



Under Armour ist der Senkrechtstarter im US-Markt der High Tech-Sportbekleidung. Doch nicht nur Profisportler, sondern auch Elitesoldaten schwören auf die Multifunktions-T-Shirts, die für eine konstante Körpertemperatur bei unterschiedlichen klimatischen Bedingungen sorgen.

Was harte Kerle drunter tragen

Der US-Markt der professionellen Ausrüstung für Behörden, die auch für den sportlichen Einsatz geeignet ist, boomt: In caliber 3/2003 präsentierten wir die Royal Robbins Tactical Series-Bekleidung, die unter anderem vom FBI getragen wird, und in caliber 5/2003 stellten wir den neuen Oakley-Kampfstiefel der militärischen US-Eliteeinheiten vor. Nun geht es um die ultimative Unterbekleidung des amerikanischen Herstellers Under Armour.

Und die Karriere dieses Unternehmens aus Baltimore, Maryland, erinnert an die „Vom Tellerwäscher-zum-Millionär“-Erfolgsstory, wie sie sich wohl jeder im Land der unbegrenzten Möglichkeiten erträumt. Alles begann im August 1995, als der spätere Under Armour-Firmengründer, Kevin Plank, als Football-Spieler (Running Back) der Universität von Maryland mit ansehen mußte, wie acht seiner Teamkollegen während eines harten Wochenendtrainings bei hochsommerlichen Temperaturen aufgrund von völliger Überhitzung und Erschöpfung kurzfristig im Krankenhaus landeten.

Plank konnte zwar solch einen Kreislaufkollaps während der Session verhindern, bemerkte aber, daß sein konventionelles Baumwoll-T-Shirt, vollgesogen mit Schweiß, unter der Football-Schutzmontur nicht nur sehr unangenehm zu tragen war, sondern auch an Gewicht zunahm. Es folgte eine lange Suche in Sportfachgeschäften, Katalogen und im Internet nach dem bezahlbaren „Ideal-T-Shirt“ aus synthetischem Material, das Feuchtigkeit von der Haut in eine äußere Bekleidungsschicht abtransportiert und somit den Körper trocken und die Körpertemperatur konstant hält. Dabei sollte es

auch noch besonders leicht sein und sich dem Körper wie eine zweite Haut anpassen. Doch niemand konnte das bieten, was Plank suchte. Mit dem Abschluß seines Wirtschaftsstudiums kam Kevin Plank im zarten Alter von 23 Jahren also auf die naheliegende Idee, diese Marktnische in Eigenregie zu besetzen. Im März 96 kaufte er dehnbare Synthetikgewebe und ließ einen Schneider einige Muster eines athletischen T-Shirts nach Plank-Spezifikationen anfertigen. Die Unterhemden verteilte er wiederum an Freunde des Maryland Football Teams, die von dem hohen Tragekomfort (und dem coolen Look) begeistert waren und gleich mehr davon haben wollten. Dies war die Under Armour-Geburtsstunde, denn Plank ließ im Auftrag 500 weitere Shirts produzieren, die bereits mit dem neuen Firmennamen und dem minimalistischen Logo versehen waren und weggingen wie die berühmten „warmen Semmeln“. Und daß Plank einen guten Riecher hatte, beweist die weitere Firmenhistorie: Der Jahresumsatz 1996 betrug 17.000 \$ und 2002 lag er bei 55 Millionen US-Dollar, wobei Experten davon ausgehen, daß er dieses Jahr nochmals verdoppelt werden könnte!

Das Geheimnis des Erfolges

Als aktiver Footballer wußte Kevin Plank, welche praxistaugliche Unterbekleidung die Profis benötigten. Und da sich die extrem körperbetonten, hauteng geschnittenen Shirts aus Microfaser-Gewebelagen (unterschiedliche Mischungen von Polyester- und Lycra-Material) auf der Haut anfühlen wie „Samt & Seide“ und cool aussehen, war ihnen eine große Medienpräsenz vergönnt. Denn Profis aus 28 NFL-Mannschaften und Semiprofis aus 101 Major College Teams trugen bei nahezu jedem TV-Interview in der Umkleidekabine „Under Armour“. Auch im Baseball, Hockey und Soccer sowie beim US Ski Team gehört die Multifunktionsbekleidung zum Standard. Nicht zuletzt sorgte der Kinofilm „Any Given Sunday“ (Jeden verdammten Sonntag) von Oliver Stone mit entsprechender Under Armour-Umkleidekabine-Szene (und US-Schauspielerin Cameron Diaz) für reißenden Absatz (ca. 500.000 \$ „über Nacht“). Wie einstmal der US-Riesenkonzern Nike zu seinen Anfangszeiten, genießt Under Armour ebenso Kultstatus bei Profisportlern, wie auch bei der breiten Masse (und vor allem bei den Kids). Und die Nachfrage ist hierbei größer

als das Angebot, so daß ein Under Armour-Problem höchstens darin besteht, überhaupt genug Ware produzieren zu können. In der Woche versendet das Unternehmen derzeit rund 175.000 Bekleidungsstücke, in der Mehrzahl T-Shirts. Der Under Armour-Erfolg hat natürlich die etablierte Konkurrenz in Gestalt der Firmen Nike und Reebok auf den Plan gerufen, die mit ähnlichen Produktlinien (Nike Dri-FIT One; Reebok NFL Equipment) den Kampf angesagt haben. Und im Vergleich zu diesen Riesen besetzt Plank die „Underdog“-Position, wobei er sich seiner Sache nach eigenem Bekunden sicher ist: „sie werden mich nie schwitzen sehen!“

Doch nicht nur der zivile Sportmarkt, sondern auch US-Elitetruppen, wie die Navy Seals, zeigen großes Interesse: Auch wenn Under Armour kein offizieller Vertragspartner ist, besorgen sich die Männer auf Privatbasis die gewünschte Ausrüstung. Logisch: Was für die sprintstarken, muskelbepackten Hünen der

„Heat Gear“-Shirt von Under Armour mit dem körperbetonten Schnitt. Diese Unterbekleidung ist ideal für den Behördeneinsatz und das Tragen von Schutzwesten.



Das „Loose Gear“-Shirt mit der weitaus lockereren Paßform ist die bessere Wahl für Freizeit und Training.

caliber-Kontakt

Weitere Informationen erhält man bei:

Under Armour, 1020 Hull Street, USA - Baltimore

MD 21230, Telefon: 001-888-427-6687

Fax: 001-888-927-6687, www.underarmour.com

sales@underarmour.com. Under Armour-Produkte

erhält man in Deutschland bei: COP Vertriebs-GmbH

Klenauer Straße 1A, 86561 Oberweilbach

Telefon: 08445-9296-0, Fax: 08445-9296-50

www.cop-gmbh.de

Profi-Football-Liga in ihren Schutzmonturen gut ist, kann für die ebenso athletischen Elitesoldaten mit Ballistikschutz nicht verkehrt sein.

Und was hat das mit Schießsport zu tun?

Jede Menge: Mittlerweile offeriert Under Armour eine breite Bekleidungsline, die aufgrund ihrer speziellen Fasermischungen je nach klimatischen Verhältnissen „Feuchtigkeitstransport und Wärme“ („Cold Gear“ bei Kälte) oder „Feuchtigkeitstransport und Kühlung“ („Heat Gear“ bei Hitze) ermöglicht. Natürlich ist das statische Präzisions-schießen (im Gegensatz zu den dynamischen Disziplinen,

wo Under Armour besonders sinnvoll ist) nicht unbedingt eine körperliche Herausforderung. Doch gerade im Bereich des „mental Sports“ ist das allgemeine, körperliche und seelische Wohlbefinden ein ganz entscheidendes Kriterium. Ausgehungert oder überfressen, übermüdet und im Ehekrach-Stress (oder in zu engen Schuhen) schießt man sicherlich nicht die gleichen Ergebnisse, wie unter günstigeren Bedingungen. In solchen Fällen kann auch die technisch einwandfreie Waffen/Munitions-Kombination wohl wenig ausbügeln.

Das Gleiche gilt natürlich auch für Match-Situationen auf Indoor/Outdoor-Schießständen, in denen einem durch falsche Bekleidungswahl zu kalt oder zu heiß ist. Und genau hier kann die Multifunk-

tionsbekleidung, die wir unter unterschiedlichsten Sport-Bedingungen erproben, helfen. Neben der hauteng geschnittenen Bekleidungs-Linie offeriert Under Armour auch die „Loose Gear“-Reihe (Feuchtigkeitstransport und Kühlung) mit weitaus legerer Paßform, die nicht nur ideal für Freizeit und Training ist, sondern vor allem „Durchschnittsmenschen“ gerecht wird, die nicht den definierten Körperbau der Sport- und Militärprofis vorweisen können.

Under Armour-T-Shirts der „Heat Gear“-Reihe gibt es ab 35,90 Euro, die „Cold Gear“-Reihe startet ab 59,90 Euro. Das ist eine Menge Geld, aber letztendlich handelt es sich eben nicht um ein normales T-Shirt, sondern um Multifunktionsbekleidung, die für körperliches Wohlbefinden sorgt, auch wenn es „heiß hergeht“.

Text: Stefan Perey
Fotos: Uli Grohs

