

## Presseinformation

---

### Neue Wege gehen

**Läufer verlassen zunehmend ausgetretene Pfade und erobern neues Terrain. Beim sogenannten Trail-Running geht es quer durchs Gelände. Das erfordert spezielle Schuhe, die Halt und festen Tritt geben. Der Markt profitiert.**

Baden-Baden, 26. Juni 2009 – Der Bereich Running gehört mit aktuell über 20 Prozent Anteil zu den größten Einzelsegmenten im deutschen Sportschuh-Markt. Waren bisher Parks, Feld- oder Waldwege bevorzugte Lauf-Reviere, suchen Läufer verstärkt Abwechslung. Es zieht sie von angelegten Wegen rein ins Gelände. Sicherem Tritt auf neuen Wegen bieten spezielle Trail-Running-Modelle, die inzwischen jeder namhafte Hersteller im Programm führt. Neben den bekannten großen Firmen wie Asics, Adidas oder Nike sind Spezialisten wie Salomon oder New Balance auf diesem Terrain aktiv.

Insgesamt profitieren alle Anbieter vom Trail-Running-Trend: Jeder sechste verkaufte Laufschuh im ersten Quartal 2009 war ein spezieller Trail-Runner. Dabei sind Käufer von Trail-Schuhen tendenziell bereit, mehr Geld für ihr Schuhwerk auszugeben. Für ein Trail-Modell – egal ob für Männer oder Frauen – mussten durchschnittlich 96 Euro investiert werden, während klassische Laufschuhe 90 Euro kosten. Insgesamt liegt das Preisniveau sowohl bei Trail- als auch bei Straßenlaufschuhen rund drei Euro über dem Vorjahr.

Die gestiegenen Verkaufspreise schlagen sich auch bei der Verteilung nach Preisklassen nieder. Über 60 Prozent aller Trail-Runner kosten zwischen 80 und 120 Euro. Im ersten Quartal 2008 waren es rund 54 Prozent.

Unter den einzelnen Herstellern unterscheiden sich die Durchschnittspreise: Salomon, nach Marktanteilen die Nummer drei, rangiert mit durchschnittlich 107 Euro am oberen Ende. Modelle des Marktführers Asics sind im Sportgeschäft für 102 Euro zu haben. Der Durchschnittspreis von Adidas-Modellen liegt unter der 100-Euro-Grenze. Für einen Nike-Schuh sind im Mittel 103 Euro fällig.

Adidas läuft voraus

Die Top Ten teilen sich die großen drei: Topseller im ersten Quartal war der „Trediac GTX 2“ von Adidas. Auf Platz zwei Asics mit dem „Gel-Trabuco 11 WR“. Salomons „XA PRO 3D ULTRA GTX“ landet auf der Acht und Rang neun geht an die Damen-Variante

des „XA PRO 3D ULTRA GTX“. Näher betrachtet zeigt sich, dass Trail-Running bei Frauen wie Männern gleichermaßen beliebt ist: Insgesamt vier Schuhe unter den besten Zehn sind Damen-Modelle. Meistverkaufter Frauenschuh war der „Trediac GTX 2“ von Adidas, der in der Endabrechnung Bronze holt.

Klares Bild dank Marktstatistiken

Von den Marktstatistiken profitieren Hersteller wie Handel gleichermaßen. Die Daten liefern kompetente Informationen über das aktuelle Geschehen im deutschen Sportartikelmarkt. Media control stellt klar aufbereitete Marktübersichten zusammen, die auf einen Blick alle relevanten Key-Facts zur Marktsituation liefern. Sie wissen heute, wer 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](http://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](mailto:presse@media-control.com)

---