

Outdoormarktzahlen 2022/2023

Markt bleibt auf einem stabilen Niveau – Zuwächse gibt es bei den Sportarten Skitouren, Klettern und Trailrunning – Entschlossene Schritte in Richtung Klimaneutralität

- Der Outdoorsportartikelmarkt ist ein wachsender Markt für die Sportartikelbranche: **Ein Viertel des Umsatzes** im österreichischen Sportfachhandel wird mit **Outdoorsportartikeln** erwirtschaftet
- Nach den Umsatzspitzen der letzten zwei Jahre gibt es einen **leichten Seitwärtstrend** – in einzelnen Produktkategorien gibt es sogar deutliche **Zuwächse**
- Insgesamt wurden rund **596 Millionen EUR (-4%)** mit den Hineinverkäufen in den Sportfachhandel umgesetzt
- Trend zum Trailrunning im Sommer: **367.000 verkaufte Trailrunningschuhe (+7%)** mit einem **Durchschnittspreis von 124 EUR** und einem **Gesamtumsatz von 45,8 Millionen EUR**
- Klettern wird zum Ganzjahressport: **64.000 verkaufte Kletterschuhe (+54%)** mit einem **Durchschnittspreis von 112 EUR** und einem **Gesamtumsatz von 7,1 Millionen EUR**
- Im Winter steigt die Nachfrage nach Skitouren: **57.000 verkaufte Tourenskischuhe** mit einem **Durchschnittspreis von 545 EUR** bei einem **Lebenszyklus von etwa 5 Jahren** und einem **Gesamtumsatz von 31 Millionen EUR** – dazu kommen **44.000 PIN-Bindungen** und **1.500 Touren-Bindungen**
- Die **Nachhaltigkeit** von Produkten ist im Sportfachhandel bei Outdoorsportartikeln zum starken **Verkaufsargument** geworden – dementsprechend gestaltet die Industrie ihre **Produktionsprozesse und -verfahren** um und fördert die **Kreislaufwirtschaft**

Wien, 25. Oktober 2023. Immer mehr Menschen ergreift die Leidenschaft für sportliche Aktivitäten in der Natur. Sie suchen Entschleunigung – egal, ob Einsteiger:innen, Hobby-Sportler:innen oder Spezialist:innen. Deshalb hat sich der Outdoorsport zu einem bedeutenden, ganzjährigen Geschäftsfeld für die Sportartikelbranche entwickelt. Trotz der wirtschaftlichen Herausforderungen in der Saison 2022/2023 konnte die Outdoorindustrie ihren Umsatz auf einem hohen Niveau halten, nachdem sie seit 2020 einen erheblichen Aufschwung verzeichnete.

Leichte Seitwärtsbewegung nach den Umsatzspitzen der Corona-Jahre

Der Outdoorsportartikelmarkt hat sich mit einem Umsatzanteil von 25 Prozent zu einem stabilen Wirtschaftsfaktor für die österreichische Sportartikelbranche entwickelt. Im Zeitraum vom 1. September 2022 bis zum 31. August 2023 verzeichnete die Outdoorsportartikelindustrie eine leichte Seitwärtsbewegung, ähnlich der allgemeinen Entwicklung im österreichischen Handel. Dennoch gab es Zuwächse bei einzelnen Produktgruppen. Insgesamt wurden 596 Millionen EUR (-4%) mit den Hineinverkäufen der Outdoorindustrie in den österreichischen Sportfachhandel umgesetzt. Dieser Umsatz verteilt sich auf Bekleidung (46% - 290 Millionen EUR), Schuhe (40% - 253 Millionen EUR) und Zubehör (14% - 90 Millionen EUR).

„Ob Laufen, Wandern oder Skifahren, Bewegung an der frischen Luft und in den Bergen tut uns allen gut“, betont Irina Andorfer, Sprecherin der ARGE Outdoor und Senior Sales Managerin Oberalp DACH (Markenhaus für SALEWA, DYNAFIT und weitere). „Mit einem leichten Auf und Ab ist nicht nur in der Wirtschaft zu rechnen, es ist sogar eine grundlegende Charaktereigenschaft des Sports. Was wir aber seit einigen Jahren beobachten ist die wachsende Begeisterung für Outdoor-Sportaktivitäten in allen Zielgruppen – der Outdoorsport ist in der Breite angekommen.“

Im Sommer zieht es Sportler:innen zum Trailrunning ins Gelände

Obwohl 2022/2023 insgesamt weniger Schuhe verkauft wurden (1,7 Millionen Paar, -9,6%), stieg der Absatz von Trailrunningschuhen um 7 Prozent. In diesem Zeitraum wurden etwa 367.000 Trailrunningschuhe verkauft, darunter 236.000 mit Membran bzw. Gore-Tex und 131.000 ohne. Mit einem Umsatz von 45,8 Millionen EUR ist die Kategorie der Trailrunningschuhe von großer Bedeutung für die

Outdoorindustrie.

Trailrunning im Gelände erfordert Schuhe, die Sicherheit, Leichtigkeit und Komfort bieten. Schuhe mit BOA-Schnürsystemen, reflektierenden Materialien und dicken Mittelsohlen mit starker Dämpfung sind besonders gefragt. Andorfer merkt an: „Besonders erfreulich ist, dass bei Trailrunning-Wettkämpfen in Österreich, insbesondere auf kürzeren Distanzen, rund 50 Prozent Frauen teilnehmen. Daher setzen einige Marken verstärkt auf spezielle Entwicklungsteams, um die Bedürfnisse von Frauen in ihren Produkten zu berücksichtigen und eigene Produktlinien für sie zu entwickeln.“

Klettern wird zum ganzjährigen In- und Outdoorsport

„Die Kletterhalle ist der einzige Berg in Österreich, der wächst“, so Andorfer. „Sie sind zu wichtigen Treffpunkten für die Kletter-Community geworden, die sich dort auch über das Klettern hinaus für Kaffee oder Yoga-Stunden aufhalten.“ Mit dem zunehmenden Angebot an Kletterhallen entwickelt sich Klettern nicht nur zum Ganzjahressport, es steigt auch die Nachfrage nach speziellen Boulderschuh. Der Absatz von Kletterschuhen ist 2022/2023 um 54 Prozent auf 64.000 Paar gestiegen, wobei die Sportler:innen durchschnittlich 112 EUR pro Paar ausgeben. Das bringt einen Umsatz von 7,1 Millionen EUR. Auf Produktebene erfreuen sich vegane Schuhe oder recyceltes Zubehör wie z.B. Kletterseile steigender Beliebtheit.

Skitouren hat sich zum Breitensport entwickelt

In den letzten Jahren haben zahlreiche neue Skitourengeher:innen die Sportart für sich entdeckt. 2022/2023 wurden rund 57.000 Tourenskischeuhe in Österreich verkauft (7.508 Stück mit GRIP Walk und 49.406 ohne GRIP Walk). Durchschnittlich zahlen Sportler:innen 545 EUR für ein Paar Tourenskischeuhe. Neue Entwicklungen gibt es im Bereich Touren-Bindungen, von den 45.500 Stück verkauft wurden: PIN-Bindungen erfüllen heute hohe Sicherheitsstandard und erfüllen alle Anforderungen beim Tourengehen. Die korrekte Montage der Bindungen im Sportfachhandel ist von entscheidender Bedeutung, um Verletzungsrisiken zu minimieren. Dieses Fachwissen lernen Sportfachhändler:innen z. B. durch Kurse an der VSSÖ-Akademie.

Die Outdoor-Sportler:innen setzen vermehrt auf Hybrid-Modelle, die Multifunktionalität bieten. Der Trend in der Skitourenausrüstung geht in Richtung Eigenverantwortung, sei es in Bezug auf die Nachhaltigkeit der Produkte oder auf die Sicherheit. Andorfer erklärt: „Nachhaltige Skitourenausrüstung umfasst ressourcenschonende Rohstoffe, Kreislaufwirtschaft und die Produktionsbedingungen. Die Outdoorindustrie setzt einerseits auf ‚Made in Europe‘ mit klimaschonender Produktion und kurzen Transportwegen. Andererseits werden die Produktionsländer und Fabriken nach den Arbeitsbedingungen und Know-how ausgewählt. Bei Textilien werden vegane und recycelte Daunen eingesetzt. Schuhe werden durch den Einsatz neuer Materialien und Technologien nicht nur klimafreundlicher, sondern auch leichter und temperaturresistenter.“ Die Kund:innen im Sportfachhandel legen vermehrt Wert auf Sicherheitsbindungen bei Tourenbindungen, insbesondere nach schlechten Erfahrungen mit Verletzungen. Auch der Markt für Lawinenausrüstung, wie Lawinenverschüttetensuchgeräte oder Lawinenairbag-Rucksäcke, wächst.

Die Outdoorindustrie übernimmt Verantwortung

„Es liegt in der Verantwortung der Outdoorindustrie, Produkte ressourcensparend und klimaschonend herzustellen. Es gibt verschiedene Initiativen von Handel und Industrie, um den Klimaschutz voranzutreiben und Veränderungen zu bewirken“, so Andorfer. „Unsere Kund:innen setzen nachhaltige Produkte inzwischen sogar voraus. Sie achten auf die Herkunft, die verwendeten Materialien und die CSR-Bemühungen der Marken“. Das Ziel ist, den CO₂-Ausstoß so weit wie möglich zu minimieren. Dazu werden neben Energieeinsparungsmaßnahmen und Erneuerbaren Energien neue Technologien und -prozesse eingesetzt, um Schadstoffe zu vermeiden, die Langlebigkeit der Produkte zu erhöhen und diese recycelfähig zu machen.

Die Verwendung von organischen oder recycelten Materialien ist nahezu Standard in der Outdoorindustrie. Unternehmen gehen darüber hinaus und verfolgen die Idee einer vollständigen Kreislaufwirtschaft, bei der Schuhe vollständig zerlegt und wiederverwendet werden können. Garantien von bis zu 10 Jahren und eigene Reparaturwerkstätten sind in diesem Zusammenhang von großer Bedeutung. Die Verwendung von organischen oder recycelten Materialien ist nahezu Standard in der Outdoorindustrie.

„Die Outdoorsportartikelbranche ist eine der innovativsten Branchen, die es schafft Begeisterung zu entfachen“, fasst Andorfer zusammen. „Bewegung in der Natur trägt nicht nur zur körperlichen und geistigen Gesundheit bei, sondern die Branche verfolgt auch das Ziel, hochwertige und nachhaltige Produkte zu entwickeln. Hierbei arbeiten wir eng mit Spitzensportler:innen und Umweltexpert:innen zusammen. Als Branche stehen wir hinter diesen Prinzipien und freuen uns, dass sie von den Outdoorsportler:innen aktiv nachgefragt werden.“

Rückfragehinweis

Verband der Sportartikelerzeuger und Sportartikelhändler Österreichs – VSSÖ

Silva Leschner
Kommunikation & PR
Tel: +43 664 3456337
silva.leschner@vssso.at

Über den VSSÖ

Der Verband der Sportartikelerzeuger und Sportartikelhändler Österreichs (VSSÖ), 1949 gegründet, ist eine gemeinnützige Institution mit der Ausrichtung, das Ansehen der Sportbranche zu fördern und die Interessen der Mitglieder sowohl national als auch international zu vertreten.

Zu den Kompetenzbereichen des VSSÖ gehören die Wahrung der gemeinsamen Interessen vor offiziellen nationalen und internationalen Gremien, die Herstellung oder Förderung des Kontaktes mit gleichartigen Organisationen im In- und Ausland, die Abhaltung von Fachausstellungen, die Errichtung eines Informationsdienstes für Mitglieder, die konzeptionelle Entwicklung von Bildungsmöglichkeiten für Mitglieder und auch die Bildung von Arbeitsgemeinschaften, die der Sportförderung dienen.

www.vssso.at

Über die ARGE Outdoor

Die ARGE Outdoor ist eine spezialisierte Interessengemeinschaft der österreichischen Outdoorsportartikelbranche, die im Jänner 2023 gegründet wurde und unter dem Dach des Verbands der Sportartikelerzeuger und Sportartikelhändler Österreichs (VSSÖ) agiert.

Zur ARGE Outdoor zählen die Firmen: **Hagan Ski GmbH, INTERSPORT AUSTRIA GmbH, La Sportiva S.p.A., LOWA Sportschuhe GmbH, LÖFFLER GmbH, Lukas Meindl GmbH & Co. KG, Mammut Sports Group AG, Martini Sportswear GmbH, Oberalp AG, ORTOVOX Sportartikel GmbH, Redlersports GmbH, SAIL & SURF Produktions- und Handels- GmbH, SALOMON, SCARPA Österreich, Schöffel Sportbekleidung GmbH, Sport 2000 Österreich, VAUDE Sport GmbH, Wintersteiger GmbH.**