

SAZ

Das Medium für die Sportbranche

SPORT

Ausgabe 9 |
24.10.2022
www.sazsport.de

B2924D



Laufen wird vielfältiger

Straße, Trail & KI – die Branche boomt weiter
und sucht zusätzliche Marktpotenziale



Foto: Molibso

Laufanalyse 2.0: Die Tools werden immer vielfältiger

Ein Running-Laden ohne ein Laufanalyse-Gerät? Selten. Interessanter die Frage, mit welchem System die Händler arbeiten. Zwei etablierte Anbieter entwickeln ihres weiter, und zwei Youngster gehen einen anderen Weg.

Es gibt auch heutzutage noch den ein oder anderen Händler, der sich allein auf sein geschultes Auge verlässt und keine Notwendigkeit sieht, digitale Hilfsmittel einzusetzen. Diese Methode der alten Schule mag auch bei der Laufanalyse durchaus weiter funktionieren. Der Kunde zieht die Socken aus, macht eine Kniebeuge, geht danach ein paar Schritte. Erfahrene Verkäufer trauen sich jetzt zu, den passenden Schuh auszuwählen. Doch im Zeitalter des technischen Wandels sind die Vorzeichen und Erwartungshaltungen etwas anders geworden. Dem Vernehmen nach fragt auch Otto Normalverbraucher immer häufiger nach einer „Laufanalyse“, die ja im Netz schon seit Jahren mit entsprechenden Videos promotet wird. Und generell ist es so, dass der Mensch oft lieber einer Maschine glaubt als seinesgleichen. Vertrauen ist gut, (digitale) Kontrolle ist besser.

95 Prozent der Laufspezialisten, so ist aus der Sport 2000 zu hören, arbeiten mit einem technischen Gerät. Zwar fährt die Verbundgruppe eine Kooperation mit Marktführer Currex – speziell in Sachen Aus-/Fortbildung auf dem Gebiet der Anatomie und Biomechanik. Verpflichtun-

gen, womit der Händler arbeiten soll, gibt es jedoch keine. „Jedes System hat so seine Vor- und Nachteile, die Eier legende Wollmilchsau ist noch nicht erfunden. Der Händler muss selbst entscheiden, was zu ihm passt, zu seinem Beratungsablauf – und wie viel er bereit ist zu investieren“, bemerkt Christoph Görner, Retailmanager Running bei Sport 2000. Er erinnert daran, dass es Systeme gebe, die mit einer Produktabnahme teils kostenfrei vom Lieferanten zur Verfügung gestellt würden (zum Beispiel Sidas), bis hin zu individuellen Lösungen mit Druckmessplatten, die sich dann im mittleren fünfstelligen Euro-Preisbereich bewegen können (Beispiel Contemphas). Die klare Nummer eins bei den Händlern von Sport 2000 ist aber Currex mit seinem Erfolgsmodell „Mololith“, das nach Erscheinen auf dem Markt mit Preisen in den Jahren 2017 und 2018 überhäuft wurde. 112 Geräte sind sowohl bei den Generalisten als auch Spezialisten der Verbundgruppe im Einsatz, was einen Anteil von etwa 30 Prozent über alle Running-relevanten Händler hinweg bedeutet. Currex hatte damals die dynamische Fußdruckmessung per Laufbahn im Sporthandel eingeführt und damit versucht, diesen

von seiner traditionellen Videoanalyse auf dem Laufband wegzubringen. Gründer und Geschäftsführer Björn Gustafsson gesteht dieser Methode immerhin noch zu, „per se nicht schlecht sein“. Aber welcher Kunde könne und wolle schon im Shop auf dem Laufband laufen? „Um deine normale Bewegung zu zeigen, musst du sieben Minuten darauf laufen“, meint der Sportwissenschaftler. „Das klappt ja schon mal gar nicht im Handel. Hinzu kommt dann der sture Blick nur auf den Fuß von hinten und die immerzu gleiche Aussage: ‚Du knickst nach innen ein‘. Alles Relikte aus den 90er-Jahren.“ Der stationäre Händler müsse dem heutigen Kunden ein kleines und feines Einkaufserlebnis im Store bieten, um ihn vom Smartphone wegzubekommen. Eine Analyse auf dem Laufband sei dafür gar nicht mehr nötig. Vielmehr müsse das ganze Erlebnis „Omni-channel-mäßig verwertbar“ sein. Das Gros der Händler scheint sich aber mit der traditionellen Methode noch immer zufriedenzugeben. Auch wenn der Trend in Richtung der modernen Laufbahn-Analyse geht, schätzt Gustafsson, dass 90 Prozent (!) noch klassisch arbeiten.

Neuer „Schuhscore“ von Molibso

Eine weitere Marke, die mit ihrem System auf das Prinzip der Druckverteilung setzt, um den passenden Laufschuh zu finden, ist Molibso. Die Station „Dyneos Run“ steht mittlerweile in 40 deutschen Sportläden – mal in einer etwas kleineren, mal in einer großen Ausführung, je nach dem verfügbaren Platz. Beim „neuen Flagship-Store“ Rad + Sport Schneider (Traunstein), wie Molibso-Geschäftsführer Jens Hollenbacher den Partner tituliert, beträgt die Laufanalysestrecke sechs Meter, wobei vier davon mit über 30.000 Sensoren ausgestattet sind, die die Bewegung barfuß und im Schuh messen. Das Ergebnis der Analyse liegt bereits zehn Sekunden nach dem letzten Schritt des Kunden vor, die angeforderte Produktempfehlung dauert nicht länger als eine halbe Minute. Zwischendurch lassen sich die kompletten biomechanischen Eigenschaften des Fußes ansehen, basierend auf knapp 50 verschiedenen Parametern. Was neu integriert wurde: Wenn die Software einen Schuh ermittelt, der dem Kunden aber nicht gefällt – etwa aufgrund der Marke/Farbe –, dann kann er sich jetzt drei, vier Modelle einer bestimmten Schuhkategorie anzeigen lassen. Das heißt, dass in der Analyse auch die Eigenschaften beschrieben werden können, die der Schuh haben muss – Stütze ja oder nein, schmalerer oder breiterer Leisten, Fersenkappe ja oder nein etc. Der Kunde kann also auf eine umfangreiche Schuhdatenbank zugreifen. Zudem wird Molibso Ende Oktober einen sogenannten „Schuhscore“ auf den Markt bringen. Die weiterentwickelte Software, die auch allen bisherigen Bestandskunden ab 1.11. als Update angeboten wird, errechnet diesen auf Basis vieler Tausend Analysen, die das Unternehmen mit seinen Systemen in den letzten Jahren vorgenommen hat. Der Score dient als Bewertungshilfsmittel, um dem Kunden aufzuzeigen: In diesem Schuh stehst du gut, in dem anderen nicht so. Modell X wäre die bessere Alternative als Y. Lars und Jens Hollenbacher, die beiden Gründer und Geschäftsführer, arbeiten aber bereits an einer weiteren Neuentwicklung – und zwar der Integration eines Einlagenmoduls. Das heißt, dass zu einem bestimmten

Schuh dann auch die passende Sohle empfohlen werden kann – und das markenunabhängig.

Wearables und Apps ohne externe Stationen

Beide vorhin genannten Hersteller arbeiten mit externen Geräten und Stationen. Die neue Generation von Laufanalysten geht einen völlig anderen Weg: Diese setzt auf Wearables in Kombination mit einer App, wie bei der Marke Arion, oder nur auf eine App wie Aimo. Bei „Arion Hub“ handelt es sich um ein Tool für den Handel, das aus nur einer Einlegesohle – zwei Millimeter dünn – und daran befestigten Nanotech-Sensoren besteht. Diese wird in den Schuh gelegt, und der Kunde macht damit 50 Laufschriffe. Die Ergebnisse werden über eine App ausgespielt – und liefern Antworten auf die Fragen: Wo findet eine Druckbelastung für Bänder, Sehnen und Gelenke statt? Welcher Körperteil wird am stärksten beansprucht? Co-CEO Markus Hupach bezeichnet „Arion Hub“ als das einzige echte dynamische System am Markt. Warum? „Unsere Messung findet in einem Laufschuh statt und nicht außerhalb unter der Laufsohle (wie zum Beispiel auf einer Druckplatte), wo die Gangart bereits durch einen Schuh ‚korrigiert‘ wurde“, so seine Erklärung. Basierend auf dem Gang- und Belastungsbild spricht das System

Empfehlungen aus, wenn die Analyse ergeben hat, dass ein Schuh mit einer größeren Sprengung, einer stärkeren Dämpfungseinheit oder einer Pronationsstütze sinnvoll wäre.

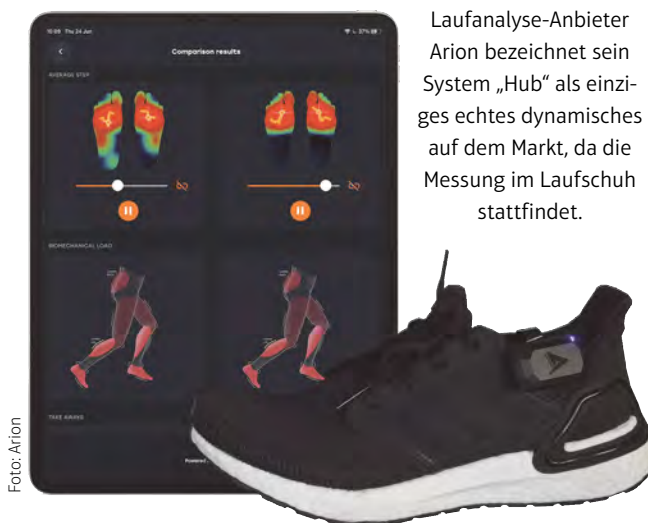
Eigentlich war die Aimo-fit-App als digitaler Trainingspartner für den Endkunden vorgesehen. Es genügt eine Kniebeuge, die mit dem Handy in der App gefilmt und analysiert wird. Die Aimo-KI ist dann in der Lage, Schwachstellen des Körpers zu identifizieren. Wohin rotiert das Knie, wohin verlagert sich das Körpergewicht? Diese Analyse lässt sich durch eine Laufanalyse ergänzen. Der Händler kann dann ins Spiel kommen, wenn er diese App seinem Kunden im Laden empfiehlt. Schließt

dieser ein Premium-Abo ab, so hat er Zugang

zu sämtlichen Bewegungs-, Kräftigungs- und Konzentrationsübungen. Haben beide einen Account, ist es sogar möglich, sich miteinander zu vernetzen und Daten auszutauschen. „Der Sporthändler kann über seine Leistung hinaus den Kunden individuellen Mehrwert bieten und die Gesundheitskompetenz damit steigern. Die Kundenbindung wird damit über den Verkauf hinaus ausgebaut und das Vertrauensverhältnis gestärkt“, meint Gründer Danny Dressler. Den Impuls, auch Richtung B2B zu denken, hatte dem studierten Sportwissenschaftler der Sieg bei der „Startrampe“ von SAZsport im vergangenen Jahr gegeben.

Apropos KI: In seinen „Monolithen“ wird Currex noch eine weitere Auswertungsmöglichkeit integrieren. Der User kann entscheiden, ob er mit den Druckdaten der Kraftmessplatte oder den Kinematik-Daten der KI arbeiten möchte. Bei letzterer Analyse wird dann die Kniebewegung automatisch ausgewertet und der richtige Stabilitätsgrad des Schuhs empfohlen. Das Ganze läuft natürlich über die Cloud. Gustafsson über das neue Modul: „Das ist dann wirklich eine Next-Level-Bewegungsanalyse im Handel.“ Oder tatsächlich die Eier legende Wollmilchsau? ●

Florian Bergener



Laufanalyse-Anbieter Arion bezeichnet sein System „Hub“ als einziges echtes dynamisches auf dem Markt, da die Messung im Laufschuh stattfindet.