

Oberalp Gruppe auf der ISPO München: In Zeiten des Wandels werden Outdoor-Trends neu definiert

Ganzjähriges Klettern, der Zuwachs an Bergsteigerinnen und der Weg der Gruppe in Richtung Kreislaufwirtschaft

Die Oberalp Gruppe kündigt ihre Rückkehr auf die ISPO München vom 28. bis 30. November 2023 an und unterstreicht damit die Rolle der Veranstaltung als Kommunikationsplattform für die Sportindustrie. „Wir sehen das neue ISPO-Format nicht als Plattform für Produktpräsentationen, sondern als ein dynamisches Forum für den Branchendialog“, so Christoph Engl, CEO der Oberalp Gruppe. Sein Unternehmen interpretiert das neue ISPO-Format als eine Möglichkeit Kontakte zu knüpfen, Erkenntnisse und Trends auszutauschen, sowie eigene neue innovative Bergsport-Ansätze zu präsentieren.

Die Südtiroler Unternehmensgruppe hat sich vorgenommen dem Bergsport ein neues Narrativ zu geben. Neben den beiden etablierten Klettermarken Wild Country und Evolv präsentiert die Oberalp Gruppe ihre neuste Newcomer-Marke: LaMunt, eine Marke von Frauen für Frauen. Dem Unternehmen geht es darum nicht einfach nur neue Produkte auf den Markt zu bringen, sondern mit den eigenen Marken spezifische Zielgruppen zu erreichen und deren Bedürfnisse und Lebensstil anzusprechen. Diese Weiterentwicklung des Bergsportes wird der Schlüssel zur Entwicklung weiterer Geschäftsideen und Business-Modelle sein. Um dieses Engagement zu unterstreichen haben die bereits etablierten Marken der Oberalp Gruppe, Salewa, Dynafit und Pomoca sich dazu entschieden die Bühne für die Rückkehr der ISPO ganz den „cool kids“ des Markenhauses zu überlassen.

Klettern überwindet saisonale Grenzen

In einer Ära, in der die Sehnsucht des Individuums stärker in den Mittelpunkt gerät, verlagern sich auch die Prioritäten der Klettercommunity hin zu einer Kombination aus klettern und persönlicher Selbstverwirklichung. Kletterhallen werden zu lebendigen Hubs für gemeinschaftliches Engagement, Co-Working, Yoga, Fitness, Cafés und Shopping und definieren auf neue Art und Weise, wie Menschen mit dem Sport in Verbindung treten.



Darüber hinaus hat das Klettern in den letzten zwei Jahrzehnten einen bemerkenswerten Wandel erfahren und sich von einer Nischensportart zu einer weit verbreiteten Sportart und - ab 2020 - zu einer olympischen Disziplin entwickelt. Dieser Wandel steht in engem Zusammenhang mit der zunehmenden Anzahl von Kletterhallen, welche es erlauben den Sport wetterunabhängig zu machen und den Sportlern die Möglichkeit bietet, das Klettern das ganze Jahr lang auszuüben.

Für die Unternehmen der Branche ist dies eine Chance, sich zu diversifizieren und einen schnell wachsenden Markt zu bedienen der neue Kletternde anspricht. Auf der diesjährigen ISPO werden die Oberalp Klettermarken Wild Country und Evolv aufzeigen, wie die Sportkategorie Klettern einen Mehrwert zu den traditionellen Wintersportarten bieten kann. Einzelhändlern wird dadurch verdeutlicht, wie die aktuellen, sich ständig veränderten Marktbedingungen in ein langfristig profitables Geschäft umgewandelt werden können, indem sie die Notwendigkeit eines Paradigmenwechsels in der Produktentwicklung, dem Vertrieb und der Sortimentsplanung erkennen.

Die Sportindustrie erlebt das Verlangen nach Genderneutralität - LaMunt fokussiert sich auf weibliche Bergbegeisterte

In einem Sportmarkt, der sich einer geschlechtsneutralen Ausrichtung zuwendet, geht die Oberalp Gruppe mit LaMunt - einer Marke, die ausschließlich von Frauen für Frauen entwickelt wurde – einen neuen Weg. Die Markteinführung von LaMunt im Jahr 2020 war ein Statement, eine Zelebrierung der Individualität und der Weiblichkeit, ein Schritt in Richtung eines inklusiveren und vielfältigeren Bergsports. Die Newcomer-Marke der Oberalp Gruppe spricht eine neue Art von Frau an, die die Berge auf eine andere Art und Weise erlebt. Die Berge sind für diese Frauen ein Ort, an dem sie sich selbst ausdrücken können und wo sie einzigartige Erfahrungen machen. Die Marke widmet sich im Bergsportsegment einer völlig neuen weiblichen Zielgruppe - selbstbewusst, leidenschaftlich und stilbewusst. Als weltweit einzige Marke in der Bergsportbranche, die sich ausschließlich auf Frauen konzentriert und welche die Community in die Produktentwicklung miteinbezieht, bringt LaMunt neue Kundengruppen in den Einzelhandel und bietet zusätzliche Geschäftsmöglichkeiten.



Oberalp Gruppe auf dem Weg zur Zirkularität

Oberalp hat die eigene Nachhaltigkeitsstrategie im Jahr 2022 überarbeitet und die Verringerung der Klimabelastung, sowie das langfristige Ziel Net Zero zu erreichen, in den Vordergrund gestellt. Fast 75 % des CO₂-Fußabdrucks der Gruppe stammen von den Produkten, die das Unternehmen verkauft. Dies stellt in zweierlei Hinsicht eine Herausforderung dar: Erstens fallen die größten Anteile der Emissionen direkt bei den Lieferanten in der Produktion der Rohstoffe an und zweitens wird der andere Großteil der Klimaauswirkungen bei der Nutzung der Produkte erzeugt.

Die Oberalp Gruppe ist überzeugt, dass Zusammenarbeit und Engagement der Schlüssel für entscheidende Maßnahmen sind, denn eine erfolgreiche Strategie zur Emissionsreduzierung erfordert die Verpflichtung von engagierten Lieferanten, die hohe Sozial- und Umweltstandards einhalten, sowie die Zusammenarbeit mit den Konsumenten selbst. Um die gesetzten Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, muss Oberalp ihr eigenes etabliertes, lineares Geschäftsmodell überdenken und die eigene Rolle innerhalb eines Kreislaufsystems neu konzipieren. Dieser Paradigmenwechsel umfasst wichtige Aspekte, die das Produktdesign betreffen: Die Verwendung von Materialien mit geringeren Auswirkungen, wie recycelte, wiederverwertbare oder natürliche und ethisch erzeugte Materialien, die Konzentration auf die Langlebigkeit von Produkten und die Gestaltung von Produkten für eine einfache Demontage, Reparatur und Wiederverwertung.

Konkret führt Oberalp unter anderem ein Rücknahmesystem für die Reparatur, die Wiederaufbereitung, den Wiederverkauf, die gemeinsame Nutzung oder letztlich für das Recycling ein. Darüber hinaus wird ein Netz strategischer Partner aufgebaut, die Dienstleistungen außerhalb des Unternehmens übernehmen, um sicherzustellen, dass Materialien oder Produkte am Ende ihres Lebenszyklus als neue Rohstoffe wieder in den Kreislauf integriert werden.

Die Marken LaMunt, Wild Country und Evolv haben bereits die ersten Schritte auf dem Weg zu einer Kreislaufwirtschaft unternommen, welche die Hersteller, Partner und Konsumenten in eine gemeinsame Anstrengung zur Minimierung der Umweltauswirkungen einbezieht:

LaMunt hat für dessen Jacken das ReMOCA Pad® entwickelt, eine neue technische Wattierung, die aus recycelten Resten der Produktion von POMOCA Skitourenfellen besteht;

Wild Country bietet neben verschiedenen Ersatzteilen wie den sog. Trigger Kits auch einen Re-Slinging Service für die technische Kletterausrüstung wie die Friends an;

Evolv wurde mit dem Gedanken der Kreislaufwirtschaft geboren und begann seine Tätigkeit als Wiederbesorgungsunternehmen und hat Nachhaltigkeit in seiner DNA.

Die Oberalp Gruppe wird auf der ISPO München mit ihren Marken Wild Country und Evolv Hall in Halle A3.605 und LaMunt in Halle A2.206 Partner, Sportbegeisterte und Branchenexperten begrüßen.

Pressekontakt

OBERALP AG

Lisa Kröss
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 1.300 MitarbeiterInnen und ist neben der Entwicklung und Produktion von Bergsportartikeln im Sporteinzelhandel 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.

www.oberalp.com