



SAZsport sprach mit Steffen Sator (Out-Trade, Ulm):

Faltboote sind preisstabil, weil sie nicht an jeder Ecke verkauft werden

Ist die Lieferfähigkeit des Herstellers gut? Sind die Preise stabil? Fragen, die sich ein Sporthändler im Rahmen seiner Sortimentsgestaltung immer wieder stellt – und die Steffen Sator, Geschäftsführer von Faltboot-Spezialist Out-Trade, beide mit „Ja“ beantworten kann. Im Gespräch mit SAZsport äußert er sich auch zur Trendsportart Trekraften, die viel Potenzial für den Sporthandel bietet.

SAZsport: Herr Sator, Out-Trade hat nach eigenen Angaben Europas größtes Faltbootsortiment. Wie viele Marken und verschiedene Produkte führen Sie?

Steffen Sator: Wir vertreiben sechs Marken. Unsere Kernmarken sind Nortik, Triton Advanced und Pakboats. Letztere ist eine Vertriebsmarke, die ersten beiden sind unsere Eigenmarken. Neben Booten haben wir auch Paddel, Besegelungen und weiteres Zubehör im Angebot. Insgesamt haben wir eine Palette von rund 25 verschiedenen Bootstypen mit jeweils unterschiedlichen Ausführungen, dazu kommen etliche Paddel und weiteres Zubehör. Pro Jahr setzen wir 1.500 bis 2.000 Boote ab.

Sator: Ja, teilweise werden auch mehrere Preissegmente durch eine Marke abgedeckt. Die Marken haben verschiedene Schwerpunkte. Das Sortiment umfasst sehr leichtes Packrafts, geht über Freizeitboote im Sporttaschenformat, Hybrid-Boote und Origami-Kajaks bis hin zu Expeditionsbooten. Also klassische Faltboote, mit denen beispielsweise Grönland-Expeditionen gemacht werden können. Wir decken eine große Bandbreite ab, weil wir natürlich jeden Kunden abholen wollen. Ich spreche im Übrigen gerne von „portablen Booten“, weil dieser Begriff eigentlich auf alle unsere Produkte zutrifft und wir den Kunden ein mobiles Paddelvergnügen ermöglichen. Zu den Bestsellern gehören die Freizeitvarianten zwischen 650 und 1.500 EUR. Dabei ist ein wesent-



Steffen Sator

liches Merkmal, dass wir - und damit der Handel - uns auf keine Preiskämpfe einlassen muss. Die Stabilität der Preise rührt auch daher, dass die Produkte nicht an jeder Ecke erhältlich sind, sondern der Fachhändler für den Kunden der kompetente Ansprechpartner ist und man nicht wie bei der x-ten Softshell-Jacke im Carré erst mal einen Streichpreis benötigt, um das Produkt überhaupt verkaufen zu können.

? Wie sind Sie zu den Faltbooten gekommen? Vom Hobby zum Beruf?

Sator: Das war quasi fast so. Mein Kompagnon und ich waren damals Studenten und es gab einfach keine Faltboote, die für uns in Frage kamen. Entweder waren sie nicht sportlich genug, sondern behäbige, traditionelle Boote ohne Agilität. Oder sie waren viel zu schwer und auf mehrere Packtaschen verteilt, weshalb diese nicht komfortabel an das nächste Gewässer gebracht werden konnten. Oder sie waren für den schmalen studentischen Geldbeutel einfach nicht bezahlbar. Nach langer Suche sind wir (Anm. d. Red: Sator und Teilhaber Tobias Kamm) durch Zufall auf Triton, einen Hersteller aus St. Petersburg, gestoßen und haben uns von denen ein Boot angeschaut. Es hat uns durch seine Fahreigenschaften total überzeugt. Die Qualität war vom heutigen Standard aus betrachtet mehr als ausbaufähig, aber es war ein leichteres, schnelleres und auch günstigeres Kajak als alle anderen zuvor.

Als Studenten der Wirtschaftswissenschaften lag der Gedanke nicht fern, dass es dafür eine Zielgruppe geben müsste. So kam

eines zum anderen und wir haben ganz klein mit einer Handvoll importierter Boote angefangen, mit denen wir auf die OutDoor nach Friedrichshafen marschiert sind. Über die Jahre haben wir dann viele kleine Schritte gemacht, die Boote verändert, Materialien verbessert, den Standard angehoben, etc. Irgendwann haben wir eigene Ideen umgesetzt, Produkte entworfen und eigene Marken gegründet. Die Maxime ist dabei immer, Produkte bedarfsorientiert zu entwickeln, sprich das, was der Kunde tatsächlich verlangt. Ihm eben nicht Produkte vorzusetzen, die dann bitteschön gekauft werden sollen. Das funktioniert heutzutage natürlich nicht mehr.

? Out-Trade hat auch einen eigenen Webshop. Bleibt dabei nicht die Beratung auf der Strecke?

Sator: Wir konzentrieren den Online-Auftritt auf das Informationsportal faltboot.de und bewerben dieses intensiv. Dort findet man den nächstgelegenen Händler, alle Produktinformationen, Termine, ein eigenes Magazin, inspirierende

Tourenbilder von Kunden und vieles mehr. Portable Boote gehören zu gewissen Teilen zu erklärungsbedürftigen Produkten, die der Konsument in aller Regel anschauen und anfassen möchte, vielleicht sich mal reinsetzen will. Ein Online-Shop alleine wird für den Händler nicht ausreichen, der Kunde kauft in den meisten Fällen vor Ort. Wie bei allem ist auch hier die Kombination aus online und stationär wichtig. Unser Ansinnen ist es, den Handel vor Ort stark zu machen und ich glaube, dass wir da in den vergangenen Jahren gute Arbeit geleistet haben. Dies bekommen wir regelmäßig auch als Rückmeldung. Unser Ziel ist es nicht, den x-ten Händler zu listen, der dem vorherigen ein paar Kunden abjagt, weil er drei Cent billiger ist. Wir möchten Händler haben, die ihre Kunden mit dem Thema erreichen und Lust haben, vielleicht auch mal in einem neuen Geschäftsfeld erfolgreich zu sein. Wir unterstützen sie dabei, wo immer es möglich ist, unter anderem bieten wir Produktschulungen an, begleiten Testveranstaltungen und Events

das große Potenzial nicht nur in den wichtigen Spezialgeschäften. Unser Ziel ist, die Breite zu erreichen – zu bezahlbaren Preisen. Der Handel profitiert dabei von unserer sehr guten Lieferkette. Wer bis 13 Uhr eine Order abgibt, dessen Bestellung geht in knapp 90 % der Fälle noch am gleichen Tag raus und ist einen Tag später vor Ort. Schnelligkeit ist wichtig – ein Kunde will ja nicht acht Wochen auf sein Boot warten. Das schaffen wir nur mit einer umfangreichen Lagerhaltung, ausgereifter Logistik und darauf ausgerichteten Prozessen. Für den Kunden ist das ideal, und alles was für ihn gut ist, freut den Händler und letzten Endes natürlich auch uns.

? Die Hybrid-Technologie haben Sie selbst einwickelt. Was darf der Leser darunter verstehen?

Sator: Die Hybrid-Technologie steht bei uns für die Kombination aus Luft- und Faltboot in einer ganz bestimmten Art und Weise und wird in der Scubi-Serie eingesetzt. Man kann es sich so vorstellen: Ein

über hervorragende Fahreigenschaften verfügen. Die Scubis müssen sich vor deutlich größeren und auch teureren Tourenbooten nicht verstecken. Sozusagen eine „eierlegende Wollmilchsau“ und aufgrund des unkomplizierten Handlings auch was für die Feierabendrunde. Die Technologie hat bei Scubi 1, einem kleinen, nur 10 kg schweren Boot im Sporttaschenformat, seinen Anfang genommen. Das hat so gut eingeschlagen, dass es mittlerweile eine ganze Scubi-Familie gibt. Einen weiteren Einsitzer für größere Paddler und mehr Platz für Gepäck, der Scubi 1 XL, sowie noch einen Zwei- und Dreisitzer. Die Hybrid-Technologie mit den Scubis ist eine einzige Erfolgsstory. Es geht schon so weit, dass sich Scubi-Besitzer zusammenschließen und sich „Scubisten“ nennen. Als ich das das erste Mal hörte, war dies einer der wenigen Momente, in denen ich sprachlos dastand.

? Welche Vorteile bieten Falt- oder Hybridboote im Vergleich zu reinen aufblasbaren Booten oder auch SUP-Boards?

Wildwasser, weil es aufgrund seiner Machart eben überall darüber flutscht – Strecke machen ist damit allerdings weniger lustig.

Stand-up-Paddling (SUP) ist nochmal etwas ganz anderes. Grob gesagt steht man aufrecht auf einer Art stabilem Surfbrett mit einem Stechpaddel in der Hand und bewegt sich vorwärts. Wir freuen uns sehr über diesen Trend. Schließlich bringt auch das Menschen auf das Wasser – und darum geht es letztlich. Jeder, der nach ein paar Wochen keine Lust mehr hat, beim Paddeln nur zu stehen, und vielleicht auch mal etwas schneller oder länger auf dem Wasser sein will, ist ein potenzieller Kunde für unsere Produkte.

? Länger unterwegs sein – da sprechen Sie dann vom sogenannten Wasserwandern. Ist das richtig?

Sator: Wasserwandern, Tourenpaddeln, Seekajaken – all das impliziert mehr oder weniger eine längere Tour mit dem Kajak auf dem Wasser. Es gibt eigentlich kei-

leistungsmaterialien. Das Boot, genauer gesagt das Packraft, wird aus Polyurethan gefertigt und die leichteste Variante wiegt gerade einmal 2,2 kg. Das Packmaß entspricht dem eines kompakten Schlafsacks und man hängt es einfach an den Trekking-Rucksack dran. Die Idee ist nämlich die Kombination aus Wandern und Paddeln, also Trekking und Rafting. Gerne wird es mittlerweile auch schon mit Fahrradfahren kombiniert. Das ist insofern spannend, weil es eine ganz neue Art der Freizeitbeschäftigung ist, die für jeden in Frage kommt, der gerne draußen ist. Wenn sich ein Kunde mit dem Thema Trekrafting auseinandersetzt, hat man als Händler das Potenzial, ihn von A bis Z, also von Kopf bis Fuß auszurüsten. Vom Boot, Paddel über den Rucksack bis zu den Wanderschuhen. Man kann in jedem Ladengeschäft ein schönes Thema damit aufbauen.

? Zuletzt hat sogar das Fernsehen über Trekraften berichtet...

Sator: Oh ja, das freut uns sehr und zeigt, dass es ein Thema ist, welches eine breite Öffentlichkeit interessiert. Deswegen sehen wir das Trekraften mit seiner Reichweite auch ganz stark im Sport- und Outdoor-Fachhandel. Diese Freizeitaktivität hat wenig mit dem Kanuten im engeren Sinne zu tun. Es ist ein potenzielles Hobby für jeden, der draußen gerne aktiv ist. TV-Präsenz ist immer eine gute Hilfe, etwas Neues bekannt zu machen, und davon profitieren am Ende natürlich alle. Auf der Paddle Expo zeigen wir neben dem Standardmodell noch zwei Neuerungen: das Family-Raft, also ein etwas größeres Boot mit auch nur 3,8 kg und das kompakte Light-Raft für Individualisten und Gewichtsoptimierer.

Trekraft ist ein spannendes Thema. Wir haben damit aktuell eine Expedition rund um eine Truppe des Extremsportlers Holger Heuber unterstützt. Bei deren Alaska-Trip wurde das Trekraft für Wasserquerungen eingesetzt. Ein anderes Team wanderte und paddelte damit quer durch Skandinavien. Das sind natürlich Extremsätze, welche die Reserven eines solchen Produkts verdeutlichen. 90 % nutzen es für die Wandertour vor der Haustüre oder am Wochenende. Was dadurch aber klar wird: Ein Trekraft ist unheimlich vielseitig einsetzbar und hat kaum Grenzen, auch weil die Leute immer neue Ideen damit umsetzen.

Herr Sator, vielen Dank für das Gespräch.

Interview: Jürgen Renner



vor Ort, stehen partnerschaftlich mit Rat und Tat zur Seite und haben eine wirklich vernünftige After-Sales-Betreuung.

? Wie viele Händler in Deutschland beliefern Sie? Wie würden Sie diese beschreiben?

Sator: Wir haben aktuell rund 70 bis 80 Händler, Österreich und die Schweiz mit eingenommen. Die Bandbreite ist dabei groß und reicht vom Wassersportspezialisten bis zum großen Filialisten wie beispielsweise Globetrotter. Dazwischen finden sich Sportgeschäfte, Outdoor-Fachhändler, Häuser mit Camping- und Freizeitbedarf und ausgewählte Versender. Wir sehen

klassisches Faltboot hat sehr viel Gestänge und sehr kleine seitliche Luftschläuche. Auf der anderen Seite gibt es das Luftboot, das gar kein Gestänge hat, sondern nur Luftkammern. Beide Systeme haben in gewisser Weise Vor- und Nachteile. Bei der Hybrid-Technik haben wir die Vorteile beider Systeme kombiniert. Dadurch bringen wir den Vorteil des schnellen und unkomplizierten Aufbaus, wie es bei einem Luftboot der Fall ist, zusammen mit den guten Fahreigenschaften, die wiederum beim Faltboot zu finden sind. Herausgekommen sind die Kajaks der Scubi-Serie, die mit einem Minimum an Gestänge auskommen und in der Kombination mit Hochdruck-Luftschläuchen trotzdem

Sator: Ein Hybrid- oder Faltboot hat den Vorteil, dass es eine Struktur hat. D.h. es hat einen Tiefgang, fährt im Wasser und sitzt nicht nur auf dem Wasser drauf wie z.B. ein mit Luft gefülltes Boot mit einem flachen Rumpf. Paddeln Sie mal mit so einem Luftboot auf einen See hinaus bei etwas Seitenwind. Sie werden einfach weggeschoben und kommen nur sehr schwer dahin, wo Sie eigentlich hinwollen. Ein Boot mit Tiefgang hat Spurtreue und fährt um Längen besser geradeaus, man kann also damit Strecke machen. Ein Falt- oder Hybridboot ist die erste Wahl, wenn es um das mobile Tourenpaddeln geht, sprich Flüsse, Seen, Küste. Ein Luftboot hingegen hat Vorteile im

ne Grenzen. Ob man mit Zelt, Kocher & Co. einige Tage oder Wochen unterwegs ist, von einer Basisstation Sternfahrten macht oder nur mal eine Tagestour im Hausrevier – es ist alles eine Art von Wasserwandern bzw. Tourenpaddeln. Wandern drückt natürlich aus, dass es weniger in Wildwasser oder sonstigen halbschweren Bereichen ist, sondern es geht dabei auch um Genießen, Abschalten, Kraft tanken, Perspektivenwechsel.

? Ein Trend scheint derzeit Trekraften zu sein. Was versteht man darunter? Welche Zielgruppe springt darauf an?

Sator: Trekraften macht man mit einem leichten Luftboot aus Hoch-