



photo: Slytech

## SNOWBOARD RENTAL : EIN ANGESAGTER TREND

Obwohl es jedes Jahr mehrere Millionen Touristen in die Berge zieht, die vor allem einen entspannten Urlaub genießen wollen, ist der Snowboardverleih nach wie vor ein großes Tabu in der Szene. Eine wichtige Notwendigkeit, um das coole Image zu erhalten oder antiquiertes Artefakt aus längst vergangener Zeit, als wir noch gegen die dunkle Seite mit den Doppellatten kämpfen müssen? **Anna Langer forscht nach.**

Wenn man sich in der Snowboard-Core-Szene unbeliebt machen will, muss man nur nach Rental Boards fragen. Früher von Skigebieten ausgeschlossen und gegen den Mainstream kämpfend, ist es mehr als verständlich, dass Snowboarder etwas gegen „Außenseiter“ hatten, die sich in ihre Bastion drängen wollten. Und jemand, der nicht mal ein eigenes Brett hat, kann wohl kaum ‚Core‘ sein, oder? Allerdings hat sich die Situation seither drastisch geändert – nicht nur die äußeren Umstände, auch die Leute selbst. Bei unbeständigen Bedingungen und steigenden Preisen kann es wirtschaftlicher sein, sich jedes Jahr für eine Woche ein Board zu leihen als alle paar Jahre ein neues zu kaufen, das man gar nicht oft fahren konnte. Besonders wenn uns jede Saison neue Technologien und Innovationen den Kopf verdrehen.

Die Firmen spüren diese Veränderung auch. „Anfangs waren wir sehr vorsichtig mit unserem Einsatz beim Rental. Das war früher das, was Ski- oder Multisportmarken gemacht haben, keine echte Snowboardfirma wie Nitro“, meint Team und Marketing Manager Andi Auerhammer. „Für viele authentische Marken war Verleih etwas, womit sie nichts zu tun haben wollten. Sie wollten ihr cooles Image schützen und nicht mit Produkten assoziiert werden, die definitiv

NICHT cool waren.“ Max Thurner, Marketing Manager bei Head Snowboards, führt das auf eine gewisse Uniformität in der Industrie zurück: „Die Core-Szene ist ziemlich geschlossen und lässt wenig Spielraum für Dinge, die nicht als cool gelten – wie den Verleih.“ Denn genau dafür ist der Verleih optimal, wie man auch bei Burton findet: „Wir engagieren uns stark dafür, Snowboarden so vielen Leuten wie möglich zugänglich zu machen und der Verleih ist der beste Weg dafür. Wir haben umfangreiche Einsteigerprogramme für Jugendliche, Frauen und Männer und bauen sowohl unsere Kollektion als auch unser Marketing darauf auf.“

Doch die Zeiten ändern sich und mit ihnen das Verhalten der Kundschaft, ist Salomons Marketing Manager David Pitschi aufgefallen. „Heute ist es nicht mehr verpönt, Ausrüstung zu leihen. Sie zu kaufen, kostet viel Geld und drückt das gesamte Freizeitbudget. Durch die steigenden Kosten für Sperrgepäck und Übergewicht beim Fliegen wird es noch sinnvoller, sich im Urlaub ein Brett zu leihen. Denn die Produkte haben sich weiterentwickelt und es gibt tolle Modelle zu leihen, die alle Ansprüche erfüllen.“ Das bedeutet auch, dass es „nicht mehr nur Anfänger, sondern auch fortgeschrittene Fahrer sind, die sich

---

*Bei unbeständigen Bedingungen und steigenden Preisen kann es wirtschaftlicher sein, sich jedes Jahr für eine Woche ein Board zu leihen als alle paar Jahre ein neues zu kaufen, das man gar nicht oft fahren konnte. Besonders wenn uns jede Saison neue Technologien und Innovationen den Kopf verdrehen.*

---



*„Bei uns werden oft ganz bestimmte Boards angefragt, die sich die Kunden aussuchen, um neue Bauarten und Technologien auszuprobieren. Viele leihen sich während ihres Aufenthalts verschiedene Bretter aus und nehmen am Ende eines mit nach Hause.“* **Corinne ‘Cozza’ Mayhew, Tignes Spirit Shop.**

Ausrüstung leihen, da sie aus tollen Produkten wählen können,“ so Max. „Das macht auch das Reisen viel leichter, da man nicht mehr alles selbst mitschleppen muss.“

Ein weiterer Faktor sind die Bedingungen und der Schnee, der jedes Jahr später fällt. „Wenn die Kunden glauben, dass ihr Winter recht kurz ist, leihen sie sich lieber etwas. Wenn der Winter dagegen schon früh beginnt, kaufen die Leute auch am Anfang der Saison schon mehr“, erklärt Andi, zumal die Zahlen des von Nitro entwickelten Rental Programms „stetig steigen.“

#### **BOARDS**

Kein Wunder, denn Verleihe in ganz Europa berichten von einer zunehmenden Anzahl bestens informierter Kunden, die gezielt nach bestimmten Produkten fragen. Boris Keskinovic vom Intersport Shop und Verleih am Stubaier Gletscher nennt Nitro als eine der Top-Marken und beobachtet, dass viele Kunden nach speziellen Firmen und bekannten Namen fragen. Sein Kollege Luggi von der Filiale in Fiss Ladis macht dagegen konträre Erfahrungen: „Bei uns sind die kleineren Insider-Marken mehr gefragt, so wie GoodBoards oder Amplid.“ Den gleichen Trend spürt man in Frankreich, wo Corinne ‘Cozza’ Mayhew vom Tignes Spirit erzählt, dass „die meisten Leute vor allem auf die kleineren, unabhängigen, von Ridern geführten Brands stehen. Entsprechend sind unsere Endeavor und Signal Boards hoch im Kurs.“

Gleichzeitig sind die Kunden begierig, neue Technologien und Innovationen auszuprobieren, bevor sie die Katze im Sack kaufen. Über die Webseite werden bei Tignes Spirit „oft ganz bestimmte Boards angefragt, die sich die Kunden aussuchen, um neue Bauarten und Technologien auszuprobieren. Viele leihen sich während ihres Aufenthalts verschiedene Bretter aus und nehmen am Ende eines mit nach Hause.“ Wer als Marke darauf eingeht und neben Einsteiger- auch High-End-Modelle im Verleih hat, kann einen ganz neuen Kanal anzapfen, neue Unterstützer und Fans zu begeistern. „Die Kunden haben heute höhere Ansprüche an das Material, das sie ausleihen, egal, wie alt sie sind. Sie erwarten, das Beste zur Verfügung zu haben, was der Markt hergibt – nicht nur die Billigware“, bestätigt David. Max fügt hinzu, dass es entscheidend ist, „dass der Verleih-Kunde das bestmögliche Erlebnis hat, damit er wiederkommt. Das bedeutet, das Produkt, das er bekommt, muss perfekt passen, richtig auf ihn eingestellt sein, gut aussehen (keiner will nach Verleih ausschauen) und einfach zu benutzen sein.“ Die Verlagerung hin zu „hochwertigeren, ‘cooleren’ Rental-Produkten“ spürt man auch bei Nitro, „wobei die Hürde

mitunter auch an den Verleihen selbst liegt. Die versuchen ihr altes Sortiment solange wie irgendwie möglich zu ‘melken’, anstatt in neue Ausrüstung zu investieren“, bedauert Andi.

Somit ist es umso wichtiger, die Faktoren zu berücksichtigen, mit denen ein Verleih steht und fällt, wie ein schneller, unkomplizierter Wechsel. „Zeit ist Geld für einen Verleih. Jede Minute, die sie beim Einstellen und Herrichten sparen können, hilft ihnen dabei, mehr Sets zu verleihen. Dafür haben wir unser Farbsystem für Boots und Bindungen sowie unser Quick Disc System entwickelt“, erklärt Andi. Und auch für die Kunden, die sich einen teuren Skipass gekauft haben: „Einfach erkennbare Größen und leichtes Bedienen sowie Einstellen machen es Händlern und Kunden leichter, vor allem beim allersten Mal,“ heißt es bei Burton. Außerdem muss Verleihmaterial robust und beständig sein, ohne danach auszusehen, was den Abschied von Gummikappen für Nase und Tail bedeutet. „Wir bieten solche Protektoren zwar als Aftermarket Option an, haben will sie aber kaum noch jemand“, erklärt Andi und David stimmt zu: „die Kunden wollen nicht, dass ihre Ausrüstung RENTAL schreit, wenn sie mit ihren Freunden fahren gehen.“

#### **BOOTS & BINDUNGEN**

Obwohl der Großteil Sets leiht, sind Boards und Bindungen auch separat erhältlich. „Es gibt immer Leute, die überzeugt sind, dass sie nur Snowboarden können, wenn’s die eigene Bindung ist. Stellt kein Problem für uns dar!“ lacht Luggi aus Fiss Ladis. Gelegentlich werden sogar Hardboots mit entsprechender Bindung ausgeliehen.

Luggi fügt hinzu, dass „Hygiene immer wichtiger wird. Boots, die nicht richtig desinfiziert sind, kommen nicht gut an!“ Das gilt auch für Protektoren, die im Verleih immer beliebter werden, aber gewisse Herausforderungen mit sich bringen. „Helme sind besonders schwierig, da sie im Shop viel Platz brauchen und ständig gereinigt werden müssen. Deshalb haben wir zusammen mit unserem Partner Montana ein System entwickelt, das Lagerung, Verleih und Reinigung kinderleicht macht“, erklärt Max.

#### **AUSBLICK**

Die Einstellung gegenüber dem Rental Business verändert sich auf Seiten der Kundschaft und der Hersteller. „Es ist ein wichtiger Teil des Geschäfts geworden und wird mittlerweile auch so angesehen“, sagt David. Immerhin macht laut Max „der Verleih bis zu 30 Prozent des Markts aus.“ Ein ziemlicher Brocken, den man nicht aus falschem Stolz oder Vorurteilen ungenutzt lassen sollte.

