

Hauptausgabe

Solothurner Zeitung AG  
4501 Solothurn  
058/ 200 47 74  
www.solothurnerzeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 22'207  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich


**swiss TEXTILES**

Themen-Nr.: 770.005  
Abo-Nr.: 770005  
Seite: 9  
Fläche: 67'998 mm<sup>2</sup>

# Mammut war es nicht kalt genug

## Outdoor Der Alpinsport ist nicht mehr Nische, sondern Lifestyle - das spürt Mammut

**VON LINA GIUSTO**

Vor rund 4000 Jahren starb das Mammut aus. Ob der wollhaarige Urelfant aufgrund übermässiger Bejagung oder aber wegen des Endes der Eiszeit ausstarb, ist noch heute umstritten. Die Seoner Outdoor-Bekleidungsfirma Mammut steht ebenfalls am Scheideweg: Der schneearme, warme Winter und der gesättigte Outdoor-Markt in Europa setzen der Marke deutlich zu. Insgesamt musste die Mammut Sports Group eine Umsatzeinbusse von 14,6 Millionen Franken auf 235,3 Millionen Franken hinnehmen. Der Gewinn schmolz von 20,8 Millionen im vergangenen Jahr auf 0,1 Millionen.

Das zum Mischkonzern Conzzeta gehörende Unternehmen steht vor also grossen Herausforderungen. So sagte Conzzeta-CEO Michael Willome gestern an der Jahresmedienkonfe-

renz in Zürich: «Der in US-Dollar gerechnete Einkauf, der Export in Euro und die Preisrabatte in der Schweiz - wegen des Frankenschocks - belasten das Ergebnis 2015 von Mammut deutlich.»

### Mehr Wettbewerb

Aber nicht nur der starke Franken belastet das saisonal abhängige Bekleidungs-geschäft. Ganz allgemein zeichnet sich in der Outdoor-Industrie gemäss Konzernleitung ein rückläufiges Wachstum ab - der Markt in Europa zumindest sei gesättigt. Dagegen wachsen die Umsätze in China, Korea, Chile und den USA teils im zweistelligen Prozentbereich. Maues Wachstum für die Bran-

**«Für 2016 rechnen wir derzeit mit besseren Zahlen als einer Null.»**

**Michael Willome** CEO Conzzeta

che bestätigen auch die ersten Zahlen für 2015 der European Outdoor

Group. Gemäss ihrer Umfrage verzeichnen 73 Prozent der Mitglieder ein Wachstum von rund 2,5 Prozent. Der Rest wächst langsamer. Auch das Bild der Wintersaison 2015/16 fällt im Europavergleich durchwachsen aus. Rund 36 Prozent der elf befragten grossen Einzelhändler verbuchten einen Umsatzrückgang.

### Optimistisch in die Zukunft

Gemäss der European Outdoor Group aber bleiben die Händler für 2016 zuversichtlich: Insgesamt steige nämlich der Gesamtwert der verkauften Waren, da die Kunden bereit seien, für innovative Produkte mehr Geld auszugeben. Der nach wie vor eher hochmarginale Markt zieht offenbar neue Konkurrenten an. «Auch grosse etablierte Sportartikelhersteller

steigen ins attraktive Geschäft ein und verschärfen damit den Wettbewerb», sagt Willome. Der zunehmende Druck im Outdoor-Markt zwingt die Mammut Sports Group, neue Kundensegmente zu erschliessen. Deshalb soll sich die klassische «absolute alpine» Strategie von Mammut zur alpinen Lifestyle-Philosophie wandeln. Dabei wichtig ist: Mammut will im Premiumsegment bleiben. Die Produktpalette werde deshalb seit Anfang Jahr schrittweise für ein breiteres Kundensegment erweitert, erklären die Verantwortlichen. Der nächste Meilenstein steht nach Ostern an; dann gehe der Mammut-Webshop online.

Datum: 23.03.2016



SOLOTHURNER  
ZEITUNG

Hauptausgabe

Solothurner Zeitung AG  
4501 Solothurn  
058/ 200 47 74  
www.solothurnerzeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 22'207  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



swiss **TEXTILES**

Themen-Nr.: 770.005  
Abo-Nr.: 770005  
Seite: 9  
Fläche: 67'998 mm<sup>2</sup>



**Mammut leidet: Eine dreilagige Gore-Tex-Jacke wirft mehr Profit ab als ein Sommer-T-Shirt.**

PHOTOPRESS/MAMMUT



Hauptausgabe

Solothurner Zeitung AG  
 4501 Solothurn  
 058/ 200 47 74  
 www.solothurnerzeitung.ch

Medienart: Print  
 Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
 Auflage: 22'207  
 Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 770.005  
 Abo-Nr.: 770005  
 Seite: 9  
 Fläche: 67'998 mm<sup>2</sup>

GESCHÄFTSJAHR 2015

# Mischkonzern Conzzeta mit weniger Gewinn

**D**er starke Franken und der Verkauf einzelner Geschäftsbereiche hat sich beim Mischkonzern Conzzeta auf das Ergebnis niedergeschlagen. Der Umsatz der Conzzeta Gruppe, deren Aktivitäten in den Bereichen Maschinenbau, Sportartikel, grafische Beschichtungen und Anlagenbau liegen, schrumpfte im vergangenen Jahr um 4,6 Prozent auf 1,14 Milliarden Franken. Besonders gelitten hat aber die Sparte des Sportartikelherstellers Mammut.

Zu konstanten Wechselkursen und unter Berücksichtigung, dass das Segment Immobilien abgespalten und Ixmaton, der Geschäftsbereich Automation, 2014 verkauft worden war, wäre der Umsatz um 1,7 Prozent gestiegen, erklärte Finanzchef Kaspar Kelterborn. Der Betriebsgewinn (Ebit) tauchte um 22,5 Prozent auf 80,8 Millionen Franken. Conzzeta begründet den Rückgang damit, dass 2014 Rückstellungen aufgelöst worden waren. Auf vergleichbarer Basis habe das

Betriebsergebnis 2015 um 11,7 Prozent unter dem bereinigten Ergebnis von 2014 gelegen. Unter dem Strich verdiente Conzzeta 59,3 Millionen Franken. Das sind 3,4 Prozent weniger als im Vorjahr. Allerdings hatte der Konzern im Jahr 2014 einen happigen Verlust von über 26 Millionen aus dem Verkauf des Geschäftsbereichs Ixmaton hinnehmen müssen. Auf der anderen Seite war 2015 das Finanzergebnis deutlich schlechter als 2014, wie Kelterborn erklärte. (SDA)