



Løbeskoens Mercedes

Etonic er et klassisk løbemærke, som har været væk fra Europa. SSport bringer det amerikanske mærke tilbage i Danmark i foråret 2009

Af Per Bang

En 130 år gammel passion for at eksperimentere og udvikle tekniske sko ligger bag den klassiske amerikanske løbesko Etonic. Der findes motionsløbere i Danmark,

joggingbølgen frem i 1970'erne og 1980'erne.

Tidligere var Etonic også repræsenteret i Europa og i Danmark, hvor mærket blev distribueret sammen med Tretorn, Puma og Abu. Etonic havde imidlertid ikke kapital og ressourcer til for alvor at begå sig i den skærpede konkurrence i Europa, så man trak sig ud for at koncentrere sig om det amerikanske marked. Det gjorde Etonic til gengæld så godt, at

"Etonic har virkelig den kvalitet, som vi har søgt på markedet"

der har skaffet skoene hjem fra udlandet, selv om mærket ikke officielt har været repræsenteret i Europa de seneste 8-10 år.

Etonic fremstillede løbesko med stødabsorbering, før mange af de nu mere velkendte mærker overhovedet var kommet på banen, og i USA var Etonic med til at bære

Lotto Sport for et par år siden overtog Etonic og er i fuld gang med at introducere mærket i Europa igen.

Fire mærker passer sammen

Skodsborg Sport har fået distributionen for Danmark, Sverige, Island og Grønland. Produktchef



TeamAthlon

www.ssport.dk





Sune Mortensen og direktør Carsten Paasch har store forventninger til den klassiske løbesko.

"Det er et mærke, som passer perfekt til det nordiske marked, hvor 75-80% er stabilitetssko i modsætning til sydpå i Europa, hvor der sælges langt flere neutrale løbesko og letvægtssko. Samtidig er Etonic et mærke, som passer perfekt til de øvrige kvalitetsmærker indenfor løb, som vi har i huset," siger Sune Mortensen.

"Vi henvender os til løberne med specialiserede produkter, og Etonic har virkelig den kvalitet,

som vi har søgt på markedet. Etonic arbejder i øvrigt også med ortopædiske sko, og det bliver et vigtigt marked for os."

"Forhandlingerne mellem Lotto Sport og Etonic blev indledt allerede kort efter, at den italienske koncern havde overtaget Etonic, og de strakte sig over halvandet år," fortæller Carsten Paasch.

"Vi blev ret hurtigt enige om, at vi passede godt sammen, fordi vi satser på høj kvalitetsprodukter, men de forretningsmæssige vilkår tog det nogen tid at blive enige om. Eksempelvis insisterede vi på at have lager her i Danmark, fordi



Produktchef Sune Mortensen og direktør Carsten Paasch foran Strandvejsejendommen i Skodsborg, hvor SSport har kontor og showroom.

“Forbrugerne er blevet mere bevidste om funktionalitet”

vi mener, at det er nødvendigt for at give vore kunder den rigtige service,” siger Carsten Paasch.

Stigende løbemarked

SSport vil være i butikkerne fra foråret 2009. I første omgang forventer distributøren at være i 20-25 butikker, som satser helhjertet på løb med løbestilsanalyser og et veluddannet personale.

“Etonic er ikke en sko, der bare skal udleveres. Der ligger en ekspertise bag, så vi går efter butikker, hvor personalet ved noget om løbestile, og hvor man naturligvis har og benytter løbebånd, og vi arbejder også med testsko, så personalet kan prøve dem,” siger Sune Mortensen, som selv har en uddannelse indenfor løbemedicin og har arbejdet som behandler.

“Forbrugerne er blevet mere bevidste om funktionalitet. Der er også et discountmarked, som der altid vil være plads til, og ofte finder løberne så ud af, at de har behov for bedre sko, hvis de skal have glæde af at løbe.”

“Vi arbejder i et stærkt stigende marked. Løb er meget populært, og der er utrolig stor fokus på sundhed. Alle fortæller, at det er sundt at løbe, så vi har store forventninger,” siger Sune Mortensen.

“Vi forhåndskalkulerer ikke med at omsætte et bestemt antal sko. Vi er en nicheleverandør, der arbejder mere med ideer end med strategier, og vi har den tid, som er nødvendig for at få Etonic gjort synlig på markedet.”

Netværk i løbemiljøet

Både Sune Mortensen, Carsten Paasch og den nyligt ansatte Nicolai Kvistgaarden, der skal stå for lager og logistik, færdes alle hjemmevant i et par løbesko, og de har et stort netværk i løbemiljøet.

Skodsborg Sport er sponsor for flere store løb med Eremitageløbet i front, men også FriLøbet, Lillebælt Halvmarathon og Midtjysk Bjergløb er blandt løbene på sponsorlisten hos firmaet.



Nicolai Kvistgaarden med nogle af de første kasser fra Etonic med løbesko til det danske marked.

"Det kan godt være, at vi i fremtiden får flere produkter, men det bliver specialprodukter indenfor løb, og det kan også være, at vi bliver flere medarbejdere, men det bliver medarbejdere, der bliver rekrutteret indenfor løbemiljøet. Vi holder skarp fokus på det, vi er gode til, og det vi går op i," fastslår Sune Mortensen og Carsten Paasch.

"Man kan se vort logo ude ved de store løb, og vi kan godt lide at

færdes i løbemiljøet. Det er en rigtig god måde at få fingeren på pulsen hos slutbrugerne, og løbere er generelt meget informationsøgende og nysgerrige," siger Sune Mortensen.

På vej til Sverige

SSport blev etableret for et par år siden af Carsten Paasch med hans svoger som medinvestor, og firmaet har i dag fire mærker i huset. Ud over Etonic er det X-

Action løbesokker og undertøj, Tao funktionel beklædning og firmaets eget profilmærke TeamAthlon.

"Jo mere vi arbejder med vore mærker, jo gladere bliver vi for dem. Vores idé er at være lagerførende på alle produkter, og derfor skal vi ikke sprede os for meget. Vi er godt tilfredse med udviklingen. Det første år havde vi ingen omsætning, men det var heller ikke en del af planen. Lige nu synes vi, at det går godt med

ter, som rummer nogle gode historier gennem det udviklingsarbejde, der ligger bag og den funktionalitet, der er bygget ind i produkterne.

"På den front er vi i gang med at introducere et meget spændende produkt fra X-Action. Det er en langskaftet kompressionssok til løb. Vi kender princippet fra støttestrømper, som personer med kredsløbsproblemer eksempelvis benytter under flyrejser."

"Om tre år benytter halvdelen af danske løbere kompressionssokker"

en stigende omsætning, og vi oplever, at forbrugerne har et stigende kendskab til vore produkter," siger Carsten Paasch.

"Vi skal i gang i Sverige også, så vi søger en sælger til det svenske marked, og det skal være en person fra løbemiljøet. Det svenske marked minder en del om det danske med hensyn til løb. Butiksmæssigt er Sverige på vej med specialbutikker, men de er kommet lidt senere med i den udvikling, end vi er her i Danmark."

Kompressionssok bliver trend

De tre brands indenfor løbesporten er alle i den høje ende af kvalitetsskalaen, og det er produk-

"Kompressionssokken understøtter det venøse tilbageløb, som svækkes, når musklerne bliver trætte eksempelvis under løb. Det betyder, at der ophobes mindre affaldsstoffer i musklerne, og man restituerer hurtigere. Om tre år benytter halvdelen af danske løbere kompressionssokker. De giver en rigtig god effekt, og den historie har vi mulighed for at fortælle, fordi vi selv er en del af løbemiljøet," siger Sune Mortensen.

Som Carsten Paasch udtrykker det, så har SSport nu fire børn i form af de fire mærker, og de skal fodres og passes ordentligt i de kommende år. Fundamentet for det er lagt nu gennem to år med



SSport er sponsor for flere store løb og hovedsponsor for Eremitageløbet, som er en klassiker på den danske løbescene.



Sune Mortensen med en Etonic-sko, som er det nyeste brand hos det unge løbefirma.

opbygning af lagerfaciliteter, logistik osv.

”Jo mere vi arbejder med vore mærker, jo glattere bliver vi for dem”

Kompressionssokker bliver det nye hit for løbere. Om tre år løber halvdelen af danske løbere i denne type løbesokker, mener man hos SSport.



“Product orders
are always
a gamble.
But at ispo,
you can hit
the jackpot.”

— chris, 45, product manager



09 ispo
1-4 feb 09