

So schön und so cool: Ein Ski braucht Design

Ausfahrt im Schnee. Einfach nur die Farbe zu wechseln, das machen Chamäleons. Ein Ski von heute hat da weit mehr drauf.

BIRGITTA SCHÖRGHOFER

SALZBURG (SN). Du bist, was du fährst. Im Skisport hat dieser Satz nicht nur im technischen Bereich Gültigkeit. Heute heißt es auch: Das Auge fährt mit. Design ist im Skisport unverzichtbar geworden. Nicht nur wegen des guten Geschmacks. Ein Ski muss gefallen, sonst wird er nicht gekauft.

Dabei hat alles ganz harmlos angefangen. Lilo Krebernik weiß, wie. Als ehemaliger Snowboardprofi, der heute in Wien als Designer und Grafiker tätig ist, ist der 36-Jährige maßgeblich daran beteiligt, dass der Skisport bunter geworden ist. „Die Snowboarder waren einfach mutiger. Sie wollten frei sein und Geschichten erzählen“, sagt er. „Das alles haben sie auch über das Design ihrer Boards ausgedrückt.“

Die Skiindustrie hat sich von dieser Freiheit anstecken lassen. Besser gesagt: Sie hatte keine andere Wahl. Die Ski mussten anders, jünger und bunter werden. Nur so konnte der Nachwuchs bei der Stange gehalten und der Skisport für alle wieder reizvoller werden. Das Ergebnis heute: „Der Markt ist wesentlich fragmentierter als noch vor zehn oder fünfzehn Jahren“, sagt Herbert Buchsteiner. Er leitet bei Atomic die Abteilung für Produktmanagement. Neben dem klassischen Rennski steht heute aufgereiht der All-Mountain-Ski, der Damenski, der Freeski und Freestyler für Tiefschnee und Funpark sowie der Tourenski. Der Skifahrer ist



„Designvorlieben spielen heute eine wichtige Rolle beim Kauf eines Skis.“

Lilo Krebernik, Ex-Profi und Designer

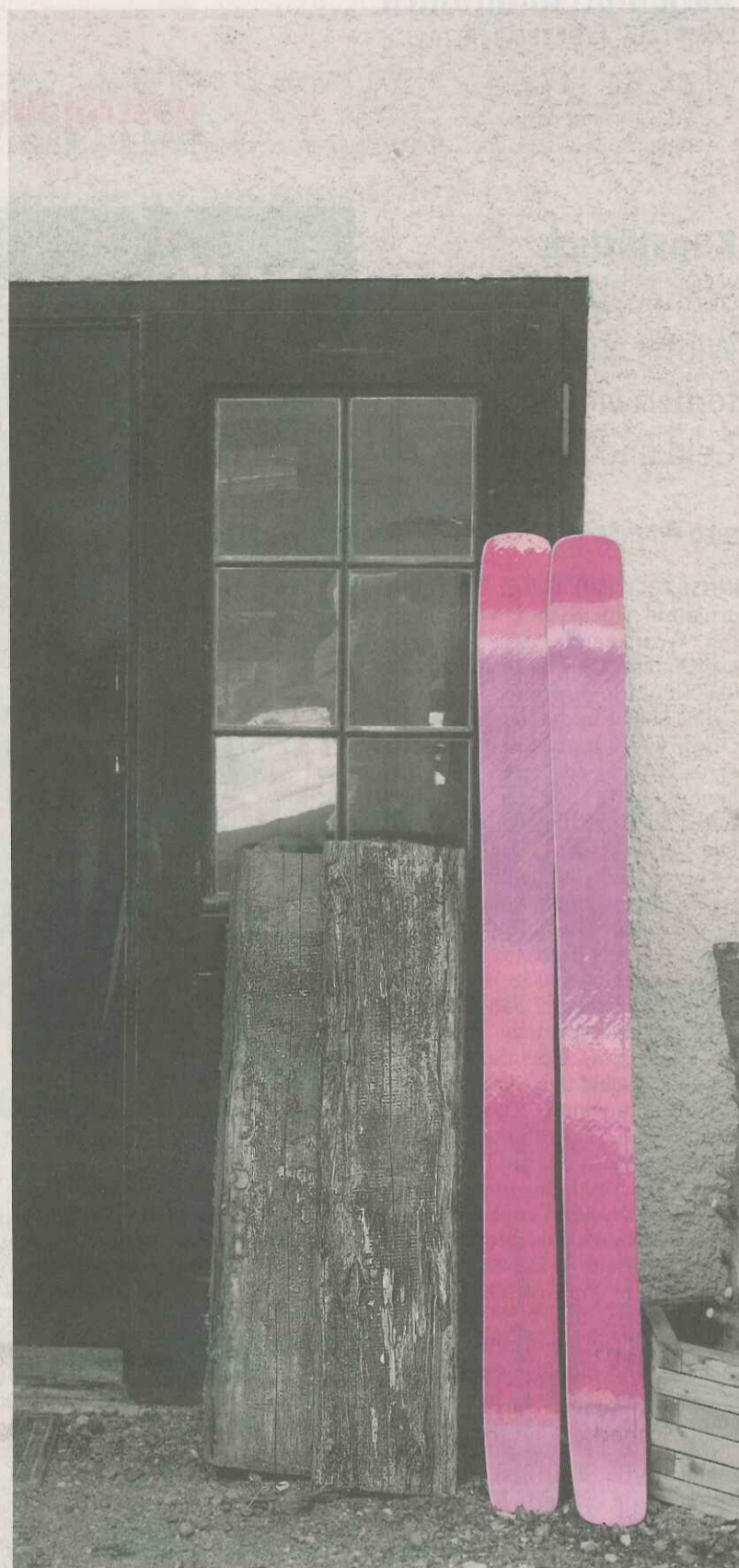
vom Markt längst in Fokusgruppen eingeteilt – mit unterschiedlichem Geschmack. Je mehr Gelände, umso flipziger das Design und umso mehr treten Firmenlogos in den Hintergrund. Der Rennski dagegen definiert sich nach wie vor über Schriftzug und Markenlogo des Herstellers. Allein Atomic kommt heuer auf 50 verschiedene Designmodelle.

Die Designfindung passiert gezielt und wird längst Profis überlassen. „Wir suchen uns weltweit die Designer in den wichtigsten Absatzmärkten der einzelnen Zielgruppen“, sagt Buchsteiner.

Rennski, die vor allem in Österreich, der Schweiz und Italien gefragt seien, würden auch dort gestaltet. Bei den Tiefschnee-Ski seien die USA unangefochtene Nummer eins. „Aus Übersee kommen die Trends, dort entstehen die Codes der Freerider“, betont Buchsteiner. Die stärksten Werbeträger seien nach wie vor die Profis – egal ob sie eine Abfahrt fahren oder in der Halfpipe springen.

Auch wenn bei der Gestaltung mittlerweile so gut wie alles erlaubt ist, setzen sich doch immer wieder auch Trends durch. Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit und Recycling ist einer davon. „Es wird aktuell viel Holz verwendet oder überhaupt recyceltes Material. Und es wird mit Transparenz gespielt, damit auch das wertvolle und natürliche Innenleben des Skis zu sehen ist“, erklärt Designer Lilo Krebernik. Die technischen Fortschritte bei Druck und Veredelung sorgten zudem für „mehr Tiefgang im Design“.

Bereits eingesetzt hat auch der logische Gegentrend: das No-Design. Und das sieht so aus: Der Ski trägt eine einzige Farbe. Keine Zeichen, keine Schriften, keine Männchen, keine Blümchen. Weil so etwas im Handel nicht zu haben ist, bietet die Firma Edelwiser das No-Design im Self-Design an. Schon seit 1994 können sich bei Edelwiser die Kunden über Grafikfiles ihren Ski am Computer selbst gestalten. Über den neuen Trend sagt Edelwiser-Chef Erwin Werdenigg: „No-Design ist auch Design.“ Na also.



Wie es euch gefällt: grenzenlos bunt oder einfach nur bunt.

Bild: SN/PEPPERBLUE

Ans Werkzeug: Ski, die echt einzigartig sind

Nische für Liebhaber und Freaks: Der bayerische Kreativbetrieb Pepperblue sorgt mit Skibaukursen für Begeisterung



Do it yourself geht auch im Skibau: In zweieinhalb Tagen sind die Brettln fertig.

Bild: SN/PEPPERBLUE

BAD BAYERSOIEN (SN-schö). Es war ein Skidiebstahl, der Andreas Fehlau aus Garmisch dazu brachte, sich seinen eigenen Ski zu bauen. Doch was 2008 als privates Bastelprojekt begann, begeisterte bald auch den Freundeskreis und findet heute Anklang bei Skifans aus nah und fern, die sich ihr liebstes Sportgerät eigenhändig bauen und designen möchten.

150 Teilnehmer sägten, hobelten, hämmerten und laminierten im vergangenen Winter bei den Skibaukursen des bayerischen Kreativbetriebs Pepperblue an ihren eigenen Brettln. Heuer, so die ersten Schätzungen von Marketingchefin Judith Borowitz, dürften es doppelt so viele werden. Aus der One-Man-Show von Fehlau ist ein Team aus bis zu 30 Mitarbeitern an vier Standorten geworden. Das Do-it-

yourself-Erfolgskonzept findet heuer erstmals auch als Franchise-Modell in Innsbruck statt. „Die Nachfrage aus Österreich ist recht groß“, sagt Borowitz. Wenngleich: „Die Österreicher sind recht kritisch. Sie fragen am häufigsten nach, ob das überhaupt funktioniert, sich einen Ski selbst zu bauen.“ Es geht tatsächlich. Zweieinhalb Tage dauert der Skibaukurs, das Alter der bisherigen Teilnehmer reicht von zehn bis 80. „Am Anfang sind meistens die Freerider gekommen, die ganz breite, fette Ski haben wollten“, erzählt Borowitz. Mittlerweile seien ganze Familien dabei. Die am stärksten wachsende Gruppe seien die Tourengerer – und die Frauen. Jeder fünfte Hobby-Skibauer sei bereits weiblich. Heuer dürfen erstmals auch Snowboarder ans Werkzeug. www.skibuilding.com

SIEMENS

We take you to the top.

Seilbahntechnik von Siemens – sicher und zuverlässig.

www.siemens.at/alpine