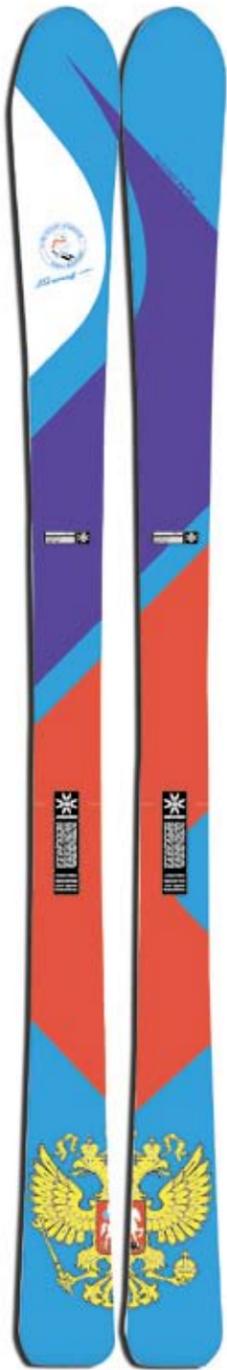


## Dossier – Wintersport



Putins persönliche Carver in den russischen Nationalfarben.

# Bunte Unikate im Pulverschnee

Fast die gesamte tief verschneite Alpenzone wird von den uniformen Massenprodukten der großen Ski-Hersteller beherrscht. Nur eine kleine Firma namens „Edelwiser“ leistet nachhaltigen Widerstand.

Was haben der russische Präsident Vladimir Putin und die (noch nicht gekürten) Gewinner der heiß umkämpften ORF-Ski-Challenge gemeinsam? Wohl nur eines: Sie werden noch in dieser Wintersaison den Genuss erleben, einen für sie ganz persönlich produzierten Ski zu fahren. Einen Ski, der nicht aus der uniformen Fabrikation eines der großen Hersteller stammt, sondern ein handgefertigtes Unikat ist, das sich durch sein individuelles Design und die integrierte Anbringung des Namens seines Besitzers aus der Masse deutlich hervorhebt.

Nur wer ganz genau hinsieht, wird durch ein an diesen einzigartigen Geräten unscheinbar angebrachtes Typenschild mit Seriennummer und Logo die Manufaktur erkennen können, welche diesen Ski hergestellt hat: Es sind Erzeugnisse der bislang noch recht wenig bekannten Marke Edelwiser. Und die gleichnamige Firma residiert erstaunlicherweise weder in Tirol noch in Salzburg, sondern am Julius Tandler-Platz im neunten Wiener Gemeindebezirk.

Schon im Gang vor dem Büro von Edelwiser erwartet den Besucher ein buntes Ensemble diverser Carver. Die Palette reicht von reduzierten, sehr eleganten Designs über Exemplare, die mit poetisch-philosophischen Zitaten oder bekannten Firmen-Slogans bedruckt sind, bis hin zu total flippig gestalteten Skiern, deren Oberflächen wie Ausschnitte aus Rosenbeeten, orientalischen Teppichen oder flüssigen Lavaströmen wirken.

## Bezahlt wird im Voraus

Bemerkenswert daran: Bis auf einige wenige Prototypen stammen die Designs zumeist von den Kunden selbst. Denn: Alle Edelwiser werden nur „on demand“ gefertigt. Das heißt: Der Kunde ordert den Ski im gewünschten Design und bezahlt im Voraus. Erst dann werden die Schier gebaut und veredelt. Und rund 20 Tage später wird das Endprodukt in aller Regel ausgeliefert. Das Unternehmen Edelwiser verfolgt mit dieser, für die Schiproduktion recht ungewöhnlichen Verfahrensweise einen Denkansatz, der inzwischen nicht mehr nur von individualistischen Einzelkunden, sondern

auch von einer wachsenden Zahl von Firmenkunden gern in Anspruch genommen wird.

Letztere sehen die mit ihrem Logo versehenen Skier vor allem als ein ideales Instrument zur Gestaltung ihrer Kundenbeziehung: Als wertvolles Geschenk an prominente Kunden oder als wirksames Marketing Tool bei Firmen-Events. Und auch der Preis stimmt: Mit 420 bis 580 Euro kosten die Edelwiser kaum mehr als ein handelsüblicher Carving-Ski der besseren Kategorie beim Sporthändler. Der „Luxus der Individualisierung“ verträgt sich anscheinend durchaus mit einer fairen Preisgestaltung.

Wer nach all diesen Informationen den heimlichen Verdacht hegt, die Marke Edelwiser sei zwar eine interessante Geschäftsidee, bedeute jedoch bei näherem Hinsehen nur die gefällige Verschönerung von 08/15-Skimaterial, der irrt gewaltig. Denn: In der bekannt kritischen Hardcore Carving-Szene, siehe [www.carving-ski.de](http://www.carving-ski.de) im Internet, werden die Edelwiser schon längst nicht mehr als Geheimtipp gehandelt.

Sie genießen nicht nur wegen ihrer Design-Philosophie, sondern vor allem wegen ihrer besonderen Fahreigenschaften bereits einen veritablen Kultstatus. Und diese offene Wertschätzung der Carver-Szene verteilt sich gleichermaßen auf die Persönlichkeiten der Firmengründer wie auf die in den Skiern verwendete Technologie.

Gleich nach der ersten Überraschung, die eher produktästhetischer Natur ist, erwartet den Besucher des Wiener Büros eine weitere: Edelwiser erweist sich als neuartige Form eines Familienbetriebs. Nicola und Erwin Werdenigg, beide Mitte 40, entschlossen sich vor drei Jahren zum riskanten Unternehmen der Entwicklung eines „Customized Ski“. Die beiden waren überzeugt davon, dass die immer schneller aufeinander folgenden Produktzyklen der Massenski-Industrie längst nicht den Bedürfnissen so mancher Kunden entsprechen.

## Carving als Befreiungsakt

Verstärkt wurde diese „Ahnung“ durch das Faktum, dass Nicola und Erwin schon seit Langem zum Urgestein der Carver-Szene zählten. Vor allem Nicola, die einstige A-Kader-Rennläuferin, die 1976 unter ihrem Mädchennamen Spieß bei der Olympia-Abfahrt in Innsbruck den vierten Rang belegte, hatte die Anfänge der Carving-Bewegung spontan als „Befreiung von der vorherrschenden, brutal-harten Form des Skilaufs“ empfunden, erinnert sie sich.

Ihre Begegnung mit dem bis heute verkannten Carving-Pionier Reinhard Fischer, der bereits in den 80er Jahren mit der Idee eines stärker taillierten Skis bei der Industrie auf Unverständnis gestoßen war, gab für Nicola den Ausschlag.

Fortsetzung auf Seite 27

Fortsetzung von Seite 25

Aber auch andere Mitspieler arbeiten in ihren Labors bereits unter Hochdruck an interessanten Funktionalitäten: wie etwa an speziellen, in Kleidung oder Skiern integrierten Hightech-Modulen, die einem in der Alpenregion etwaig vorhandenen „Wireless LAN“ ganz nebenbei gezielte Informationen (wie Pistenzustand oder Liftfrequenz) entlocken. Und dies dem Skifahrer in geeigneter Form (etwa über ein wetterfestes LCD am Ärmel) mitteilen könnte. Das Hauptproblem dabei sei, so hört man aus Entwicklerkreisen, vor allem die Alltagstauglichkeit. Die nötige Offroad-Robustheit werde man erst in naher Zukunft garantieren können.

## Mächtiger Trend

Wie dem auch sei: Fast alle Experten konzidieren der faszinierenden Idee, dass sie das Potenzial zu einem zwar langsam reifenden, jedoch mittelfristig umso mächtiger wachsenden Trend, kurz: zu einem Mrd.-Euro-Markt habe. Zu einem Trend, der

in einer einfachen Tatsache begründet ist, wie Nicholas Negroponte, der Direktor des Media Lab am Massachusetts Institute of Technology (MIT) im Dezember 1995 überaus plastisch auf den Begriff brachte: „Wir laufen herum wie Packpferde, die mit Informationsgeräten aller Art aufgesattelt sind.“ Seine logische Folgerung: Digitale Geräte diversester Art sollen endgültig „tragbar“ werden – nun aber nicht mehr im Sinne von „Herumschleppen“, sondern im echten Wortsinn: „Wearable Electronics“. Bislang unhandliche Hard- und Software wird zu „Software“ – zur „tragbaren Digital-Mode“.

Und das Thema fasziniert: Allein in den USA haben viele der renommiertesten Forschungsinstitutionen seit Jahren eigene „Software-Labors“. Allen voran die Carnegie Mellon University, das Georgia Tech Research Institute und das Bostoner MIT. In Europa hat sich wiederum der deutschsprachige Raum mit dem Fraunhofer Institut und der Universität München besonders profilieren können. Die Liste der ökonomischen Mitspieler, welche Jahr für Jahr viele Mio.



Der Snowboarder hat „Stop and Go“ praktisch im Ärmel. Der Sportmodemacher O'Neill nennt den Anorak „The Hub“. Foto: O'Neill

Euro in die Entwicklung von „Wearable Electronics“ investieren, reicht von Sportartikel-Kultmarken wie Nike, Reebok, Burton oder O'Neill über Software-Hersteller wie Microsoft bis hin zu den Unterhaltungsgiganten Disney und Sony.

Die reiche Artenvielfalt solcher „Things That Think“ (also

„denkender Dinge“) wird laut MIT-Professor Neil Gershenfeld, dem Initiator des „Software“-Projektes, ein weit gestreutes Anwendungsfeld finden.

## Intelligente Ohrclips

Er denkt dabei etwa an Ohrclips, welche die Biosignale der Trägerin erfassen und erhöhte

Blutdruckwerte via Sender an den Hausarzt weiterleiten. Besonders interessant, weil vielfach einsetzbar, wären elegante „Micro-Optical“-Brillen, die mitten im visuellen Feld des einen Auges auf Pupillengröße einen vollwertigen LCD-Schirm „einspiegeln“, der (während man sich in seiner Arbeits- oder Lebensumgebung „ganz normal“ bewegt) zusätzliche digitale Informationen ins Gesichtsfeld rückt. Die Elektronik ist in Fassung und Brillenbügel nahezu unbemerkbar integriert. Und der funkvernetzte Computer dazu könnte in die Version X einer Freizeit-Jacke à la „The Hub 2010“ ohnedies bereits vorab integriert sein.

Dann bleibt wohl nur noch die eine brennende Frage offen: Ob wir Carver und Snowboarder ein solches Mehr an Information im Jahr 2010 mitten im entfesselten Temporausch zu verarbeiten auch in der Lage sein werden? Es sei denn: Man spiegelt uns auch die Warnsignale des drohenden Crash grell blinkend in die Pupille.

Jakob Steuerer

[www.oneill.com](http://www.oneill.com)

[www.interactive-wear.com](http://www.interactive-wear.com)