

Outdoorwear

# Auf Leistung und Umwelt getrimmt

Die moderne Outdoorbekleidung deckt das ganze Spektrum zwischen High Performance Alpinismus und Alltag in der Stadt ab, von maximaler Funktionalität bis hin zu komfortabler Freizeitbekleidung aus Mischgeweben mit funktionalem Zusatznutzen. Beat Ladner



Die Umwelt liegt der Outdoorindustrie am Herzen. Die Forderungen seitens Umweltorganisationen nach einem Verzicht auf gefährliche Chemikalien stossen auf viel Verständnis und zeigen auch in den Kollektionen Sommer 2015 ihre Wirkung. Es wird vielerorts daran gearbeitet, den Einsatz von PFC auf ein Minimum zu begrenzen. So bietet zum Beispiel Vaude sämtliche Softshells mit PFC-freien Imprägnierungen an und bei Maier Sports sind ein Drittel der Teile mit Purtext ausgerüstet. Bis jedoch bei sämtlichen Stoff- und Farbkombinationen PFC-freie Imprägnierungen auf ihre Wirksamkeit hin getestet sind, dauert es seine Zeit, und im hochfunktionellen Bereich scheinen die PFC-freien Alternativen den meisten Marken qualitativ nach wie vor nicht zu genügen. Es gibt aber auch Anbieter wie R'adys, welcher ausschliesslich PFC-freie Funktionsstoffe mit HeiQ Barrier Eco einsetzt.

## Die perfekte Abstimmung

Mit der Diskussion um PFC einher geht die Frage, wie viel Funktion es bei Outdoorbekleidung überhaupt braucht. Millet legt beispielsweise viel Wert darauf, den

Funktionsumfang auf die Zielgruppe abzustimmen und nicht im Übermass anzubieten. Der besseren Abstimmung dient auch der Trend zu Body Mapping und zu Hybrid-Modellen. Jacken, die partiell mit Daunen oder Kunstfasern isoliert sind, finden sich in zahlreichen Kollektionen (z.B. Salewa, Dynafit, Vaude). Oder es werden wie bei Helly Hansen und Salewa Laminate nur an Stellen (Schultern usw.) eingesetzt, wo der Wetterschutz am wichtigsten ist. Wer sich nicht allzu lange der Witterung aussetzt, braucht keinen Rundumschutz und profitiert so von höherer Atmungsaktivität, was besonders dann zugutekommt, wenn man sportlich unterwegs ist. Der Verzicht auf isolierte Ärmel steigert die Bewegungsfreiheit und je nach Einsatzbereich im Bergsport die Langlebigkeit einer Jacke. Speziell ist auch der Hybrid Midlayer von Adidas, welcher Polartec Alpha, Polartec Power Dry und Pertex Equilibrium vereint. Die Isolationsschicht kommt an der Brust und an den vorderen Armen zum Einsatz. Hybrid steht zudem für Vielseitigkeit, die auch über ein ausgeklügeltes Layering-System erreicht werden kann oder über wandelbare Teile wie den 3-in-1 Parka mit angezipptem Wickelrock oder das Shirt, bei dem zwischen Langarm und Kurzarm gewechselt werden kann – beides von Mammut.

Noch einen Schritt weiter, was optimale Abstimmung betrifft, geht R'adys mit Customizing. Nun kommen auch Outdoorsportler in den Genuss massgeschneiderter Bekleidung. Möglich macht dies eine vollständige digitale Verlinkung des Herstellungsprozesses. Der Kunde kann aus einer Palette von Farben, Mustern und Features auswählen. Danach werden die Einzelstücke anhand eines Bodyscans oder in Standardgrösse gefertigt.

## Schneller und widerstandsfähiger

Mehr Geschwindigkeit und somit weniger Gewicht ist in allen Bereichen gefordert, vom Wandern bis zum Extremalpinismus. Es gibt kaum einen Anbieter, der nicht das Gewicht seiner Teile in den Vordergrund stellt. Vor allem im hochalpinen Bereich wird dabei argumentiert, dass Speed die Expositionszeit in der Gefahrenzone reduziert und somit die Sicherheit erhöht. Es gibt aber generell ein

Bedürfnis vonseiten Outdoorsportlern, schneller und sportlicher unterwegs zu sein. Dieser Trend wird durch die zunehmende Zahl an Outdoorwettkämpfen aufgegriffen und gefördert. Die Anbieter bauen ihre Kollektionen entsprechend aus.

Wer sich im Fels bewegt, braucht Bekleidung mit hoher Abriebfestigkeit. Salomon und Peak Performance bewerkstelligen dies mit dem Einsatz von Dyneema, Salewa hat dafür ein neues Durastretch Doppelgewebe entwickelt. Ortovox kombiniert erstmals 55% Merinowolle mit 45% Cordura. Es versteht sich von selber, dass Abriebfestigkeit und Langlebigkeit möglichst wenig auf Kosten von Gewicht und Tragekomfort gehen sollen.

Generell viel Aufmerksamkeit erhält im Sommer 2015 das Hosensortiment. So baut zum Beispiel Mammut das Angebot an Kletterhosen massiv aus mit mehr Styles, neuen Preispunkten und zusätzlichen Farben. Salomon bietet seinerseits die Wayfarer Pants jetzt auch als Skirt, Shorts, Zip-off und in Farben an.

### Schwerpunkte der Marken

Wachstumspotenzial sehen die Marken in ganz unterschiedlichen Bereichen und bieten dem Handel somit zahlreiche Profilierungsmöglichkeiten. Salewa setzt bei seiner Neuausrichtung ganz klar auf Premium Performance. Mammut lanciert mit Matterhorn in Kooperation mit Zermatt eine einmalige Kollektion, welche das 150-Jahr-Jubiläum der Matterhorn-Erstbesteigung aufgreift. Salomon erschliesst sich mit einer limitierten Kollektion das hochalpine Segment. Vaude ortet bei Frauen den Trend zum Wellness-Wandern, bei dem der modische Aspekt mehr Gewicht erhält und die Brücke von Funktion zu Fashion und Alltag geschlagen wird. Mischgewebe und Naturfarben sind auch bei Odlo ein Thema. Für Maier Sports ist das Fernwandern ein Wachstumsmarkt, dazu braucht es möglichst wenige und vielseitige Teile wie zum Beispiel eine Jacke mit einem integrierten Regenschutz für den Rucksack. Natürliche Materialien wie Bambus und Wolle passen ebenfalls dazu. Schöffel baute seine Everywear mit Isolationsjacken und -westen



stark aus, steigert die Kombinierbarkeit und optimiert sie so für den ganzjährigen Einsatz. La Sportiva bietet bei seiner Kletterbekleidung 30% neue Modelle an und verstärkt so nochmals seine Kernkompetenz. Columbia setzt ganz auf die Karte Familie und viel Technologie zu erschwinglichen Preisen. Dabei profitiert das Unternehmen davon, keine Technologien einkaufen zu müssen. Die Einstiegspreislage für Jacken rutscht bei wachsendem Angebot unter hundert Franken. Vergrössert wird bei Columbia zudem der Lifestyle-Bereich und zum ersten Mal wird in Europa auch Performance Fishing angeboten. Helly Hansen verpasst seiner vom Segeln inspirierten Rainwear einen neuen Look und wird unter anderem mit längeren Modellen modischer.

Farblich zeigt sich der Outdoorsommer 2015 so bunt wie bis anhin. In Fels und Eis sowie bei Speed dominieren starke, aggressive Farben, die auch ein Sicherheitselement darstellen. Beim Wandern geht der Trend hingegen eher hin zu dezenteren Farben und Erdtönen.

## Keine Kompromisse bei Kindern



Wer mit Kinderbekleidung gegen die grossen Bekleidungsmarken bestehen will, muss kompromisslos auf Funktion setzen. Dies macht Reima nun schon seit vielen Jahren. Im Zentrum steht dabei das Play Layer Konzept, mit welchem die Kleidung das ganze Jahr über individuell an die Witterungsverhältnisse angepasst werden kann. Ein weiteres wichtiges Thema bei Kindern ist Sonnenschutzbekleidung (SunProof), die von Reima neu bis 14 Jahre (bisher 8 Jahre) angeboten wird. Nicht zuletzt ist Farbenvielfalt wichtig, die bis hin zu Neon reicht.

Ähnlich tönt es bei Color Kids: Volle Konzentration auf Funktion, viel Stretch, Sonnenschutz und farbenfrohe Designs, die sich von der Erwachsenenwelt abgrenzen. Zudem sind bei den Dänen sämtliche Teile PFC-frei dank Bionic Finish Eco.

Ganz neu mit einer Kinderkollektion auf den Markt kommt Schöffel. Zielgruppe sind die 8- bis 14-Jährigen. Leichte, hochfunktionelle Materialien werden zu multifunktionalen, strapazierfähigen Teilen verarbeitet. Dank Growing System, einer zu lösenden Naht, wachsen die Hosen mit.

Viel Bedeutung misst auch Columbia der Kinderkollektion bei, nur so kann man sich als Marke für die Familie profilieren. Alle Teile genügen funktionellen Ansprüchen und grenzen sich so von normaler Kinderbekleidung ab.