

Globetrotter stößt an Wachstumsgrenze

Nach zweistelligen Zuwachsraten wagt der **Hamburger Outdoorspezialist** nur einen verhaltenen Ausblick. Computerpanne kratzt am Image

BOB GEISLER

HAMBURG :: Ein eigenes Kinderland für junge Abenteurer, Erlebniswelten mit Kletterwänden oder Wasserbecken zum Ausprobieren eines neuen Kajaks direkt im Geschäft: In den vergangenen Jahren war der Hamburger Outdoorspezialist Globetrotter immer für eine Überraschung gut. Dementsprechend glänzte der Ausstatter von Wanderern und Weltreisenden stets mit zweistelligen Zuwachsraten.

Doch in diesem Jahr scheint das Unternehmen langsam an die Grenzen seines Wachstums zu stoßen. „Verglichen mit den Vorjahren fällt unser Ausblick für das laufende Geschäftsjahr eher bescheiden aus“, sagt Unternehmenssprecher Jens Kreklau dem Abendblatt. Der Umsatz werde voraussichtlich von 225 auf 235 Millionen Euro steigen, ein Zuwachs von gut vier Prozent. Der Bau neuer Filialen ist für 2010 nicht geplant. „Die ganz großen Steigerungsraten wie in der Vergangenheit erwarten wir nicht mehr“, sagt der Sprecher.

Computerumstellung führte zu Lieferschwierigkeiten

Für einen Fehlstart ins laufende Geschäftsjahr hatte im Frühjahr eine misslungene Computerumstellung bei Globetrotter gesorgt. Kunden, die in den sonst gut sortierten Filialen der Kette nach einer neuen Jacke suchten, mussten in vielen Fällen feststellen, dass bestimmte Modelle oder Größen nicht auf Lager waren. Eine Nachbestellung nahm zum Teil mehrere Wochen in Anspruch. Ein Imageschaden für das Unternehmen, das sich bislang durch eine gute Beratung und ein besonders großes Sortiment von der Konkurrenz absetzen konnte. „Die Computerumstellung hat uns erhebliche Probleme bereitet“, räumt Kreklau ein. Vier Wochen habe es gedauert, bis alle Systeme wieder einwandfrei liefen.

Generell scheint der positive Trend im Outdoormarkt aber durchaus weiter intakt zu sein. Derzeit trifft sich die Branche zur größten Messe in Friedrichshafen am Bodensee. Mit 868 Aus-



Mit witzigen Ideen wie der gläsernen Kletterwand hat der Hamburger Outdoorspezialist Globetrotter in den vergangenen Jahren den Einzelhandel aufgemischt.

Foto: dpa

stellern – ein Plus von sieben Prozent – platzt die Messe einmal mehr aus allen Nähten. Europaweit stiegen die Erlöse nach Angaben des Branchenverbands European Outdoor Group (EOG) im vergangenen Jahr um zwei bis drei Prozent auf sechs Milliarden Euro. 1,6 Milliarden entfallen dabei auf Deutschland. Auch für 2010 sei man sehr positiv gestimmt, sagt EOG-Geschäftsführer Mark Held.

Die Branche setzt auf technische Neuerungen

Vor allem technische Innovationen sollen die Kauflust von Wanderern und Kletterern weiter anheizen. Mittlerweile gibt es kaum noch einen Abenteurer, der ohne GPS-Empfänger oder Navigationsgerät in die Natur zieht. Weil

die Stromversorgung im offenen Gelände schon mal schwierig werden kann, hat die US-Firma Brunton beispielsweise tragbare Solarzellen entwickelt, die auch bei widrigen Bedingungen den nötigen „Saft“ produzieren sollen.

Andere Hersteller bemühen sich, den Aufenthalt in der Natur für den Wanderer so angenehm wie möglich zu gestalten. So präsentiert etwa der Schweizer Hersteller Exped nicht nur eine Liegematte mit Daunen, sondern als Weltneuheit eine Isoliermatte mit einer synthetischen Füllung, die eine bislang unerreichte Kombination aus Komfort, Wärme und minimalem Gewicht bieten soll. Gezeigt werden auch ein handfreier Trekkingschirm, der sich unkompliziert am Rucksack befestigen lässt, sowie ein Wanderschuh mit 360-

Grad-Schnürung, der einen besonders festen Halt bieten soll.

Konkurrent SportScheck sieht noch großes Wachstumspotenzial

Große Sporthandelsketten wie SportScheck sehen in Outdoorartikeln denn auch weiter einen wesentlichen Wachstumsmotor für ihr Geschäft. Im vergangenen Jahr steigerte das Tochterunternehmen des Hamburger Otto-Konzerns seinen Umsatz mit Wetterjacken, Wanderstiefeln, Rucksäcken und GPS-Geräten um satte 14 Prozent. „In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit sehen wir, dass klassische Werte wie Gesundheit, Leben mit der Natur und gemeinsame Aktivitäten mit Freunden und Familie eine Renaissance erleben“, sagt Geschäftsführer Stefan Herzog.

Globetrotter plant zumindest im kommenden Frühjahr die Eröffnung einer weiteren Filiale in München. Schon seit Jahren in der Schublade liegen zudem die Pläne für ein Geschäft im Hamburger Überseequartier, ganz in der Nähe des neuen Kreuzfahrtterminals. Diese Filiale entsteht allerdings frühestens 2012. Bis dahin begnügen sich die Hamburger mit kleineren Innovationen im Versandbereich.

So hat Globetrotter gerade einen interaktiven Katalog für Apples neuen Tabletcomputer, das iPad, herausgebracht. Benutzer können Artikel direkt daraus bestellen und sich auch Videos ansehen. Angesichts der noch geringen Verbreitung des iPads wird dieses Angebot intern allerdings eher als „Spielerei“ eingestuft.