



Bergsport Monitor®

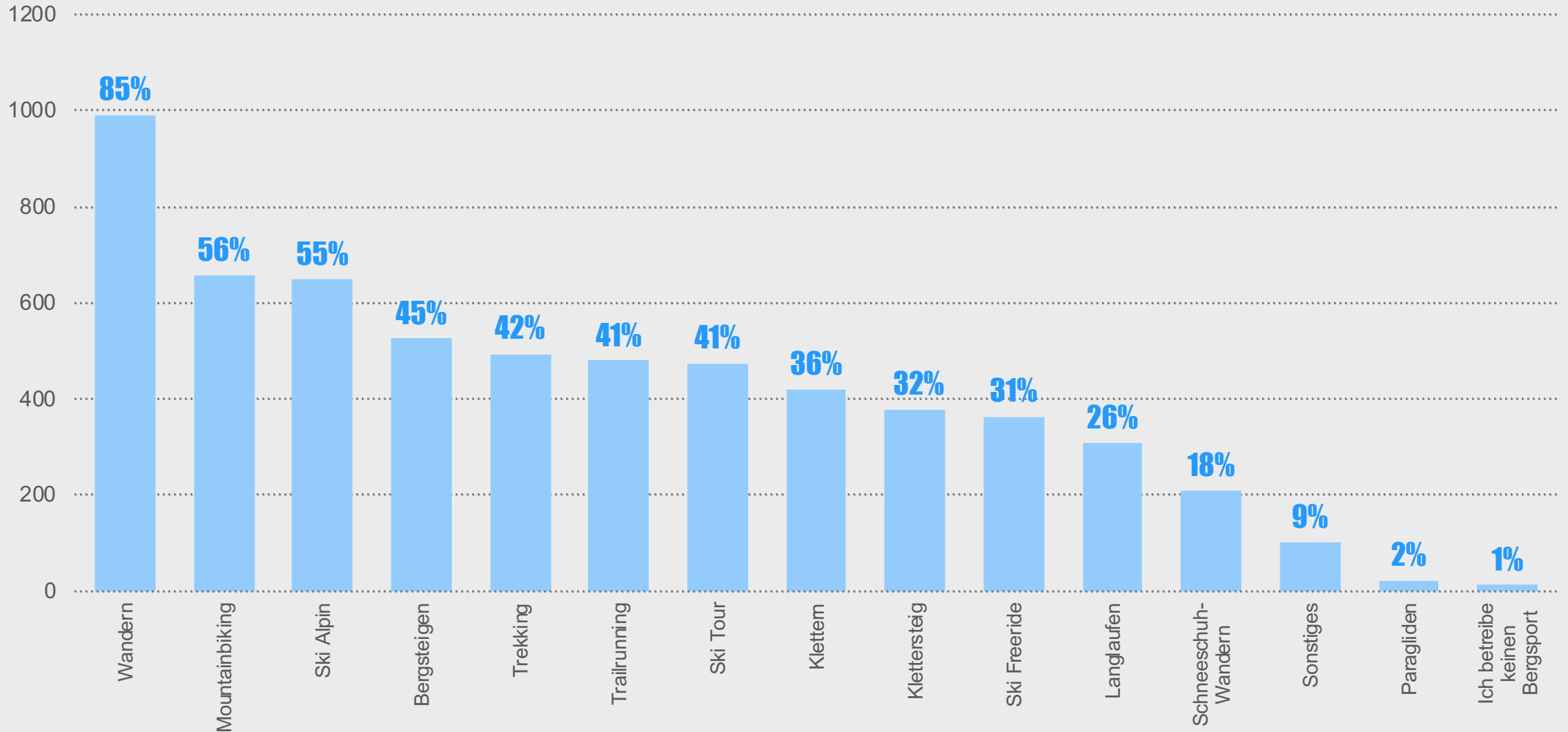
Oberalp Convention

November 2019



1. Welche Bergsportarten betreibst du?

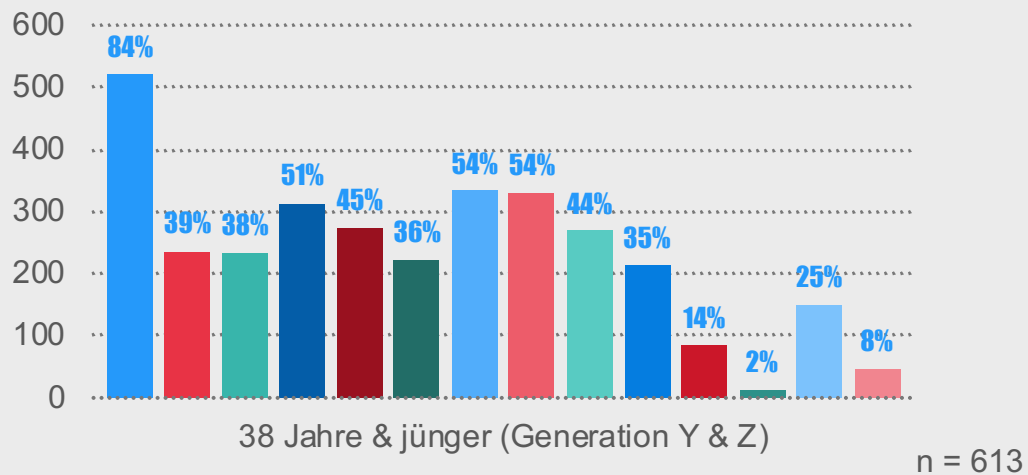
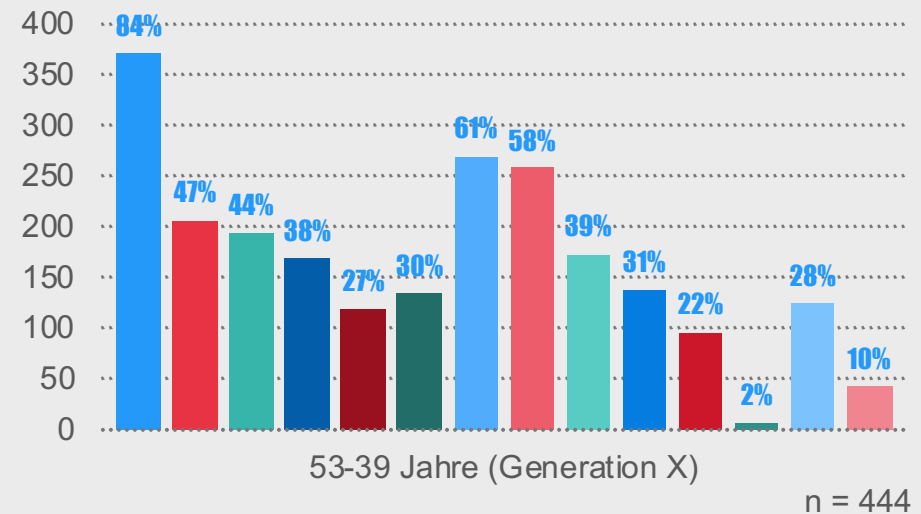
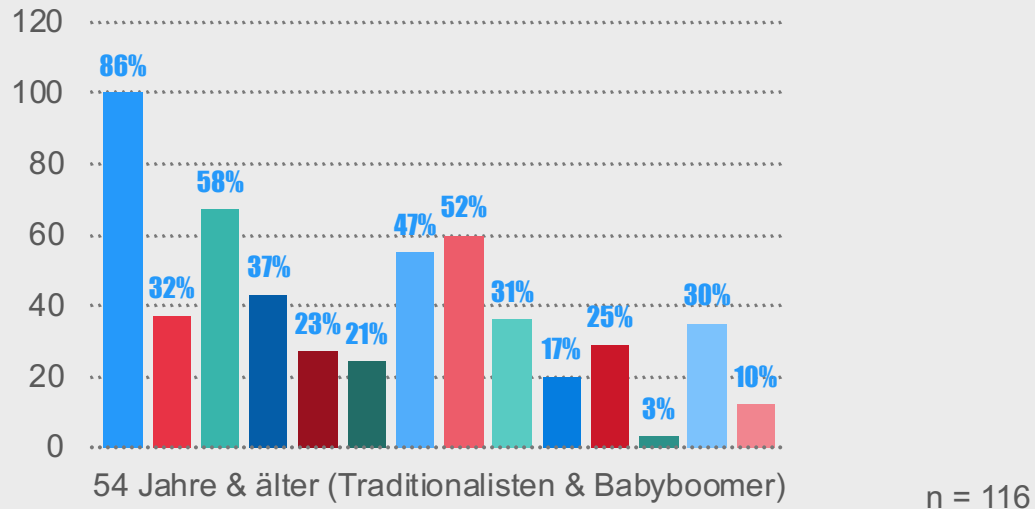
Mehrfachnennung



n = 1.173

1. Welche Dachgruppen betreiben welche Bergsportarten?

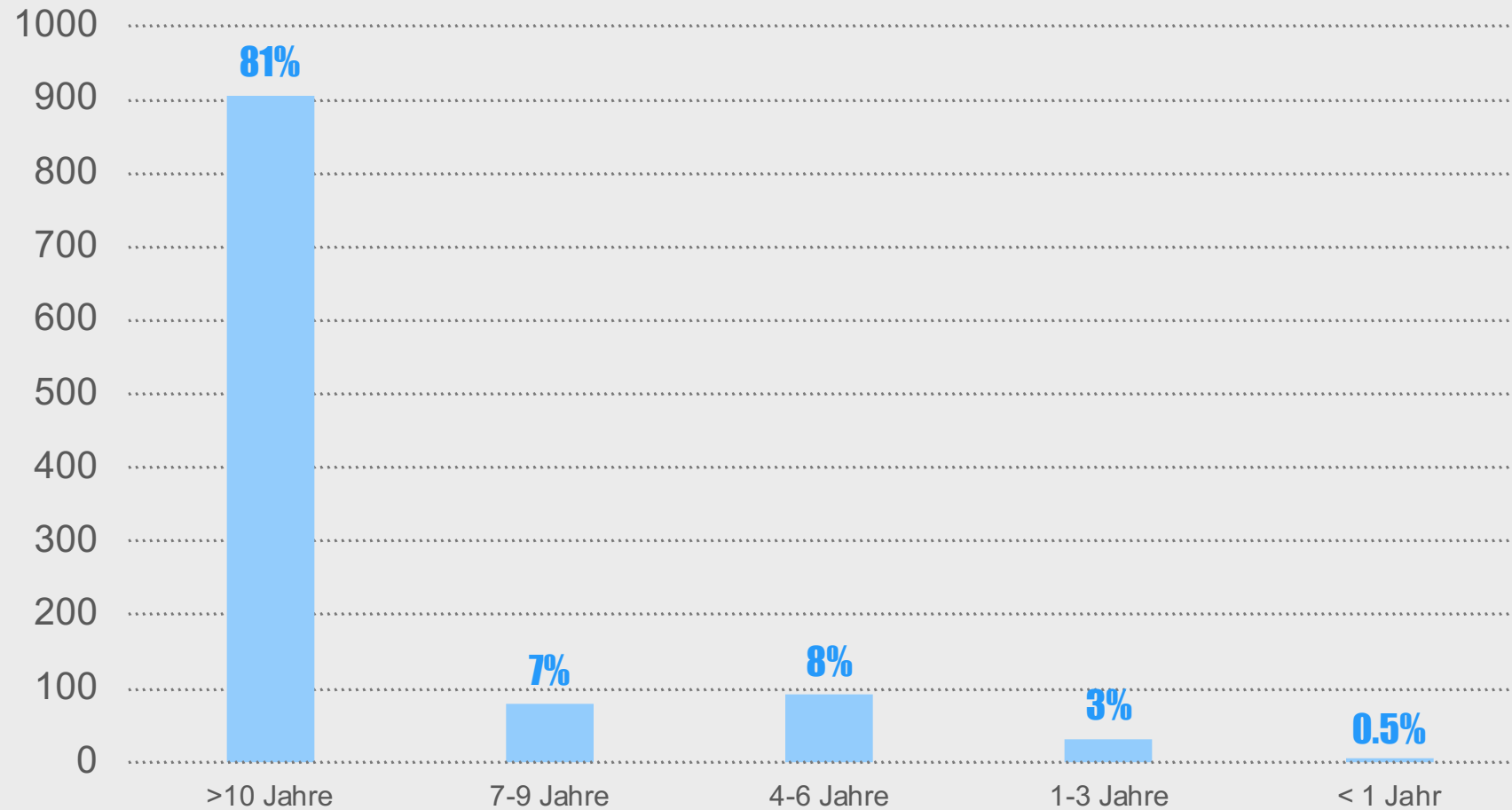
Mehrfachnennung



- Wandern
- Trailrunning
- Trekking
- Bergsteigen
- Klettern
- Klettersteig
- Mountainbiking
- Ski Alpin
- Ski Tour
- Ski Freeride
- Schneeschuh-Wandern
- Paragliden
- Langlaufen
- Sonstige

2. Wie lang betreibst du bereits Bergsport?

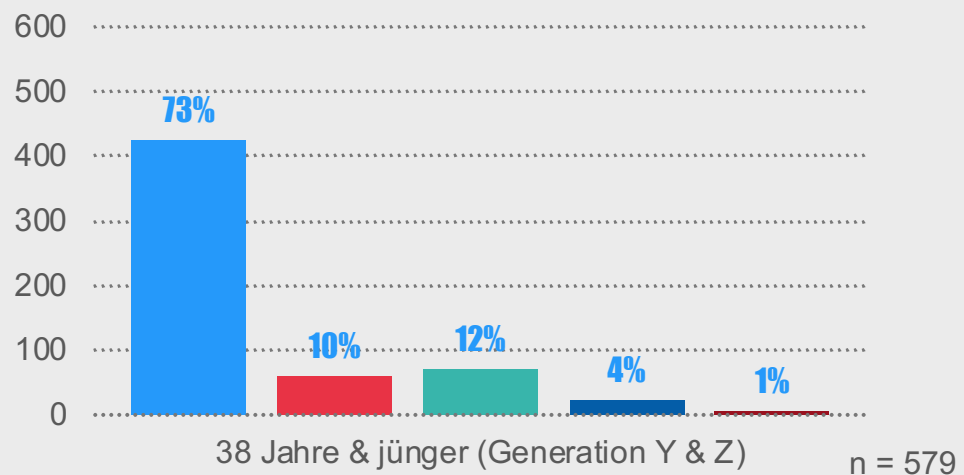
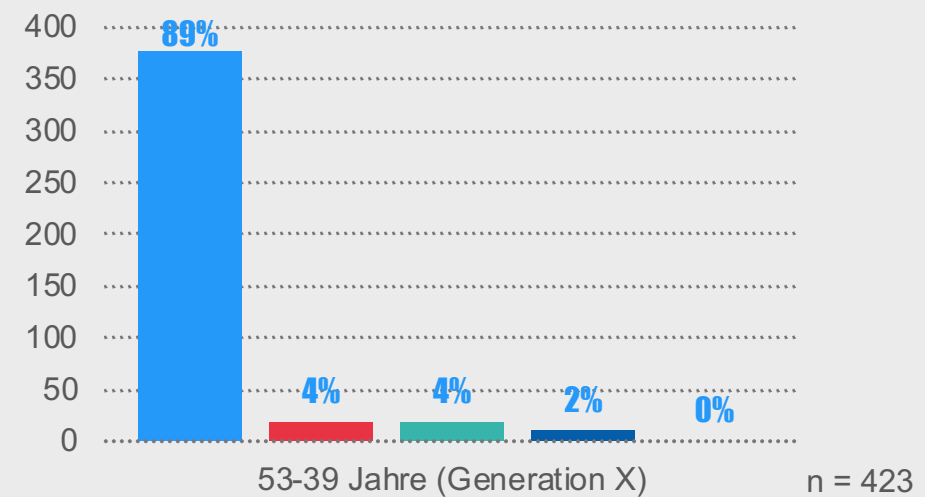
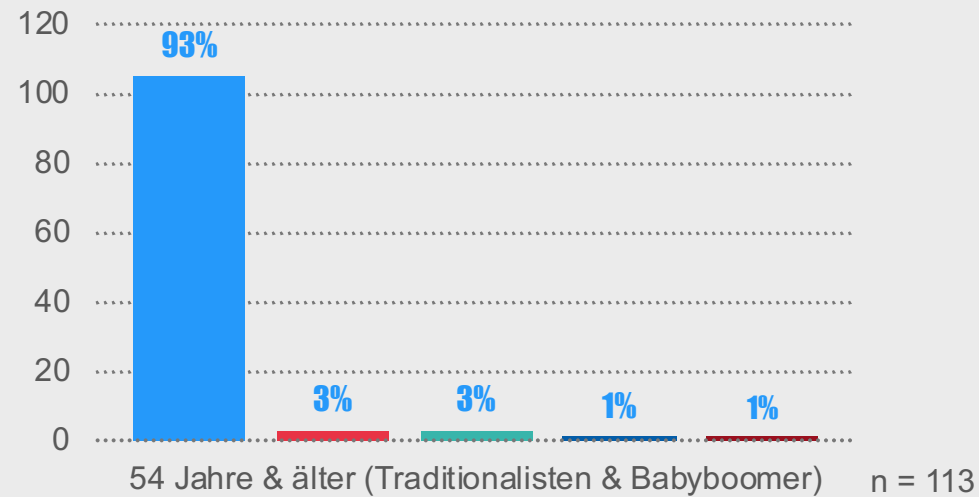
Einfachnennung



n = 1.115

2. Wie lange betreiben die Dachgruppen bereits Bergsport?

Einfachnennung



■ > 10 Jahre ■ 7-9 Jahre ■ 4-6 Jahre ■ 1-3 Jahre ■ < 1 Jahr

3. Was ist dein Antrieb/deine persönliche Motivation in die Berge zu gehen?

Originalzitate zu **Natur**

Meine größte Motivation ist, dass ich durch Wandern und / oder Bergsteigen / Klettern an entlegene Orte komme, an denen ich die wahre Ruhe und Schönheit der Natur spüre, ganz zu schweigen von der sportlichen / gesunden Seite dieser Aktivität

Natur geniessen und erleben, Sauerstoff, Bewegung, Ruhe (sofern moeglich)

Draußen in der Natur und in den Bergen zu sein.

Die Natur zu genießen und erleben sowie auch ein wenig die eigenen Grenzen auszuloten.

Die Natur, die Aussicht, die Luft und die Weite. Dieser wunderschöne Anblick, der sich immer lohnt, egal wie anstrengend der Weg ist.

Frische Luft, tolle Natur, Spaß an der Bewegung

being one with nature

Originalzitate zu **Freiheit**

In den Bergen zu sein gibt mir ein Gefühl von purer Freiheit, welches ich jedes Mal aufs Neue genieße. Die Natur, die Landschaft, die Aussicht an der Spitze sind alles Gründe für mich, in die Berge zu sehen . Back to the roots - Raus aus der digitalen Welt, Kopf frei bekommen und abschalten von allem was rund um einen passiert! Genau das ist es, was die Berge ausmachen!

Freiheitsgefühl, Kopf freikriegen, Natur erleben, Sportliche Betätigung

Freiheit der Berge

Das Gefuehl von Freiheit, die Luft, die Einsamkeit.

Das Gefühl von Freiheit, die Verbundenheit mit der Natur und mal nicht zu denken, wenn ich auf den Bergen unterwegs bin.

freiheit zu spüren

The freedom of being in the mountains and the active lifestyle

3. Was ist dein Antrieb/deine persönliche Motivation in die Berge zu gehen?

Originalzitate zu **Ruhe**

In den Bergen finde ich Ruhe und Ablenkung. Ich liebe die Natur und der Anblick der Berge, Täler, Berghütten, Gipfel, Almen und Kühen macht mich einfach glücklich. Die Motivation besonders hohe Gipfel zu besteigen ist vor allem die Ruhe, die man dort oben findet und die Abgeschiedenheit. Hier schaffen es nicht viele hin.

Die Ruhe dort relaxt mich, die Luft scheint noch gesünder

Entspannung und Ruhe

frische Luft, wunderschöne Landschaft, ruhe

Ruhe, alleine sein, Naturerlebnis

Das Genießen der Natur und Ruhe (im Idealfall), der sportliche Aspekt und allgemein das aktive Draußensein

Die Ruhe und die Faszination Berge und Natur

Calm, nature, silence

Originalzitate zu **Sport**

sportliche Betätigung in wunderschöner Landschaft; Ruhe und Abgeschiedenheit; körperliche Herausforderungen meistern und belohnt werden mit Erfolgsgefühl und Panorama

I am an office worker so get out to the Mountains helps me to take the edge off. I get everything from the sport, fitness, adrenaline rush, and sometimes I stop for a couple minutes to enjoy the view, relax and inhale the whole

Sport treiben, abschalten, raus in die Natur, Urlaub

Abwechslung vom Stadtleben, andere Art der sportlichen Herausforderung

Je nach Sportart: Sportliche Herausforderung oder Genießen der Natur.

Sports activities/ Discovering/ Less Thinking

Sportlicher Aspekt, Flucht aus dem Alltag, Natur genießen

Der Anreiz den Gipfel zu erreichen, die Natur zu genießen, Sport im Freien zu Betreiben.

4. Was stört dich, wenn du heutzutage am Berg unterwegs bist?



Menschen (n= 397)

- zu viele Menschen
- unwissende/unerfahrene Menschen
- rücksichtslose Menschen

Müll (n = 305)

- Müll, der am Weg / in der Natur herumliegt
- Müll, der von Menschen hinterlassen wird

Massentourismus / Touristen (n = 163)

4. Was stört dich, wenn du heutzutage am Berg unterwegs bist?

Originalzitate zu Menschen

Respektlosigkeit gegenüber Flora, Fauna und Mitmenschen, durch z.B. rücksichtslosem Handeln (Müll wegschmeißen, Toilettenartikel nach dem "Geschäft" nicht zu bedecken, in Gebiete vordringen, die der Natur vorbehalten sind weil man sein eigenes Ego befriedigen möchte, nicht zu grüßen, nicht aufeinander acht zu geben, etc.)

Zuviele Menschen die sich nicht ausreichend informieren und ausstatten und sich demzufolge häufig in Gefahr bringen

Zu viele Menschen

zu viele Menschen die keine Ahnung haben was sie hier machen, Müll hinterlassen und laut sind

rücksichtslose Menschen, die nicht Acht auf die Natur nehmen

zu viele Menschen am Berg

unwissende Menschen die zwar das beste Equipment haben aber andere Menschen in Gefahr bringen. Müll und Menschen die, die Natur nicht respektieren.

Überausgerüstete, aber ahnungslose Mitmenschen

Zu viel Menschen und leider zu viel Müll in der Natur

The increasing number of unexperienced and unrespectful people you encounter in the mountains

Originalzitate zu Müll

Oft findet man viel Müll auf den Bergen.

die vermüllung und ausbeutung

Herumliegender Müll

Wenn Müll herumliegt und Zigarettenkippen

4. Was stört dich, wenn du heutzutage am Berg unterwegs bist?

Originalzitate zu Massentourismus / Touristen

Viele Bergsportarten sind Trend geworden. Das ist einerseits toll, aber viele Leute sind mit mangelnder Kenntnis unterwegs (z.B. Skitourengeher ohne Kenntnis über Schneelage, ohne LVS Gerät etc.). Außerdem wird gerade beim Massentourismus oft wenig Rücksicht auf Umweltbelange genommen (Bau neuer Bergbahnen, Straßen, Schneekanonen etc.).

Instagram Tourismus

Der Müll der Touristen und das Ausbeuten der Natur durch Massentourismus.

Der Massentourismus in der Nähe von Bergbahnen. Dass diese Menschen nicht sorgsam mit der Natur umgehen, und die Unvernunft der Menschen sich nicht auszureichen über Touren sich zu informieren.

Zuviel Lifte und Restaurants in abgelegensten Regionen, Massentourismus

Natur geht immer mehr verloren, Intensivierung des Massentourismus

Too many tourists at some places

Massentourismus, Wegwerfgesellschaft

I think what bothered me the most was to look down from a mountain into the valley and see a big greenish cloud of smog. In the Alps. What has it come to... Otherwise all the event tourism, too many people pretty much just getting drunk in the mountains, especially in ski resorts.

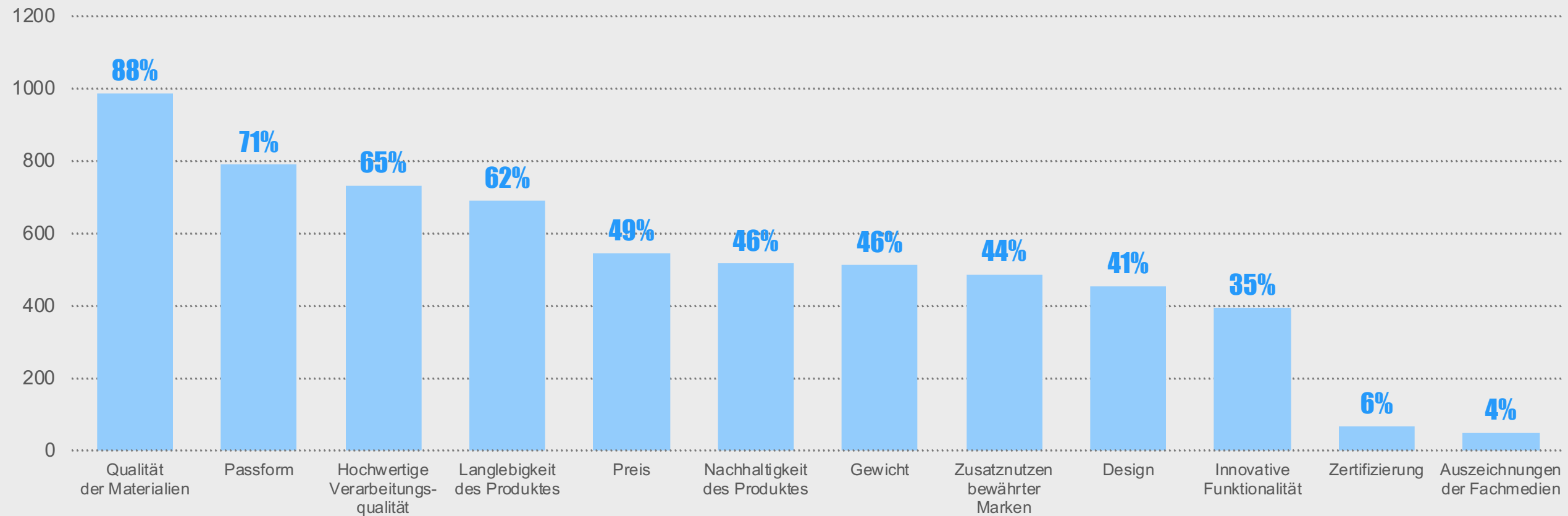
5. Welche drei Bergsportprodukte möchtest du im nächsten Jahr kaufen?



n = 1.102

6. Auf welche Eigenschaften achtest du bei der Auswahl eines neuen Bergsportproduktes am meisten?

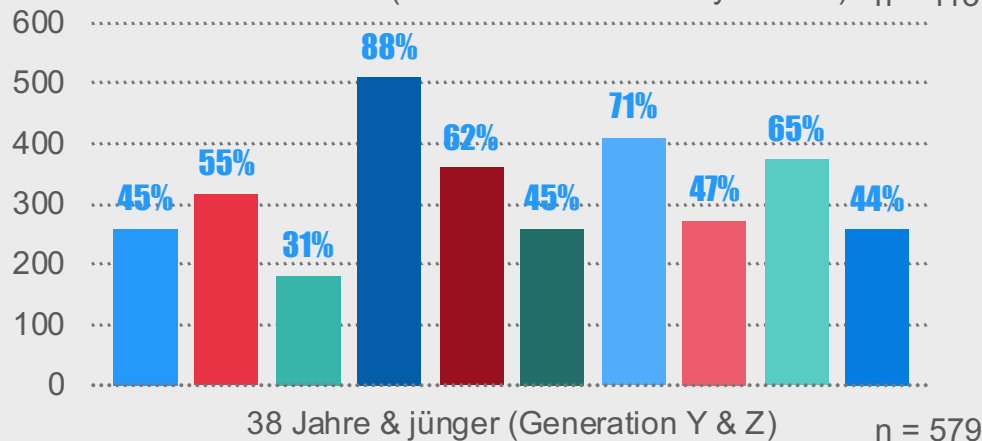
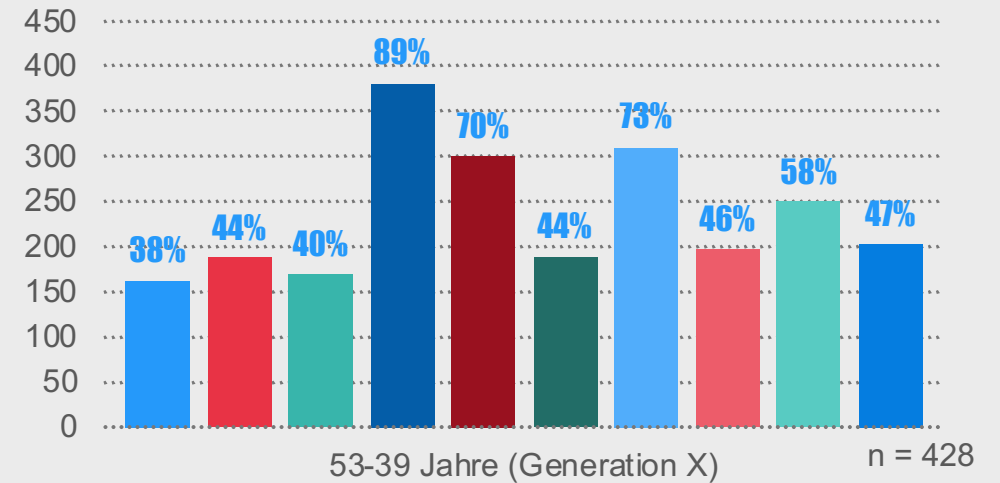
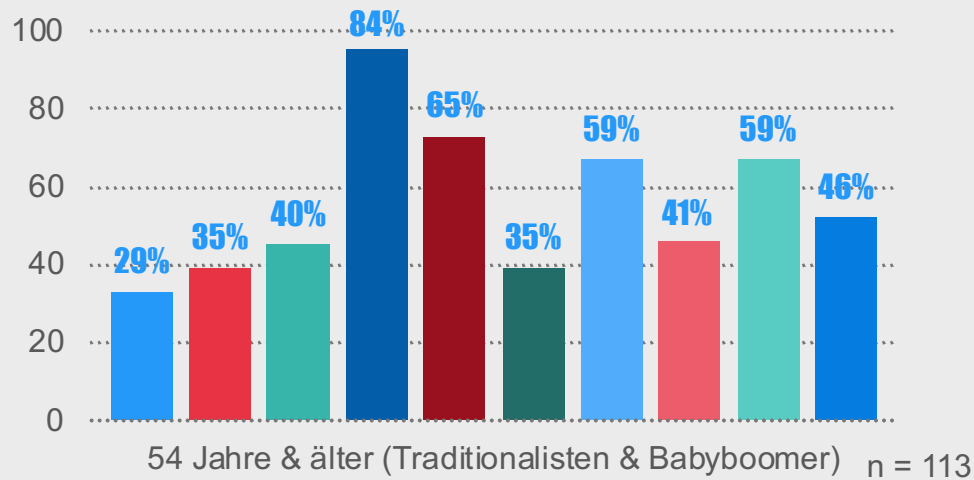
Mehrfachnennung



n = 1.120

6. Auf welche Eigenschaften achten die Dachgruppen bei der Auswahl eines neuen Bergsportproduktes am meisten?

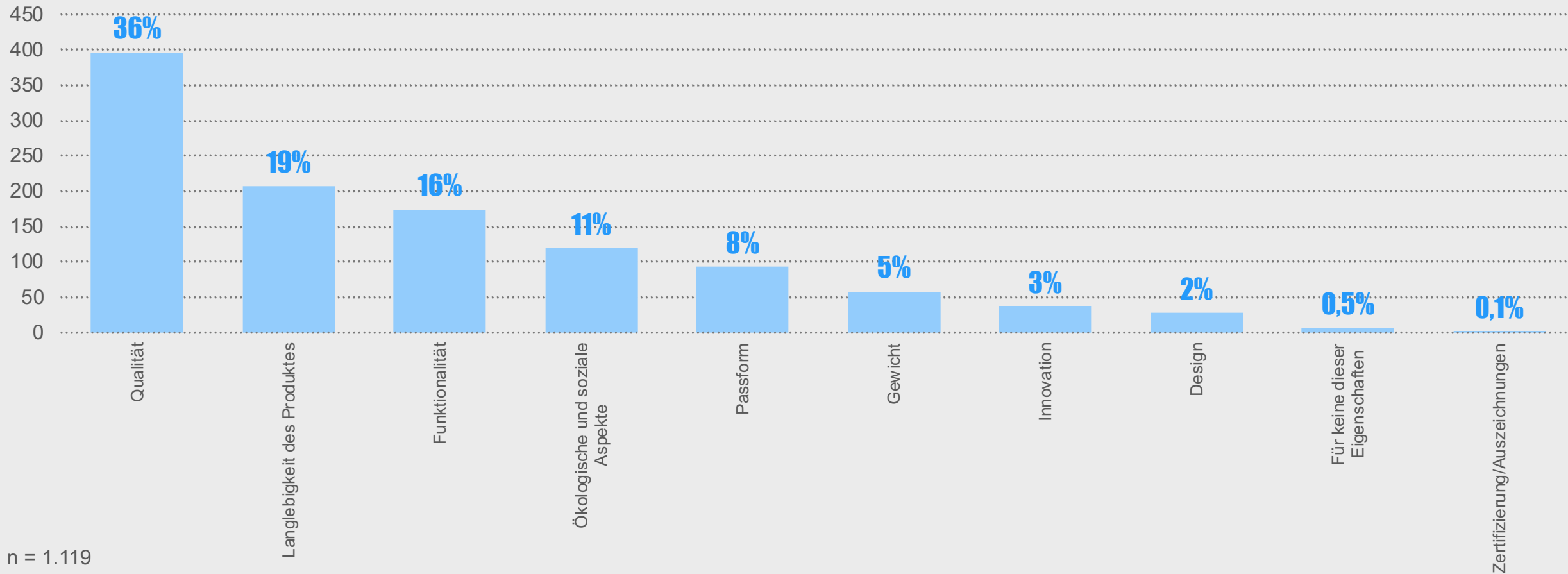
Mehrfachnennung



- Design
- Preis
- Innovative Funktionalität
- Qualität der Materialien
- Hochwertige Verarbeitungsqualität
- Zusatznutzen bewährter Marken
- Passform
- Nachhaltigkeit des Produkts
- Langlebigkeit des Produkts
- Gewicht

7. Für welche spezifischen Produkteigenschaften bist du am ehesten bereit, einen höheren Preis zu bezahlen?

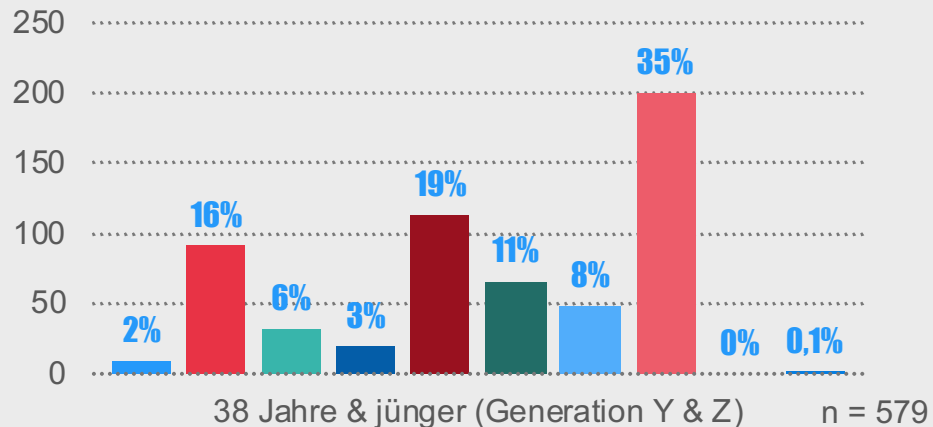
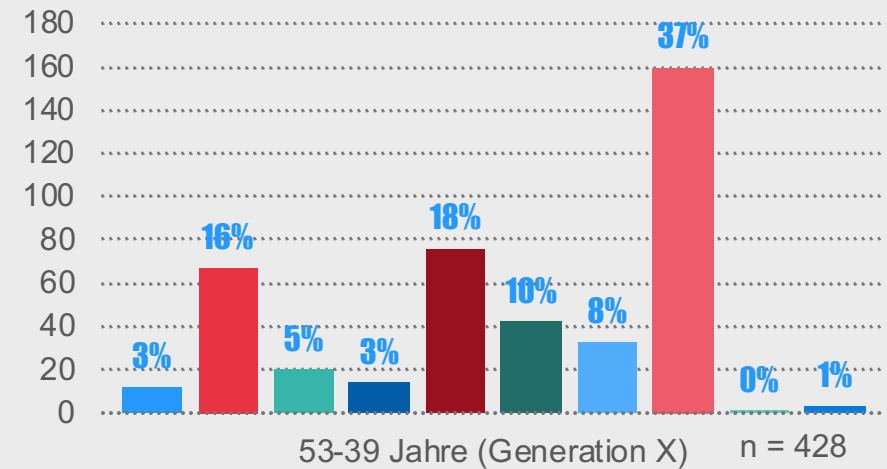
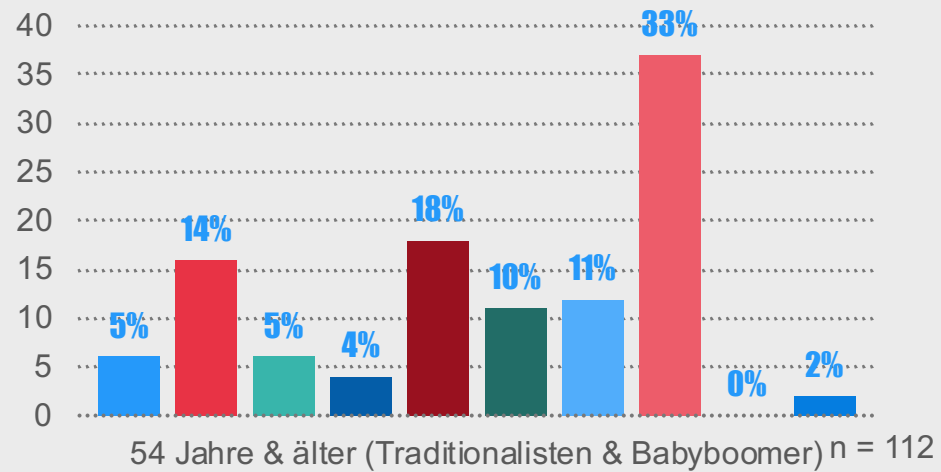
Mehrfachnennung



n = 1.119

7. Für welche spezifischen Produkteigenschaften sind die Dachgruppen am ehesten bereit, einen höheren Preis zu bezahlen?

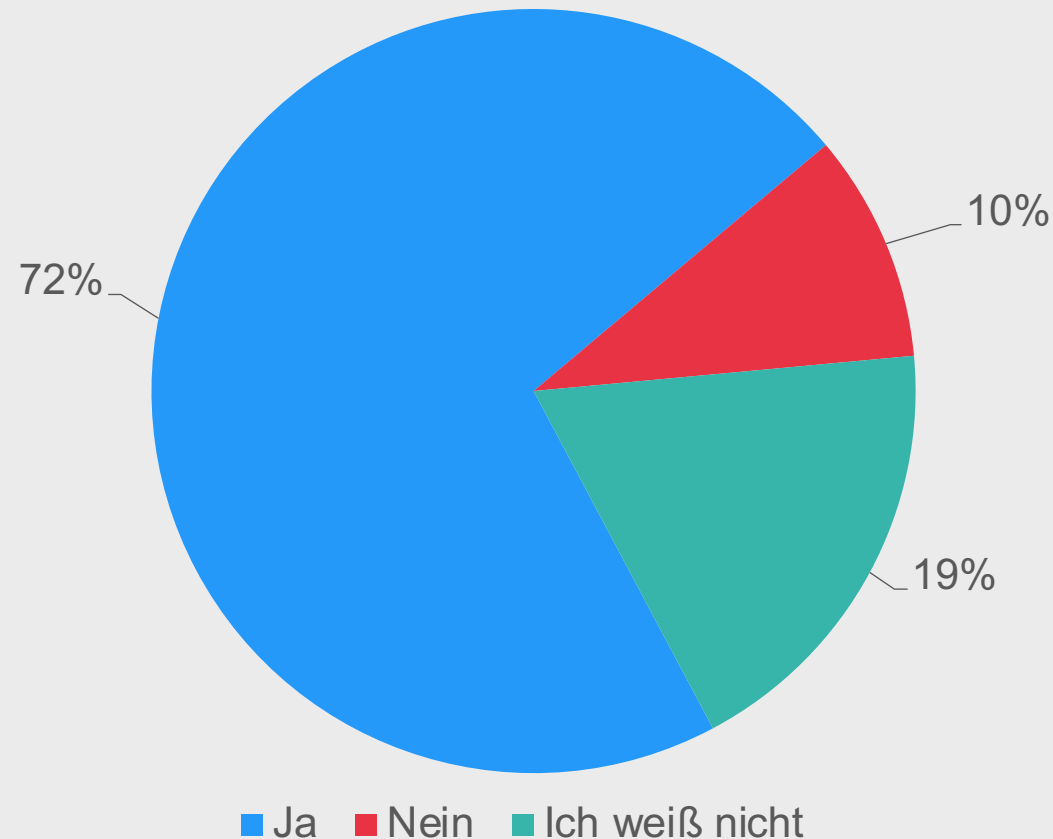
Einfachnennung



- Design
- Funktionalität
- Gewicht
- Innovation
- Langlebigkeit des Produktes
- Ökologische und soziale Aspekte
- Passform
- Qualität

8. Wärscht du grundsätzlioh an maßgeschneiderten Produkten wie Schuhen, Rucksäcken, Skiern oder Ausrüstungsteilen für den Berg interessiert?

Einfachnennung

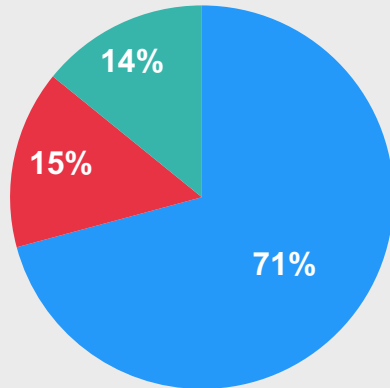


n = 1.118

8. Wären die Dachgruppen grundsätzlich an maßgeschneiderten Produkten für den Berg interessiert?

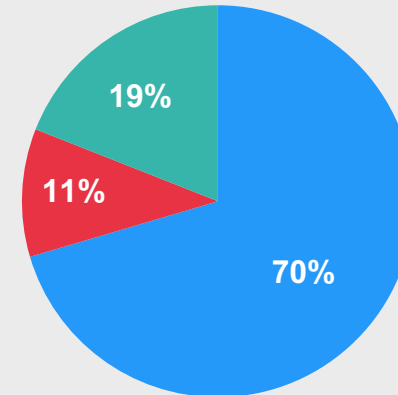
Einfachnennung

54 Jahre & älter (Traditionalisten & Babyboomer)



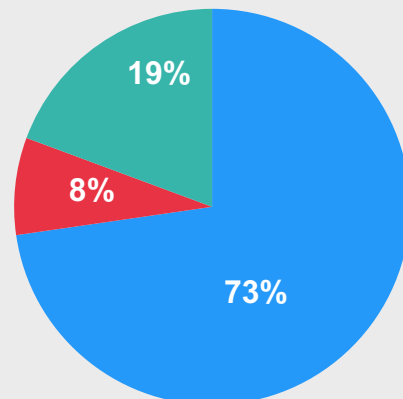
n = 113

53 - 39 Jahre (Generation X)



n = 426

38 Jahre & jünger (Generation Y & Z)

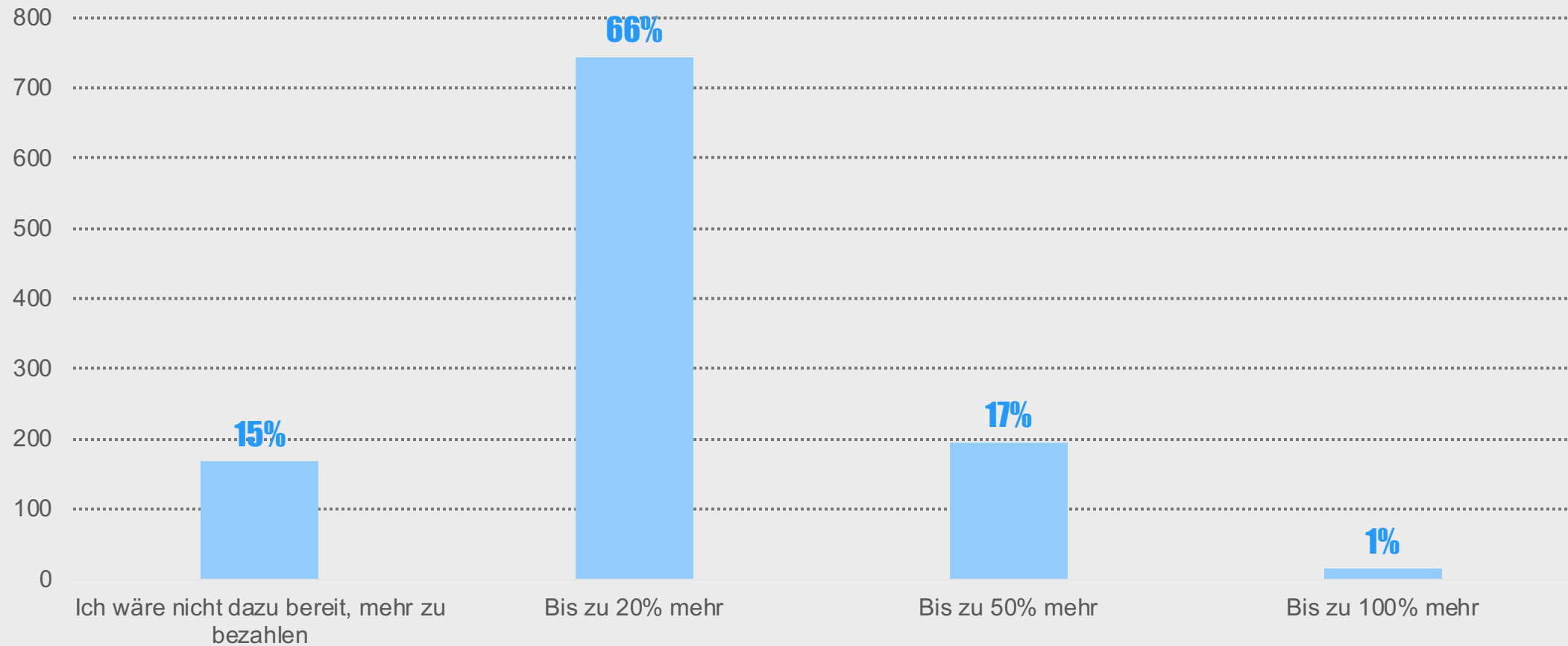


n = 579

■ Ja ■ Nein ■ Ich weiß nicht

9. Würdest du einen höheren Preis für dein maßgeschneidertes Produkt in Kauf nehmen?

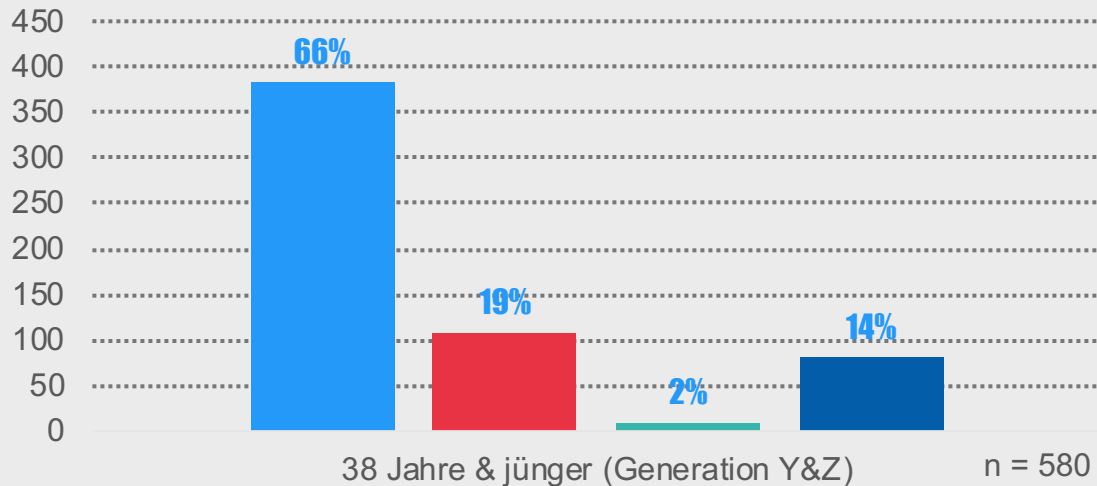
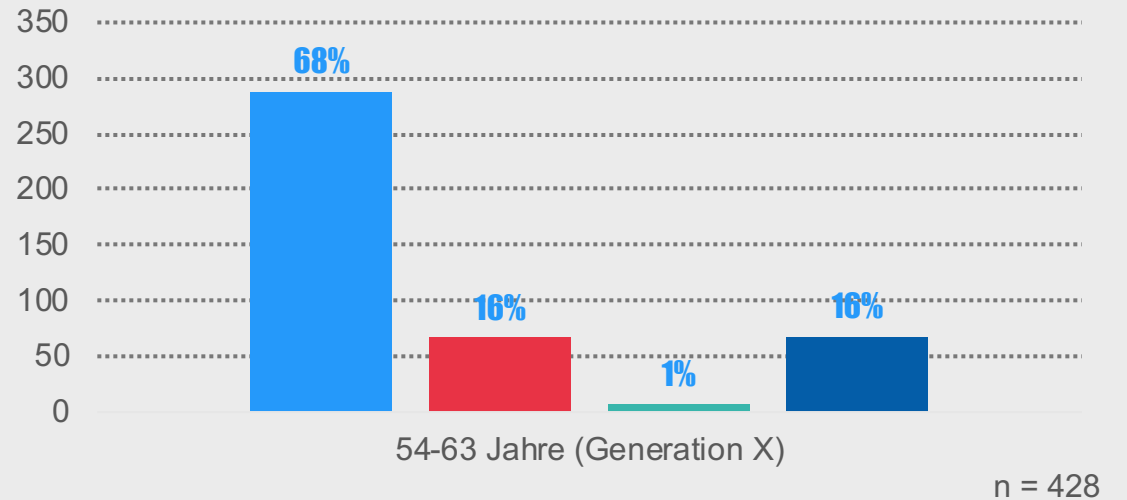
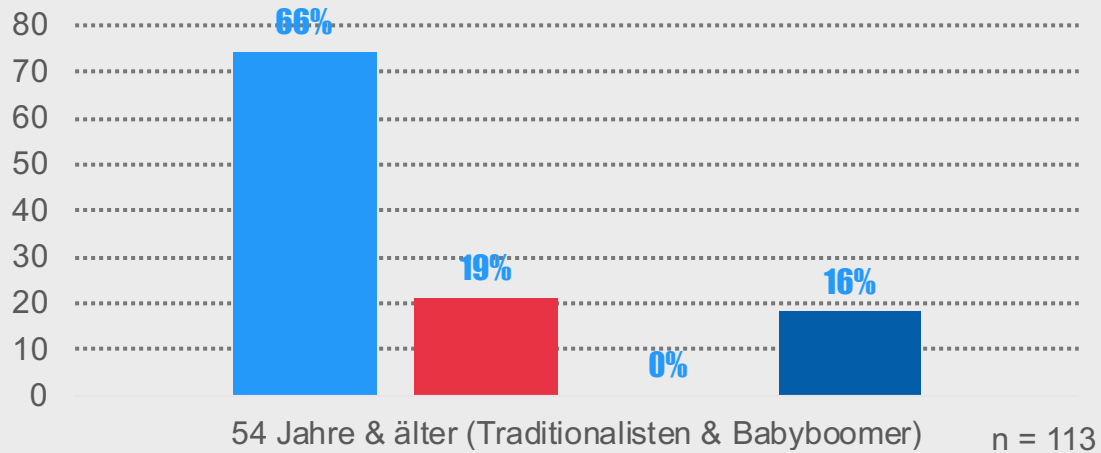
Einfachnennung



n = 1.121

9. Würden die Dachgruppen einen höheren Preis für maßgeschneiderte Produkte in Kauf nehmen?

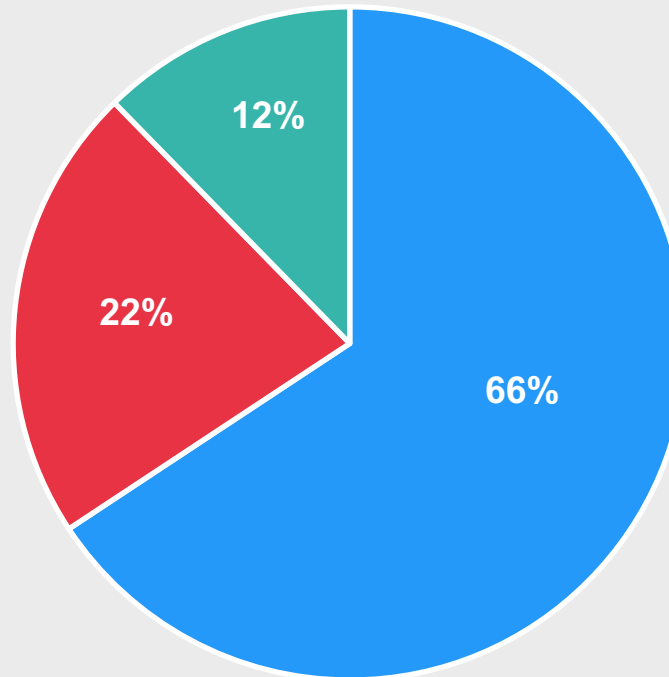
Einfachnennung



- Bis zu 20% mehr
- Bis zu 50% mehr
- Bis zu 100% mehr
- Ich wäre nicht dazu bereit mehr zu zahlen

10. Würdest du technische Ausrüstungsteile (z.B. Steigeisen, Zelt, Rucksack, Klettersteigset etc.) auch ausleihen, wenn es ein passendes Angebot dafür gäbe?

Einfachnennung

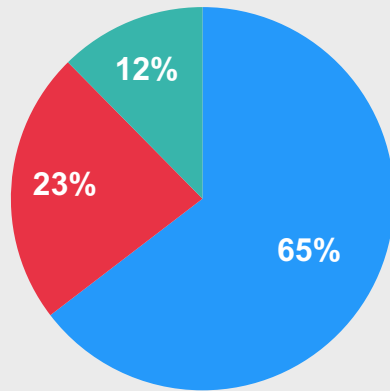


■ Ja ■ Nein ■ Ich weiß nicht

10. Würden die Dachgruppen technische Ausrüstungsteile auch ausleihen, wenn es ein passendes Angebot dafür gäbe?

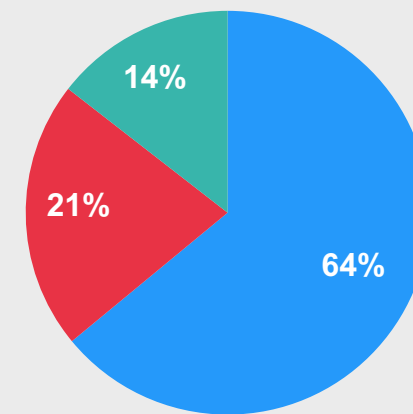
Einfachnennung

54 Jahre & älter (Traditionalisten & Babyboomer)



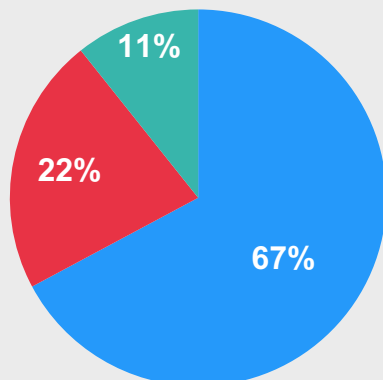
n = 113

53-39 Jahre (Generation X)



n = 428

38 Jahre & jünger (Generation Y&Z)

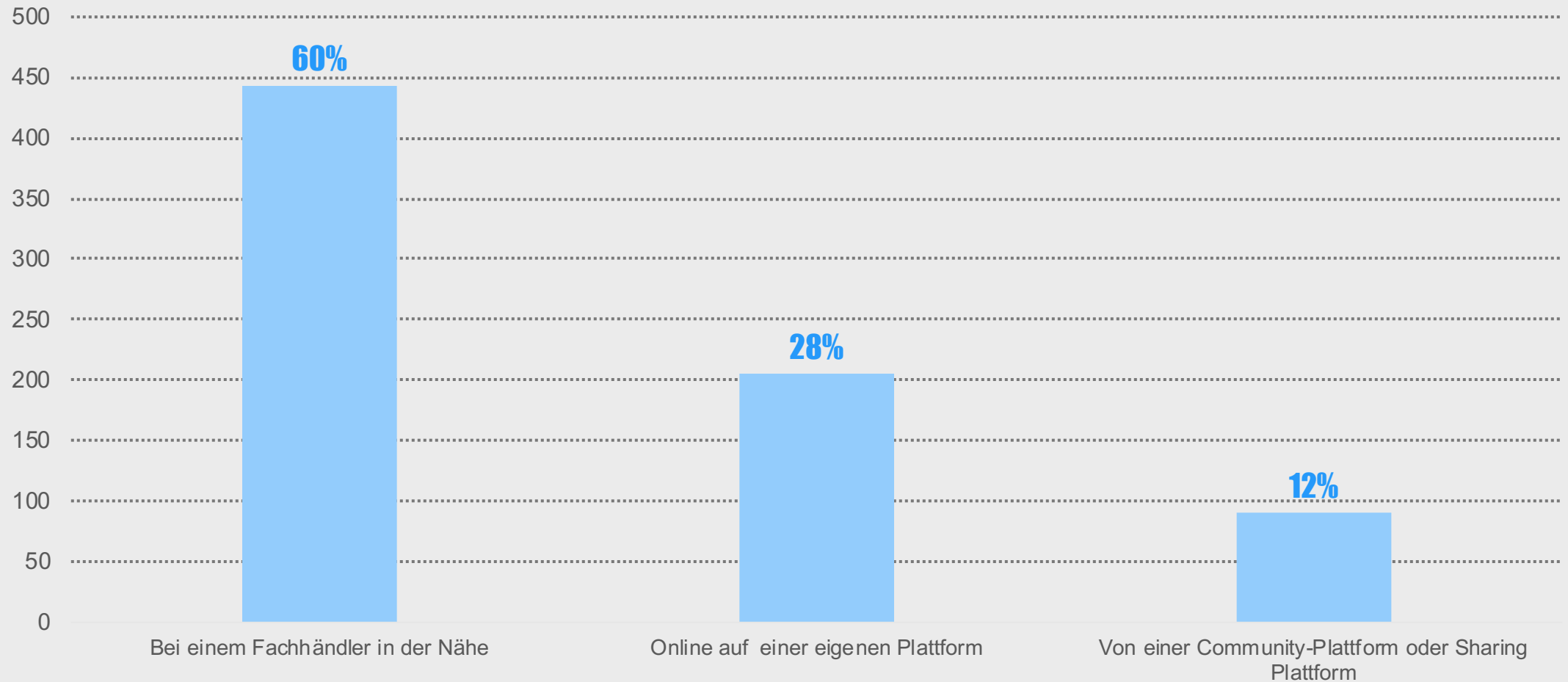


n = 579

■ Ja
■ Nein
■ Ich weiß nicht

10.1 Welches wäre dein dafür gewünschtes Abwicklungsmodell?

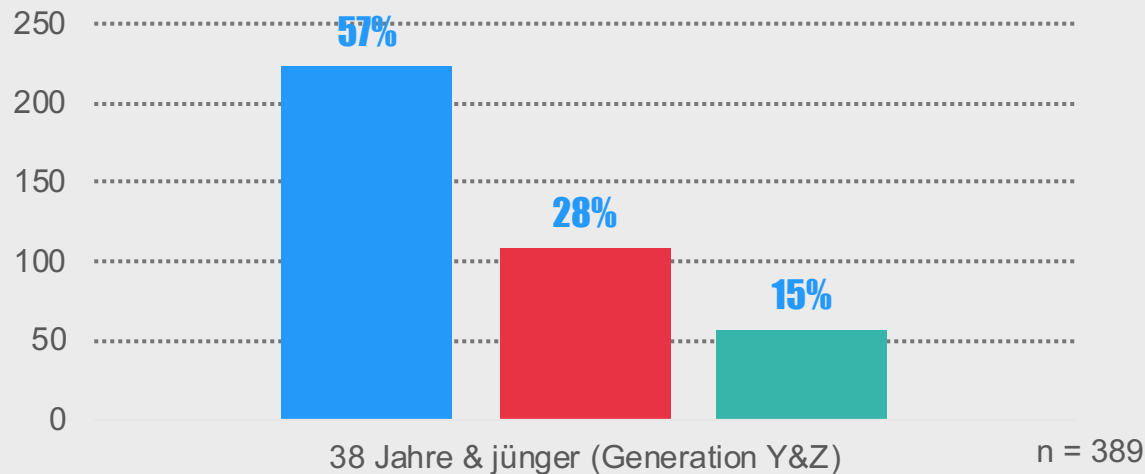
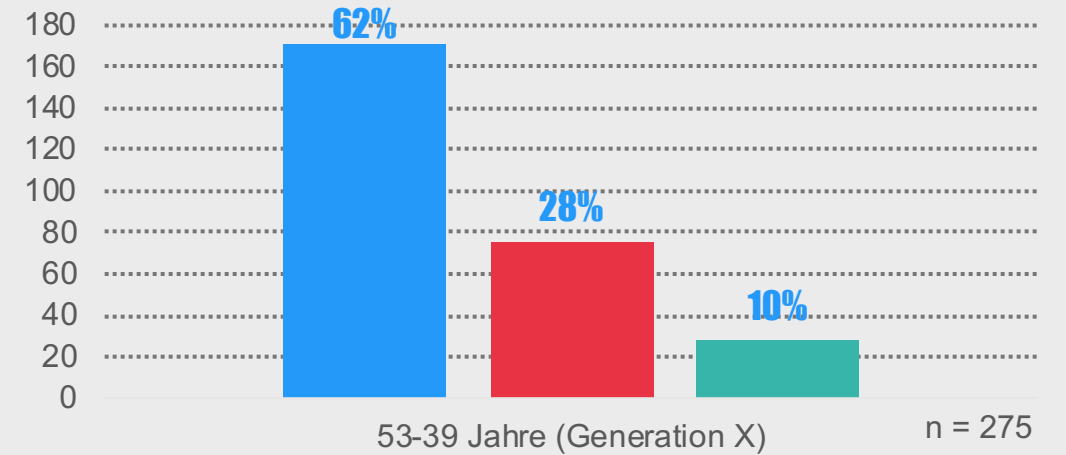
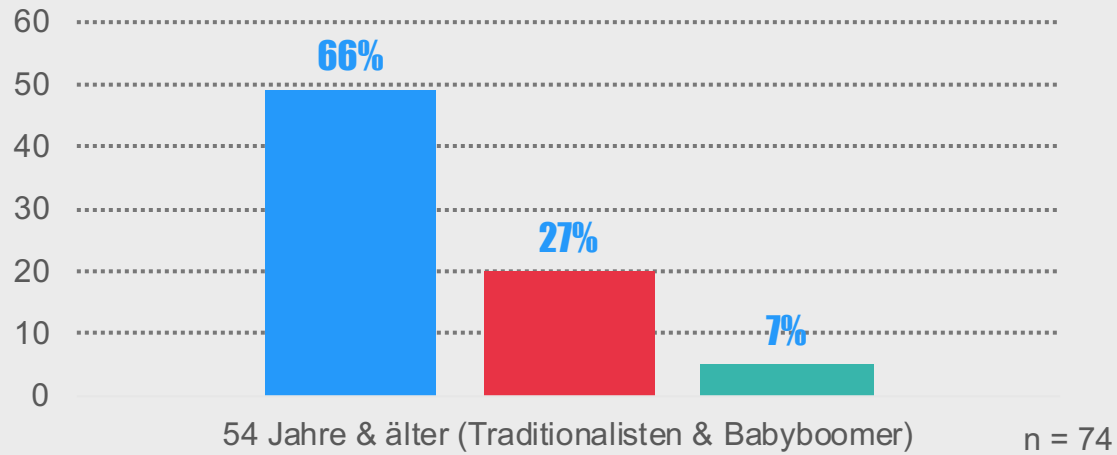
Einfachnennung



n = 738

10.1 Welches wäre das gewünschte Abwicklungsmodell der Dachgruppen hierfür?

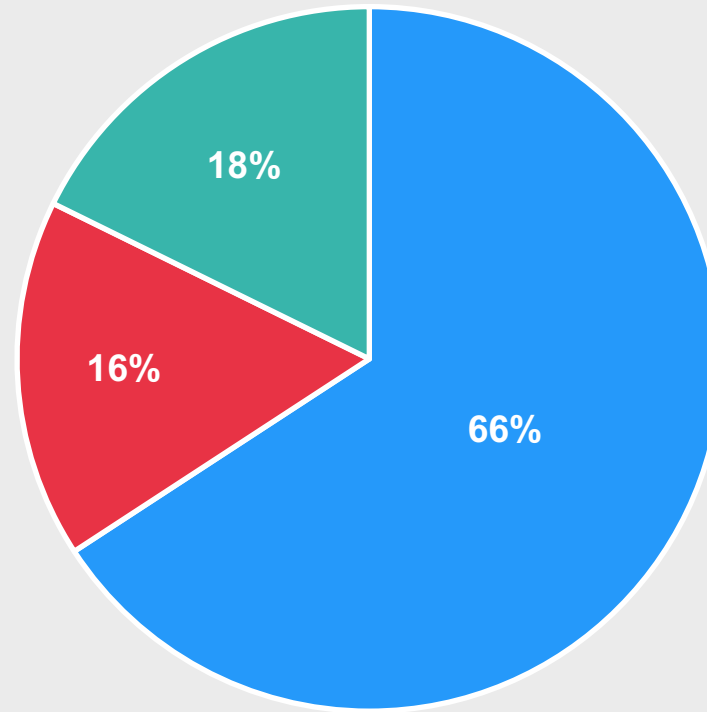
Einfachnennung



- Bei einem Fachhändler in der Nähe
- Online auf einer eigenen Plattform
- Von einer Community-Plattform oder Sharing Plattform

11. Findest du, dass der Sportfachhandel sein Verleihangebot über Ski und Fahrräder auf weitere Ausrüstungsteile ausweiten sollte?

Einfachnennung



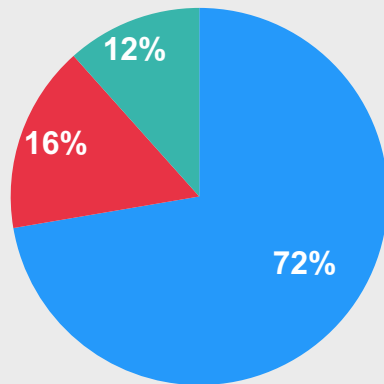
■ Ja ■ Nein ■ Ich weiß nicht

n = 1.117

11. Sollte der Sportfachhandel sein Verleihangebot laut Dachgruppen ausweiten?

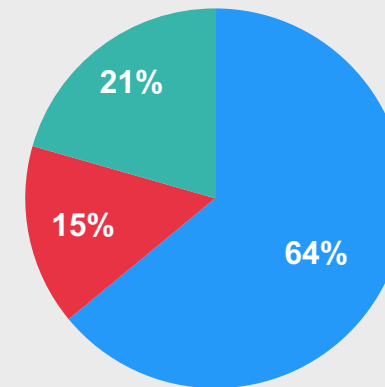
Einfachnennung

54 Jahre & älter (Traditionalisten & Babyboomer)



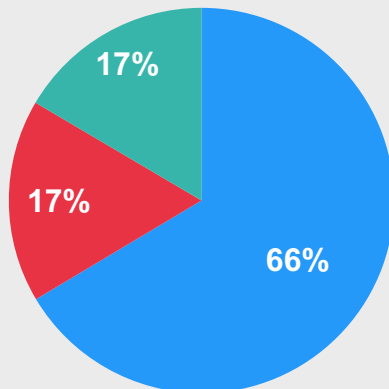
n = 112

53-39 Jahre (Generation X)



n = 426

38 Jahre & jünger (Generation Y&Z)



n = 579

- Ja
- Nein
- Ich weiß nicht

12. Welche Bergsportprodukte würdest du bei Bedarf lieber ausleihen, als diese zu kaufen?

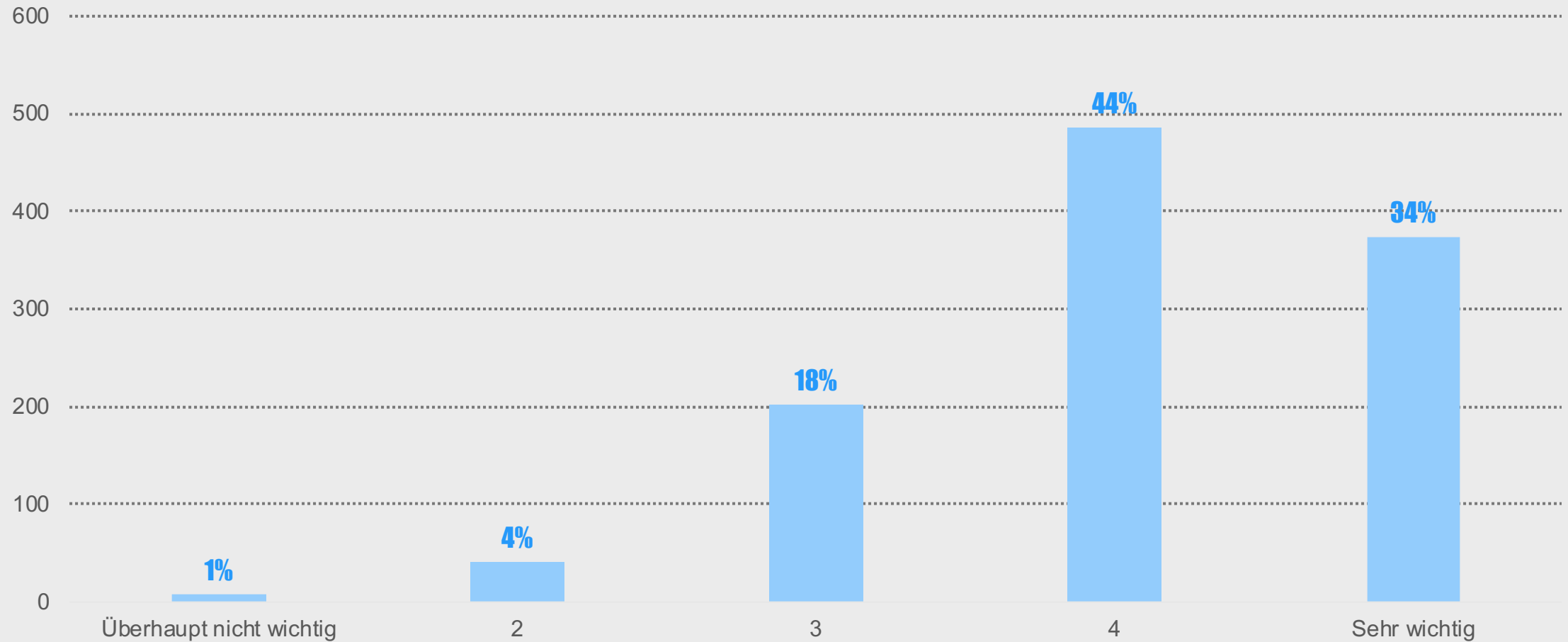
Mehrfachnennung



n = 735

13. Wie wichtig ist es dir, dass dein Bergsportprodukt im Schadensfall reparierbar ist?

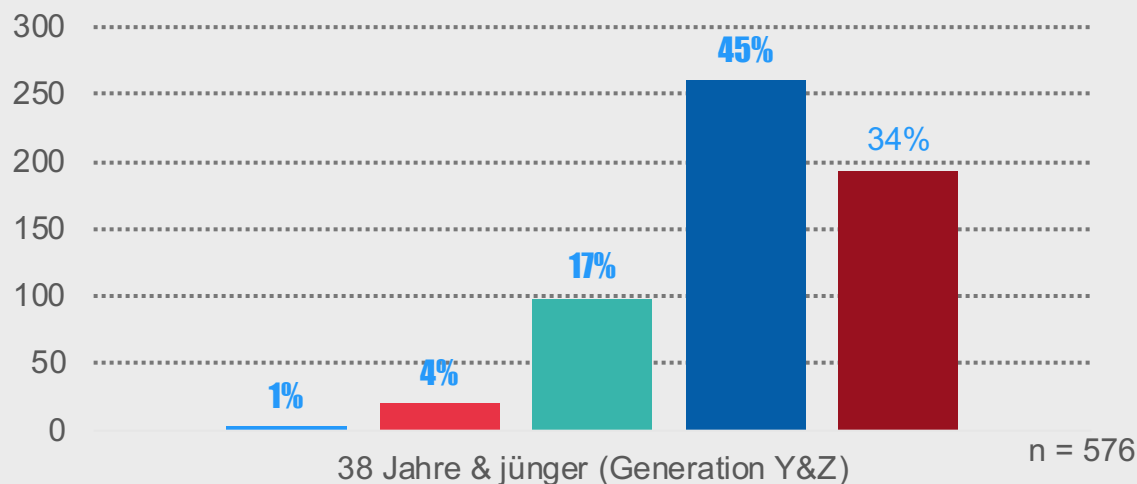
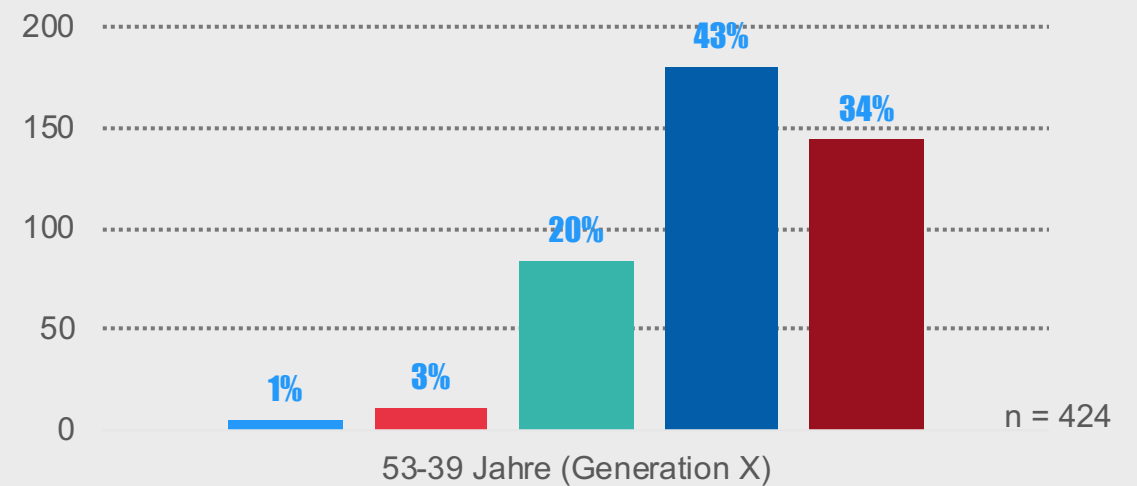
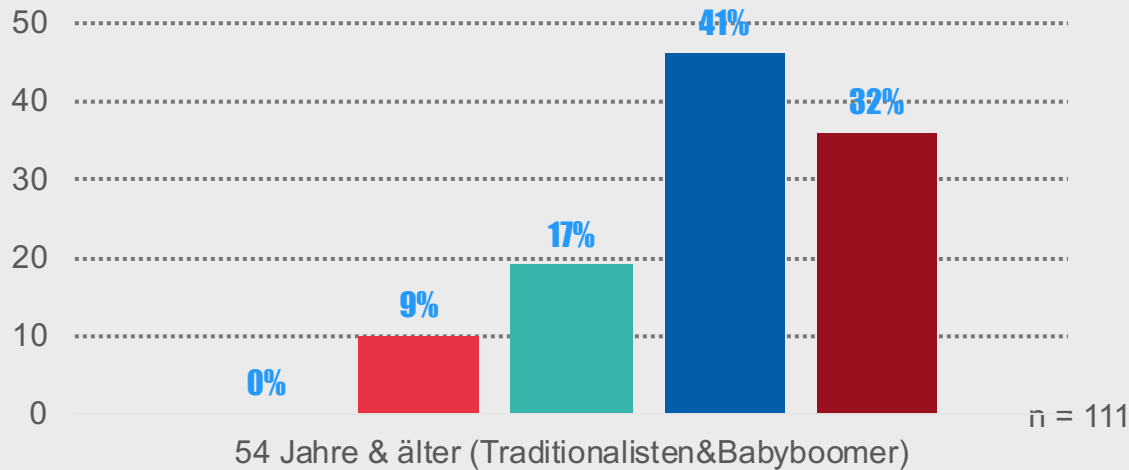
Einfachnennung



n = 1.111

13. Wie wichtig ist es den Dachgruppen, dass ihre Bergsportprodukte im Schadensfall reparierbar sind?

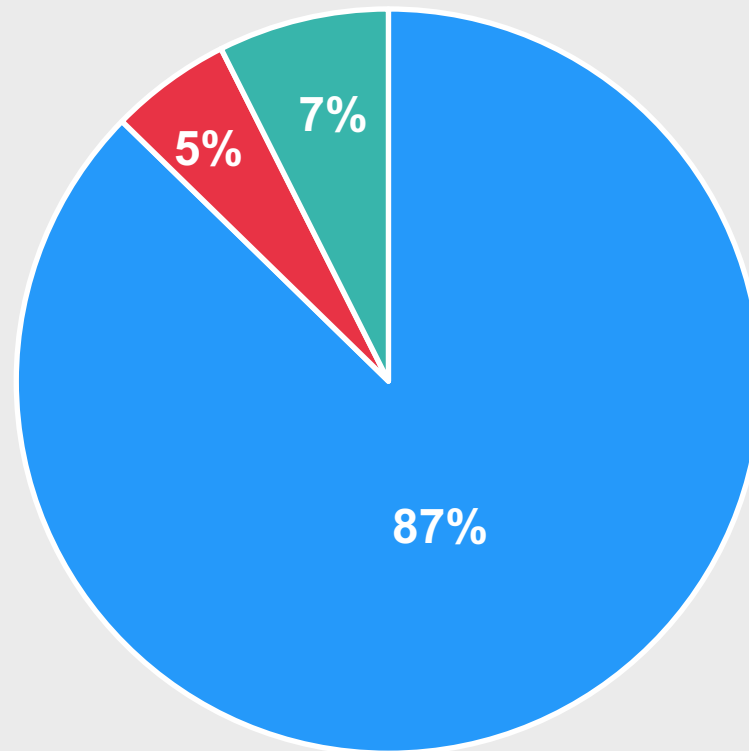
Einfachnennung



- Überhaupt nicht wichtig
- Weniger wichtig
- Durchschnittlich wichtig
- wichtig
- Sehr wichtig

14. Sollte der Sportfachhandel einen kostenpflichtigen und umfassenden Reparaturservice für Ausrüstungsteile, Schuhe und Bekleidung anbieten?

Einfachnennung



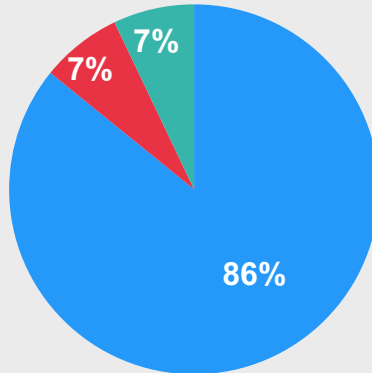
n = 1.118

■ Ja ■ Nein ■ Ich weiß nicht

14. Möchten die Dachgruppen einen umfangreichen Reparaturservice vom Sportfachhandel angeboten bekommen?

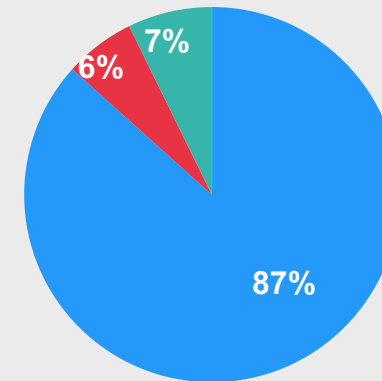
Einfachnennung

54 Jahre & älter (Traditionalisten & Babyboomer)



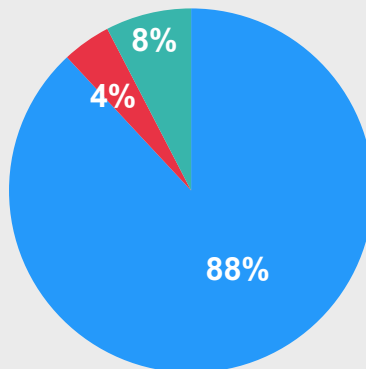
n = 112

53 - 39 Jahre (Generation X)



n = 427

38 Jahre & jünger (Generation Y&Z)

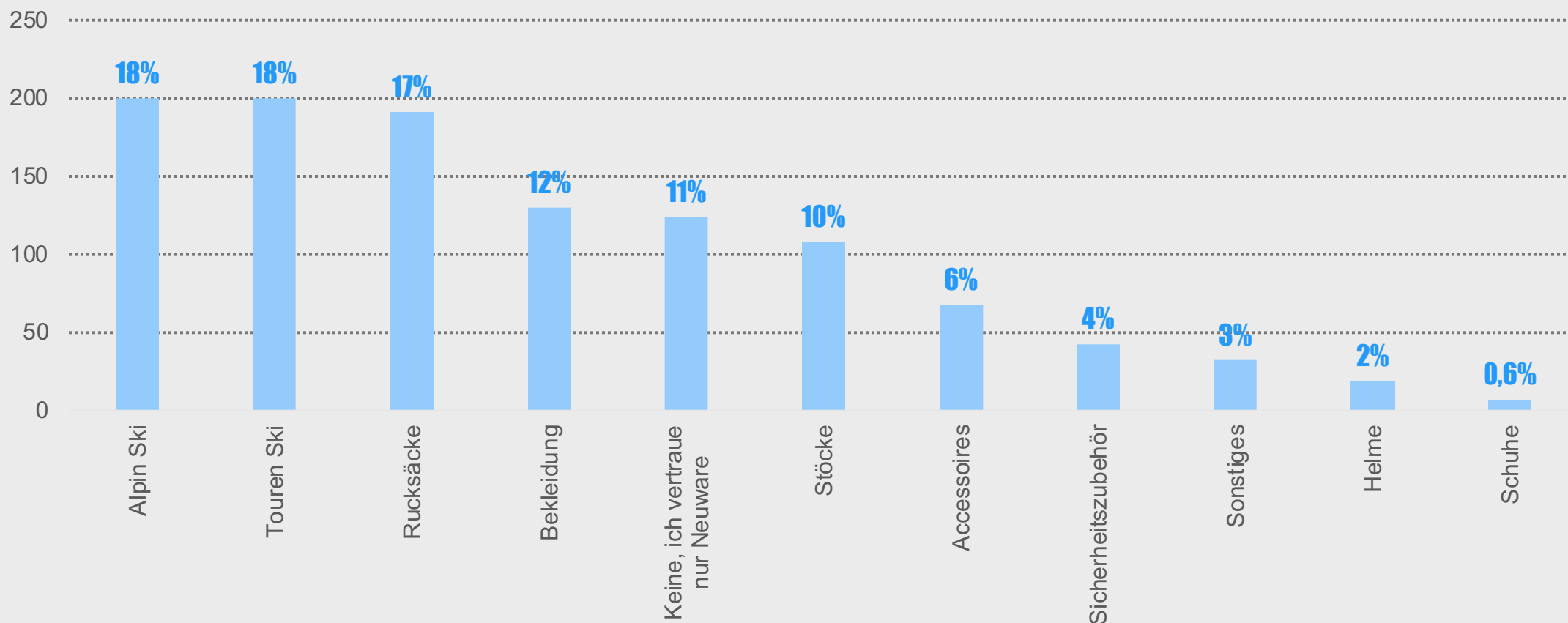


n = 578

■ Ja
■ Nein
■ Ich weiß nicht

15. Welche Bergsportausrüstung könntest du dir vorstellen gebraucht zu kaufen?

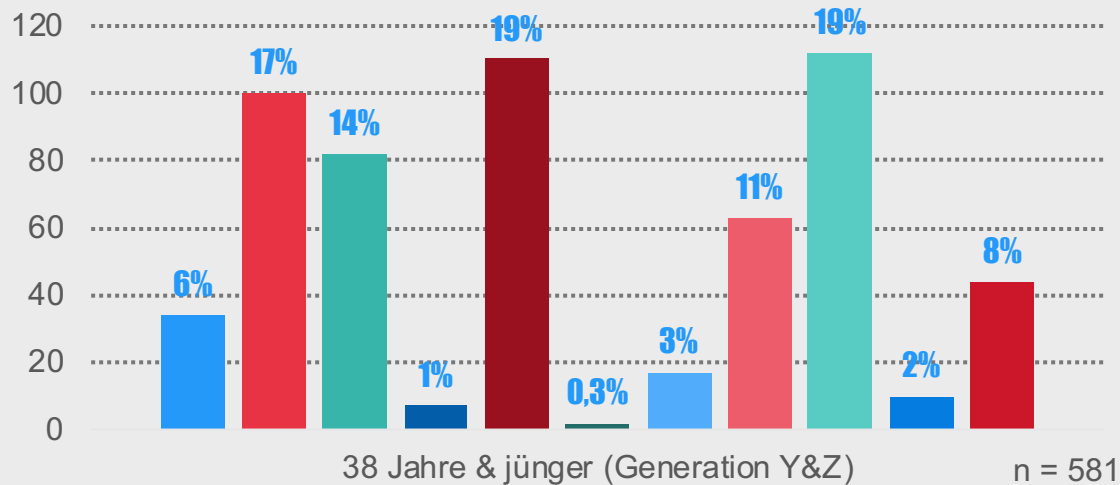
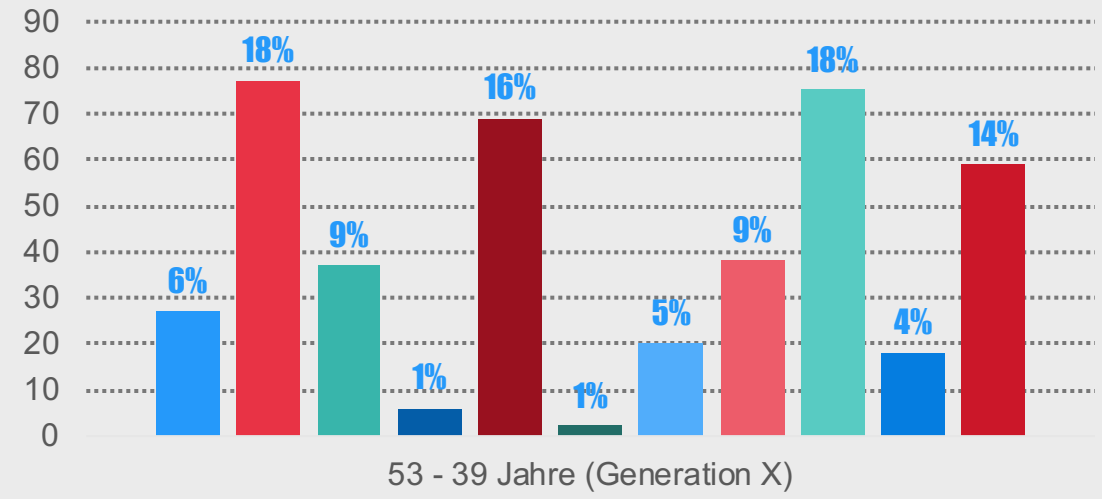
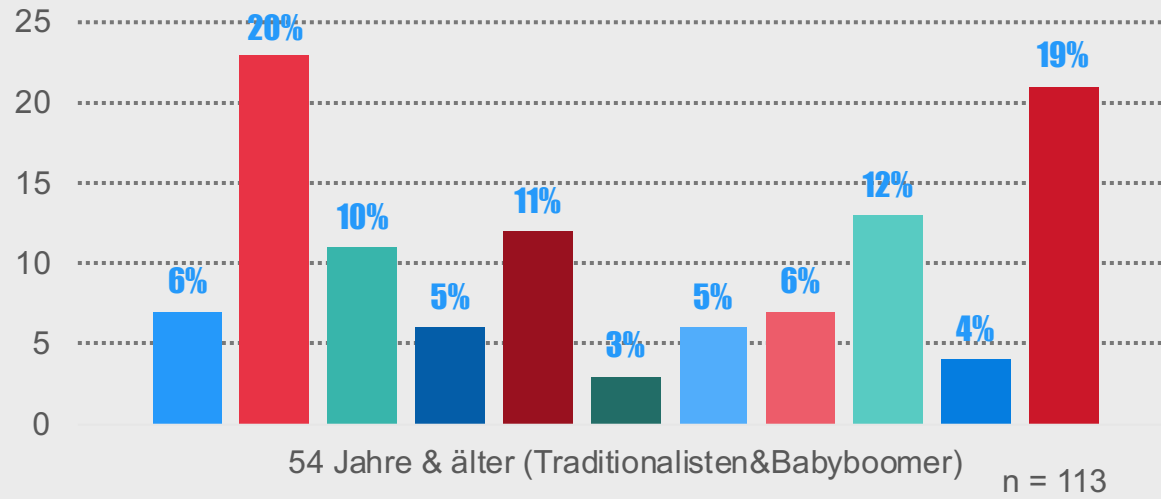
Einfachnennung



n = 1.122

15. Welche Bergsportausrüstung könnten sich die Dachgruppen vorstellen gebraucht zu kaufen?

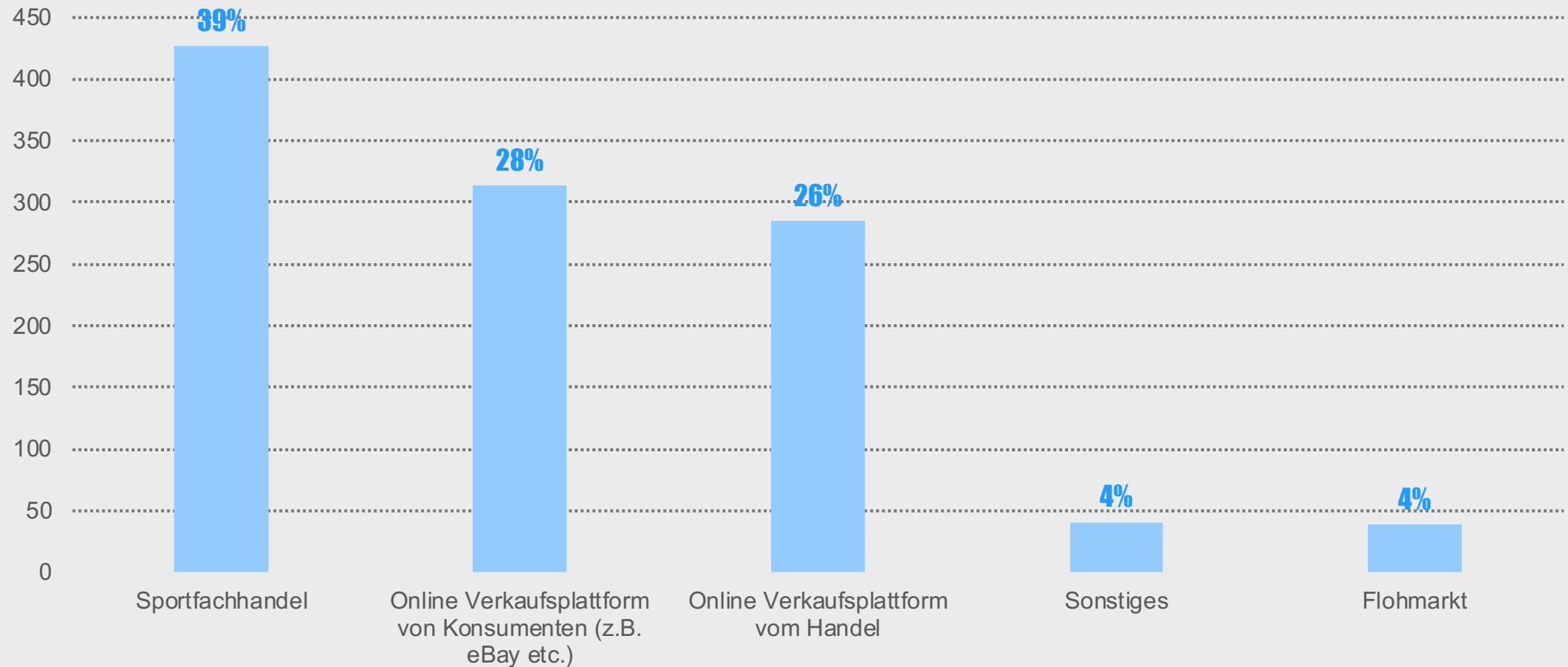
Einfachnennung



- Accessoires
- Bekleidung
- Rucksäcke
- Sicherheitszubehör
- Tourenski
- Alpin Ski
- Helme
- Schuhe
- Stöcke
- Sonstiges
- Keine, ich vertrau nur Neuware

16. Über welche Kanäle würdest du gebrauchte Bergsportprodukte erwerben?

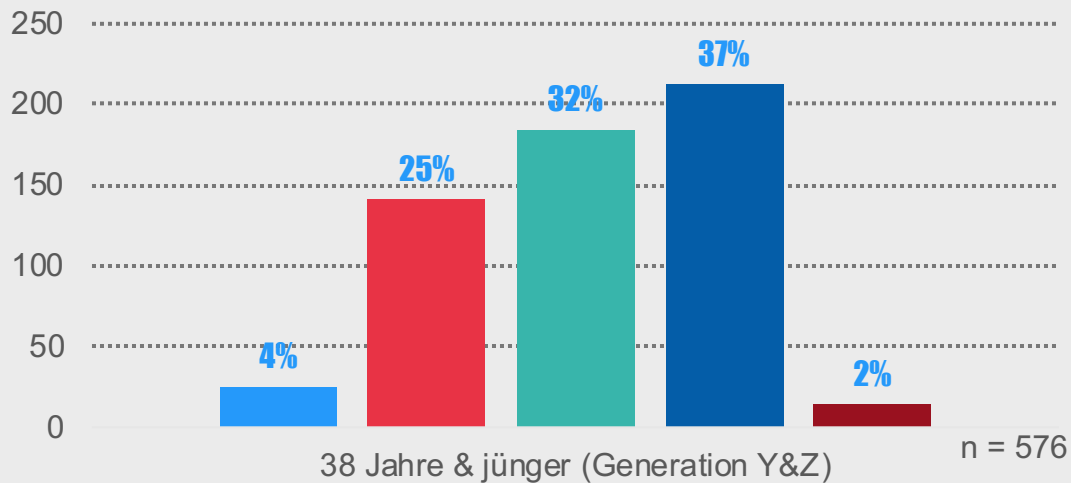
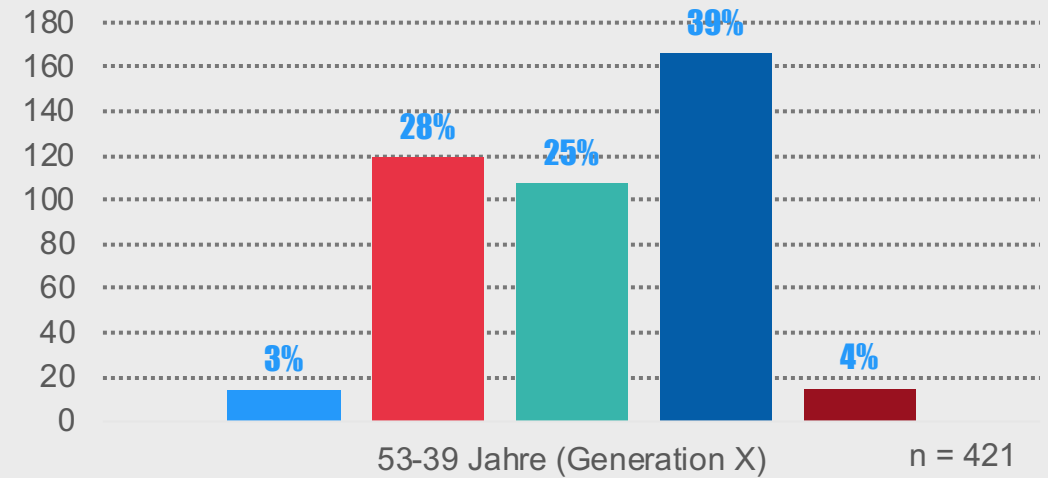
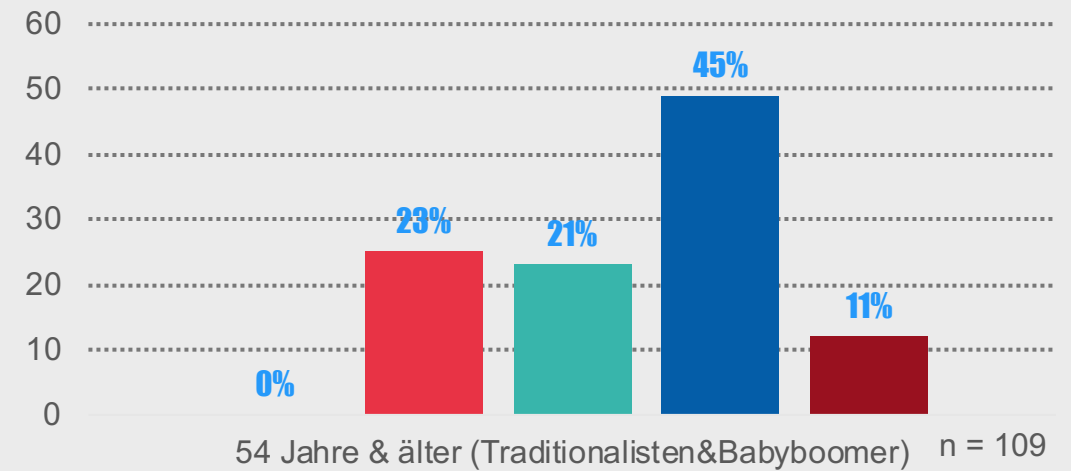
Einfachnennung



n = 1.106

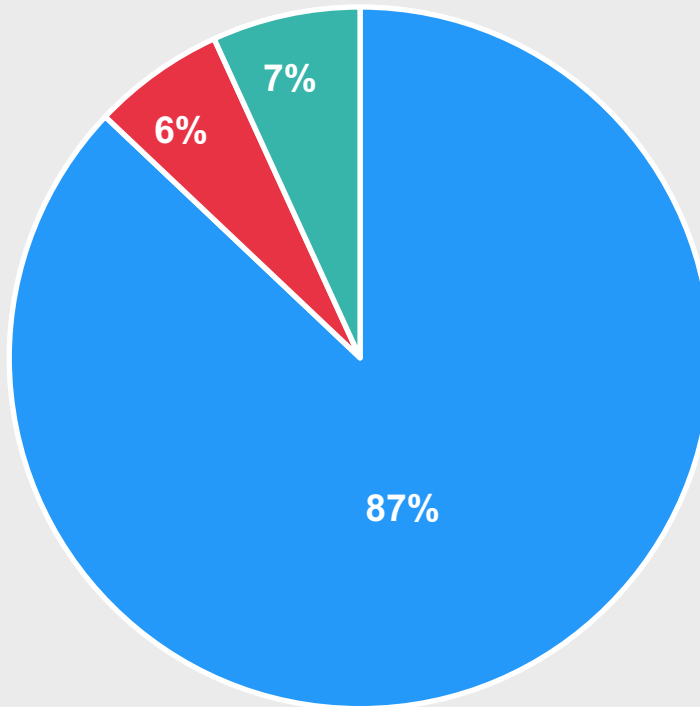
16. Über welche Kanäle würden die Dachgruppen gebrauchte Bergsportprodukte erwerben?

Einfachnennung



- Flohmarkt
- Online Verkaufsplattform vom Handel
- Online Verkaufsplattform von Konsumenten
- Sportfachhandel
- Sonstige

17. Sollte der Sportfachhandel anbieten, gebrauchte Bergsportprodukte zurückzunehmen (z.B. zur Weiterverwertung, Aufbereitung, etc.)?
Einfachnennung



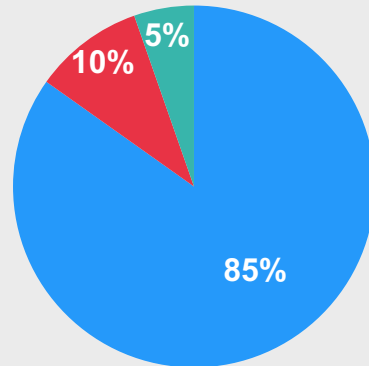
■ Ja ■ Nein ■ Ich weiß nicht

n = 1.113

17. Sind die Dachgruppen daran interessiert, dass der Sportfachhandel gebrauchte Bergsportprodukte zurücknimmt?

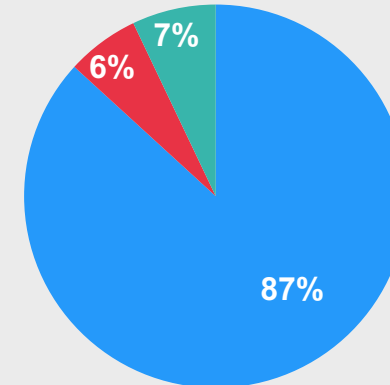
Einfachnennung

54 Jahre & älter (Traditionalisten&Babyboomer)



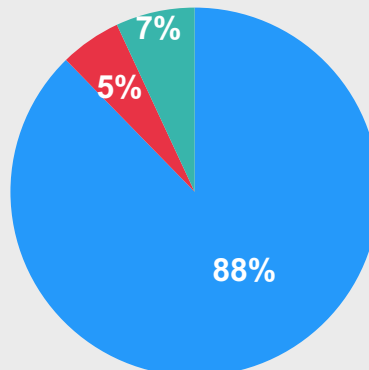
n = 112

53-39 Jahre (Generation X)



n = 424

38 Jahre & jünger (Generation Y&Z)

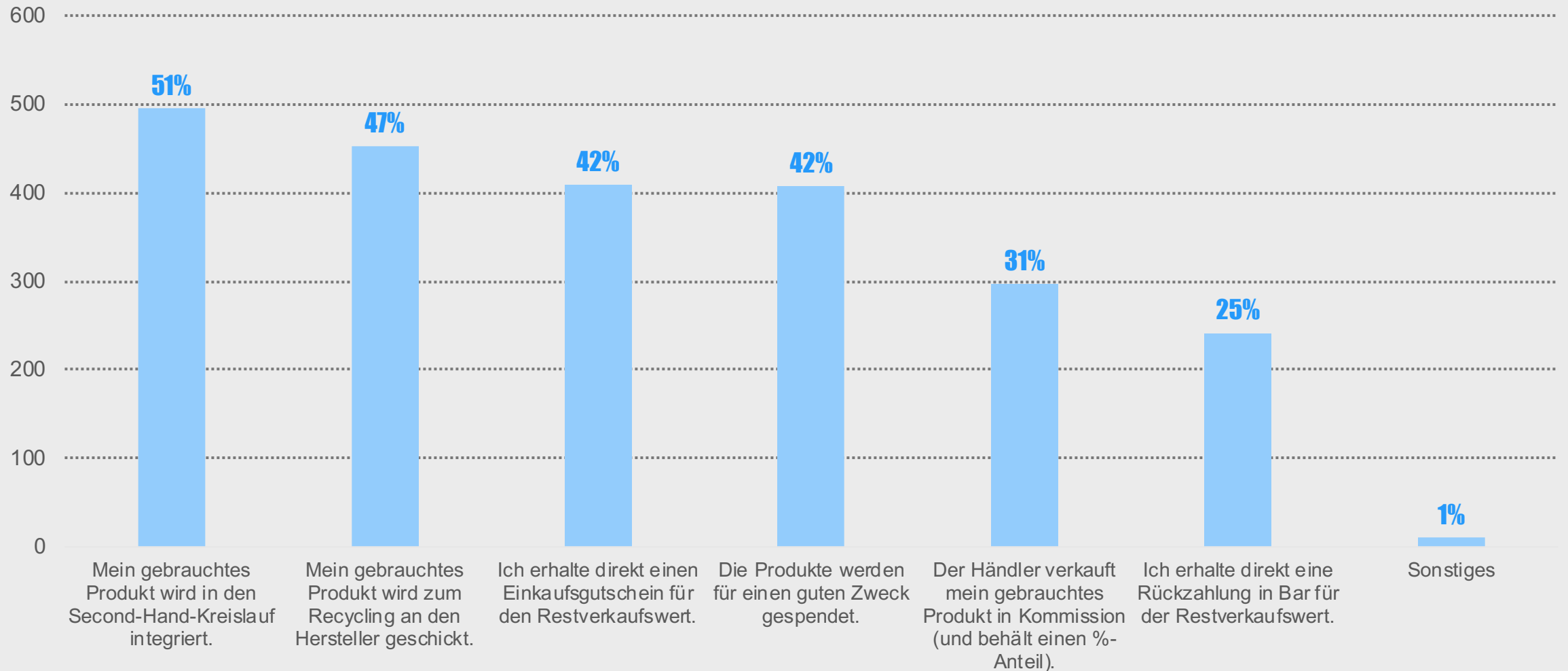


n = 577

- Ja
- Nein
- Ich weiß nicht

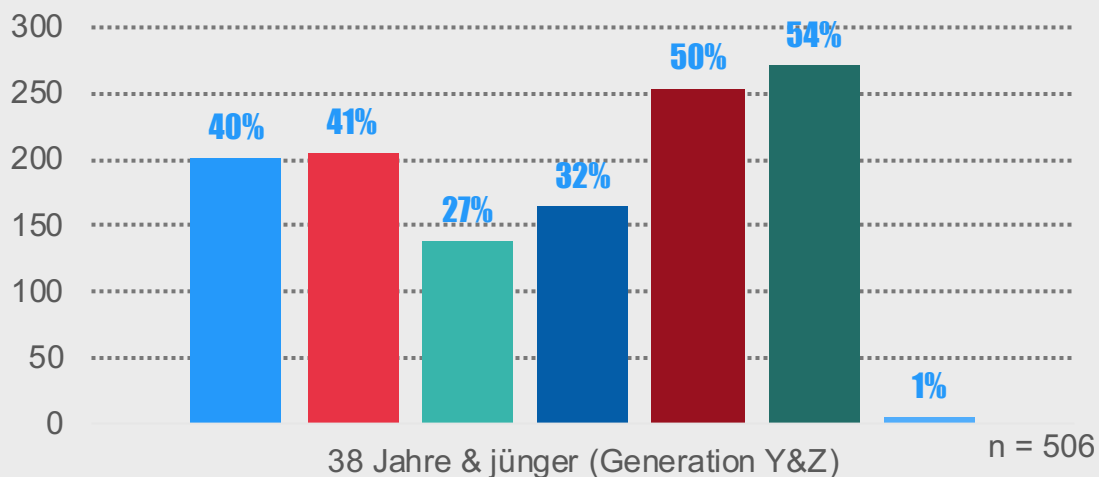
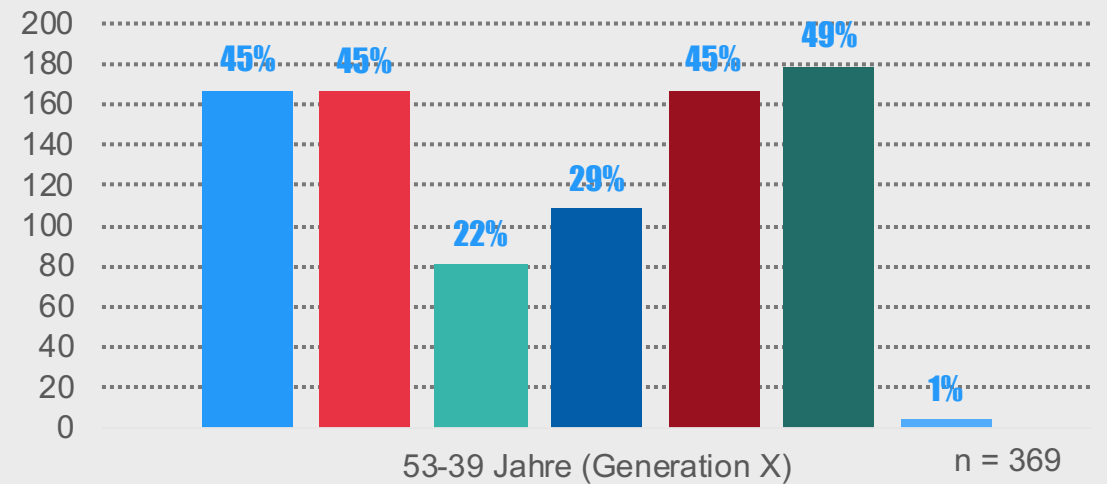
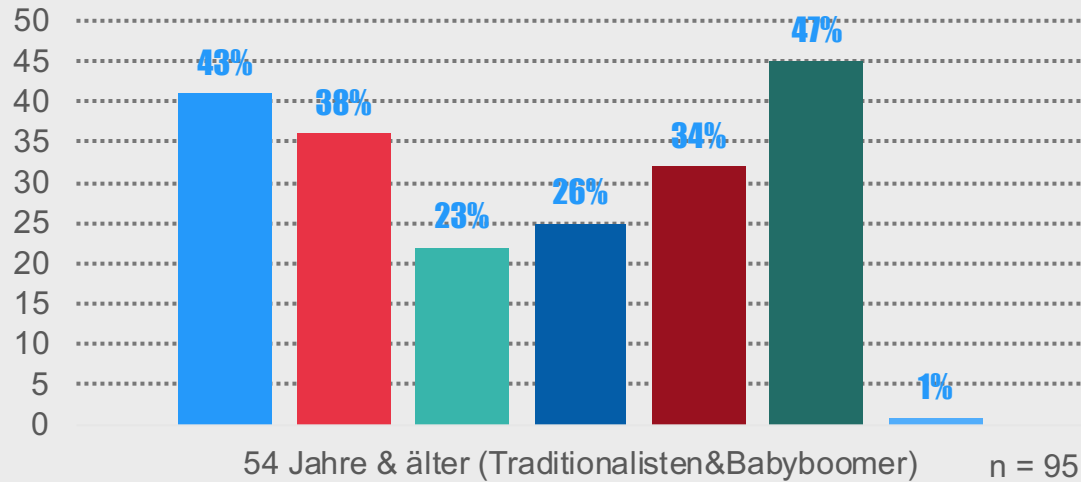
18. Was ist deine Motivation/Erwartung hierfür?

Einfachnennung



18. Was ist die Motivation/Erwartung der Dachgruppen hierfür?

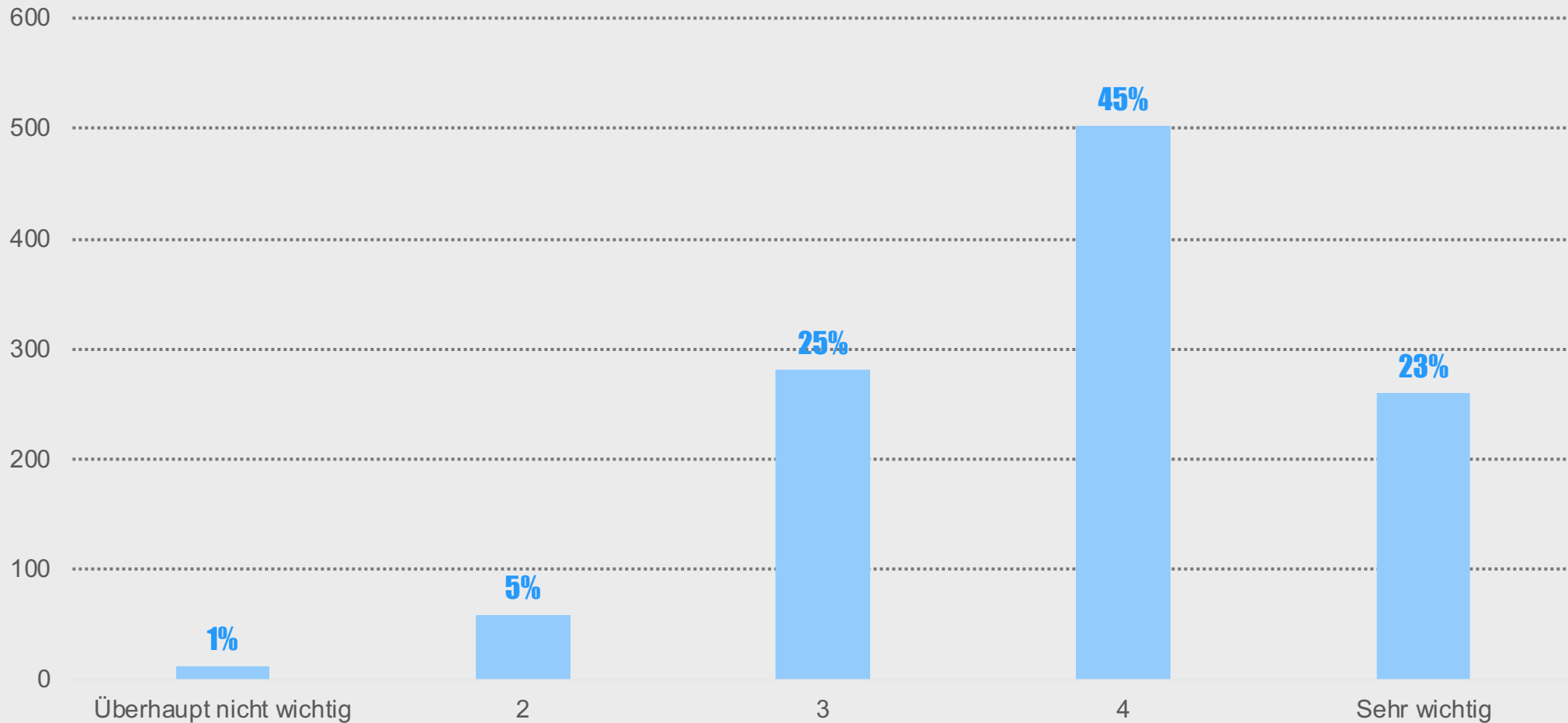
Mehrfachnennung



- Ich erhalte direkt einen Einkaufsgutschein für den Restverkaufswert. (Einkaufsgutschein)
- Die Produkte werden für einen guten Zweck gespendet. (Spenden)
- Ich erhalte direkt eine Rückzahlung in Bar für den Restverkaufswert. (Cash Back)
- Der Händler verkauft mein gebrauchtes Produkt in Kommission (und behält einen %-Anteil).
- Mein gebrauchtes Produkt wird zum Recycling an den Hersteller geschickt. (Recycling)
- Mein gebrauchtes Produkt wird in den Second-Hand-Kreislauf integriert.
- Sonstiges

19. Wie wichtig ist dir beim Kauf eines Produktes, dass dieses sozial- und umweltverträglich hergestellt ist?

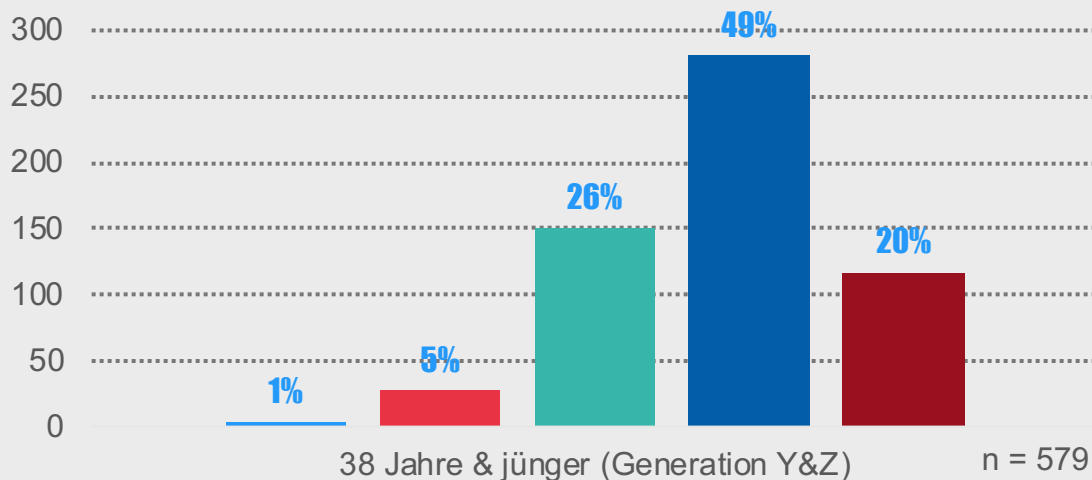
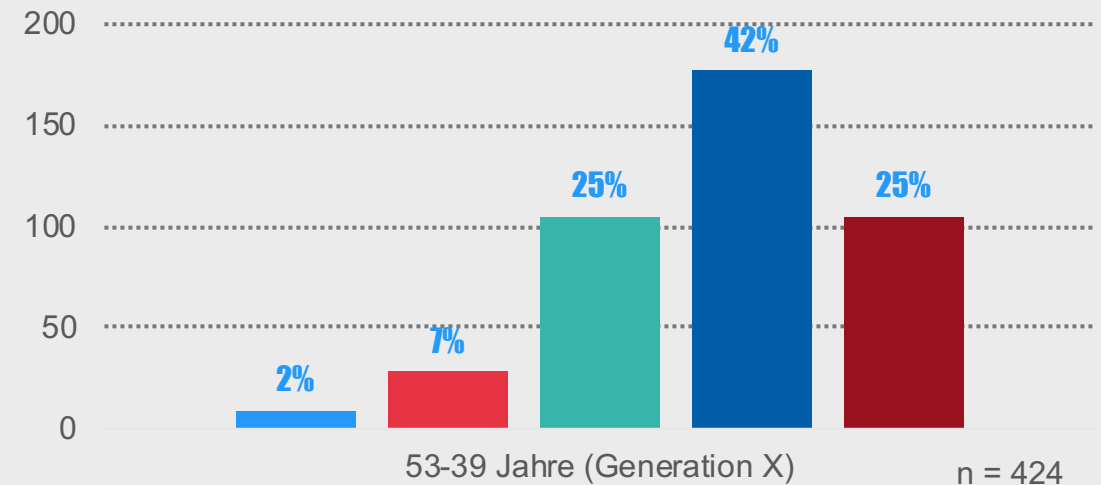
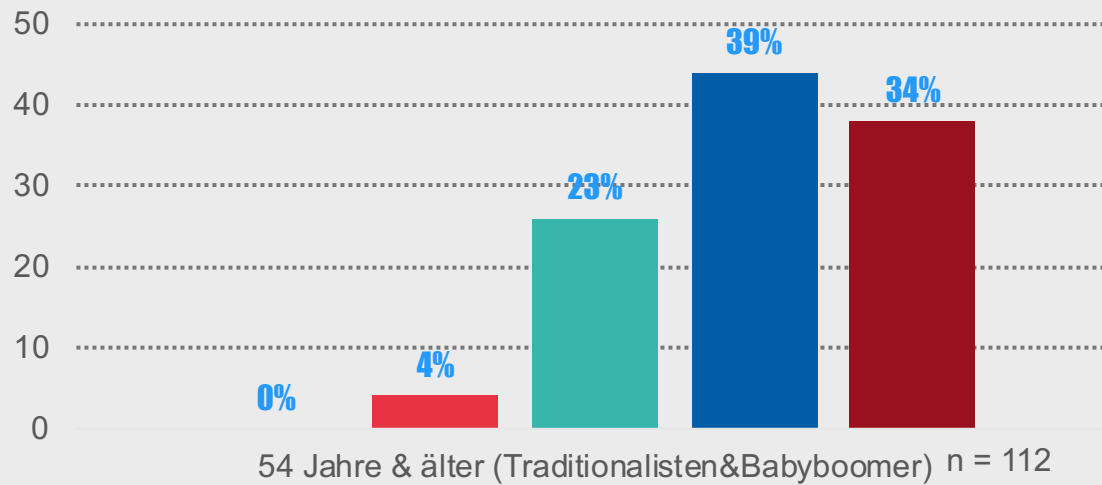
Einfachnennung



n = 1.115

19. Wie wichtig ist den Dachgruppen beim Kauf die sozial- und umweltverträgliche Herstellung?

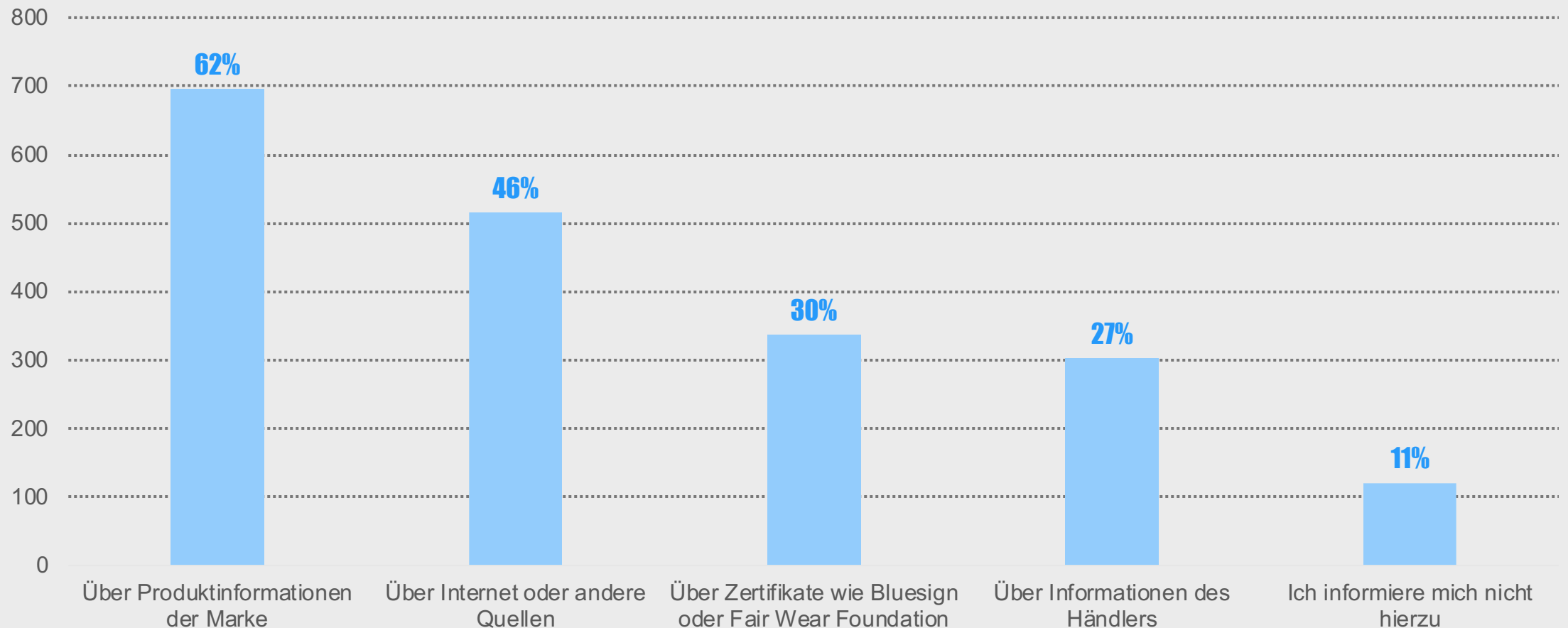
Einfachnennung



- Überhaupt nicht wichtig
- Weniger wichtig
- Durchschnittlich wichtig
- Wichtig
- Sehr wichtig

20. Wie informierst du dich üblicherweise zu der Sozial- und Umweltverträglichkeit eines Produktes?

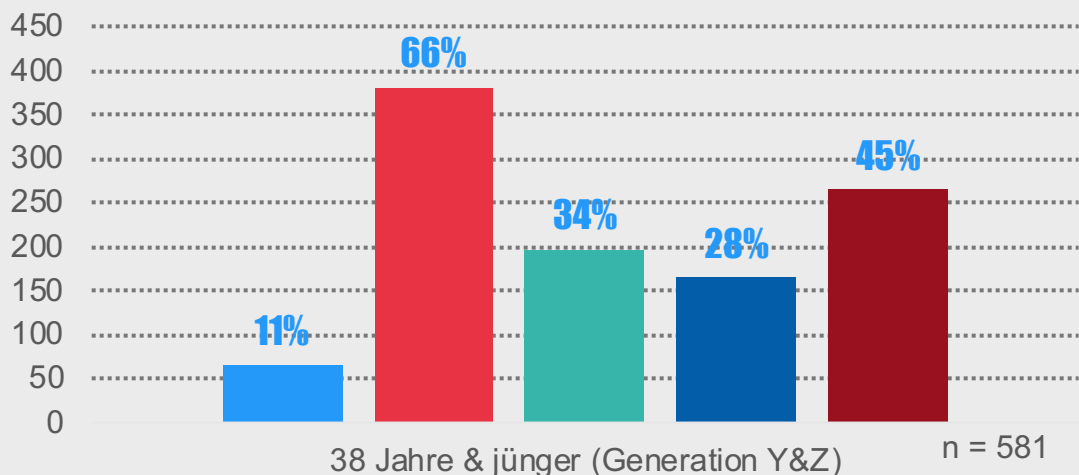
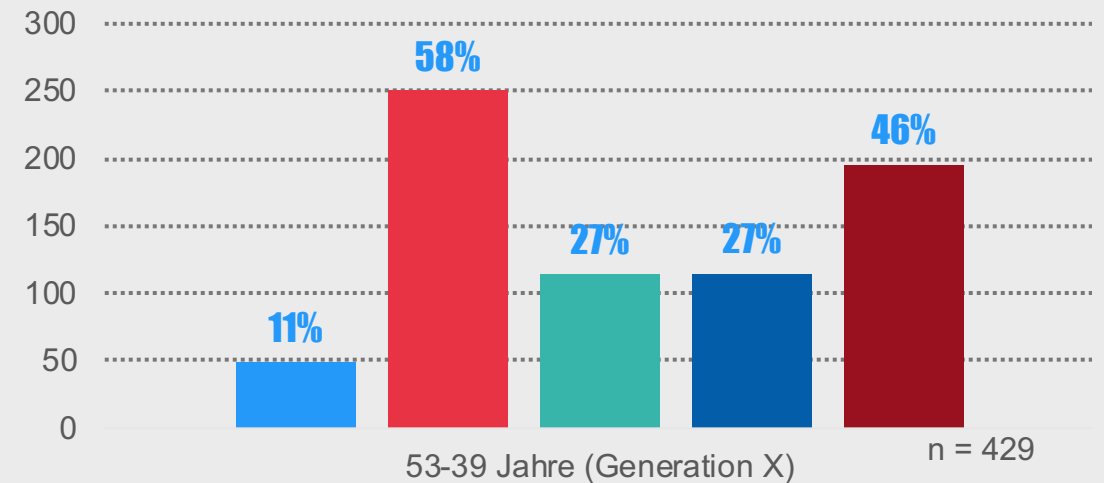
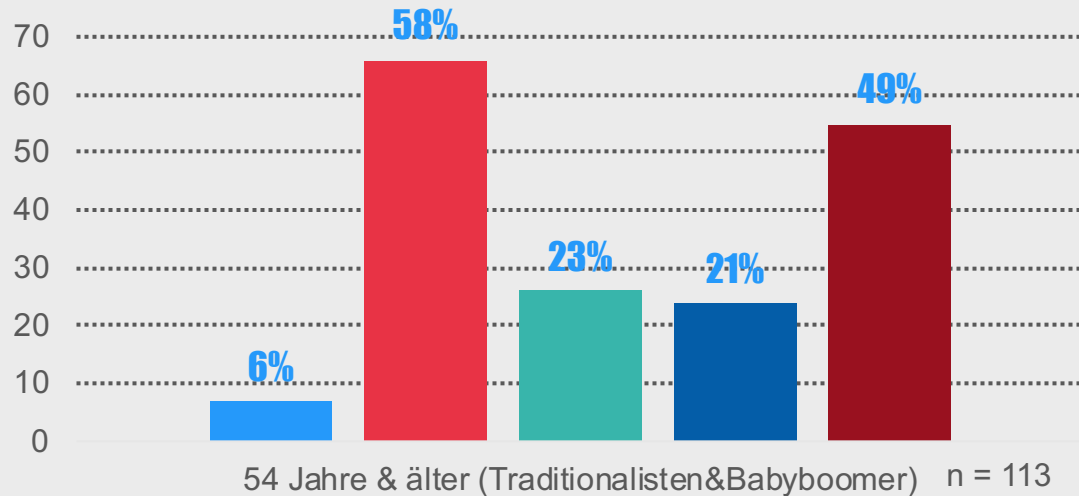
Mehrfachnennung



n = 1.123

20. Wie informieren sich die Dachgruppen zu der Sozial- & Umweltverträglichkeit eines Produktes?

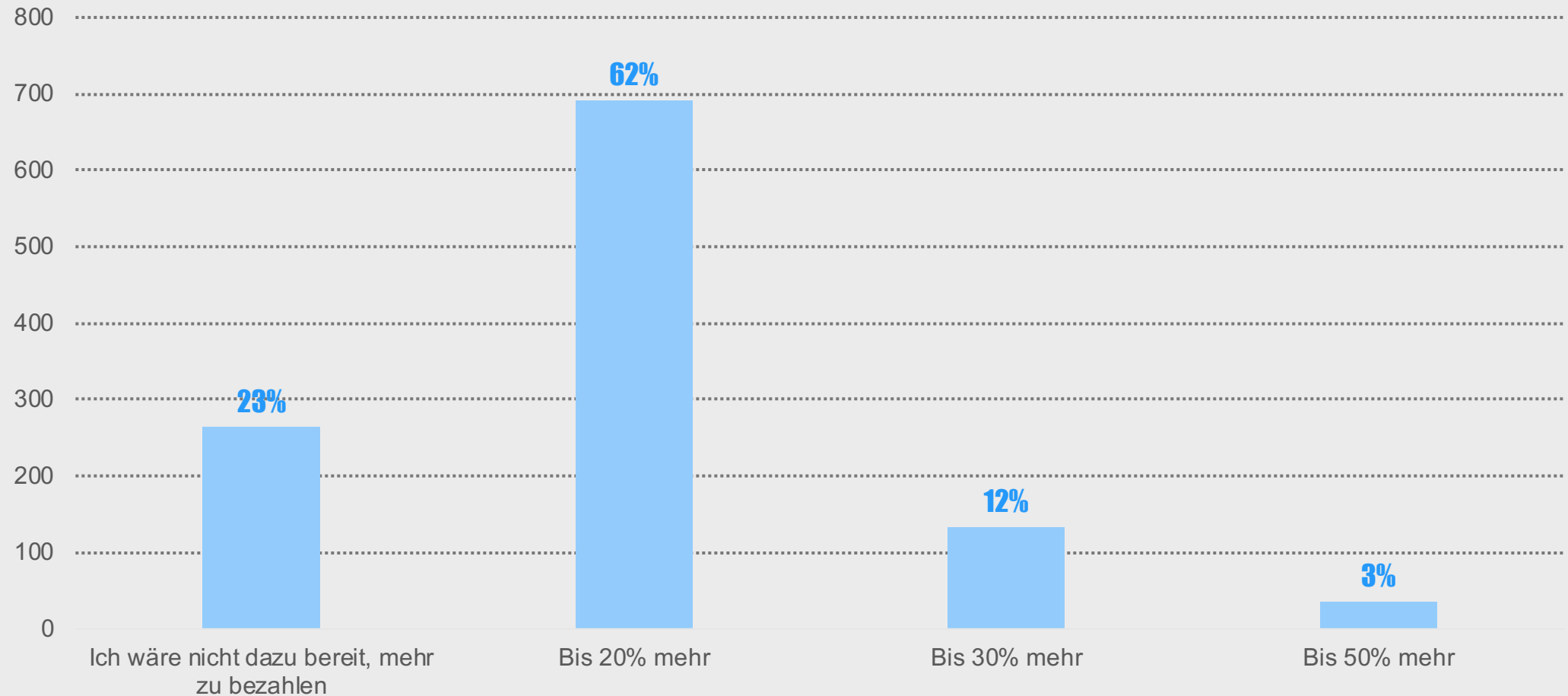
Mehrfachnennungen



- Ich informiere mich nicht hierzu.
- Über Produktinformationen der Marke.
- Über Zertifikate wie Bluesign oder Fair Wear Foundation.
- Über Informationen des Händlers.
- Über Internet oder andere Quellen.

21. Bist du bereit für solche Produkte mehr auszugeben?

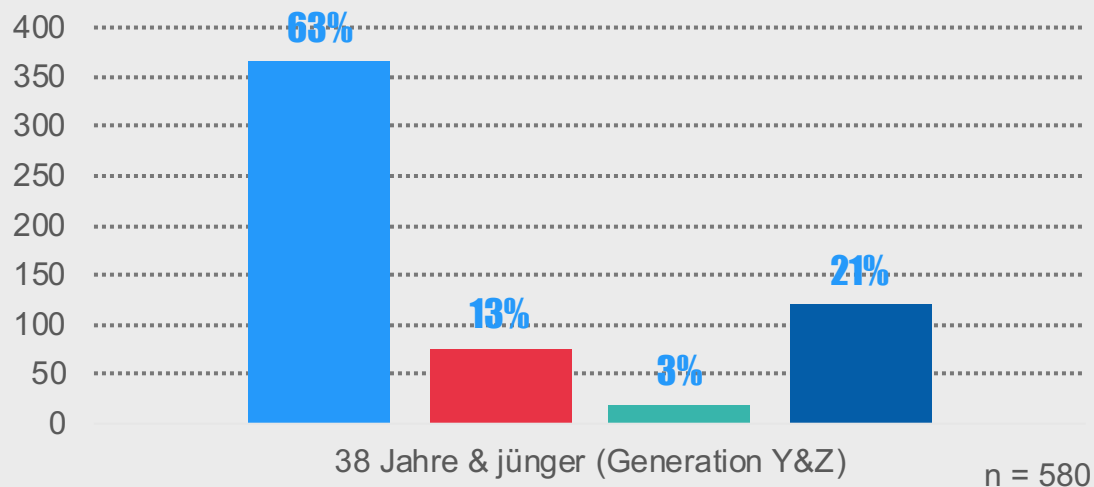
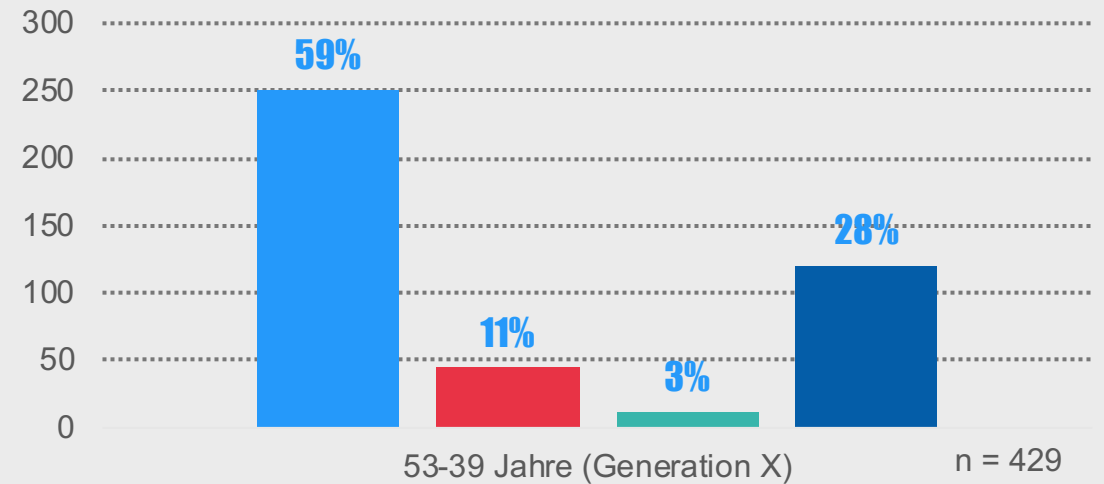
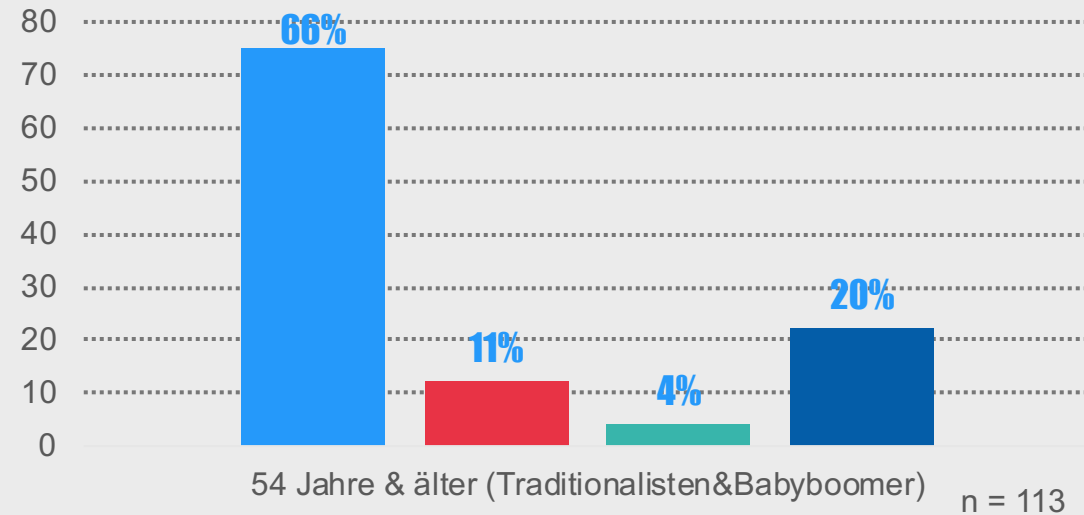
Einfachnennung



n = 1.122

21. Sind die Dachgruppen bereit für solche Produkte mehr auszugeben?

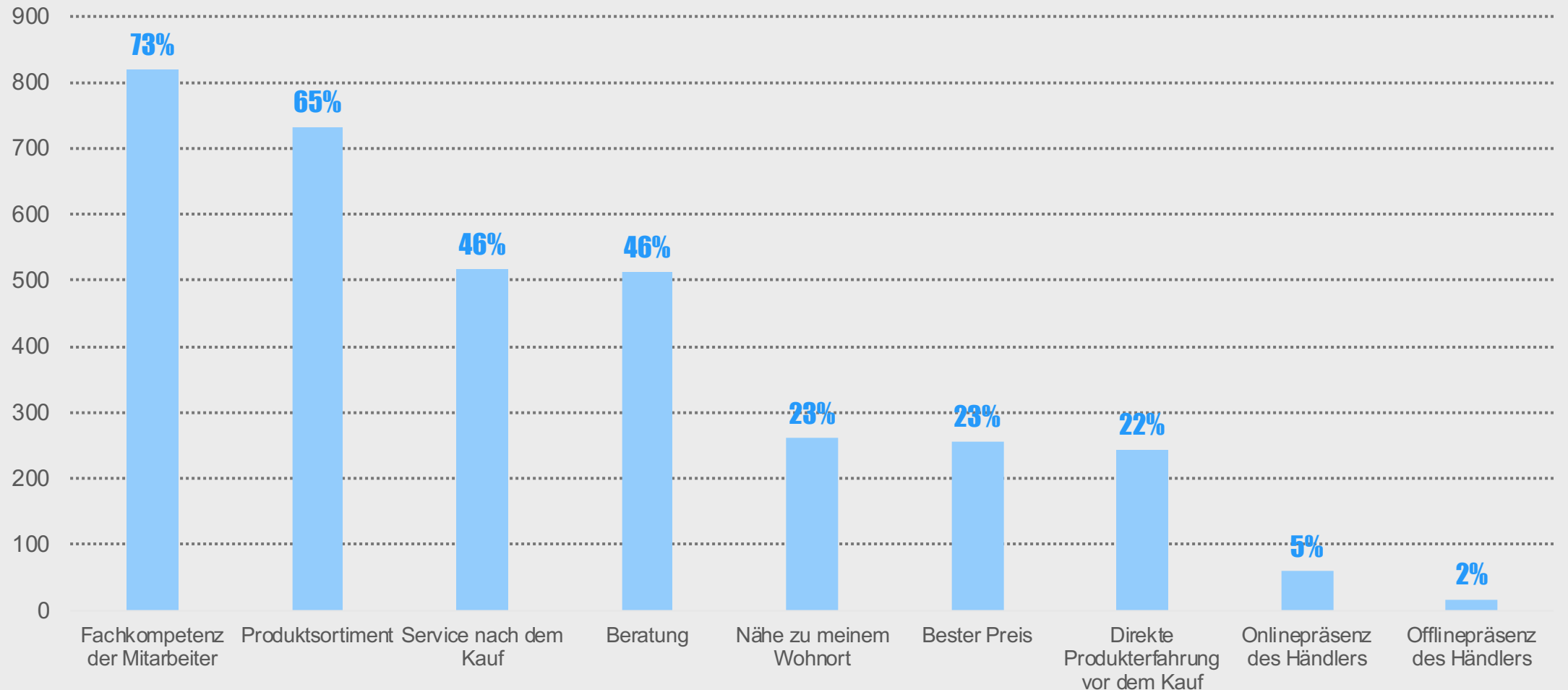
Einfachnennung



- Bis zu 20% mehr
- Bis zu 30% mehr
- Bis zu 50% mehr
- Ich wäre nicht dazu bereit mehr zu bezahlen.

22. Welche sind für dich die drei wichtigsten Kriterien bei der Auswahl eines stationären Fachhändlers?

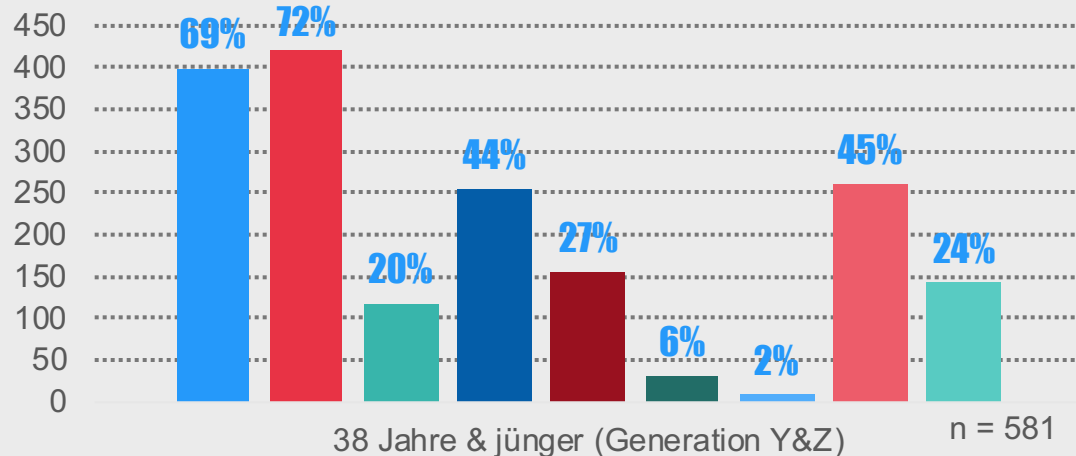
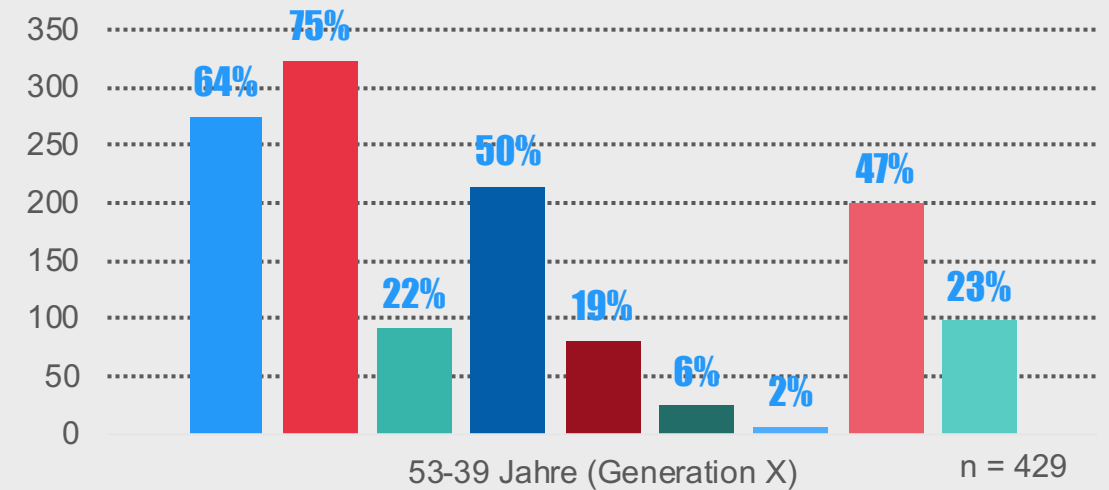
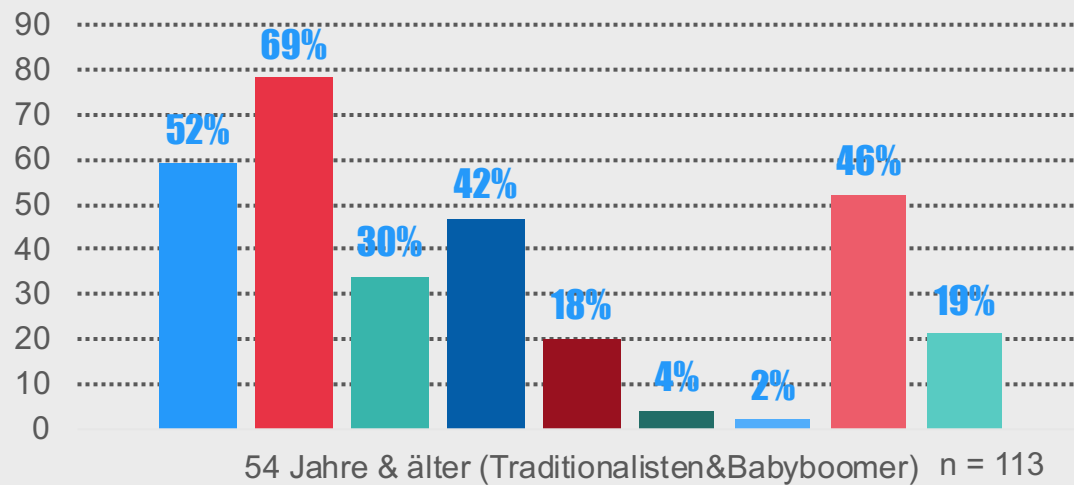
Mehrfachnennung



n = 1.123

22. Welche Auswahlkriterien sind für die Dachgruppen am wichtigsten bei der Auswahl eines stationären Fachhändlers?

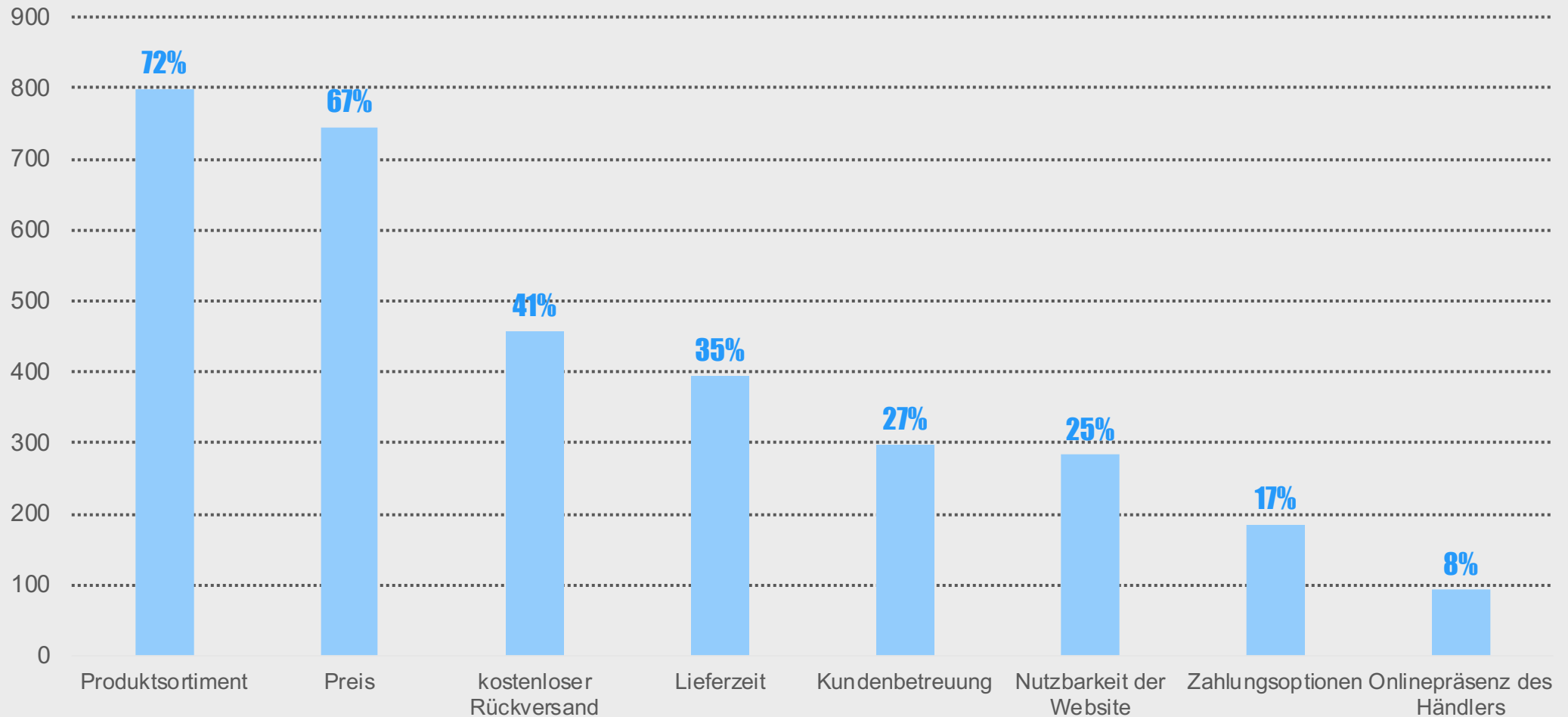
Mehrfachnennung



- Produktsortiment
- Fachkompetenz der Mitarbeiter
- Direkte Produkterfahrung vor dem Kauf
- Service nach dem Kauf
- Bester Preis
- Onlinepräsenz des Händlers
- Offlinepräsenz des Händlers
- Beratung
- Nähe zu meinem Wohnort

23. Welche sind für dich die drei wichtigsten Kriterien bei der Auswahl eines online Fachhändlers?

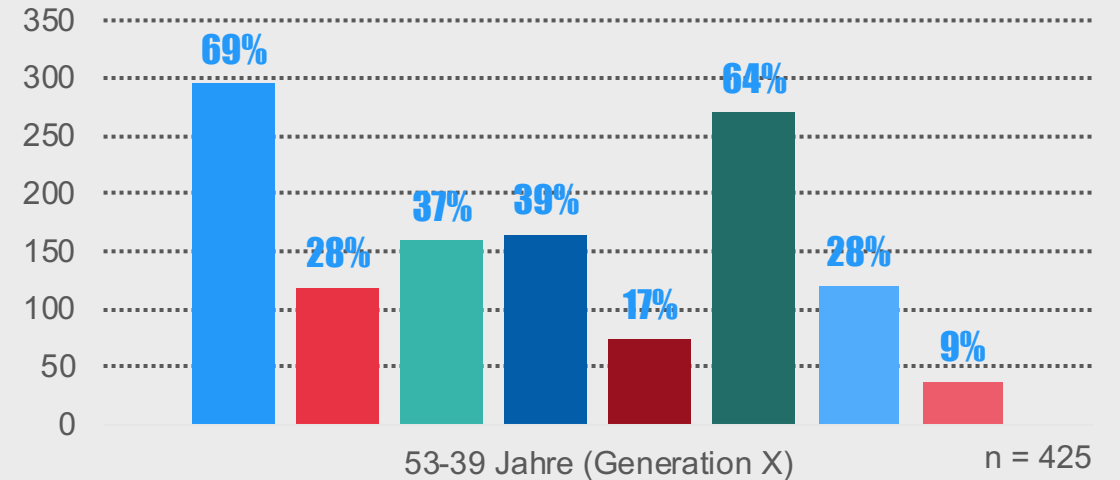
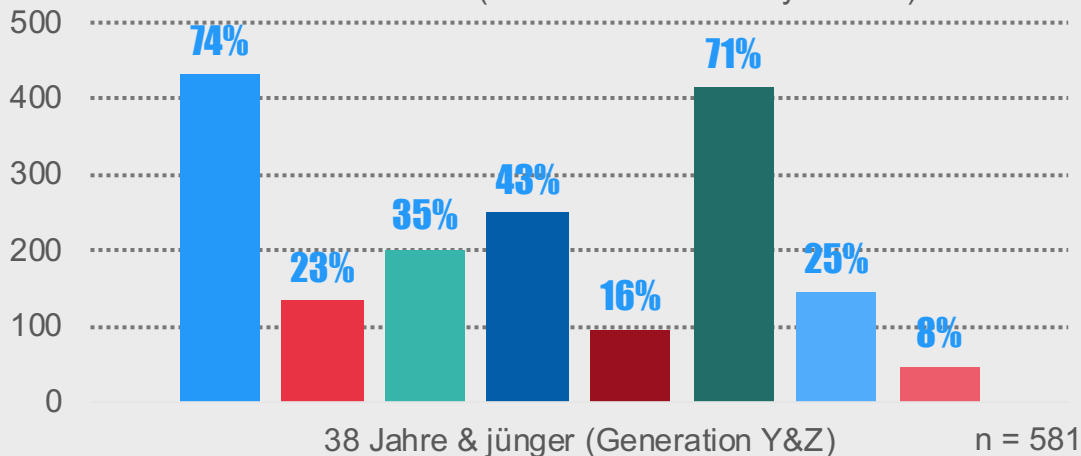
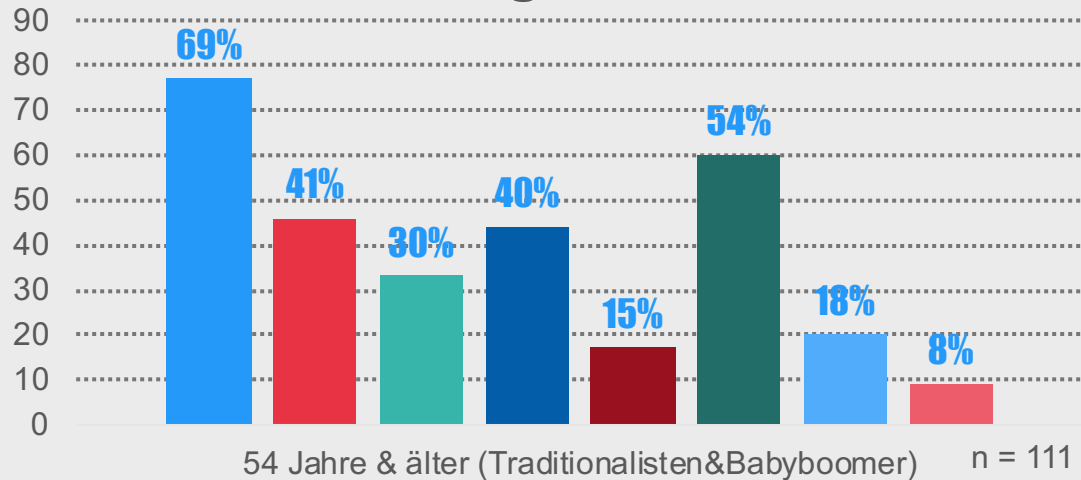
Mehrfachnennung



n = 1.117

23. Welche Auswahlkriterien sind für die Dachgruppen am wichtigsten bei der Auswahl eines online Fachhändlers?

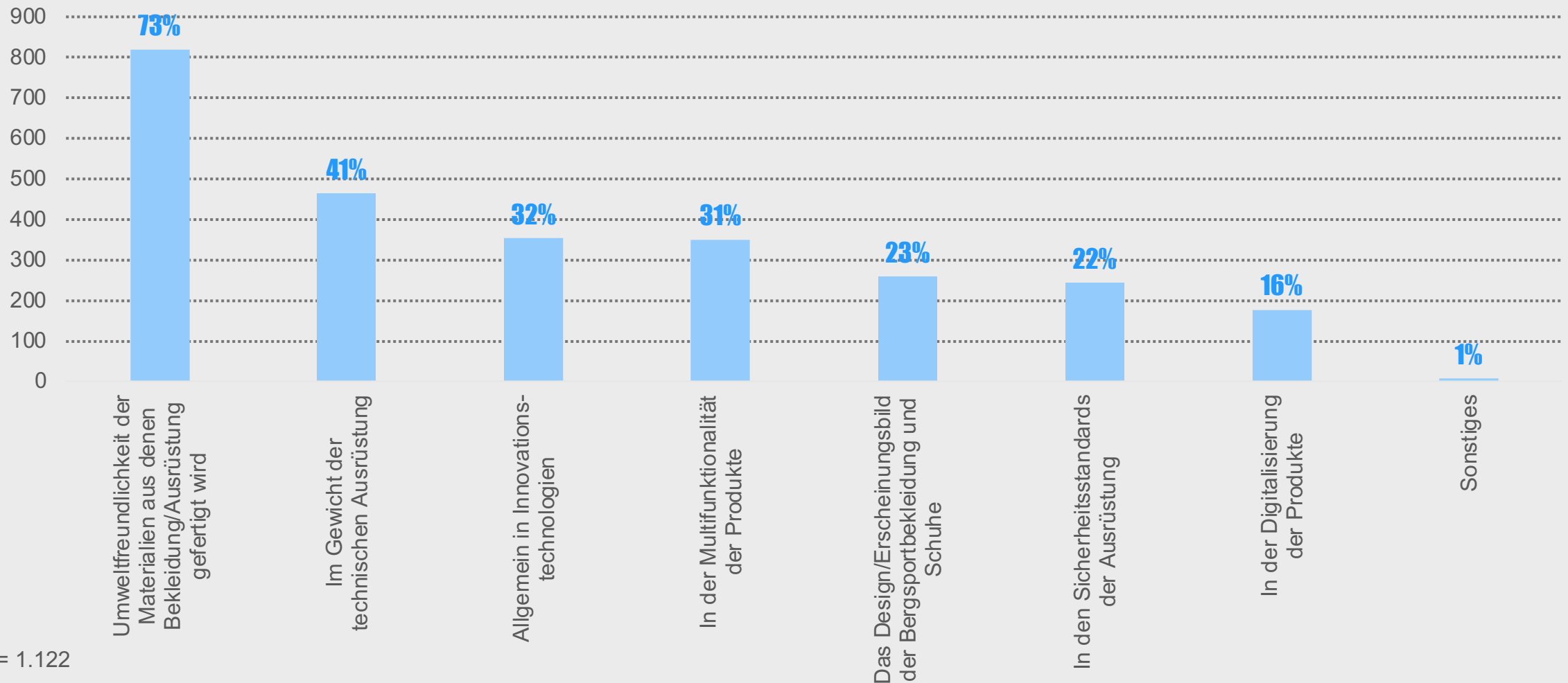
Mehrfachnennung



- Produktsortiment
- Kundenbetreuung
- Lieferzeit
- kostenloser Rückversand
- Zahlungsoptionen
- Preis
- Nutzbarkeit der Website
- Onlinepräsenz des Händlers

24. In welchen Segmenten von Bergsportprodukten siehst du aktuell am meisten Entwicklungsdynamik?

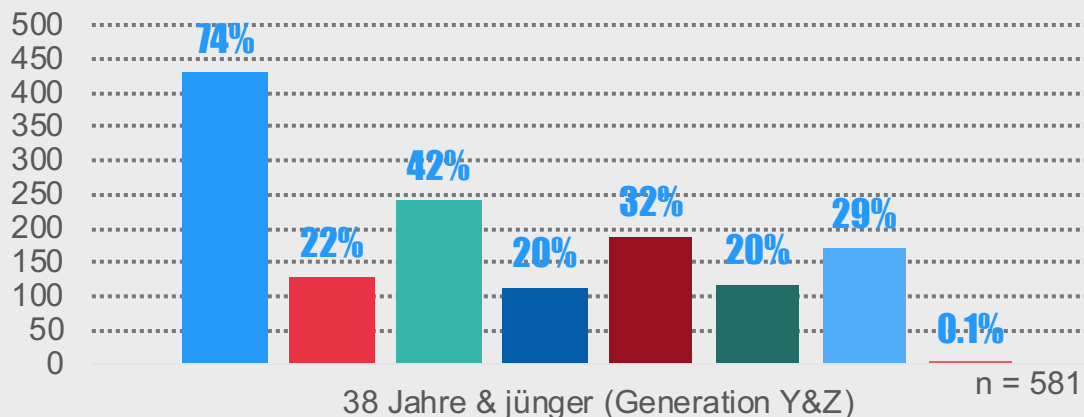
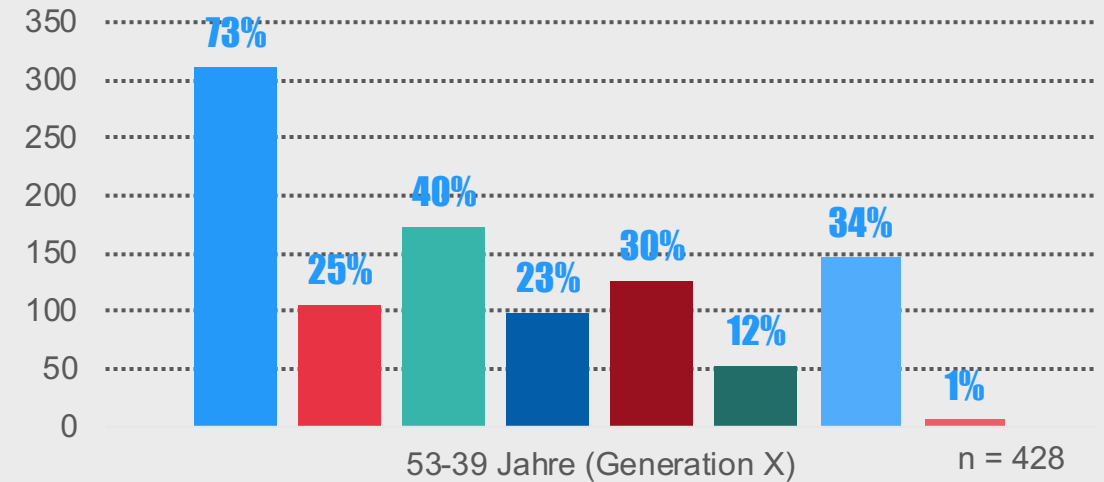
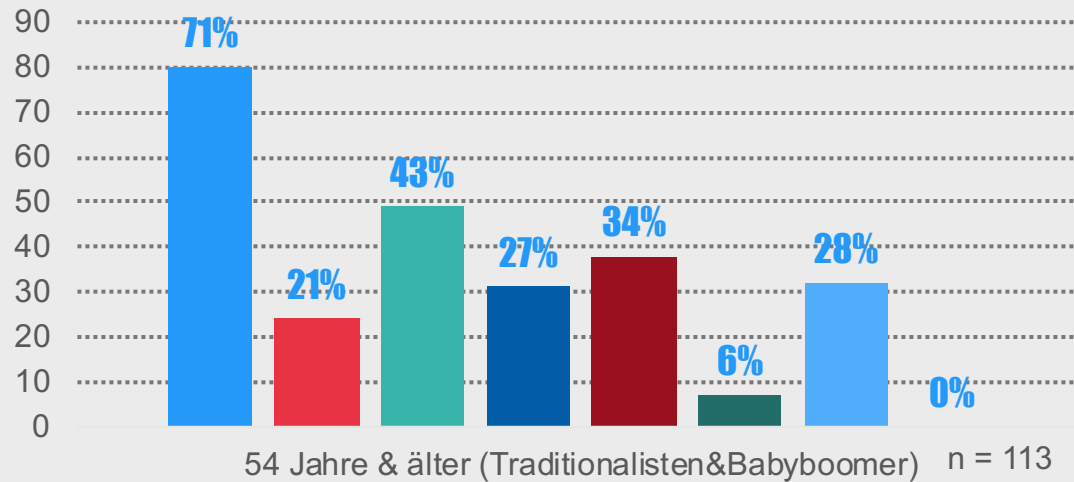
Mehrfachnennung



n = 1.122

24. In welchen Segmenten von Bergsportprodukten sehen die Dachgruppen aktuell am meisten Entwicklungsdynamik?

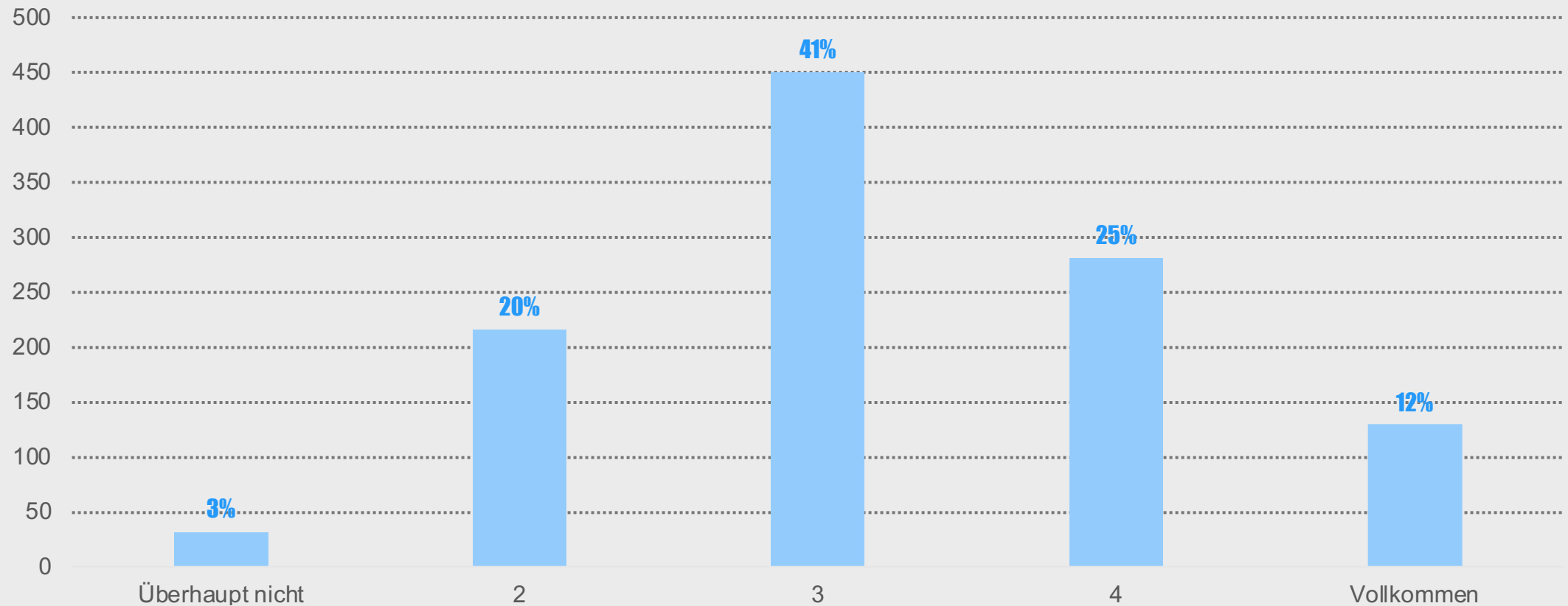
Mehrfachnennung



- Umweltfreundlichkeit der Materialien aus denen Bekleidung/Ausrüstung gefertigt wird
- Das Design/Erscheinungsbild der Bergsportbekleidung und Schuhe
- Im Gewicht der technischen Ausrüstung
- In den Sicherheitsstandards der Ausrüstung
- Allgemein in Innovationstechnologien
- In der Digitalisierung der Produkte
- In der Multifunktionalität der Produkte
- Sonstige

25. Findest du, dass im gesamten Bergsport Produktsortiment ausreichend spezifische Frauenprodukte vorhanden sind?

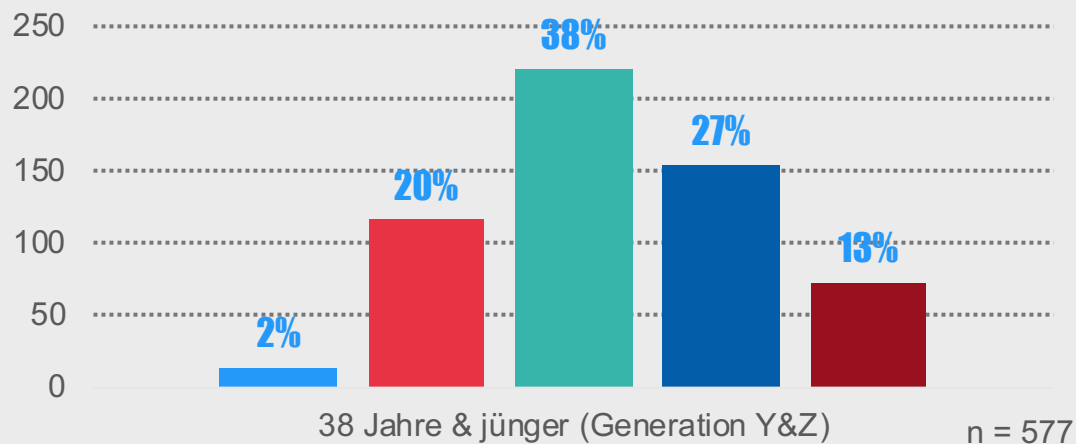
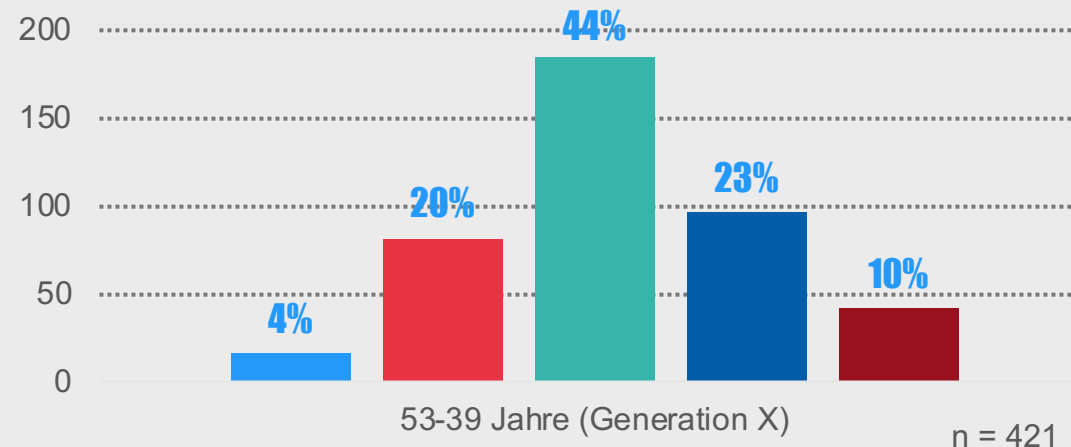
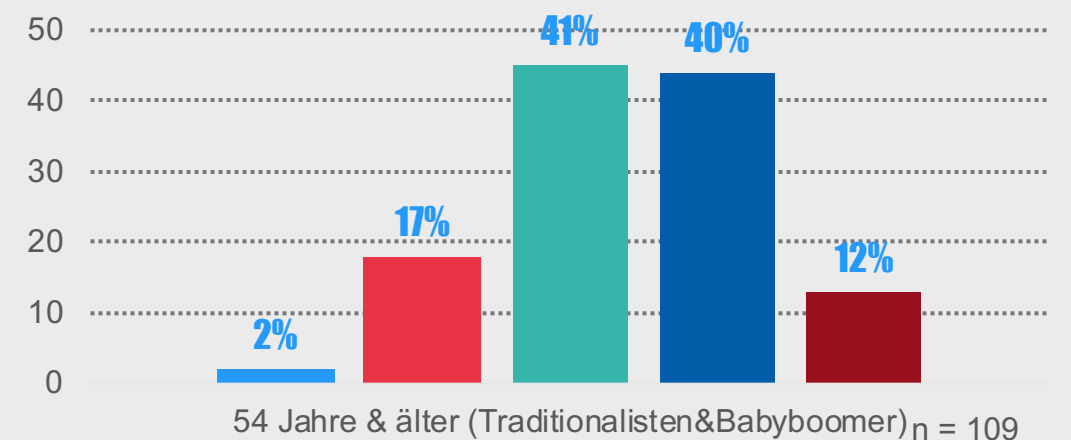
Einfachnennung



n = 1.107

25. Finden die Dachgruppen, dass im gesamten Bergsport Produktsortiment ausreichend spezifische Frauenprodukte vorhanden sind?

Einfachnennung



■ Überhaupt nicht
 ■ 2
 ■ 3
 ■ 4
 ■ Vollkommen

26. In welchen Produktbereichen sollte zukünftig mehr Entwicklung für die spezifischen Bedürfnisse von Frauen stattfinden (z.B. Passform, Design, Materialität...)?



n = 370

Passform (n= 273)

- Rucksäcke
- Silhouette/weniger figurbetont
- Schnitte für verschiedene, weibliche Figurtypen
- Schuhe
- mehr Bewegungsfreiheit / höhere Funktionalität

Design (n= 174)

- Abwechslungsreichere Farbauswahl
- weniger verspielte Muster (z.B. keine Blumen)
- ähnlicher zu den Männerdesigns / unisex Design → sportlicher, stylicher und weniger verspielt
- weniger stereotypisiert

Rucksäcke (n= 125)

- Angebotsvielfalt
- Passform (Gewicht, Bänder etc.)
- kleinere Größen
- Brustgurte unter Berücksichtigung der weiblichen Brust
- Schulterbreite
- Rückenlänge

26. In welchen Produktbereichen sollte zukünftig mehr Entwicklung für die spezifischen Bedürfnisse von Frauen stattfinden (z.B. Passform, Design, Materialität...)?

Originalzitate zu Passform

Passform ("Bergfrauen" haben meist auch Rundungen)

Passform (nicht immer zu feminin im Schnitt, sondern praktisch, angenehm, und trotzdem gutes Design)

Passform für schlanke, kleine Frauen

Passform. Ich bin sehr groß und muss öfters auf Männermodelle/Ausrüstung zurückgreifen

Passform - besser wäre unisex mit Größen bis XXS, der Damenschnitt ist furchtbar

Passform, ich kenne zuviele Sportliche Fraue welche ein Trainierte Oberschenkel haben und dann passt halt leider schon vieles nicht, weil man ja fast totgehungert sein muss um da rein zu passen...

Passform: warum sind Frauenprodukte so hauteng geschnitten. Shirts um den Hals zu weit ausgeschnitten.

Shoes (many models are not ideal fit for women)

Clothes, the fit, function and design is many times off. Not design for movement or normal sizes, and premium is only in male version

Like Fjallraven has done: they have two different fits for women, seems like a good idea to me!

Originalzitate zu Design

Design nicht immer alles für Frauen in rosa oder lila. Männer haben oft viel bessere Farben

Conitued development of footwear designs across activities to encourage increased fit and funcnality

Design/Farben (viele Bekleidungsstücke sind meist nur in Klischee-weiblichen Farben erhältlich, Pastelltöne etc., Damenski und Schuhe haben oft irgendwelche Schnörkel und Herzchen drauf

Sportlich schlichte und geschlechtergleiche Designs, anstatt verspieltes Design für Frauen und sportliches Design für Herren (z.B. Skischuhe)

Auswahl und Design- für Männer gibt es immer mehr

Design (I feel like the mens section is a lot better (more stylish/options/colour choices/age range) than the womens and it always upsets me.

Clothes, the fit, function and design is many times off. Not design for movement or normal sizes, and premium is only in male version

Fit / design (I often like the men's collection, but those exact items (clothes) are usually not available for women)

Designs sind häufig zu stereotypisiert. Frauen können genauso Blau, wie Männer Lila oder Pink tragen.

26. In welchen Produktbereichen sollte zukünftig mehr Entwicklung für die spezifischen Bedürfnisse von Frauen stattfinden (z.B. Passform, Design, Materialität...)?

Originalzitate zu Rucksäcke

Passform, Design für Wanderhosen und Rucksäcke (Bänder sind immer so lang)

Bei Rucksäcken ziehen noch nicht alle Marken mit

Rucksäcke (Schultern zu breit, Brustgurt drückt auf weibliche Brust,...)

Rückenlängen bei Rucksäcken

Rucksäcke (Vielfalt)

Passform: Trailrunning Rucksack

Backpacks (volume, size, weight..)

Backpacks, more size options

Gewicht von Rucksäcken und deren Passform

Anpassbarkeit von Rucksäcken

Backpack --> women are build differently

Nötige Kräfte für Einstellungen am Rucksack, oder an Skischuhschnallen etc.

Small sizes for equipment like backpacks etc...

Backpacks (if it's unisex they mean engineered for men, why are we still shrinking it and pinking it bleh)

Weitere Originalzitate

Entwicklung v.a. von sportlichen bis sehr sportlichen Produkten (z.B. Skischuhen) mit hohen Anforderungen, hier gibt es für Frauen in sehr vielen

Bergsportbereichen häufig eine geringere bis keine Auswahl im Vergleich zum Männerbereich (mein Wanderrucksack ist beispielsweise ein Männerprodukt, weil die speziellen Anforderungen von einer recht großen Größe und Funktionalität im Frauensortiment nicht abgedeckt wurden)

Funktionalität (im Skischuhbereich ist es oft schwer sportliche Damenschuhe (hoher Flex) zu finden, und ach wenn es sie gibt, sind sie in den Offlinefachgeschäften meistens nicht vorrätig)

Schutzartikel für weibliche Anatomie, z.B. meine Freundin ist 168cm, hat Körbchengröße D und findet zum Downhill/Freeriden keine Protektorenweste, wo sie ihre Boobies bequem unterbringt. Derzeit Alpinestars Stella Bionic

Funktionalität (mehr Taschen, Wärmeverteilung für weibliche Personen angepasst)

Ergonomie bei Zubehörprodukten

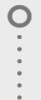
Skip the girly colours and start to engineer it around the female form and capabilities, women want similar products as men but really made for them.

Die Marken sollten sich um mehr Events exklusiv für Frauen bemühen. Ich glaube viele Frauen vermissen eine Sparringspartnerin für ihre Ambitionen.

High Performance Bereich (zu viel unisex ab gewissem Leistungslevel)

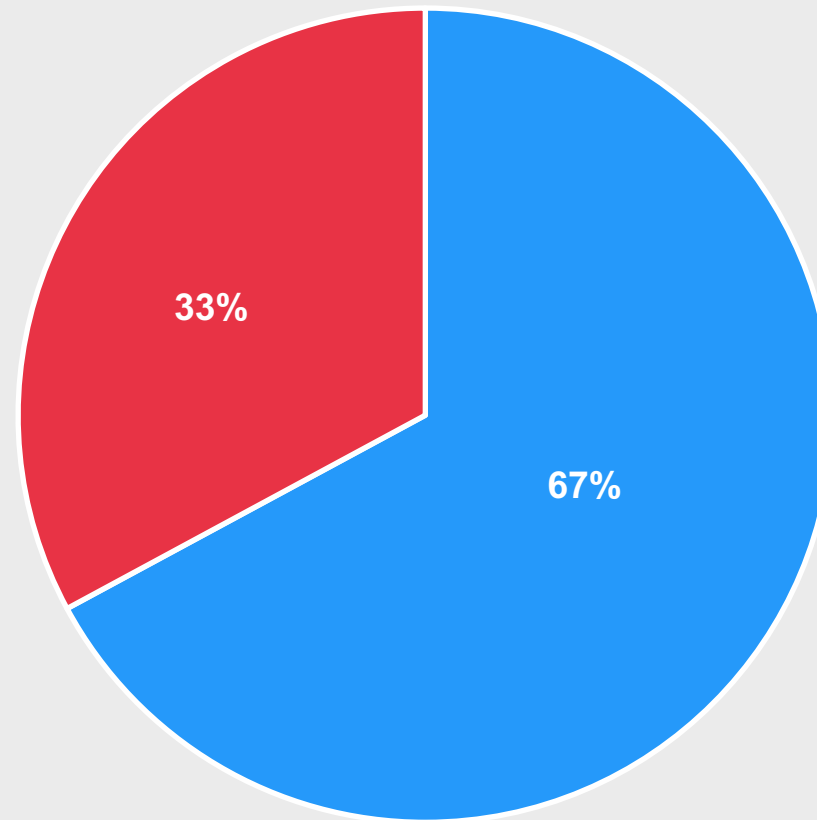
Gewicht bei sämtlichen Produkten

Demografische Daten



Geschlecht

Einfachnennung

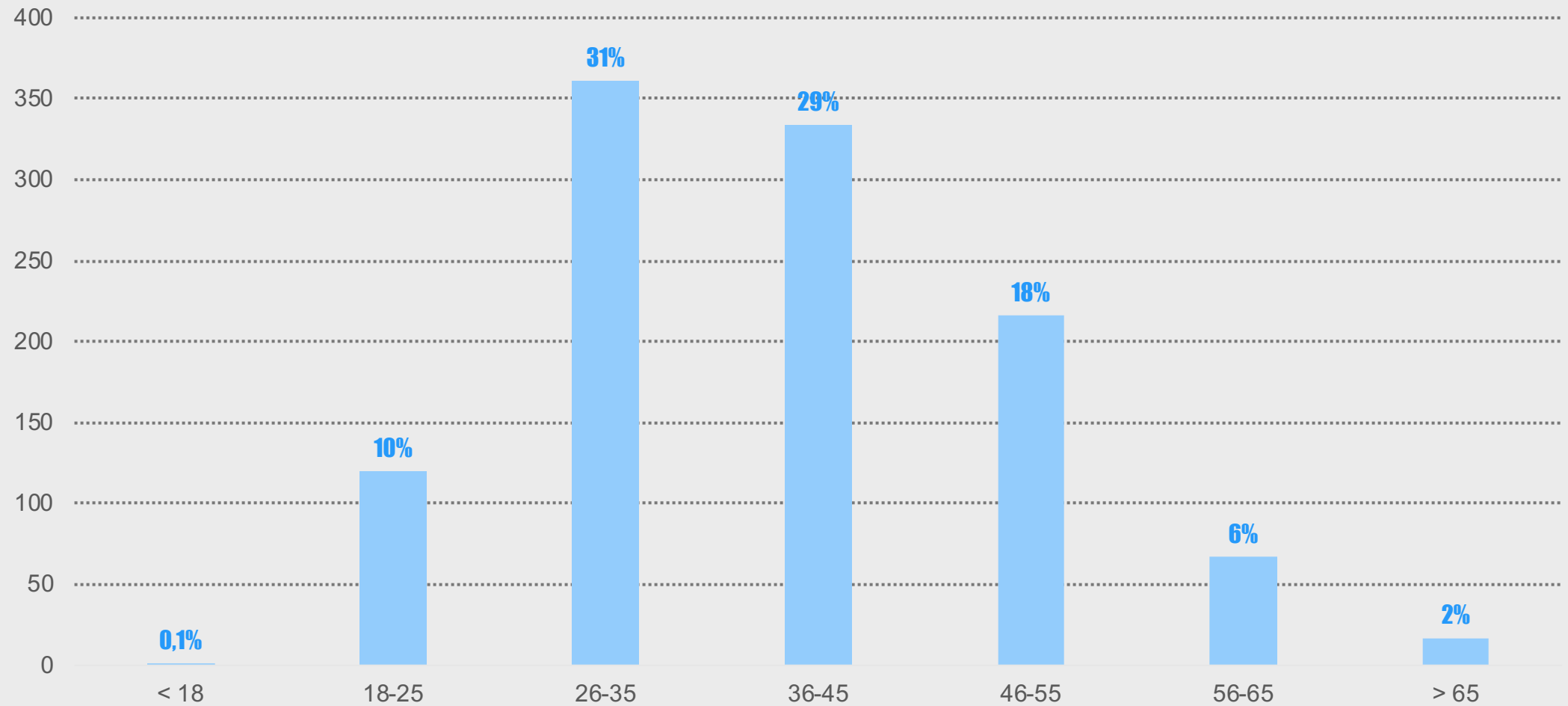


■ Männlich ■ Weiblich

n = 1.173

Altersgruppe

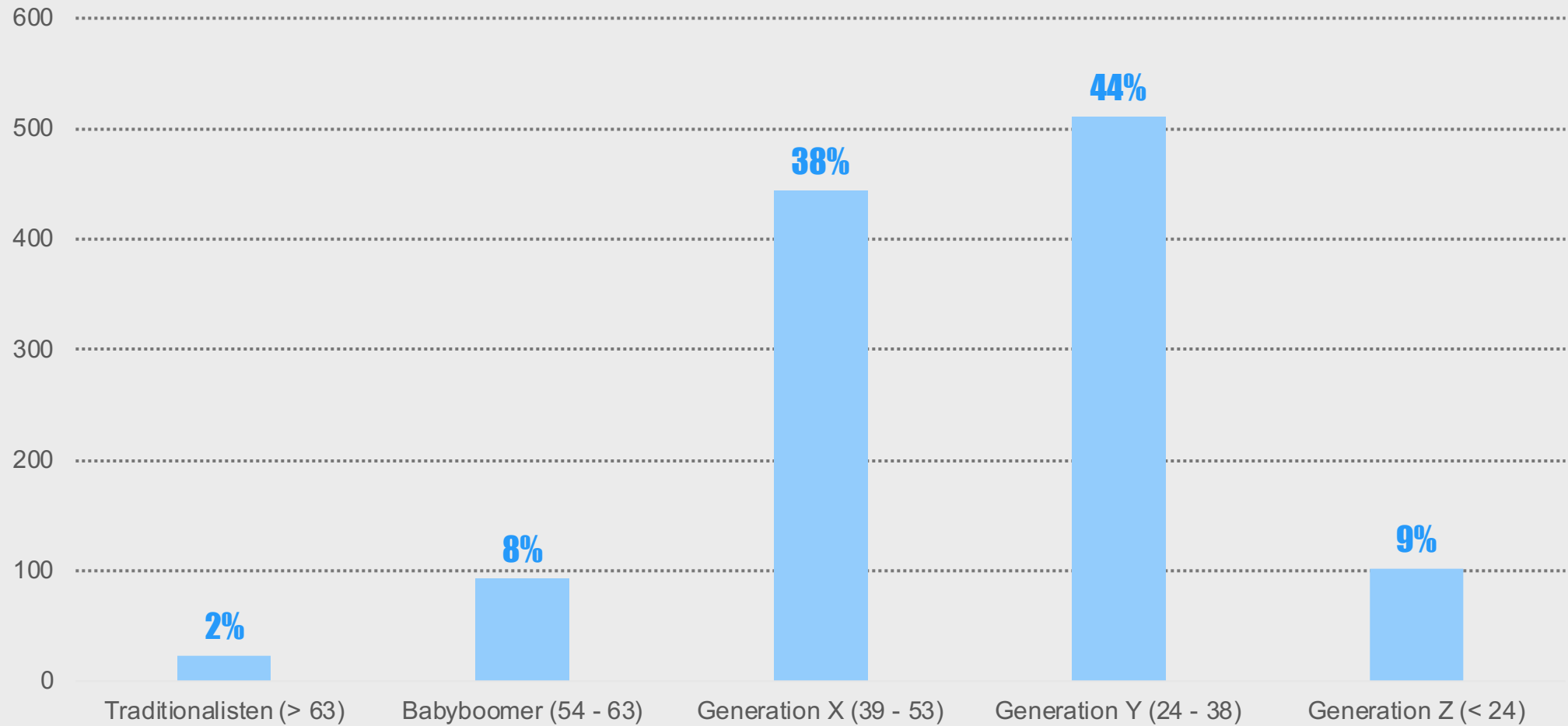
Einfachnennung



n = 1.173

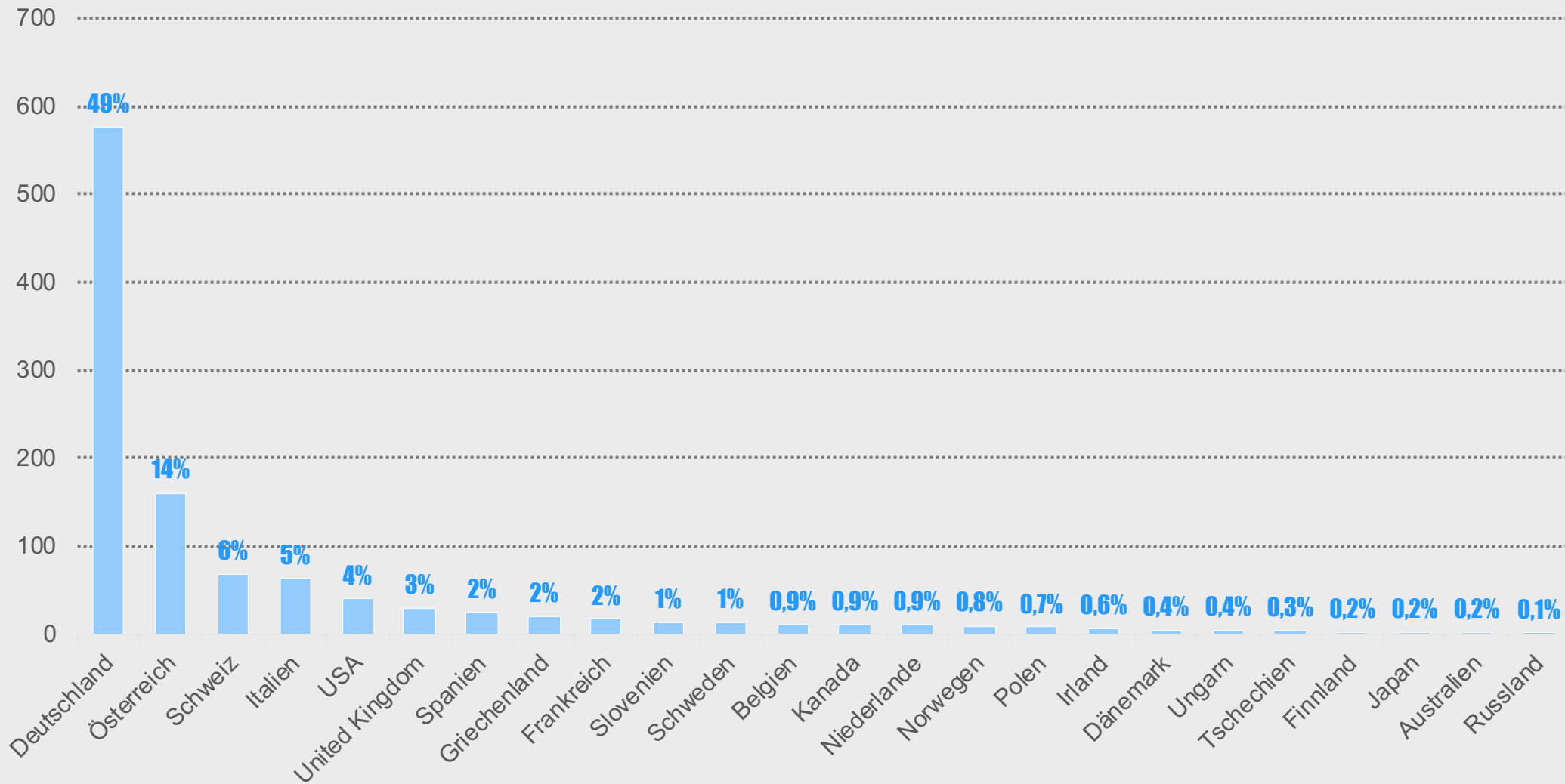
Generationen

Einfachnennung



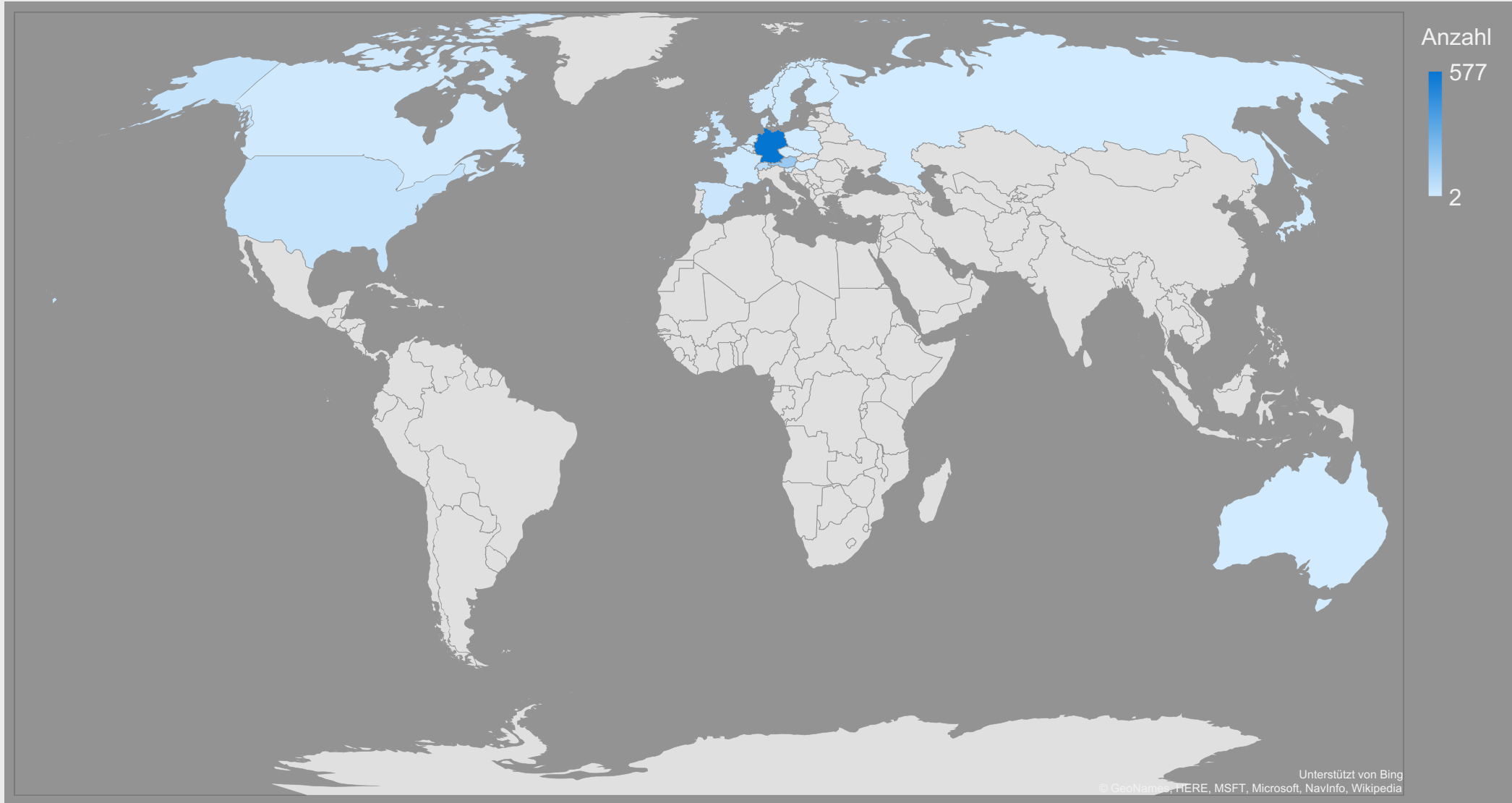
n = 1.173

Herkunftsland



n = 1.173

Herkunftsland



n = 1.173



in Zusammenarbeit mit



Messe München
Connecting Global Competence

ISPO
Accelerating Sports

