

OUTDOORSCHUHE

Tradition trifft auf Vielseitigkeit

Rund 160 Millionen Franken werden gemäss GfK in der Schweiz mit Outdoorschuhen umgesetzt. Bergsportler, Wanderer und Multisportler stehen dabei im Mittelpunkt. **BEAT LADNER**

Outdoor ist keine Sportart, sondern ein Sammelsurium unterschiedlichster Aktivitäten. In den USA werden unter Outdoor sämtliche sportlichen Freizeitaktivitäten zusammengefasst, die nicht innerhalb von Sportanlagen praktiziert werden. Obwohl der europäische Outdoormarkt nach wie vor durch Bergsport und Backpacking geprägt ist, bewegt er sich je länger desto mehr auf das amerikanische Modell zu. Der Markt dehnt sich aus, was zu steigenden Umsätzen führt. Gleichzeitig entstehen zahlreiche Nischen, in denen sich Marken positionieren können und die für eine grosse Markenvielfalt sorgen.

Auf der Suche nach den Trends bei Outdoorschuhen stellt man schnell fest, dass sich die Marken in unterschiedlichen Segmenten bewegen und kaum allgemeine Stossrichtungen auszumachen sind. In erster Linie pflegen die Marken ihr Kernsortiment und zeigen sich zurückhaltend bei der Erschliessung neuer Zielgruppen. Die Positionierung soll nicht verwässert werden. Gleichzeitig versuchen viele Anbieter, die wachsende Nachfrage nach Outdoorprodukten für den Alltagsgebrauch mit einem starken Markenimage für sich zu nutzen.



FOTO: SCOTT/MARKUS GREBER

Gegensätzliche Trends

Reto Krähenbühl von Lowa stellt einen Trend sowohl zu schwereren wie auch zu leichteren Schuhen fest. Schwerer deshalb, weil viele Wanderer dazu tendieren, alpine Modelle zu wählen, da ihnen deren Image gefällt. Dabei wären sie mit den Kategorien Trekking und Backpacking bestens bedient. Ein weiterer Grund für diese Entwicklung ist, dass die alpinen Schuhe vielseitiger und komfortabler geworden sind: weniger Gewicht, flexibler, reduzierte Sprengung und ein optimiertes Abrollverhalten. Dadurch kommt man mit ihnen auch auf Wanderwegen sehr gut zurecht. Gleichzeitig sieht Reto Krähenbühl, dass vor allem Frauen sehr leichte und weiche Schuhe bevorzugen.

Damit diese bei Müdigkeit nach einer längeren Wanderung oder bergab auf Schotter genug Halt bieten, müssen sie jedoch wie die Linie Focus gewickelt sein. Ab einem gewissen Punkt führt der Gehkomfort auf

anspruchlosem Terrain unausweichlich zu Leistungseinbussen im Gelände. Mit dem neuen Valbona schliesst Lowa eine Lücke zwischen Alpin und Backpacking und berücksichtigt zugleich den Trend hin zu mehr Farbe. Dass Bergsport-Händler, die sich früher ausschliesslich auf technische Produkte konzentriert haben, vermehrt auch lifestyle- und fashionorientierte Modelle ins Sortiment nehmen, sieht Reto Krähenbühl als weitere Entwicklung. Nicht zuletzt registriert Lowa eine nach wie vor steigende Nachfrage bei den Kinderschuhen. Die Eltern sind bereit, in gute Schuhe für den Nachwuchs zu investieren.

Leder aus der Region

Meindl verbindet Tradition mit Moderne. Im Mittelpunkt stehen die Linien Air Revolution und Light Trekking, mit denen die Bergwanderer angesprochen werden, wobei Light Trekking etwas jünger und farbiger daher kommt. Da Meindl dank Air Revolution die Wahrnehmung bei den Konsumenten verbessern konnte, gewinnt nun auch der alpine Bereich wieder an Bedeutung und wird ausgebaut. Gewicht ist bei Meindl ein Thema, aber nicht auf Kosten der

Stabilität. Im Fokus bleibt zudem das Identity Leder, das von Rindern aus der Region stammt, um die Transportwege möglichst kurz zu halten. Über eine spezielle Website können die Konsumenten die exakte Herkunft des Leders abrufen.

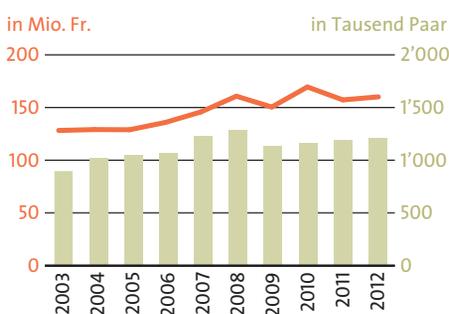
Konzentration auf Performance

Bergsport und Klettern – das ist die Welt von La Sportiva und da will die italienische Marke ihre Position ausbauen. Richi Bolt verweist darauf, dass im Bergsport immer die Stabilität Vorrang hat und erst danach das Gewicht kommt. La Sportiva distanziert sich von zu leichten, instabilen Schuhen, die in der Anwendung zu Problemen führen können. Je müder ein Bergsportler wird, desto mehr Support braucht er von den Schuhen. Und auf Schneefeldern oder nassem Fels garantiert nur Stabilität einen sicheren Tritt.

Hin zum 360°-Anbieter

Scarpa hat es sich zur Aufgabe gemacht, alle Outdoorbereiche abzudecken und investiert entsprechend in alle Linien. Dabei gewinnen die Herkunft der verwendeten Materialien und die Einhaltung europäischer Umweltschutz-Richtlinien an Bedeutung. Da der Konsument in erster Linie Komfort und Performance sucht, setzt Scarpa auf innovative Materialien und bessere Dämpfungen, um die Schuhe komfortabler und leichter zu bauen. Ein Beispiel dafür ist das Sock Fit System, welches als Stretch Insert am Rist die klassische Zungenkonstruktion ersetzt und nach der Einführung beim Rebel nun in weiteren Bergsportmodellen zum Einsatz kommt.

Entwicklung Outdoorschuh-Markt



QUELLE: TOTALMARKTSCHÄTZUNG GfK

Mehr Natural Feeling

Thomas Merz von Merrell sieht eine Marktaufteilung in drei Segmente: den traditionellen Wanderer, den athletischen Outdoorsportler, der technische, leichte und farbige Schuhe sucht sowie den zunehmend jungen Outdooranhänger, bei dem der Spass mit leichten, farbigen Schuhen im Vordergrund steht. Merrell verzeichnet seit drei Jahren schöne Erfolge mit Barefoot Modellen, jedoch nicht nur mit minimalistischen Modellen, sondern zunehmend auch in Kombination mit einer guten Dämpfung. Im Vordergrund steht das Natural Feeling. Für Merrell ist Barefoot eine Weiterentwicklung von Multisport, wobei die Konstruktionsform auch auf die Trekkingschuhe Einfluss nimmt. Da die Schuhe

insgesamt einfacher und dank technischeren Materialien leichter werden, steigt auch ihre Alltagstauglichkeit.

Sport und Freizeit

Ein breiter Einsatzbereich sowohl für Sport wie für die Freizeit steht auch bei Salomon im Vordergrund. Rolf Heller verweist darauf, dass eine leichte Bauweise und ein hoher Tragekomfort angestrebt werden, wobei nie auf grundlegende funktionelle Details wie Sensifit, Contagrip und Zehenschutz verzichtet wird. Im Bereich Adventure Hiking setzt Salomon vermehrt auf Technologien aus dem Trail Running (Dämpfung usw.). Natural Motion bleibt ein Thema im Bereich Hiking für leichte Wanderungen oder im Bereich Freizeit. ◇

Neue Technologien und Materialien

Adidas

In Zusammenarbeit mit Five Ten führt Adidas bei drei Modellen der Outdoor-schuh-Kollektion für die Aussensohle Stealth Rubber ein. Stealth Rubber ist für seinen ausgezeichneten Grip bei gleichzeitig hoher Dämpfung bekannt.



Garmin

Zum ersten Mal bietet Garmin auf einem GPS-Handgerät das Google-Betriebssystem Android an. Über WLAN lassen sich Apps aus dem Google Play Store installieren und auf dem Gerät nutzen.

Gore-Tex Surround

Gore-Tex Surround, ursprünglich für Casual- und Kinderschuhe entwickelt, hält nun auch auch bei Sportmarken Einzug. Mit Viking und Salewa führen gleich zwei Anbieter die Technologie neu ein. Surround steht für eine offene Sohlenstruktur, sodass Feuchtigkeit und Wärme nicht nur über den Schaft, sondern auch nach unten entweichen kann. Schuhe mit Gore-Tex Surround eignen sich speziell für höhere Temperaturen.



Therm-a-Rest

Mit der neuen WaveCore Technology verbessert Therm-a-Rest die Wärmeleistung seiner Isomatten. Es handelt sich dabei um eine neue Wellenstruktur im Innern der Matte. Ebenfalls neu ist die Thermo-Capture Radiant Heat Technology, welche warme Luft nach oben hin zum Schlafenden reflektiert, während kalte Luft vom Boden nach unten hin abgeleitet wird.



THE GLOBAL SHOW

2013

28. AUG -
31. AUG

DEMO DAY
27. AUG

FRIEDRICHSHAFEN, DEUTSCHLAND

BOOSTING BIKE BUSINESS

WWW.EUROBIKE-SHOW.DE