

LIFESTYLE COLLECTION AREA: OUTDOOR ALS LEBENSSTIL

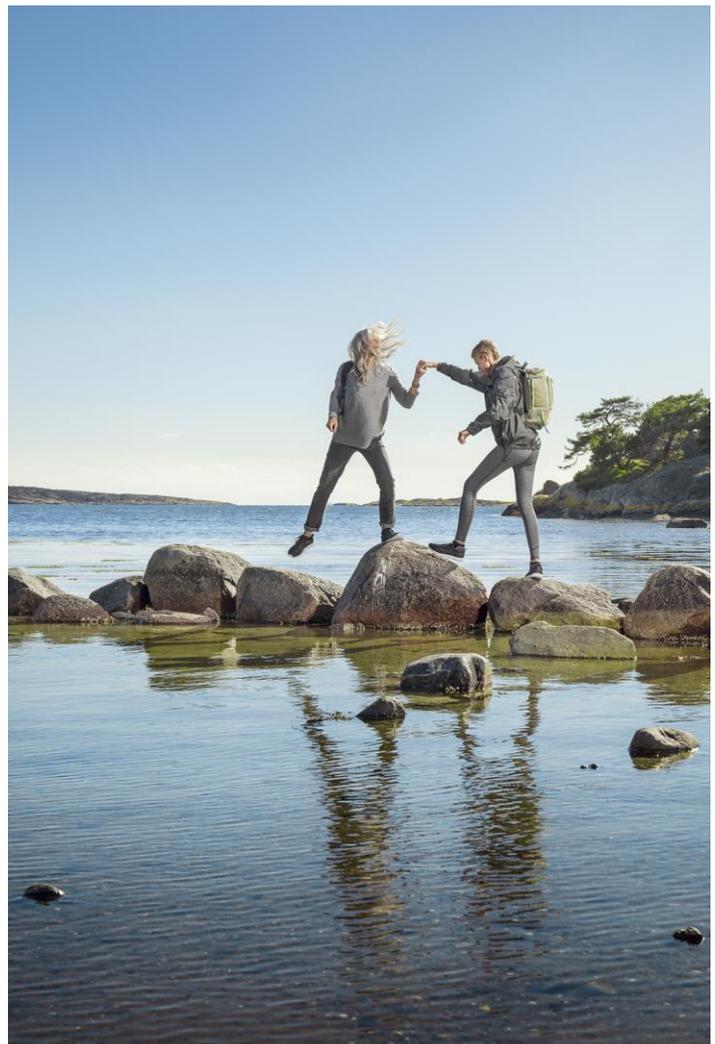
AREA ZEIGT LIFESTYLE-TRENDS AUS DEN BEREICHEN BEKLEIDUNG, SCHUHE UND ACCESSOIRES UND BRINGT GLEICHGESINNTE ZUSAMMEN



Outdoor, Alltag und Lifestyle - Athleisure Wear und Urban Fashion sind weder aus den Städten noch aus dem Outdoor-Markt wegzu-denken. Das umfassende Wachstumsthema Urban Lifestyle ist auch auf der OutDoor vom 17. bis 20 Juni 2018 Trendthema. In der Lifestyle Collection-Area zeigen die Aussteller, dass Outdoor mehr ist als nur draußen in der Natur zu sein. Es ist vielmehr ein Lebensstil, ein Mindset, das Verantwortung vor der Natur, Internationalität und einen lebenswerten Modestil verbindet. Neben der Präsenz von Outdoor-Produkten werden die Lifestyle-Trends aus den Bereichen Bekleidung, Schuhe und Accessoires für die Fachbesucher in all ihren Facetten präsentiert. Auch Start-Ups und Newcomer haben die Area für sich entdeckt.

Cheeki stellt hochwertige Edelstahlflaschen her und wagt den Sprung nach Europa. Die australische Firma ist erstmals auf der OutDoor in der Lifestyle-Area präsent. "Das passt zu uns, weil unsere Produkte nicht nur für den Weg zur Arbeit, zur Schule, für ein Picknick oder Sport sind und auch nicht nur zum Wandern oder Camping, sondern einen Lifestyle verkörpern", erklärt Simon Karlik, Director von Cheeki. Für Karlik sind die Trinkbehälter eine Lebenseinstellung. Das zeigt auch der Produktkatalog: Mit Cheeki-Flaschen kann man gegen die Plastikmüllberge vorgehen. Sie sind ein individuelles Statement gegen die Vermüllung der Meere. Cheeki ist Mindset - eine bestimmte Geisteshaltung, eine Art zu leben.

Der schwedische Hersteller Icebug zählt zu den langjährigen OutDoor-Ausstellern und präsentiert sich 2018 jedoch erstmals bewusst im Lifestyle-Areal. Deutschland-Chef Mathias Basedow sieht den traditionellen Outdoor-Look über dem Zenit: "Running, Camping, Klettern - das alles ist Lifestyle, man will aber nicht mehr unbedingt so aussehen, als wäre man gerade auf einer Expedition unterwegs. Wir brauchen auf Han-



dels- und Markenseite nun also Vorreiter, die sich designtechnisch vom Status quo lösen, ohne die Performance zu opfern." Der Schuhhersteller will diese Herausforderung annehmen und zeigt ein cleanes, stilvolles, skandinavisches Design bei den neuen Sneakern mit Performance.



Das Produkt und die Funktion sind auch im urbanen Umfeld wichtig, aber es steht noch für mehr: Das Mindset und die Mentalität, die dahinter steckt. Dazu zählt auch das Thema Nachhaltigkeit. So baut beispielsweise Hersteller Steinkauz auf Naturmaterialien als Funktionsträger. Loden, Wollfilz und Waxcotton. "Loden hat nicht nur großartige Klimaeigenschaften, sondern ist auch noch nachwachsend und als Naturprodukt biologisch abbaubar", argumentiert Markus Holthausen, CEO von Waldkauz/Steinkauz. Entscheidend für ihn: "Loden trifft einen wichtigen Nerv unseres heutigen Umweltbewusstseins und man kann sich auch außerhalb der Trekkingtour damit sehen lassen. Deshalb gehören wir in den Lifestyle-Bereich."



Lebenseinstellung Outdoor heißt auch immer Cross-Over. Nicht für jeden Auftritt ein eigenes Produkt, keine spezielle "Verkleidung" für jede gesellschaftliche Rolle. Cavida präsentiert auf der OutDoor ihre ausgefallenen Wave Hawaii Ponchos. "Sie wurden speziell für Outdoor konzipiert, aber lassen sich natürlich auch zu Hause, im Hallenbad oder der Sauna einsetzen. Mit unseren stylischen Designs treffen wir offensichtlich den Nerv der Zeit", sagt Geschäftsführer Carsten Raphael. Outdoor, Alltag und Lifestyle

gilt auch für die Sonnenbrillen von Slastik, die ebenfalls zu Cavida gehören. Raphael sieht sie als "außergewöhnlich stylisch" und "richtungsweisend". "Auch hier werden wir deutliche Aufmerksam-

keit erregen."



Die Lifestyle-Area auf der OutDoor will bewusst keine großen Flächenstände. "Das würde die Idee der Lifestyle-Area konterkarieren", erklärt Projektleiter Dirk Heidrich. "Kleine Stände, ein eigenständiger Standbau und die Möglichkeit für Neuaussteller, Start-Ups oder auch langjährige OutDoor-Aussteller, zu experimentieren und dabei maximale Aufmerksamkeit zu bekommen." Und so ist die Lifestyle-Area eine Ausstellung innerhalb der OutDoor. Von hochwertiger Funktionsbekleidung, über Rucksäcke, Zelte, Schlafsäcke und jede Menge Accessoires findet sich alles in dem Bereich - aber mit Stil und Verantwortung. Outdoor als Lifestyle. Die Geschichten hinter den Produkten stellen die Aussteller am Montag, 18. Juni um 17 Uhr beim Networking-Event "Tell us your story" in der Lifestyle Collection-Area vor.

Das Jubiläum der 25. OutDoor findet von Sonntag, 17. bis Mittwoch, 20. Juni 2018 statt und ist nur für den Fachhandel geöffnet.

Weitere Informationen unter:

www.outdoor-show.de und www.facebook.com/OutDoor.Show/.



Textination