



Medium: Österreichische Textilzeitung

Erscheinungsdatum: Januar 2009

Land: Österreich

Druckauflage: 10.000

Thema: Markenvorstellung

SNOWWEAR TRENDS

Eiskalte Verschmelzung

Vor einigen Jahren waren Snowboarder der Inbegriff der Coolness auf den heimischen Pisten. Jeder Teenager wollte plötzlich statt auf zwei Brettern nur noch auf einem den Abhang runterdüsen. Doch der erste Hype ist vorbei und viele entdecken das Skifahren wieder neu. Eine neue Zielgruppe hat sich entwickelt: die Kombiniierer. Sie wollen sowohl als auch und pfeifen auf entweder oder. Heute carven, morgen boarden. Kein Problem! Die Snowwear-Industrie macht sich dieses Wissen zunutze und setzt in der Bekleidung immer mehr auf Jacken, Hosen oder Overalls(!), übrigens die Haben-will-Objekt im H/W 09/10, die sowohl beim Skifahren als auch beim Snowboarden getragen werden können. Oberste Prämisse: »Nicht nur schön, sondern auch intelligente« (so das Credo von The North Face). Funktionalität und Style müssen glaubhaft vereint werden, denn nicht nur innerhalb der Disziplinen will man alles haben können. Der Konsument soll sich in seinem Outfit auf der Piste genauso wohlfühlen wie beim Einkaufsbummel in der Altstadt.

Dass die Industrie den Geschmack der Kunden gut zu kennen scheint, bestätigen auch die positiven Prognosen des österreichischen Wintersporthandels im Fachmedium SAZsport. Konnte man im Vorjahr ein Umsatzplus von 5 % verzeichnen, rechnet man für 2008/09 trotz schwierigerem Umfeld immerhin noch mit 3 % Wachstum. »Skibekleidung sowie Sicherheitsausrüstungen wie Helme und Protektoren zählen zu den größten Umsatzbringern. Weniger gut hingegen entwickelt sich das Geschäft mit Skiern und Bindungen. Hier macht sich die starke Konkurrenz durch den Skiverleih in den Skigebieten bemerkbar, so Ernst Aichinger, Bundesgremialobmann des Sportartikelhandels, gegenüber der SAZsport. Was die Snowwear-Anbieter im H/W-09/10 anstellen, um den gestiegenen Ansprüchen von Händlern und Endverbrauchern weiterhin gerecht zu werden, zeigt der Überblick zur Saison.

Premium Snowwear. Im Premiumbereich dreht sich alles um Fine-Tuning. Hochwertige Materialien und hochfunktionelle Bekleidungslösungen sind obligat, nun zählen Feinschliff und modischer Anspruch. Das junge Schweizer Label **Mountain Force** wird diesem Anspruch mit den Produktserien Sonic-Line und Challenge-Line gerecht. Für die Vollstretch-Skibekleidung setzt das Unternehmen auf körpernahe Schnitte, abgestuftes Wärmemanagement für Frauen und Männer und raffinierte Innentaschenlösungen. Auf hochelastische Stoffe und damit auf maximale Bewegungsfreiheit setzen auch das Premiumlabel **Kjus** mit einem 4-Wege-Funktions-Stretchstoff und der österreichische Spezialist **Northland** mit

optik aus Toray Canvas mit glatter Oberfläche und Daunenärmeln auf der Innenseite umgesetzt. Den typisch italienischen Stil zelebriert die Traditionsmarke **Besson**, die unter anderem auch Ausstatter des ÖSV ist. Im kommenden Winter wird erstmals eine neue Linie mit modischer Sportswear präsentiert. Mit den insgesamt drei Kollektionslinien (Tech Ski Line, Fashion Ski Line und Sportswear) startet das Team Wolfgang Krainz und Christian Jagerhofer, die seit April 2008 mehrheitlich an der Anzi Besson s.r.l. (Turin) beteiligt sind und die Märkte Deutschland, Österreich und Schweiz betreuen, eine internationale Neuausrichtung.

Apropos neu: Auf eine Neuausrichtung der anderen Art setzt das deutsche Label **Pyua**. Laut eigenen Angaben ist es der erste und aktuell einzige SportbekleidungsHersteller weltweit, dessen Sortiment ausschließlich aus recycelten Materialien gefertigt wurde. Gepaart mit urbanen Looks, körpernahen Schnitten und auffälligen Details wie plakativen, mehrfarbigen Zipperrn, steht die Kollektion für eine neue Snowwear-Generation. Für die Linie »Suku Fuku« entwickelten die Skilegenden Christian Neureuther und Rosi Mittermaier klassische Skioutfits mit einer edlen, abnehmbaren Metallplakette als Erkennungszeichen. Recycling steht auf der Hitliste für H/W 09/10 ganz oben: **Norrna** bietet eine Fleecejacke aus 60 % recyceltem Polyester, **The North Face** macht einen Snow Sneaker mit einer Isolierschicht aus PrimaLoft Eco Recyclingmaterial und einer Außensohle, die zu 40 % aus wiederverwertetem Guimmi besteht, und **Think Pink** verwendet innerhalb des Eco-Projekts »Nature Lab« recyceltes Polartec Fleece. Vor allem im Premiumsegment brennt man sich in der kommenden Saison wieder stark auf die Wurzeln und setzt dementsprechend auf Retro-Ein-

Apropos neu: Auf eine Neuausrichtung der anderen Art setzt das deutsche Label **Pyua**. Laut eigenen Angaben ist es der erste und aktuell einzige SportbekleidungsHersteller weltweit, dessen Sortiment ausschließlich aus recycelten Materialien gefertigt wurde. Gepaart mit urbanen Looks, körpernahen Schnitten und auffälligen Details wie plakativen, mehrfarbigen Zipperrn, steht die Kollektion für eine neue Snowwear-Generation. Für die Linie »Suku Fuku« entwickelten die Skilegenden Christian Neureuther und Rosi Mittermaier klassische Skioutfits mit einer edlen, abnehmbaren Metallplakette als Erkennungszeichen.



© TONI SÄILER

TZ 01 2009 81