

The Gen Z Mountains – Wie die nächste Generation die Outdoor-Branche verändert.

Board4Next: Unter 25-Jährige reden bei Oberalp mit

Wer mehr Fragen stellt als Antworten hat, gehört der Generation Gen-Z an – und der Berg ist ein Projekt. Dies ist das Fazit, welches die Oberalp Gruppe nach ihrem Händler-Summit in Zürich zieht. Dem Thema der zukünftigen Generationen war breiter Raum gegeben worden. „Der Berg verändert sich nicht – aber unser Zugang dazu muss das tun“, sagte Ruth Oberrauch als Mitglied des Oberalp Executive Board in ihrer Einleitung

vor 200 Händlern der ganzen Welt. Dieses Board, welches der strategische Richtungsweiser innerhalb der Oberalp Gruppe ist, wird in Zukunft von einem „shadow board“, welches aus Mitarbeiter:innen der Gen-Z innerhalb der Gruppe besteht, beraten. Das Oberalp „Board4Next“ wird ab dem Jahr 2023 zum festen Bestandteil des Unternehmens werden.



© Oberalp Group

Der Oberalp Summit widmete sich am 18. Oktober in Zürich dem Thema „The Gen Z Mountains - Wie die nächste Generation die Outdoor-Branche verändert“. Auf der Bühne standen ausschließlich Vertreter:innen der Generation der 18 bis 25-jährigen (Gen-Z) und stellten ihre Ideen als Konsumenten, Mitarbeiter:innen und Richtungsvorgeber für die Zukunft vor. „Wir wollten nicht über die Gen-Z sprechen, sondern wir wollten ihnen zuhören“, begründet Christoph Engl, CEO der Oberalp und Teil der Baby Boomer Generation, den gewählten Themenschwerpunkt. Beim zweimal jährlich stattfindenden Oberalp Summit, stellt das Bergsportunternehmen dem Fachpublikum und der Presse regelmäßig Themen vor, die die Bergsportbranche bewegen und beschäftigen. Zusätzlich werden die neuesten Kollektionen der sechs Oberalp-Bergsportmarken präsentiert, welche in einem Jahr in den Handel kommen.

Der Begriff Gen Z ist derzeit in aller Munde. Vertreter:innen der Gen Z haben mittlerweile einen festen Platz in jeder Talkshow und jedem Nachrichtenblock: Klima, Gender, Umwelt, Digitalisierung und vieles mehr – jedes Thema bewegt sie und sie wollen mitreden, denn es geht um ihre Zukunft. Dies betrifft selbstverständlich auch den Bergsport. „Die Verschiebung der Work-Life-Balance in Richtung Life sehen wir als klare Zielsetzung dieser Generation, die von der Pandemie erzwungenen Home-Office Regelungen sollen weiter existieren, um mehr Präsenz für die eigene Familie und Zeit für Hobbies zu haben – oder von einem anderen Ort der Welt aus arbeiten zu können“, fasst Oberalp CEO Christoph Engl die Stimmung zusammen. „Aber es geht nicht nur um unsere Mitarbeiter:innen, sondern auch um eine neue Sicht auf die Erwartungshaltung der neuen Kund:innen“, sagt Engl deutlich. Während das Durchschnittsalter der Oberalp-Belegschaft bei 36,5 Jahren liegt, ist jenes der Endkunden heute deutlich höher. „Wollen wir neue Kunden-Generationen

verstehen, müssen wir uns mit diesen viel früher beschäftigen als sie zu unseren Kunden geworden sind“, heißt es bei Oberalp. Viele Verhalten bilden sich bei den unter 25-jährigen ganz anders aus als noch bei den Generationen davor und vor allem mit einer ganz anderen Geschwindigkeit. Soziale Medien wie TikTok ersetzen Expertise, der reale Touchpoint konkurriert mit dem virtuellen, die Grenzen zwischen Onlineshopping vom Sofa und Shopping im Geschäft verschwimmen total, der Siegeszug der Outdoor-Apps verwandelt Trails in virtuelle Rennen zwischen Gleichgesinnten. Wie bleibt man in dieser neuen Welt des Erlebens für die Generation Z relevant?

Die beiden Referenten, Gazelle Vollhase und Simon Schnetzer, gaben den Händlern auf dem Oberalp-Summit in Zürich deutliche Hinweise dafür, wie ernst man die veränderten Bedürfnisse dieser neuen Generationen nehmen muss. „Wer das ignoriert, geht OutOfBusiness“, prophezeite der Recruiter von idealo internet aus Berlin. Der Jugendforscher Simon Schnetzer zeigte aus seinen Studien auf, „dass Outdoor und Berg für die Gen-Z stark mit den Themen Nachhaltigkeit und Langlebigkeit zu tun haben muss.“. Was zum zweiten Mal verwendet wird, hat für diese Generation einen höheren Wert, als wenn es neu wäre, sagt Schnetzer.



Foto: Jörg Hennecke
v.l. Ruth Oberrauch Executive Board Member, Giulia Gema Salewa Media & Influencer Marketing Specialist, Christoph Engl Group CEO

Die Bühne des Oberalp Summit für die nächste Generation freizumachen, reicht der Gruppe von führenden Bergsportmarken nicht aus. „Diese jungen Menschen werden unsere Kund:innen und Mitarbeiter:innen von morgen sein. Deshalb haben wir uns dazu entschlossen, dieser Generation die Chance zu geben, an der Entwicklung unseres Unternehmens mitzuwirken. Sie sollen unserem Management dabei helfen, die richtigen Antworten auf die Fragen und Anliegen der Zukunft zu finden, indem sie die richtigen Fragen stellen und aktiv zum Erfolg und zur Entwicklung von Oberalp beitragen“, mit diesen Worten hat Stefan

Rainer, CSO und Mitglied des Executive Board bei Oberalp das Projekt Board4Next in Zürich angekündigt. Die Bewerbungen für diese außergewöhnlichen Aufgaben laufen schon: Über die interne Kommunikationsplattform „Campfire“, die den über 1.000 Mitarbeiter:innen der Oberalp Zugang zu internen Botschaften und Themen verschafft, wurde nur einen Tag nach dem Summit in Zürich der Aufruf zur Bewerbung per [Videobotschaft](#) veröffentlicht.



Foto: Jörg Hennecke
v.l. Gazelle Vollhase Recruiter idealo internet GmbH, Stefan Rainer Group CSO

Alle Inhalte und Vorträge zum Thema Gen Z finden sich auf dem digitalen Format der Oberalp Gruppe wieder und sind ab 25. Oktober 2022, 17:00 Uhr CET, uneingeschränkt für alle Interessierten auf convention.oberalp.com einsehbar. Die Oberalp Virtual Convention ist zudem offizielle Plattform und digitaler Laufsteg der Oberalp Marken Salewa, Dynafit, Wild Country, Pomoca, Evolv und LaMunt. Auf der Website werden die Herbst-Winter Kollektionen für 2023 und 2024 präsentiert und neue Technologien der Bergsportmarken vorgestellt.



Foto: Jörg Hennecke
Oberalp Fashion Show – Winter Kollektionen 2023-2024

Pressekontakt

OBERALP AG

Lisa Kröss
Executive Assistant CEO and Group Corporate Communication
+39 0471 24 28 41
group.pr@oberalp.com

Die Oberalp Gruppe ist ein managementgeführtes Familienunternehmen mit Hauptsitz in Bozen in Südtirol. Heiner Oberrauch gründete das Unternehmen 1981. Heute beschäftigt die Gruppe rund 900 MitarbeiterInnen und ist neben der Entwicklung und Produktion von Bergsportartikeln im Sparteinzelhandel sowie im Großhandel und Vertrieb sportbasierter Marken tätig. Seit 1990 gehört die in München gegründete Marke SALEWA zur Oberalp Gruppe. Im Lauf der Jahre hat die Gruppe die Marken DYNAFIT, POMOCA, WILD COUNTRY, EVOLV übernommen. 2022 hat das Unternehmen die neue Bergsportmarke von Frauen für Frauen, LaMunt, auf den Markt gebracht. Das Familienunternehmen setzt auf Mut zu neuen Wegen, kontinuierliche Innovation in Produkten, Prozessen und im Denken. Ein bewusster, sinnvoller Umgang mit Umwelt und Ressourcen und die Leidenschaft für Sport und Berge sind das Fundament gelebter Firmenkultur. Seit 2019 wird der Nachhaltigkeitsbericht „Contribute“ der Oberalp-Gruppe gleichzeitig mit den Bilanzzahlen veröffentlicht. Bereits zum 6. Mal in Folge wurde dem Unternehmen als einzigem in Italien der „Leader-Status“ der NGO „Fair-Wear-Foundation“ zuerkannt.