

08.07.2016 - OutDoor 2016: Hohe Funktion, niedriges Gewicht, Materialmix und ausgeklügelte Schnitte dominieren den Outdoor-Bekleidungsmarkt

Eine für alles: OutDoor präsentiert Funktionsbekleidung für zahlreiche Aktivitäten

[zur Originalnachricht mit Bild](#)

Kleider machen Leute: Das gilt auch für das sportliche Erlebnis unter freiem Himmel. Bei Outdoor-Bekleidung ist Vielseitigkeit beim Einsatz gefragt - ob Wandern, Bergsteigen oder Shoppen - die richtige Jacke macht alles mit. Auch Funktionalität wird nach wie vor bei den Herstellern groß geschrieben, dabei kommen vermehrt Materialmischungen zum Einsatz. Gleichzeitig werden T-Shirts, Hosen und Jacken noch leichter und atmungsaktiver. Die Leitmesse OutDoor zeigt vom 13. bis 16. Juli, was Mann und Frau in der kommenden Saison trägt.

Eine Jacke für alle Aktivitäten, diesen Trend sieht Anders Blomster, Marketing Manager der schwedischen Marke Lundhags: "Ich bin davon überzeugt, dass gute Funktionsbekleidung multifunktional ist. Aber weder für den Verbraucher noch für den Handel ist es nachhaltig, fünf verschiedene Jacken für fünf verschiedene Einsätze zu besitzen oder führen zu müssen."

Eine andere Richtung verfolgen die klassischen Alpinmarken. "Für Black Diamond setzen wir unseren Fokus klar auf die Bedürfnisse unserer Hauptzielgruppe - Kletterer und Backcountry Skifahrer. Alles, von der Passform, den Details bis zur Materialauswahl ist so ausgewählt, dass es deren Bedürfnissen dient", argumentiert Julie Rogers, Category Director Bekleidung bei Black Diamond.

2017 stehen die Themen Lightweight, Komfort, Materialmix und Schnitte ganz oben auf der Neuheiten-Agenda für die OutDoor-Messe in Friedrichshafen. "Wir präsentieren erstmals eine Hose, die im Hinblick auf Bewegungsfreiheit und Passform alles Bisherige in den Schatten stellt: Die Trekking-Tights", erläutert Thomas Gröger, Country Manager Fjällräven Deutschland. Auch andere Marken haben das Thema aufgearbeitet. "Houdini setzt mit 'Made to move' neue Maßstäbe in der Hosenfertigung", erklärt Jesper Danielsson, der Chefdesigner bei Houdini.

"Ganz klar sehen wir Materialmischungen aus Hightech und Naturfasern weiter auf dem Vormarsch. Durch smarte Platzierungen an den Produkten werden diese immer robuster, komfortabler und funktionaler", beschreibt Hendrik Reschke, Marketingleiter bei Ortovox einen weiteren Trend. Ob Hightech-Stoffe mit Ökobaumwoll-Anteil und Wachs-Finish oder Merinowolle mit Eukalyptusholzfasern, die Outdoor-Branche zeigt sich besonders kreativ, wenn es um mehr und bessere Funktion geht.

"Bei Fjällräven verstehen wir unter Funktionalität einen ganzheitlichen Ansatz, bei dem vor allem die Zweckmäßigkeit, Robustheit, Passform und Nachhaltigkeit im Vordergrund stehen", berichtet Thomas

Gröger. Kommunikationsmanagerin Sarah Segers von Marmot ergänzt: "Outdoor-Bekleidung verkörpert nicht nur funktionierendes Material, sondern auch ausgeklügelte Schnitte und Features. Nur in dieser Kombination können Styles ihre volle Funktionalität entfalten und auch für extreme Bereiche eingesetzt werden." Jamie Reid, Produkt- und Marketingmanager bei Mountain Hardwear geht sogar noch einen Schritt weiter: "Der echte Gewinner ist die Passform: Wenn ein Kunde im Laden das Produkt anzieht und es passt, dann werden die Details zum Sahnehäubchen."

Authentizität, Passform, Vielseitigkeit, Funktionalität, Komfort und das bei niedrigem Gewicht sind Stärken der Outdoor-Bekleidung. Deshalb hat die Branche auch keine Angst vor Workwear-Anbietern, die versuchen am Outdoor-Trend zu partizipieren. "Unsere Produkte bestehen aus Naturfasern sowie hochkomplexen Materialkombinationen und bieten hochwertige Qualität sowie besondere Designs. Dies kann bislang von Vertretern der Workwear-Branche wegen des Preisdrucks nicht angeboten werden", stellt Hendrik Reschke, Marketingleiter bei Ortovox, fest. Auch Columbias Marketingmanagerin Dana Eichinger findet, dass "Outdoor-Produkte die besseren, leichteren und packbareren Produkte mit mehr technologischen Funktionen wie UV-Schutz und Feuchtigkeitsmanagement" sind.

Die OutDoor ist vom 13. bis 16. Juli nur für den Fachhandel geöffnet.

spoteo - Sporttechnologie online

<http://www.spoteo.de/>

Kontakt: kontakt@spoteo.de