

HELME/GOGGLES

Maximale Sicherheit und Sicht

Bei den Helmen ist die Auswahl an Konstruktionsformen durch den Einzug der Hybrid-Helme grösser geworden. Die neuen FIS-Regeln, welche einen besseren Aufprallschutz fordern, führen zu grösseren Helmen aufgrund des dickeren, dämpfenden Innenmaterials, ausser es gelingt, mit neuen, innovativen Materialien, das Helmvolumen klein zu halten. Dieses Thema wird die Helmindustrie in den kommenden Jahren zweifellos beschäftigen, da kleine und vor allem auch leichte Helme nachfrageseitig im Vorteil sind.

Das Boa System zur Anpassung kommt nun vermehrt bei Helmen zum Einsatz (u. a. K2, Uvex, Head). Poc zeigt mit den Sensoren, welche die Helmdeformation messen und den Träger bei Gefahr warnen, einen neuen Ansatz, der zudem helfen könnte, dass Helme regelmässiger gewechselt werden.

Ein grosses Thema ist das Sichtfeld, welches sich die zunehmende Zahl der Visier-Helme zu eigen macht. Hier ziehen aber auch die Goggle-Hersteller mit rahmenlosen Designs, minimalen Rahmen und sphärischen, übergrossen Scheiben mit. Letztlich geht es nicht nur um die Grösse des Sichtfeldes, sondern ebenso um eine möglichst verzerrungsfreie Sicht.

Dainese Airbag für Rennsport

Zusammen mit der FIS hat Dainese an der Ispo das D-air Ski System präsentiert. Dieser Airbag wurde speziell für Abfahrtsrennen und Super-G entwickelt. Geschützt werden Brustkorb, Schultern, Schlüsselbeine und Halswirbel. D-air kann bis zu 61% der Aufprallenergie absorbieren. Die grosse Herausforderung bei der Entwicklung war die Programmierung des Aktivierungsalgorithmus, welcher zum Beispiel zwischen einem Sturz und einer Landung nach einem Sprung unterscheiden muss und den Airbag automatisch aktiviert.



Heat-Produkte Die Kälte im Griff

Heat-Produkte sind auf dem Vormarsch, da es eine nicht zu vernachlässigende Menge von Schneesportlern gibt, die trotz leistungsfähiger Funktionsbekleidung bei tiefen Temperaturen immer noch friert. Die neue Zusammenarbeit von Thermic beziehungsweise Sidas mit X-Socks zeigt die wachsende Bedeutung dieses Segments, ebenso wie die Sortimentserweiterung von Lenz um eine Weste. Ein wegweisender Schritt ist zweifellos die neue Heat-App von Lenz, mit welcher alle Heizprodukte der Marke dank Bluetooth-Verbindung über das Smartphone gesteuert werden können.

LANGLAUF

Die Multisportler im Visier

Während der Rennsport ungebremst seine Runden zieht, sehen die Langlaufhersteller vor allem bei sportlich vielseitigen Ausdauerathleten, die ihr Trainingsprogramm im Winter mit einem effizienten Ganzkörpertraining abrunden wollen, noch brachliegendes Absatzpotenzial. Für diese Zielgruppe sind leistungsstarke Langlaufski gefordert, die unkompliziert im Handling sind und das bereits strapazierte Ausgabenbudget für Sportartikel nicht allzu stark belasten.

Fischer lanciert in der Sportlinie mit Vario Crown eine neue Steighilfe. Dabei handelt es sich um eine Kombination aus den bewährten Single und Double Crown Einheiten für sicheren und perfekten Abstoss sowie den neu entwickelten Gliding Crown Anteilen für homogenes Gleiten bei allen Schneebedingungen.

Salomon positioniert die Linie Equipe neben S-Lab neu als hochsportliche Range für den

performanceorientierten Multisportler. Equipe beinhaltet unter anderem einen klassischen Ski mit Fell, das bei Bedarf vom Händler ausgewechselt werden kann. Alle Langlaufski von Salomon werden neu mit der Brush & Go Folie ausgeliefert. Weiter integriert Salomon bei der neuen Skating-Bindung die Wedge direkt in das System, wodurch eine Gewichteinsparnis von 100 g erzielt wird.

Atomic baut die Erfolgsgeschichte Skintec aus und bietet sie zusätzlich in einer tieferen Preislage an. Die neuen Modelle verfügen jedoch nur über ein Fell, welches vom Langläufer, wenn es abgenutzt ist, weiterhin einfach und selber ersetzt werden kann.

Rossignol erweitert X-iium um eine sportliche Linie in einer tieferen Preislage. Damit wird die Lücke zwischen Delta und X-iium geschlossen. Zudem erhalten die Rennski von Rossignol das neue Hero Design. ♦

TOURING

Airbags und Pin-Bindungen

Freeriding hat zu einer unglaublichen Belegung des Tourenmarktes geführt, wie es niemand erwarten konnte. Besonders viel Bewegung ist bei den Airbags drin. Immer mehr Marken (u. a. Deuter, Vaude und K2) steigen in dieses Segment ein. Gleichzeitig gibt es neue Technologien wie zum Beispiel Jetforce von Black Diamond oder das exklusiv von Scott eingesetzte Alpride System. Aber auch die Airbag Vest von Mammut ist ein neuer Lösungsansatz. Obwohl es Airbags für Tourenskifahrer nun schon seit über zwei Jahrzehnten gibt, ist es immer noch ein junges Thema mit viel Potenzial für den Sporthandel.

Wurde der Tourenbindungs-Markt Ende des vergangenen

Jahrhunderts noch von einer Handvoll Anbieter dominiert, ist deren Zahl im Zuge des Freeride-Trends deutlich angestiegen – in erster Linie bei den Rahmenbindungen. Es ist aber absehbar, dass auch bei den Pin-Bindungen in den kommenden Jahren einiges passieren wird betreffend Sicherheit, Auf- und Abfahrtsperformance. Was mit der Beast von Dynafit und der Vipec von Fritschi einen Anfang genommen hat, wird nun mit der G3 Ion fortgeführt. Ebenfalls bemerkenswert ist die neue Zusammenarbeit von Dynafit mit Pierre Gignoux, der auf leichtgewichtige Tourenrennprodukte spezialisiert ist. ♦

ISPO: FINDE DAS RICHTIGE GORE-TEX® PRODUKT

ÜBER DIE MESSE-NEUHEITEN VON W. L. GORE & ASSOCIATES GMBH AUF DER ISPO (26. - 29.1.2014)
SPRACHEN WIR MIT SANDER EFFRING, ZUSTÄNDIG FÜR DAS HANDELSMARKETING UND DIE BETREUUNG
VON HÄNDLERN WIE GLOBETROTTER.



SANDER
EFFRING

Welche Neuigkeiten bzw. Highlights wird es von Gore auf der ispo geben?

Sander Effring: Auf dem Stand in Halle B6 wird das zentrale Thema die GORE-TEX® Produktklassen sein und im Retail Showroom werden wir zum ersten Mal live unser neues Gore Fabrics Business Portal zeigen.

Was ist neu an den Produktklassen?

Effring: Vor zwei Jahren haben wir diese Produktklassen erstmals eingeführt, jedoch erkennen Konsumenten diese Unterschiede noch immer nicht auf Anhieb. Die Neuheit ist hierbei, dass wir die Produktübersicht noch einfacher und klarer gestaltet haben, sodass der Kunde künftig schnell und unkompliziert das richtige GORE-TEX® Produkt findet (s.u.).

Wie findet der interessierte Kunde nun das für ihn richtige Teil?

Effring: Das richtet sich ganz wesentlich nach dem geplanten Einsatzbereich. Plane ich zum Beispiel eine Tour mit hoher körperlicher Anstrengung, die mehrere Tage oder sogar Wochen dauert und bei der ich mit starkem Regen und/oder Schnee rechnen muss – dann bin ich für diesen extremen Einsatz mit einem robusten und strapazierfähigen GORE-TEX® Pro Produkt bestens ausgerüstet.

Wenn ich aber vielleicht nur einen Tag, dafür aber sehr schnell unterwegs bin?

Effring: Für alle, die zügig vorankommen wollen – ganz gleich ob beim Skitourengehen, Berglaufen oder Mountainbiken – und bei diesen hoch aeroben Aktivitäten Wert auf höchste Atmungsaktivität legen, sind bei kühlem, wechselhaftem Wetter die GORE-TEX® Active Produkte die richtige Wahl. Und wer eine Jacke fürs Wandern, Trekking oder Skifahren sucht, der kann sich in der GORE-TEX® Produktklasse bedienen. Da hat der Konsument die Auswahl an unterschiedlichen Lösungen wie 2- oder 3-Lagen, mit oder ohne Isolation.



Was ist das Gore Fabrics Business Portal?

Effring: Unsere Handelspartner haben in Zukunft eine digitale Anlaufstelle für Werbemittel für ihre Print- und Online-Kommunikation. Unter der Adresse <http://portal.gorefabrics.com> stellen wir eine Communication Toolbox, Web Elemente, einen Demo Shop sowie Brand Guidelines zu Verfügung. Konkret enthält das Gore Business Portal zahlreiche Logos, Grafiken, Bilder sowie Produkt- und Kampagnen-Infos, die schnell und einfach heruntergeladen werden können.

Nachhaltigkeit wird in der Outdoor-Industrie immer wichtiger. Welche Anstrengungen unternimmt Gore in Sachen Nachhaltigkeit?

Effring: Alle GORE-TEX® Produkte zeichnen sich durch ihre Langlebigkeit aus, die für Verbraucher und Umwelt wichtig ist. Denn wissenschaftliche Untersuchungen zeigen, je langlebiger eine funktionale Outdoor-Jacke ist, desto kleiner wird ihr jährlicher Einfluss auf die Umwelt. Der Einsatz langlebiger Materialien in Kombination mit verantwortlichem Einsatz von Chemikalien sowie ein Umweltmarketing nach objektiven Kriterien wie etwa bluesign® Standard, Öko-Tex® Standard 100 oder Ökobilanzen und nicht zuletzt die Einhaltung weltweit gültiger sozialer Mindeststandards – das sind aus unserer Sicht die Eckpunkte, auf die sich Verbraucher bei der Marke GORE-TEX® verlassen können.

GORE TEXTILIEN SIND UNBEDENKLICH FÜR DIE GESUNDHEIT UND UMWELTFREUNDLICH

Das Tragen von Bekleidung, Schuhen und Accessoires aus Gore Textilien ist völlig unbedenklich, denn Gore Textillamine erfüllen alle Kriterien des Öko-Tex Standard 100.



Alle Fertigungsstätten für Gore Funktionstextilien weltweit haben erfolgreich den bluesign® Standard eingeführt.



GORE-TEX®
PRODUCTS



TAGTÄGLICH FLEXIBEL



Wandern Trekking Skifahren Freeriden

GORE-TEX® Active
PRODUCTS



SCHNELL UND LEICHT UNTERWEGS



Skitourengehen Berglaufen Mountainbiking

GORE-TEX® Pro
PRODUCTS



FÜR DEN EXTREMEN EINSATZ



Bergsteigen Freeriden Skibergsteigen