sagen unsere Kunden:

#### Dennis: “

„Der Service bei Decathlon ist einfach klasse. Und die Qualität der Produkte im Preis/Leistungsverhältnis ist einfach unschlagbar.“

#### Ralph:

„Ich bin in der Filiale in Baden-Baden gewesen und war total begeistert. Mit so einer großen Filiale voller Sport hatte ich nicht gerechnet, das Einkaufen hat viel Spaß gemacht.“

#### Daniela:

„Da ich viele verschiedene Sportarten betreibe, begeistert mich Decathlon. Ich finde dort alles unter einem Dach und die Qualität und die Preise sind super.“

”

# TROCATHLON

### Trocathlon – der „Decathlon-Flohmarkt“

Zweimal im Jahr haben die Kunden im Rahmen des Trocathlons die Möglichkeit, ihre gebrauchte Sportausrüstung über die Decathlon-Filialen zu verkaufen oder selbst gebrauchte Artikel günstig zu erwerben.



# Unser soziales Engagement



Decathlon spendete 200 Fahrräder für südmarokkanische Mädchen zur Bewältigung des weiten Schulwegs. Die Quote der Schulabschreiberinnen konnte damit um ein Vielfaches reduziert werden.

## Decathlon-Stiftung

Die Decathlon-Stiftung wurde 2005 ins Leben gerufen und ermöglicht Menschen, die im sozialen Abseits leben (Kinder und Jugendliche aus sozial schwachen Problemvierteln, Behinderte, allein erziehende Mütter, Straßenkinder, Häftlinge...), Sport zu treiben und die Freude am Sport zu erleben. Die Stiftung stellt die finanziellen Mittel, sowie die Sportausrüstung. Ebenso engagieren sich Decathlon-MitarbeiterInnen in zahlreichen Sportprojekten. Zudem fördert die Stiftung die Erziehung und die Integration sozial schwacher Kinder mit Hilfe des Sports. Mittlerweile wurden über 70 Projekte auf der ganzen Welt realisiert.



An dem Segeltörn von Pen Bron nehmen jährlich ausschließlich Teams teil, die sich aus behinderten und nicht behinderten Menschen zusammensetzen. Decathlon hat die Teams sowohl mit Sportmaterial ausgestattet, als auch finanziell bei der Entwicklung von behindertengerechten Steuerungshilfen mitgewirkt.



Jeden Sommer organisiert Decathlon mit Studenten einen Monat lang die Betreuung von Kindern der Bergregionen bei Guangzhou in China. Die Studenten erteilen schulische Nachhilfe und treiben gemeinsam Sport mit den Kindern. Desweiteren ließ Decathlon die dort ansässigen Sportanlagen renovieren.



In Indien kümmert sich ein französischer Decathlon-Mitarbeiter um Straßenkinder und spielt mit ihnen Rugby. Dabei ermöglichte Decathlon den Kindern einen einmonatigen Aufenthalt in Frankreich, wo sie mit anderen Kindern Rugby spielen und in Bäckereien, Schreinereien und anderen handwerklichen Betrieben Praktika absolvieren konnten.



## Soziale Verantwortung

Unsere interne Charta für soziale Verantwortlichkeit basiert auf Grundlagen der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und auf verschiedenen Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation der Vereinten Nationen. Etwa 500 Mitarbeiter sind in den Produktionsländern vor Ort und verantwortlich für die ständige Kontrolle der Partner zur Einhaltung der Charta. Ergänzt werden diese Kontrollen durch Audits, welche von externen, zertifizierten Einrichtungen durchgeführt werden.

Die Kontrollen konzentrieren sich auf das Alter der Angestellten, Zwangsarbeit, Hygiene und Sicherheit, Diskriminierung, missbräuchliche disziplinarische Praktiken, Arbeitsdauer und Gehaltsniveau. Unternehmen, die den Anforderungen nicht in vollem Umfang genügen, steht Decathlon mittels eines Programms für Korrekturmaßnahmen zur Seite. Sollte dann ein Partner anschließend dennoch nicht die nötigen Maßnahmen ergreifen, kündigt Decathlon die Zusammenarbeit.



**Unsere Produktionsländer:** Brasilien, China, Südkorea, Frankreich, Deutschland, Mauritius, Indien, Italien, Japan, Madagaskar, Marokko, Polen, Portugal, Rumänien, Taiwan, Thailand, Türkei, Vietnam.

In Zusammenarbeit mit der Gol de letra Foundation trainieren Decathlon-MitarbeiterInnen Kinder aus den Favelas von São Paulo in Tennis- und Basketballprogrammen. Zusätzlich werden Lese-, Mal-, Computer- und Theaterworkshops angeboten. Das Projekt beinhaltet auch die Ausbildung junger Erwachsener zu Sporterziehern, so dass sie nach dieser Ausbildung andere Kinder trainieren können.

# Unsere Standortanforderungen



Die Filiale in Herne



Aufgrund unserer hervorragenden Entwicklung suchen wir in den kommenden Jahren bundesweit neue Standorte. Dazu suchen wir Grundstücke, Immobilien und Ladenflächen, die wir kaufen oder auch anmieten können.

Mit Decathlon profitieren Kommunen und Regionen nicht nur von professionellen Ansprechpartnern und klaren Standortkonzepten. Die Entwicklung und Realisierung eines zukunftsfähigen Standorts garantiert wirtschaftlichen Nutzen, schafft Arbeitsplätze und bringt Unternehmen aus der Region neue Aufträge.

Gerne können Sie mit uns Kontakt aufnehmen, wenn Sie uns ein geeignetes Objekt anbieten möchten. Die entsprechenden Kontakte entnehmen Sie bitte dem beiliegendem Faltblatt.





## EINZUGSGEBIET:

mindestens 200.000 Einwohnern in 20 Autominuten Lage in oder nahe einer größeren Stadt/Agglomeration

## GRÖSSE:

ca. 2.500 bis 12.000m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (abhängig vom Einzugsgebiet), nur geringer Anteil an Büro- und Lagerfläche (ca. 10-15%)

## LAGE:

an Hauptverkehrsachse, Zubringer oder Autobahnausfahrt gelegen (schnelle und gute Erreichbarkeit), gute Sichtbarkeit von dieser Hauptverkehrsachse aus, gern in Nachbarschaft zu anderen Einzelhändlern

## GEBÄUDE:

Verkaufsfläche grundsätzlich ebenerdig

## PARKEN:

Parkplatzverhältnis von 1:10 (1 Parkplatz pro 10m<sup>2</sup> VK), ebenerdig, evtl. in Parketagen als Ergänzung

## GRUNDSTÜCKSGRÖSSE:

ab ca. 15.000m<sup>2</sup> bis 60.000m<sup>2</sup>, je nach Projekt

## STANDORTE:

bundesweit



Die Filiale in Plochingen



Herausgeber: Decathlon Sportartikel GmbH & Co. KG, Filsallee 19, 73207 Plochingen, [www.decathlon.de](http://www.decathlon.de)

Gestaltung: bzweic, Jesinger Straße 52, 73230 Kirchheim unter Teck; Druck: Druckerei Hertle, Lise-Meitner-Straße 10, 73230 Kirchheim unter Teck