

# Nejlepší vybavení do přírody

## POPRVÉ SE ROZDÁVALY OUTDOOR AWARDS

**Outdoor – podivné anglické slovo, ke kterému se zatím nenašel žádný český překlad. Označuje však odvětví, ve kterém se točí čím dál větší peníze.**



FOTO: ARCHIV

**J**deme se projít do přírody? Potřebujeme aspoň dobré pohorky, bundu, kalhoty, prádlo, čepici, batoh, sluneční brýle, mapu, průvodce, kompas a lístek na autobus nebo vlak. To nás přijde na několik tisíc korun. Vyrážíme s rodinou? Počítáme už peníze v řádech s pěti nulami. Chceme na vodu, na kolo, se stanem do kempu, s lanem na hory? Musíme v obchodech sáhnout hluboko do kapsy. A co služby? Zájezdy stojí desítky tisíc korun. Ceny obrazových knih stoupají k tisícovce korun. Pro výletníka, vodáka, cyklistu i jakéhokoli vyznavače pobytu v přírodě, ovšem začíná být trh velmi nepřehledný.

### Osvědčená kvalita

Podle právě skončené ankety Outdoor Awards, na které se podílel i IN magazín

Hospodářských novin, se ukázalo, že český zákazník dává přednost prověřené kvalitě. Drahé výstřelky jsou vyhrazené spíše módnímu oblečení než potřebám obstát v přírodě.

Jenže jak poznat kvalitu? „Češi jsou konzervativní podobně jako Němci,“ byl přesvědčený zakladatel bavorské obuvnické firmy Hannes Meindl, když v devadesátých letech uváděl na tuzemský trh své pohorky. A opravdu, zdejší zákazníci kupovali především bytelné kožené boty a dlouho nechávali stranou trekkingové boty moderní konstrukce kombinující plast, textil a umělou kůži.

### Konzervativní barvy

„Tuzemští zákazníci kupují stále nejčastěji klasické modré a červené oblečení,“ říkal vedoucí prodejny se sportovním zbožím Alpi-

nus David Sýkora. „Po módní žluté a zelené jdou především cizinci, kteří u nás také nakupují.“ Stejně mluvila na začátku letošní zimy marketingová ředitelka velkého českého výrobce Hannah Julie Brožová: „Málo lidí si u nás kupuje oblečení nejaktuálnější barevné kombinace. Na zimu jednoznačně vedou červené bundy a černé kalhoty.“

### Do přírody i do města

Málo platné, opravdu sportovní vybavení na aktivity v přírodě si dnes kupuje málokdo. V obchodech se míchají tradiční outdoorové značky, jako například americký North Face nebo domácí Tilak, s městským oblečením Hannah či Alpine Pro. Všichni výrobci se totiž tlačí do sektoru v obchodní hantýrce zvaného street nebo též urban. Takovou bundu →