

**3. SAZ-Barometer (Teil 3) S.14**  
ISPO-Tag [www.saz.de](http://www.saz.de)  
No. 6/9.2.2010

**Beginnt der Preisdruck mit der Vororder?**

**Servus!**  
Mit einer Tagesausgabe haben wir Sie auch auf dieser Seite wieder begleitet - wie seit über 30 Jahren. Zufriedenheit und Wertschätzung hat uns dabei nie verlassen und diese werden wir bei der nächsten Ausgabe am 24. Februar wieder gerne mit Ihnen teilen. Wie immer sind wir Ihnen dankbar für Ihre Rückmeldung.

**„Besser ausverkauft als im vergangenen Jahr“**, zitierte SAZ Sport gestern. Und fragte weiter: **Wo bleibt die Marge? Tatsache ist: Preisverfall strahlen im Handel. Was sollen Hersteller tun (oder nicht tun), damit dem Handel die Spenne bleibt? Lässt sich das Internet bündigen? Fängt der Preisdruck nicht schon bei der Produktion an? Oder noch früher, bei der Vororder?** In zwei kritischen SAZ-Foren (ab Seite 6 bzw. 17) geben Hersteller Antworten darauf, was Händler die letzten Tage fragen.

**Heute**  
Bilaberg springt auf die Online-Welle 2  
Basil-Boss Carley: Small is beautiful! 2  
Eis-Gruppe schreibt schwarze Zahlen 5  
Colmar plant Comback 8  
Schwarz: Daxiflexion will angreifen 10  
Waarabes wabre HighTech-Wander 12  
Gourmet-Klassiker und coole Bars 20  
VPS wird 100 Jahre alt 56

**Gestern Abend gewählt:**  
Udberg neuer EOG-Präsident  
Gestern Abend standen Neuwahlen in der Schweizer Outdoor Gruppe (EOG) an. Gewählt haben 52 Mitglieder für die nächsten zwei Jahre Daniel Udberg (Morgarten, Delschli bei Davos) als Präsident und EOG-Gründer Rolf Schmid (St. Gallen) als Vizepräsident. In der Vorstandswahl wurde auch die Amt nach sieben Jahren als Vize über dem Vorstand erhalten. Vorstandsvize ist jetzt Daniel Schmid (Kulmegg, der auf dem Berg bei Davos) Elgi. Der neue Treasurer heißt Eddy Gröge (Camp, nach dem Abbruch von Daxiflexion nicht mehr angetreten war. Neben Schmid gehören dem Vorstand auch Jean-Marc Fankler (Salomon, SAZ) und Rolf Schmid an (E).

**Läger leer gelagt:**  
Schlittschuhe ausverkauft 1,24  
Nachfrage steigt: Nordic Fitness etabliert 1,26  
Fitness läuft: Crosstrainer beschnitten 1,27  
Fest schon Trendsport: Skitouren aufgestiegen 1,28

Medium: SAZ Sport  
Erscheinungsdatum: Nr. 05 - 2010  
Land: Deutschland, Schweiz, Österreich  
Druckauflage: 9.600  
Thema: Befragung zum Thema billiger Verkauf im Internet

**FORUM**

**LIZARD POWER GRIP FOOTWEAR**

**LET YOUR FEET TALK**

[www.lizardfootwear.com](http://www.lizardfootwear.com)

**We'd love to see you at ISPO.**  
Halle A6 - Stand 507

**Ananat Sole**

**X Paquito Brown**

**ispo**

**Forum**

**Herbert Horelt Haglöfs**  
Nach neuen Urteilen der Industrie werden wir unsere AGs deutlich verschärfen und entsprechende Plattformen im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten beschneiden oder gar ausschließen.

**Andi Aurhammer Nitro**  
Sowohl wir die Preise beeinflussen können, versuchen wir, die empfohlenen VK-Preise natürlich auch zu wahren.

**Olav Nietzer Burton**  
Wir bemühen uns täglich, unseren Anteil zur Preisstabilität beizutragen. Dies gilt besonders für Produkte der laufenden Saison.

**Sepp Krimmer Krimmer Outdoor Systems**  
Nachforschen, wer dahinter steckt und warum der Preis vermindert wird. Dann erfolgt eine Kontaktaufnahme.

**Timo Perschke Pyua**  
Vor diesen Problemen ist niemand sicher. Rolex & Co. stehen diesen Problemen ebenso gegenüber. Das Problem liegt beim Anbieter solcher Ware. Nur mit sorgfältiger Auswahl seiner Partner kann man solche Ereignisse eingrenzen.

**Christian Roeckl Roeckl**  
Wir nutzen die uns zur Verfügung stehenden Maßnahmen, um diese Art der Verkäufe einzuschränken oder zu unterbinden. Solange aber der Gesetzgeber und die Gerichte keine rechts-

verbindliche und einheitliche Regelung schaffen, wird dieses Problem nur bedingt zu lösen sein.

**Sebastian Frey MTS**  
Wir bringen sehr viel Zeit damit, den Online-Markt zu koordinieren. Der Erfolg gibt uns jedoch recht. In erster Linie suchen wir das Gespräch mit den Anbietern und bauen auf dem Vermittler. Leider hat die Rechtsprechung uns Herstellern ab fast alle legalen Möglichkeiten

**Andreas Schechinger Tatonka**  
Bei einer gesunden Geschäftsbeziehung zwischen Einzelhandel und Lieferant und einem regelmäßigen Dialog kommt es zu keinem solchen Problem.

**Michael Tobler-Arnold**

**„Bei einer gesunden Geschäftsbeziehung zwischen Einzelhandel und Lieferant es zu keinem solchen Problem.“**

**Klaus Schmitz Berghaus**  
Kontrolle nicht in jedem Fall möglich, aber sehr wichtig. Industrie und Handel müssen hier zusammenarbeiten. Beide haben die Verantwortung, die Preise marktrechtlich zu gestalten.

**Oliver Robens Crosscappiers**  
Wir bieten unsere Reisetextilien nur aus bekannten Outdoor- und Sportfachhändlern an, die die Absatzform nicht wählen.

**Andreas Soeffker Falke**  
Wir legen im Internet die selben strengen Maßstäbe an wie bei Brick and Mortar (zu Deutsch: „Ziegelstein und Mörtel“; damit ist der Kundenkontakt in Geschäfts- und Verkaufsräumen gemeint, d. Red.).

**Harald Siebold Rip Curl**  
Wir beobachten derzeit Plattformen und „Auktionen“ mit besonderem Interesse und ergreifen im gebotenen Fall entsprechende Maßnahmen. Beobachten wir,

das es nicht Dritte, sondern gar „eigene Händler“ sind, die unsere Ware dort „verhöhlen“, gehen wir vehement dagegen vor.

presse im Internet anbieten.

**Michael Tobler-Arnold Mammüt**  
Wir überwachen laufend die Bewegungen im Internet, was sehr zeitintensiv ist und intervenieren dort, wo wir Plagiate oder sehr große Mengen vermuten. Ziel ist jeweils, die Quelle zu finden.

**Claes Broqvist Odlo**  
Grundsätzlich dürfen Verkaufspreise nur empfohlen und nicht diktiert werden. Unsere Kunden – der Fachhandel – halten sich in der Regel an die VK-Empfehlungen. Bisher hat uns dieses Problem von Auktionsplattformen noch nicht tangiert. Wir befassen uns

**18**

Nr. 5/9.2.2010 **SAZ sport**

**Timo Perschke Pyua**

Vor diesen Problemen ist niemand sicher. Rolex & Co. stehen diesen Problemen ebenso gegenüber. Das Problem liegt beim Anbieter solcher Ware. Nur mit sorgfältiger Auswahl seiner Partner kann man solche Ereignisse eingrenzen.