

All in

Black

Ski- und Outdoor-Bekleider Schöffel engagiert sich seit zehn Jahren in der Schweizer Ski- und Schneesportszene und rundet diese Bemühungen nun als Ausrüster der Swiss-Ski-Teams Skicross, Aerials und Moguls ab. «Athleten sind Vorbilder unserer Kinder. Die Sparte Freestyle ist ausserdem von viel Dynamik geprägt und kampfbetont. Das passt zu uns», bringt es Peter Jud, Geschäftsführer von Schöffel Schweiz auf den Punkt.

FOTOS: B.S. ERIK VOBELSANG





M

an könnte nun fragen: Wieso wurde für die Wärmebekleidung die Farbe Schwarz gewählt? «Bei keiner anderen Farbe ist das Spektrum so breit», sagt Peter Jud. «Sie wirkt kraftvoll, hochwertig und nachhaltig.» Alleine die Farbe macht noch keine Sieger, das weiss der Geschäftsführer von Schöffel Schweiz.

Es braucht das beste Team

2008 war es, als Peter Jud die neue Funktion bei Schöffel Schweiz annahm. Das Produkt eines deutschen Unternehmens, das seit Anbeginn von der Familie geführt wird, hatte damals in der Schweiz wenig Ausstrahlung. Jud suchte diese Herausforderung: «Wer etwas bewegen will, der braucht die richtigen Leute und den richtigen Partner.» Im appenzellischen Teufen richtete sich Schöffel Schweiz ein und verdoppelte in den letzten Jahren den Mitarbeiterbestand von sechs auf 13 Leute. Peter Jud setzte auf eine langfristige Strategie, die einerseits den Bekanntheitsgrad der Marke erhöhen sollte und andererseits sich natürlich in einem wesentlich höheren Absatz widerspiegeln sollte. «Dazu braucht es viel Freude und das beste Team der Welt.» Man muss wissen: Peter Jud versprüht eine optimistische Grundhaltung, die geradezu ansteckend wirkt.

Schritt 1: Die Skiclubs

Wo also sollte der «Feldzug» von Schöffel beginnen und vor allem: wohin sollte er führen? Peter Jud, selber ein begnadeter und begeisterter Skifahrer, weiss wo die Talente geschmiedet werden: im Skiclub. «Das war mein erster Lösungsansatz», erinnert er sich. Also sollte seine eigene Begeisterung für das Produkt und den Skisport sich wie ein Bazillus auf die Skiclubs übertragen, so sein Ansinnen. Schöffel Schweiz rüstete also zu guten Konditionen Skiclubs, landauf, landab, aus. Für den zweifachen Fa-

milienvater ist klar: «Wenn wir den Sport und die Jugend nicht sichern, so können wir als Bekleidungsmarke auch nicht überleben.»

Schritt 2: Die Schneesportschulen

Wer sind die Botschafter für unser Skisportland? Peter Jud stellt die Frage und verneint nicht, wenn sein Gegenüber ebenso fragend antwortet: «Unsere besten Skifahrer, vielleicht?» «Ja», erwidert Jud. «Das ist ein Ansatz. Aber Botschafter sind für mich auch die Hunderten von Schneesportschulen in der Schweiz und Tausenden von Schneesportlehrern.» Also machte sich Peter Jud auf und versuchte mit gleichem Elan wie bei den Skiclubs, auch Schneesportschulen für sein Vorhaben zu begeistern. Am Schluss waren das 60 bis 70 an der Zahl. Schneesportlehrer wurden so auch zu Markenbotschaftern und für den Schweizer Geschäftsführer von Schöffel hiess das: «Unsere Textilien erleben nun auch einen echten Härtestest.» Die Schneesportlehrer sind bei jedem Wind und Wetter draussen. Und? «Wir haben den Test bestanden», sagt Jud und lacht schallend.

Schritt 3: Die Bergbahnen

Die Geschichte des Wahl-Bündners ist noch nicht zu Ende. Er hebt den Zeigefinger fragend

vor dem Mund: «Wer trägt uns sonst noch in die Welt hinaus?» Er gibt die Antwort gleich selber: die Bergbahnen bzw. deren Mitarbeitende. «Auch das sind wieder überaus professionelle Partner. Sie sagen uns auch, wenn an unserer Bekleidung etwas fehlt.»

... und ab auf das Podest

Schöffel als Bekleidungshersteller kennt man eigentlich in der ganzen Welt. Die Marke lebt über Generationen – seit über 200 Jahren genau. «Das verpflichtet», so Peter Jud. Wenn er mit «seiner» Marke in der ganzen Schweiz herumweibelt, so hat er auch immer dieses Commitment mit im Gepäck. Die Reise geht weiter. «Jetzt», sagt er und setzt wieder zu seinem befreienden Lachen an, «stimmt deine These. Nun sind wir da, wo die Talente geschmiedet und Medaillen gewonnen werden – direkt am Puls der Athleten, welche auf der ganzen Welt unsere Botschafter sind.» Ob auf Buckelpisten (Moguls), auf der Schanze (Aerials), im Skicross.

Wie geht die Geschichte weiter? Peter Jud runzelt einen Moment die Stirn. «Sie wird weitergehen. Und ich erhoffe mir, dass wir weiterhin auf viele Endkonsumenten zählen dürfen, die unsere Leistung und Qualität schätzen. Dafür bin ich dankbar!»

JOSEPH WEIBEL >

Spektakel und Erfolge

Es waren aufregende Läufe um den Einzug ins Skicross-Finale der Olympischen Spiele in PyeongChang (Südkorea). Skicross: die komplette Skisportart schlechthin; Adrenalin und Spektakel ist garantiert. Im Sog des Erfolgs sind auch die Schweizer Athletinnen und Athleten. Vor dem Start in die neue Saison haben wir Olympia-Bronzemedailengewinnerin Fanny Smith, Vizeolympiasieger Marc Bischofberger und Cheftrainer Ralph Pfäßli auf den Puls gefühlt.

Skicross ist spektakulär und die Schweizer mischen ganz vorne mit. Trotzdem nimmt man diese Skidisziplin mehr oder weniger nur alle vier Jahre anlässlich der Olympischen Spiele wahr. Was läuft falsch?

Fanny Smith: Es gab und gibt Fernsehübertragungen von Skicross-Events. Und die Einschaltquoten lagen zum Teil über alpinen Skirennen. Bei den Events haben wir oft einen grossen Publikumsaufmarsch. Das Interesse wäre also durchaus vorhanden. Bei uns wird es bekanntlich nie langweilig. Die Atmosphäre ist wirklich unglaublich während der Rennen. In dieser Saison haben wir die Chance, zwei Events in der Schweiz zu veranstalten, am 11. Dezember in Arosa und am 17. März in Vevey. Sie müssen wirklich kommen und uns unterstützen.

Ralph Pfäßli: Das stimmt. Skicross vereint alles für eine grosse Publikumssportart. Aber es fehlen halt die Klassiker wie im Alpinen das Lauberhorn oder Kitzbühel. Obwohl unsere Sportart zweifellos in die alpine Sparte gehört, geniessen wir auf FIS-Ebene diese Stellung nicht. Es stimmt aber sehr zuversichtlich, dass wir mit dem Nachevent in Arosa über einen Wettkampf zur Prime Time verfügen. Das ist schon mal ein Anfang. Dort ist auf der Sprintstrecke von lediglich 500 Metern für viel Action auf der Piste gesorgt.

Marc Bischofberger: Arosa zeigt die Richtung, um für das nötige Publikumsspektakel zu sorgen. Ich denke, dass wir – wie im alpinen Skisport – mit City-Events Skicross noch näher an das Publikum bringen könnten.

Ralph Pfäßli: In einem Bericht in der «NZZ» wurde die Frage aufgeworfen, wieso die FIS ständig nach neuen Formen suche, wenn doch mit dem Skicross eine durchaus attraktive Bereicherung der Saison vorhanden wäre.

Wie schwierig ist es, als Skicrossathlet Sponsoren zu finden?

Fanny Smith: Es ist sicher nicht einfach, aber meine Sponsoren ermöglichen mir, dass ich von den Einkünften mein Leben bestreiten kann. Natürlich frage ich mich auch: Wie ist es möglich, dass eine alpine Skiathletin mit der Nummer 30 in der FIS-Liste gleich viel verdient, wie ich als erfolgreiche Skicrosserin? Ich hadere aber nicht mit dieser Frage – ich bin zufrieden mit der von mir gewählten Sportart.

Marc Bischofberger: Ich habe vor einem Jahr den Schritt ins Profitum gewagt – und bis heute hat sich diese Veränderung für mich auszahlt. Meine verletzungsbedingte Pause hat mir den Abschluss meiner Polymechanikerlehre ermöglicht, sodass ich auf alle Fälle einen Abschluss in der Tasche habe. Bei der Sponsorensuche werde ich von einer Freundin unterstützt, die beruflich in dieser Sparte tätig ist. Eine solche Unterstützung ist nicht nur hilfreich, sondern sie ermöglicht mir, mich voll und ganz auf den Sport konzentrieren zu können.

Fanny Smith: Die Erfahrung von Marc kann ich nur unterschreiben. Auch ich ging anfänglich selbstständig auf Sponsorensuche. Heute werde ich ebenfalls dabei unterstützt.

Der Einstieg von Fanny Smith erfolgte extrem früh. Mit 17 war sie schon Gewinnerin eines olympischen Diploms...

Ralph Pfäßli: Als Fanny Smith einstieg, war ich noch die «personifizierte Skicross-Struktur» von Swiss-Ski. Wir waren nicht darauf vorbereitet, so junge Fahrerinnen an den Weltcup heranzuführen. Fanny Smith wagte dann den Alleingang erfolgreich mit einem Privatteam. Zwischenzeitlich geniessen unsere Sportart wesentlich mehr Unterstützung durch den Verband – auch wenn wir innerhalb des Verbands nach wie vor eine eher «kleine Nummer» sind.

Fanny Smith: Meine Überzeugung für die Sportart Skicross manifestierte sich schon sehr früh, sodass, wie Ralph es richtig sagt, eine Integration auf Weltcupstufe von der Logistik her nicht möglich war. Seit einem Jahr bin ich vollständig im Team integriert und sehr glücklich darüber.

Marc Bischofberger: Beim Einstieg in den Weltcup war ich älter als Fanny. Als ehemaliger Alpiner verspürte ich während einer Verletzungspause Lust auf Skicross. Schliesslich erhielt ich die Chance, FIS-Rennen zu bestreiten, und so in den Weltcup aufzusteigen. Ralph Pfäßli strahlte viel Vertrauen aus, was meiner Karriere sehr zuträglich war.

Erfolgt der klassische Einstieg nicht sowieso über den alpinen Skisport?

Ralph Pfäßli: Das ist zweifellos so. Wir setzen nach wie vor eine Grundausbildung voraus. Daraus ziehen wir dann die nötigen Schlüsse, ob jemand gute Ansätze für Skicross mitbringt. Skicross ist komplex, der den Athleten alles abverlangt und auch wichtige Entscheidungen in Sekundenbruchteilen erfordert – eine gute Skitechnik sowieso...

Fanny Smith: ... und gute Kondition! Wir bestreiten an einem Tag neben einem Trainingslauf auch die Qualifikation und bis zu vier Läufe im Finaltableau. Die Fahrzeit pro Lauf beträgt dabei bis zu anderthalb Minuten. Da kann man sich gut vorstellen, wie stark die Physis beansprucht wird.

Marc Bischofberger: Qualifizieren können sich nur die ersten beiden. Wer vorne mit dabei sein will, muss bis auf den letzten Meter alles geben.

INTERVIEW: PETER J. AEBI



FANNY SMITH



MARC BISCHOFBERGER



RALPH PFÄFFLI

Anzeige

 **mass-skischuh.ch**

Anzeige



Sport Schuh Fitting ... and you feel good!

Beim Skischuhspezialisten Michael Rieble erhalten Sie neue Skischuhe nach Mass oder individuelle Anpassungen für bestehende Skischuhe aller Marken.

Sport Schuh Fitting GmbH · Ennetbürgerstrasse 4 · Tel. 041 620 67 76 · 6374 Buochs



**CHRISTIAN ZINGG,
LEITER AUSTRÜSTUNGSWESEN SWISS-SKI**

Schöffel, unser Wunschpartner für Skicross, Aerials, Moguls

Seit dieser Saison ist Schöffel neuer Ausrüster der Sportarten Skicross, Aerials und Moguls. Die Traditions-marke aus Deutschland ist somit auch in der Schweiz im Leistungssport angekommen. Christian Zingg stiess im vergangenen Jahr als Leiter des Ausrüstungswesens Swiss-Ski dazu und leitete den Prozess der Evaluation für einen neuen Ausrüster.

Christian Zingg, Sie haben einen neuen Bekleidungs-ausrüster für die Freestylesportarten suchen müssen. Welche Kriterien spielen bei der Evaluation eine wichtige Rolle?

Christian Zingg: Eine Grundvoraussetzung ist, dass der Ausrüster über qualitativ hochwertiges Material, speziell bei der Wärmebekleidung, verfügt. Ausserdem muss die Marke unserem Credo entsprechend und nachhaltig im globalen Markt positioniert sein.

Und das ist bei Schöffel der Fall?

Auf jeden Fall. Wir durften uns mit dem Geschäftsführer Peter Jud an der ISPO im Februar das erste Mal austauschen. Uns wurde sofort klar, dass wir auf der gleichen Wellenlänge sind. Wir spürten vor allem bei Peter Jud wie auch Firmenchef Peter Schöffel, dass der absolute Wille da ist, einen Top-Job zu machen. Schöffel, das darf ich heute so sagen, war ein Wunschpartner für diese Sportarten.

Wie wurde die neue Marke in den Teams aufgenommen?

Zusammen mit den Entscheidungsträgern aus dem Bereich Leistungs-

sport wurde bereits im Vorfeld geprüft, ob Schöffel den Ansprüchen der drei Sportarten entsprechen wird. Somit wurde die Vorarbeit diesbezüglich getätigt. Als der Entscheid dann gegenüber dem Team kommuniziert wurde, spürten wir überaus positive Reaktionen. Es waren alle gespannt, wie Schöffel Schweiz seine Rolle als neuer Ausrüster leben und spielen wird. Mit dem Abgabe-Event in Saas-Fee im Oktober durch Peter Jud und sein Team wurde allen klar, wie authentisch und echt diese Marke ist. Die Athleten, Trainer und Betreuer wollen eine Marke, welche aus Überzeugung ausrüstet. Somit bin ich mir sicher, dass Schöffel als neuer Ausrüster auf alle Seiten einer Win-Win-Situation entspricht.

Die Rennanzüge der Ski Freestyle-Teams wurden bisher durch eine französische Textilfirma produziert und ausgeliefert. Bleibt diese Allianz?

Nein. In der heimischen Textilbranche steckt nach wie vor viel Know-how. Zudem arbeiten wir seit Jahren erfolgreich für den alpinen Bereich mit der Wams AG in Buchs SG zusammen. Sie beziehen den Stoff bei Schöller Textil, einem weiteren Schweizer Traditionsunternehmen aus Sevelen SG. Da ist es klar, dass eine Zusammenarbeit auch für die Skicross-Rennanzüge Sinn macht. Und damit ist die ganze Produktion des Rennanzuges zu 100 Prozent aus der Schweiz. Soviel Swissness macht uns sicher nochmals etwas schneller.

INTERVIEW: JOSEPH WEIBEL