

SHORT

Tyrolia: Tanner Hall setzt auf Peak-Bindung



Mehr Stabilität und verbesserte Kraftübertragung mit der Peak-Bindung.

Schwechat. Er ist einer jener Vorreiter, die das Wort „Skifahren“ für die jüngere Generation wieder cool gemacht haben: der US-Amerikaner Tanner Hall. Ab dieser Saison startet er mit den speziellen Tyrolia Freeride und Park & Powder Bindungen, „Peak“. Die „Peak“-Bindungsmodelle sind ein aufsteigender Stern auf dem Freeride Markt. Ihr außergewöhnliches und auffallendes Design und die optimale Performance machen diese Bindungen zu einem heiß begehrten Produkt in diesem Sektor. Beeindruckt von der Performance, den Adaptionen für die Ansprüche in Park & Powder und dem außergewöhnlich stylishem Design dieser Bindungen, kam die Anfrage von Tanner Hall selbst. Die Tyrolia Race Pro Ferse mit reduzierter Standhöhe, weniger Gewicht und ein extra breites Gleitelement sorgen für mehr Stabilität und eine verbesserte Kraftübertragung. Eigenschaften, die essenziell sind, wenn sich die Fahrer zu Topleistungen im Tiefschnee oder gewagten Stunts im Park pushen. Für mehr Individualität können für „Peak“-Bindungen unterschiedliche Bremsen gewählt werden (Wide Brake, Fat Brake, XFat Brake) von 97 mm bis hin zu 130 mm Breite.

European Ski Awards 2009 auf ispo vergeben



Salomon gewann dieses Jahr die Kategorie Ski Boots.

München. Auch in diesem Jahr vergab die ispo winter für die innovativsten Produkte aus dem Ski-Segment die European Ski Awards. Bewertet wurden die Produkte durch eine internationale Fachjury aus Medienvertretern, Mitgliedern des Fachhandels und unabhängigen Branchenexperten, die Sicherheit, bedienungsfreundliche Anwendung, Design und technische Aspekte beherzigten. Das innovative elektromagnetische System der Magnetic Vest von Rossignol bietet Kindern bei der Benutzung von Sesselliften einen Sicherheitsgewinn und wurde somit zum Gewinner der Kategorie Active Kids gekürt. Der Watea von Fischer Sports erhielt den ersten Preis in der Kategorie Hardware (siehe nebenstehenden Artikel). In Skiwear gewann Ortovox, Salomon die Klasse Ski Boots, Bindung ging an Marker, und Scott dominierte die Kategorie „Others“.

Puma Die Zusammenarbeit mit Brandon im Rahmen eines Distributionsvertrags stellte die Weiche für die Übernahme

Die Wildkatze auf Aufriss

Langfristige Strategie soll eine der führenden Multicategory-Sportlifestyle-Marken sichern.

ALEXANDER PEER

Herzogenaurach. Das Sportlifestyle-Unternehmen Puma wird mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 2009 das Corporate Merchandising Unternehmen Brandon Company AB zu 100 Prozent übernehmen. Der Vollzug der Transaktion steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung der zuständigen Fusionskontrollbehörden. Durch die Akquisition des schwedischen Unternehmens stärkt Puma sein Kerngeschäft und expandiert in neue Geschäftsbereiche wie Merchandising und Event Marketing, wodurch sich qualitative Synergien in allen Kategorien ergeben.

Zusammenarbeit schon 2008

Die in Göteborg ansässige Brandon Company AB hat sich auf Corporate Merchandising und Event Marketing spezialisiert und zählt

renommierte Unternehmen zu seinen Kunden. Brandon beschäftigt derzeit 115 Mitarbeiter und hat acht Standorte, unter anderem in Schweden, Deutschland, Hongkong, Großbritannien und in den USA. Puma und Brandon arbeiten bereits seit Anfang 2008 im Rahmen eines Distributionsvertrags für das Merchandising der offiziellen Volvo Ocean Race-Kollektion erfolgreich zusammen.

Die Akquisition bietet Puma ein langfristiges Wachstumspotenzial, hat aber keinen signifikanten Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage. Puma verfolgt ehrgeizig das langfristige Ziel, zum begehrtesten Sportlifestyle-Unternehmen zu werden. Derzeit läuft die so genannte Phase IV der langfristigen Unternehmensentwicklung, die 2006 begonnen hat und die Stärkung als eine der führenden Multicategory-Sportlifestyle-Marken bezweckt.



Die Puma-Zentrale im bayrischen Herzogenaurach weitet das Geschäftsfeld aus.

Harper & Fields Maßkonfektionär kommt auf Wunsch ins Büro oder nach Hause und nimmt Maß

Franchisemodell soll expandieren

Salzburg. „Bis zum Ende 2009 peile ich österreichweit 15 Franchise-Partner an. Ein realistisches Ziel, schließlich ist der Eigenkapitalbedarf mit 9.950,- Euro eher gering und durch das Home-and-Office-Service gibt es keine weiteren Investitionen oder Lagerhaltungskosten“, erklärt Wolfgang Pichler, Master-Franchisenehmer Österreich, die Geschäftsidee.

Atelier in Salzburg

Mit rund 50 Partnern in Deutschland ist die englische Traditionsmarke, die 1874 entstand, bereits erfolgreich am deutschsprachigen Markt etabliert. Das Angebot von Harper & Fields ist groß: Anzug, Cut, Frack, Mantel, Hemden und



v.l.n.re.: Wolfgang Pichler, Bgm. Helmut Mödlhammer und Veronika Gstrein.

die passenden Accessoires wie Krawatte, Stecktuch und Schuhe – alles aus einer Hand. Feine Stoffen namhafter Hersteller wie Loro Piana, Ermengildo Zegna, Holland & Sherry u. a. bürgen für Qualität. Eine Besonderheit ist das Home- und Office-Service: Ein Maßkonfektionär kommt auf Wunsch ins Büro oder nach Hause und nimmt Maß. Der Kunde kann seinen Anzug individuell zusammenstellen, die Daten werden gespeichert und liegen für die nächsten Einkäufe sofort bereit. Aber auch der Besuch des Showrooms hat etwas für sich. Wie die jüngste Veranstaltung im Atelier in Salzburg zeigt: Am Donnerstag, den 29.1.2009 kam viel Prominenz, um sich von Kopf bis Fuß neu zu kleiden.

Fischer Sports Geschäftsverlauf ist zufriedenstellend Watea sorgt für besseren Auftrieb

Ried im Innkreis. „Powder Hull“ heißt die für Freeride Freaks entwickelte Technologie, für die der „Watea 101“ 2009 mit dem „European Ski Award“ gekürt wurde. Abgeleitet aus dem Speed-Boot-Bau verdrängt die bugähnliche Schaufel ein Vielfaches an Schnee. Mit dem Ski ist so ein starker Auftrieb gegeben. Sein gutes Steuerverhalten hat der Watea der dritten Kante zu verdanken, die im Schaufelbereich mittig verläuft. Mit seiner Neuheit lässt der Ski noch schnelleres Fahren und präzisere Spurführung zu.

Lochski-Technologie kommt

Der Fischer Lochski-Technologie kommt jetzt für jeden Racer. Sie sorgt für ein ruhigeres Fahrverhalten. Professionelle Erfahrungen aus dem Weltcup fließen in die Entwicklung der RC4-Linie von Fischer mit ein und sind ein Garant für die Performance. Die Lochskitechnologie, die sich im Weltcup bereits durchsetzen konnte, sorgt mit Gewichtsreduktion an Skispitze und Skiende für verbessertes Dreh- und Steuerverhalten sowie eine ruhigere Skiführung. Der Ski

nimmt Rippen und Schläge nicht so stark auf und ist damit besser zu führen.

„Fischer hat besonders im oberen Preissegment, das wir auch in Krisenzeiten als stabil einschätzen, eine sehr gute Position - wir erwarten keine signifikanten Einbrüche. Generell wird unser Geschäft wesentlich mehr von der Schneelage beeinflusst als von einer Finanzkrise“, kommentiert CEO Jan Hein Habes die aktuelle Lage.



CEO Jan Hein Habes setzt auf die innovative Kraft der Fischer-Technologie.

C&A Sechs Filialen sollen heuer in Österreich eröffnen Expansion zum Schwarzen Meer

Wien. C&A wird die Filialexpansion auch 2009 fortsetzen und in Österreich voraussichtlich sechs neue Geschäfte eröffnen. Der internationale Modeanbieter zählt aufgrund des guten Preis-/Leistungsverhältnisses seiner Produkte und seiner Kontinuität zu den Säulen am Markt.

Dies ist in Zeiten wie diesen, in denen viele vom bösen „K“-Wort und Konsumzurückhaltung sprechen, nicht selbstverständlich. C&A feiert in diesem Jahr 25-jähriges Firmenjubiläum in Österreich; die erste Filiale wurde 1984 in Wels eröffnet. Das Unternehmen mit Sitz in Wien beschäftigt in Österreich mehr als 2000 Mitarbeiter.

Expansion nach CEE

Von Österreich aus wird - von den aktuellen Turbulenzen nahezu unbeeinflusst - die Expansion in die osteuropäischen Länder vorangetrieben. Dazu Herbert Asamer, Unternehmenssprecher von C&A in Österreich: „In Tschechien gingen wir 1999 auf den Markt, in Polen sowie Ungarn 2002 und in der Slowakei sowie Slowenien 2007. Ins-

gesamt ist C&A damit bereits 242 mal in CEE vertreten. Im Frühjahr 2009 werden wir mit österreichischer Unterstützung die ersten Filialen in Rumänien eröffnen. Im Herbst starten wir in Kroatien mit den ersten Geschäften.“

C&A wird dann in 18 europäischen Ländern vertreten sein. Weiters ist C&A Ausstatter von Austria's next Topmodel und Franziska von Almsick wird heuer in den TV Spots vertreten sein.



C&A-Unternehmenssprecher Herbert Asamer nimmt jetzt Rumänien ins Visier.