

20 JAHRE RED CHILI

# „Klettern ist unsere Leidenschaft!“



1996 erfüllten sich **Stefan Glowacz** und **Uwe Hofstädter** ihren ganz persönlichen Traum und gründeten ihre eigene Marke. Am Anfang stand die Vision für einen perfekten Kletterschuh – jetzt 20 Jahre später hat sich das Portfolio um passende Kletterbekleidung erweitert. sportFACHHANDEL im Gespräch mit **Red Chili**-Gründer und Kletterprofi Stefan Glowacz. Text: Astrid Schlüchter



Red Chili Gründer Stefan Glowacz in Aktion.

## 20 Jahre Red Chili – was meint ihr, was ist das Geheimnis eures Erfolgs?

Das hängt sicher an dem von uns gelebten Slogan „only climbers know what climbers need“. Das spürt jeder bei Red Chili. Vor allem natürlich, dass ich zusammen mit Uwe Hofstädter das Unternehmen gegründet habe und voll in der Produktentwicklung, dem Testen und allen strategische Entscheidungen des Unternehmens involviert bin.

... liegt es auch ein wenig daran, dass Stefan Glowacz hinter der Marke steht? Es gibt bis auf Patagonia keine Brand, die ihren Gründer auch noch glaubwürdig als Testimonial einsetzen kann. Dies ist ein Garant für Authentizität.

## Die Marke hat sich zumindest was das Segment Kletterschuhe betrifft inzwischen weltweit etabliert – wie sieht es mit der Bekleidungslinie aus?

Die Bekleidungslinie ist bereits sehr erfolgreich, da sie sich durch ihr avantgardistisches Design von den Mitbewerbern stark unterscheidet. **Tanja Valerien-Glowacz**, meine Frau, ist für das Design verantwortlich und ihre Nähe zur Modebranche ist ganz deutlich in der Bekleidungslinie erkennbar. Aber Red Chili hat erst angefangen mit diesem Segment die „Welt zu erobern“.

**Klettern boomt – was unterscheidet euch von den vielen anderen Marken?** Red Chili ist eine sogenannte Love – Brand. Die Leute lieben diese Marke, weil sie authentisch ist. Wer im Büro anruft, bekommt eine verlässliche Antwort und wenn es ein Problem mit einem Produkt gibt, eine zuverlässige Lösung. Jeder bei Red Chili klettert und für uns Gründer ist Klettern nach wie vor die größte Leidenschaft.

... oder ist es einfach die Tatsache, dass du als Kletterer genau weißt, worauf es beim Material ankommt ... Natürlich ist mein Einfluss und meine Handschrift bei der Produktentwicklung mit entscheidend. Ich stehe mit meiner ganzen Erfahrung

und mit meinem guten Namen hinter den Produkten. Anregungen und Kritik von unseren Kunden beantworte ich selbst. Auch stelle ich mich immer wieder in einen Laden und verkaufe Kletterschuhe. Das ist eine wichtige Maßnahme, mit der man immer wieder die Stimmung des Marktes erspüren kann, nicht nur in den Kletter- und Boulderhallen oder Klettergebieten dieser Welt.

**Die Bekleidungslinie trägt die Handschrift deiner Frau Tanja – führt sie die Linie in kompletter Eigenregie?** Meine Frau hat Modedesign studiert und hat eine eigene Mode-Werbeagentur. Sie bringt den Einfluss aus der Modewelt in unsere Kollektion, die wir Kletterer bei Red Chili dann auf die Bedürfnisse der Kletter- und Boulderszene abstimmen. Darum sehen die Produkte auch sehr avantgardistisch aus.

**Wie sieht es mit dem Thema Nachhaltigkeit aus?** Nachhaltigkeit ist eines unserer großen Bestreben. Aus diesem Grund wissen wir ganz genau mit welchen Arbeitsstandards in unseren Produktionsstätten gearbeitet wird. Faire Bezahlung, gute Arbeitsbedingungen und eine vernünftige Arbeitszeitenregelung sind uns genauso wichtig wie die Produktionsstandorte selbst. Wir produzieren die gesamte Bekleidungslinie in Portugal und die Schuhe ebenfalls zum Teil in Europa und auch in Asien.

**Wie sieht die Zukunft aus?** Klettern ist keine Modeerscheinung, die sich jedes Jahr neu erfinden muss. Vor allem in den Boulderhallen steckt noch sehr viel Potenzial. Meiner Meinung nach stehen wir mit dem Indoorbouldern erst am Beginn einer Entwicklung, in den Städten wird es sich zu einem Fitnesssport entwickeln und wenn bei den olympischen Spielen in Tokio Klettern endlich olympisch wird, dann geht dieser Sport noch einmal durch die Decke. Wir sehen daher die Zukunft für Red Chili sehr positiv, weil wir genau das anbieten und auch das verkörpern, was Kletterer und Boulderer brauchen: „only climbers know what climbers need“. <<<

Seit 2014 bietet Red Chili neben Kletterschuhen auch eine eigene Bekleidungslinie an.



FOTOS: © RED CHILI