

Presseinformation

Outdoor-Aktivitäten auf dem Vormarsch

Raus aus dem Büro, rein in die Natur. Outdoor-Aktivitäten wie Hiking, Trekking oder Städtetouren werden zunehmend beliebter. Mit der richtigen Ausrüstung wird die härteste Tour fast zum Spaziergang.

Baden-Baden, 15. Juli 2009 – Ob bei Entdeckungsreisen in einer fremden Stadt, der Sonntags-Tour im Wald, der Mittelgebirgs-Wanderung oder in alpinem Gelände – richtige Ausrüstung ist bei diesen Aktivitäten elementar. Funktionelle Schuhe, Bekleidung und Zubehör sorgen für sicheren Tritt, Wetterschutz und Komfort. Im Bereich Bergsport/Wandern investierten Verbraucher am meisten in Bekleidung. Auf sie entfielen fast zwei Drittel aller Umsätze des gesamten Outdoor-Bereichs seit Jahresbeginn.

Die Kategorie Schuhe erreichte in dieser Zeit rund 30 Prozent Umsatzanteil, während das Segment Hartwaren – dazu gehören beispielsweise Rucksäcke oder Stöcke – etwa fünf Prozent ausmachte.

Jack Wolfskin obenauf

Eindeutiger Marktführer unter den Outdoor-Marken ist Jack Wolfskin, der sowohl Bekleidung als auch Schuhe und Ausrüstung anbietet. Lowa und Schöffel, im Herstellervergleich auf den Plätzen zwei und drei, gehören zu den Spezialisten, die Produkte nur in einem der Bereiche – Schuhe beziehungsweise Bekleidung – verkaufen. Die Plätze vier und fünf im Umsatzranking gehen an Vaude und Meindl.

Jack Wolfskin profitiert besonders von der starken Performance bei den Textilien. Hier ist der Outdoor-Ausrüster führend und vereint knapp 35 Prozent aller Apparel-Umsätze auf sich. Dahinter folgen Schöffel, Vaude, The North Face und Mammut. Die höchsten Umsätze wurden mit Jacken erzielt.

Im Segment Schuhe ist Lowa der Konkurrenz einen großen Schritt voraus und verweist Meindl und Salomon auf die Plätze zwei und drei. Nummer vier im Herstellervergleich ist Jack Wolfskin. Adidas komplettiert die Top Five. Wichtigstes Merkmal der Footwear ist Multifunktionalität, wie die Betrachtung der einzelnen Warengruppen ergab.

Bei der Ausrüstung liegt Deuter in Front. Zusammen mit Leki und Vaude entfallen knapp 80 Prozent der Gesamtumsätze des Segments auf die großen Drei. Nach Warengruppen

getrennt ergibt sich ein eindeutiges Bild: Fast 90 Prozent aller Umsätze wurden mit Rucksäcken und Stöcken realisiert, wovon allein Rucksäcke rund zwei Drittel ausmachen.

Klares Bild dank Marktstatistiken

Von den Marktstatistiken profitieren Hersteller wie Handel gleichermaßen. Die Daten liefern kompetente Informationen über das aktuelle Geschehen im deutschen Sportartikelmarkt. Wir stellen klar aufbereitete Marktübersichten zusammen, die auf einen Blick alle relevanten Key-Facts zur Marktsituation liefern. Sie wissen schon heute, was morgen läuft.

Zur Methodik: Die Darstellung umfasst ausschließlich die im Sport-Handelspanel von media control erfassten Verkaufsdaten. Ausgewiesen werden die von den teilnehmenden Händlern an media control gemeldeten tatsächlichen am Point-of-Sale getätigten Verkäufe. Eine Hochrechnung auf den Gesamtmarkt erfolgt nicht.

Über media control: media control ist führendes Marktforschungsunternehmen und der Full-Service-Dienstleister für Medienbeobachtung, -analyse und -auswertung. media control erhebt Abverkaufs-Charts und betreibt Marktforschung in den Bereichen Pharma und Sport und vermarktet die TV-Quoten. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.media-control.de.

Pressekontakt: media control
 Sven Birgmeier
 Augustaplatz 8
 76530 Baden-Baden
 Tel.: +49 7221 366-218
 Fax: +49 7221 366-249
 presse@media-control.com
