

Brü

BRÜNDL SPORTS

#7

**MENSCHEN
MACHEN MOMENTE.
SEIT 1956.**



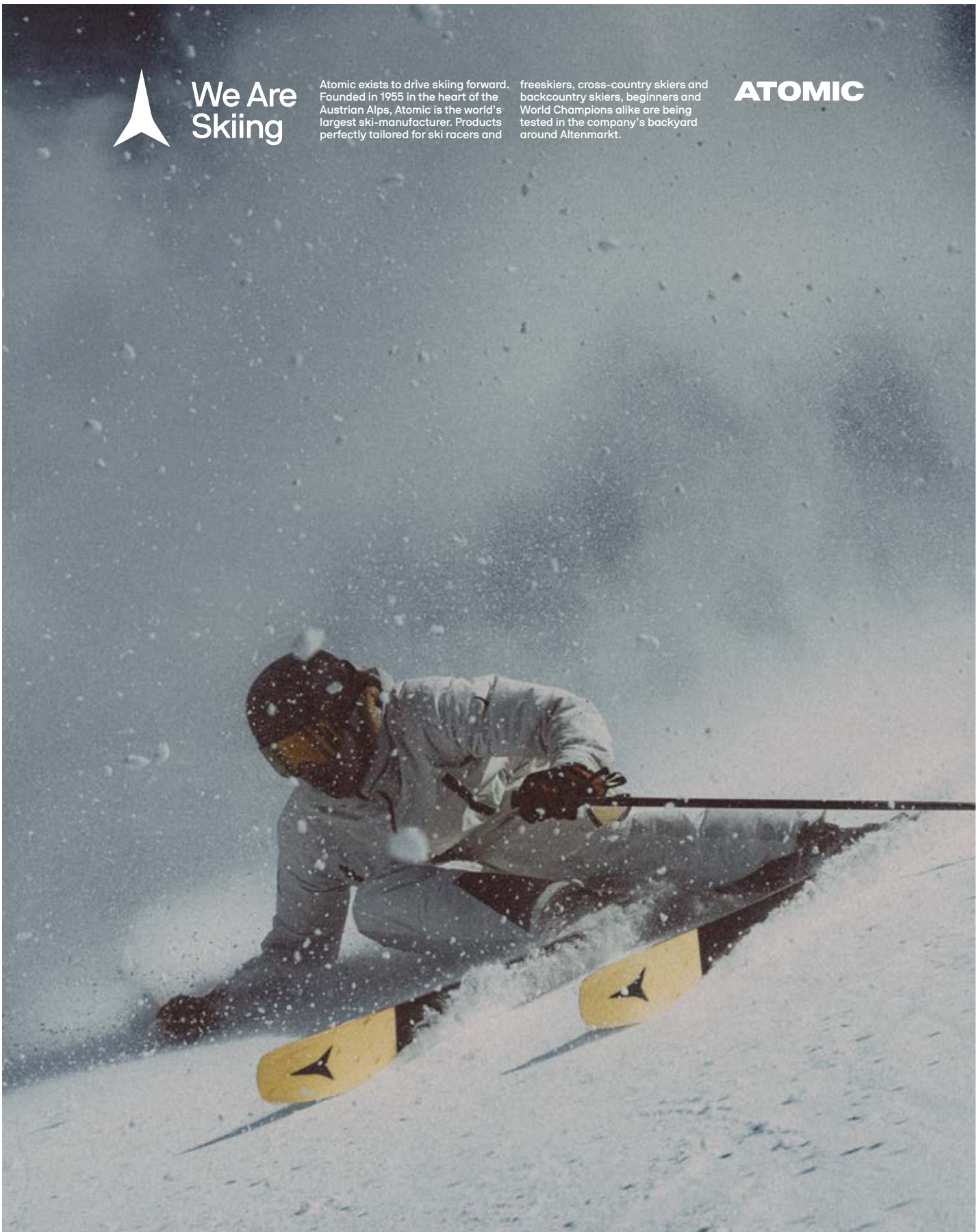


**We Are
Skiing**

Atomic exists to drive skiing forward. Founded in 1955 in the heart of the Austrian Alps, Atomic is the world's largest ski-manufacturer. Products perfectly tailored for ski racers and

freeskiers, cross-country skiers and backcountry skiers, beginners and World Champions alike are being tested in the company's backyard around Altenmarkt.

ATOMIC



INHALT

CONTENTS

70 JAHRE MAGIC MOMENTS

70 YEARS OF MAGIC MOMENTS

10
**Der Bründl Weg
seit 1956**
The Bründl Path
since 1956

24
**Unvergessen!
Stimmen und
Erinnerungen**
Unforgotten! Voices
and memories

16
**Damals
und heute**
Then and now

MENSCHEN BEI BRÜNDL

PEOPLE AT BRÜNDL

32
**70 Jahre
70 Gesichter**
70 years
70 faces

40
**Max: Zukunft mit
Bodenhaftung**
Max: A down-to-earth
future

46
Der Bründl Code
The Bründl Code

52
**Von Anfang an
gemeinsam**
Together –
from the outset

36
**Zusammenhalt
mit Weitblick**
A strong team –
with a vision

42
**Paula: Kochen
als Love-Language**
Paula: Cooking
as a love language

48
**Ein Ort zum
Wachsen für alle**
A place where
everyone can grow

MARKE MIT HERZ

BRAND WITH HEART

60
**Wir begeistern
Menschen**
Filling people
with enthusiasm

66
**Nachhaltigkeit
die weiterträgt**
Sustainability
that lasts

62
**Zwei starke Marken
Ein neuer Gipfel**
Two strong brands
One new summit

72
**Vitalität ist wahrer
Reichtum**
Vitality is true wealth

WEITERDENKEN

THINKING AHEAD

86
**2096
Eine Nachricht
aus dem alpinen
Bründl System**
2096
News from the
Alpine Bründl
system

102
**Wir sind in den
Bergen zu Hause**
Our home is
the mountains

90
Sport morgen
The sports
of tomorrow



A full-page photograph of a man standing on a snow-covered wooden bridge. He is wearing a long blue parka, dark trousers, and dark shoes with yellow soles. He has his hands in his pockets and is smiling at the camera. The bridge has a dark metal railing with vertical slats. The background is a dense forest of trees covered in snow, creating a soft, out-of-focus backdrop.

Als kreativer Strategie mit Mut im Blut setzt Christoph Bründl auf Echtheit und Klarheit: Seit 1989 ist er der „Möglichmacher“ der Bründl Magie im Premiumhandel.

As a creative strategist with an innate bold streak, Christoph Bründl prioritizes truth and clarity – and it's this that has made him the “enabler” of Bründl magic in the premium retail segment since 1989.

„Das Wertvollste, was wir
schenken können, sind Momente,
die echt sind.“

“The best gift you can give anyone
are truly authentic moments.”



Wir feiern 70 Jahre Bründl Sports. Erfüllt von allem, was in dieser Zeit gewachsen ist. Von den Anfängen einer kleinen Skiwerkstätte, die mein Vater Hans Bründl 1956 eröffnet hat, über die Pionieridee des Skiverleihs bis hin zu heute 34 Shops. Viel hat sich verändert. Gleich geblieben sind unsere Begeisterung, die Menschlichkeit und unser Antrieb: Wir bewegen Menschen. In ihrem Sport. Und in ihren Herzen. Damit bieten wir einzigartige Momente – Magic Moments. Sie sind unser Erfolgsgeheimnis. Erfolg aber entsteht nicht aus Größe, sondern aus Stärke und Haltung. Aus der Art, wie wir einander begegnen. Aus dem Mut zur Veränderung. Aus echter Herzlichkeit.

Diese Haltung eint auch unsere Mitarbeitenden: Über 700 Persönlichkeiten sorgen dafür, dass Bründl mehr ist als ein Sporthaus. Sie prägen den Winning Spirit von Bründl und inspirieren mich. Gemeinsam verschieben wir Grenzen und zeigen, dass Wachstum nicht nur messbar ist, sondern auch fühlbar. Ein Wachstum, das auch Verantwortung bedeutet – die Verantwortung, sich weiterzuentwickeln und zugleich zu bewahren: unsere Werte ebenso wie die Natur. Denn unsere Berge sind Kraft- und Sehnsuchtsorte voller Energie und Emotion.

Das schätzt auch die nächste Generation, die bereits ins Unternehmen wächst. Sie beweist, dass man gerade auch in Zukunft viel von uns erwarten darf. Sie fordert uns dazu auf, weiter offen zu sein für neue Wege. Diese Wege vor Augen sehe ich heute: Menschen, die auch in den nächsten Jahrzehnten etwas bewegen werden.

Denn: **Menschen machen Momente. Seit 1956.**

We're celebrating 70 years of Bründl Sports – and how it's thriving on everything that has grown during that time: from its beginnings as a small ski workshop that my father Hans Bründl opened in 1956, to the pioneering idea of ski rental, through to our current status with 34 outlets. Much has changed over the years, but what has remained the same is our enthusiasm, the human factor, our zest: We move people – in their sports and in their hearts. And in this way, we offer magic moments. They are the secret to our success, a success born not of size, but of strength and a mindset. Of the way we encounter one another. Of the will to embrace change. Of a genuine warmth.

This mindset is also the glue that bonds our staff: Over 700 individuals make certain that Bründl is more than a sports company. They define the Bründl winning spirit and inspire me. Together, we shift the goalposts and show that growth is not just quantifiable, but a tangible quality. A growth that also spells responsibility – namely the responsibility to develop personally and at the same time preserve our values and nature alike. For our mountains are powerful places, full of energy, suffused with emotion, somewhere we all yearn to be.

The next generation already being nurtured within the company likewise appreciates this. Its members are busy proving that we have much to look ahead to; they are challenging us to embrace new paths. With these paths in mind, what I see today are people willing to follow them ever further in the coming decades.

Because **people make the moments – as they have done since 1956.**

A handwritten signature in dark ink, appearing to read "C. Bründl", written in a fluid, cursive style.

CHRISTOPH BRÜNDL



Run your way.





NATÜRLICHE WÄRME

Mit hochwertigen Naturdaunen



www.reusch.com

MADE WITH





Firmengründer Hans Bründl übergibt gesponserte Torstangen an den Skiclub Kaprun (1972).

Company founder Hans Bründl presents sponsored slalom poles to the Skiclub Kaprun (1972).

SPUREN

SETZEN



MAKE A MARK

70 JAHRE MAGIC MOMENTS / 70 years of magic moments

DER BRÜNDL WEG SEIT 1956

THE BRÜNDL PATH SINCE 1956



AUS EINER GARAGE WIRD EINE VISION.

Johann „Hans“ Bründl (1926 bis 2019) ist Wagnermeister und Skimacher, als er 1954 seine erste Werkstätte in der Garage seines Hauses in Piesendorf eröffnet. 1956, mit 30 Jahren, startet er in Kaprun den ersten Skiverleih – der Ursprung seiner Vision von einem Sportgeschäft, das die regionale Ski-szene prägen wird.

1956

Johann "Hans" Bründl (1926–2019) was a master wheelwright and ski-maker when he opened his first workshop in his garage in Piesendorf in 1954. In 1956, at the age of 30, he launched the first ski rental business in Kaprun – the basis of his vision for a sports goods store that was to shape the face of the region's ski scene.

DER START EINER ALPINEN ERFOLGSGESCHICHTE.

Am 1. April 1967 wird in Kaprun der erste Bründl Sports Shop eröffnet. Zeitgleich mit der Erschließung des Gletschergebiets Kitzsteinhorn. Damit wird Kaprun zum touristischen Anziehungspunkt. Der heutige Flagshipstore befindet sich noch immer am selben Ort.

On April 1, 1967, the first Bründl Sports store opened in Kaprun, in step with the emergence of the Kitzsteinhorn glacier ski area that transformed Kaprun into a major tourist destination. The Flagshipstore is still in the same location today.

1967



MEHR ALS SKISPORT.

Schon 1972 erweitert Bründl Sports sein Sortiment um den Bereich Textil. Auch die beiden Shops, die 1974/75 am Kitzsteinhorn und in Bruck neu eröffnen, führen Bekleidung. Die Filiale in Bruck allerdings wird 2000 wieder geschlossen.

As early as 1972, Bründl Sports expanded the product range to include textiles. The two new shops that opened in 1974–75 at Kitzsteinhorn and in Bruck also offered clothing, with the latter closing again in 2000.

1974/75

„Entscheidend für das weitere Wachstum des Unternehmens war, den Sohn heimzuholen und ihn für den Betrieb zu begeistern.“

HANS BRÜNDL



BRÜNDL WÄCHST ÜBER KAPRUN HINAUS.

Die Bründl Expansionsstrategie startet vor allem mit Christoph Bründl: In Zell am See kommen Ende der 90er-Jahre drei Shops hinzu.

The Bründl expansion strategy started primarily with Christoph Bründl: At the end of the 1990s, three new stores opened in Zell am See.



2003

1998/99

INTERSPORT
SCHMITTEN

1989

DIE NÄCHSTE GENERATION ÜBERNIMMT.

Christoph Bründl, eines von sechs Kindern, kommt 1989 aus den USA zurück und tritt ins Unternehmen ein. Fünf Jahre lang begleitet Hans Bründl ihn als Seniorchef, bevor Christoph Bründl 1994 die Geschäftsführung übernimmt.

Christoph Bründl, one of six children, returned from the USA in 1989 to join the company. Hans Bründl remained the senior manager, supporting him for five years before Christoph Bründl took over as managing director in his own right in 1994.



EXPANSION MIT UNBÄNDIGEM ANTRIEB.

2003: Mit der Übernahme von Intersport Mathoy und der Gründung der Sports & Emotions GmbH vergrößert Bründl sich um die Filialen Ischgl-Zentrum und Ischgl-Pardatschgratbahn. 2007 folgt der Shop Ischgl Life.Style, der 2025 in ein Premium-Outlet umgebaut wird.

With the acquisition of Intersport Mathoy and the founding of Sports & Emotions GmbH, Bründl expanded, opening the Ischgl-Zentrum and Ischgl-Pardatschgratbahn branches. In 2007, the Ischgl Life.Style shop followed, which was upgraded into a premium outlet in 2025.

2008

DER BEGINN EINER NEUEN ÄRA.

Der Flagshipstore wird modernisiert und preisgekrönt erweitert. Gleichzeitig eröffnen 2008 das neue Logistikcenter – mit heute rund zwei Millionen bewegten Artikeln jährlich – und die Bründl Akademie, die Bernhard Bründl schon seit 2004 im Bereich Learning und Coaching prägt.



The Flagshipstore was modernized, with the expansion project winning prizes along the way. At the same time, in 2008 the new logistics center opened, which now handles around two million items annually, as did the Bründl Academy, which Bernhard Bründl has been developing for the learning and coaching segment since 2004.

2009/10



WACHSTUM MIT WEITBLICK.

Bründl optimiert den Verleih und wächst weiter: Neue Shops entstehen in Mayrhofen, Salzburg und Schladming. Heute betreibt Bründl Sports vier Shops in Mayrhofen und drei in Schladming.

Bründl optimized its rental operations and continued to grow, with new outlets opening in Mayrhofen, Salzburg, and Schladming. Today, Bründl Sports runs four shops in Mayrhofen and three in Schladming.



BRÜNDL ERFINDET SICH NEU.

Im September 2019 stellt Bründl Sports sich als eigenständige Marke komplett neu auf – und launcht auch die neue Bründl Sports Verleihplattform.

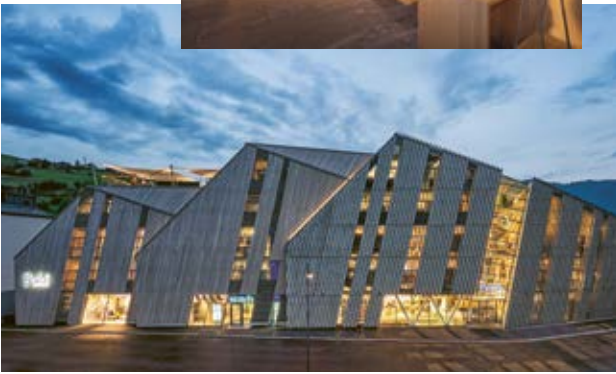
In September 2019, Bründl Sports completely repositioned itself as an independent brand – and also launched the new Bründl Sports rental platform.

2019

Bründl SPORTS

WISSENS- WERT

Der Flagshipstore wurde seit 1967 insgesamt acht Mal um- und drei Mal neu gebaut, 2010 für den Neubau durch die Architekten Blocher & Blocher mit dem EuroShop Award in New York ausgezeichnet und 2012 mit dem österreichischen Staatspreis Architektur.



2021

EIN FLAGSHIPSTORE SETZT NEUE MASSTÄBE.

Flagshipstore-Erweiterung im Herzen von Kaprun: Mit rund 2.500 Quadratmetern eröffnet der neue Flagshipstore nach dem achten Umbau am 1. Oktober 2021. Dazu gehören jetzt auch der spektakuläre Bründl Skywalk über der Ache, die gläserne Skiwerkstatt, das eigene Skischuh-Fitting-Labor und das Restaurant Bründl Weitblick.

An expanded Flagshipstore in the heart of Kaprun: With around 2,500 square meters, the new Flagshipstore opened on October 1, 2021, after its eighth renovation. It now also features the spectacular Bründl Skywalk over the River Ache, a glass-walled ski workshop, an in-house ski boot fitting lab, and the Bründl Weitblick Restaurant.

NACHHALTIGKEIT WIRD GELEBTE VERANTWORTUNG.

Mit dem ersten Nachhaltigkeitsbericht 2024 unterstreicht Bründl Nachhaltigkeit als Kernthema. Alle leisten ihren Beitrag und eine 24-köpfige Taskforce aus sämtlichen Unternehmensbereichen treibt das Thema kontinuierlich voran.

2024



With its first sustainability report in 2024, Bründl underscores sustainability as a core theme. Everyone contributes, and a 24-member task force from all business units continuously drives the topic forward.

2026



Strolz

MIT MUT IN DIE ZUKUNFT.

Mit Begeisterung und Mut blickt Bründl Sports in die Zukunft. Im Jubiläumsjahr wurde mit der Übernahme der Marke Strolz am Arlberg ein besonderer Meilenstein erreicht. Mit dem neuen Shop in der Talstation der Grafenbergbahn in Wagrain wird Bründl Sports Ende 2026 auf 34 Shops an zwölf Standorten wachsen. Gleichzeitig entwickeln wir uns als Unternehmen stetig weiter und setzen unseren Weg mit Innovationskraft und klarem Zukunftsblick fort.

Bründl Sports looks to the future with boldness and enthusiasm. In its jubilee year, it reached a new milestone, taking over the Strolz am Arlberg brand. With the new store at the lower station of the Grafenbergbahn lift in Wagrain, Bründl Sports will have grown by the end of 2026 to 34 shops at 12 locations. At the same time, we are constantly evolving the company and continuing on our path, with a zest for innovation and a clear view ahead.



Athlete: Thomas Dressen

the CURV

Präzision, Leistung und Vielseitigkeit

The Curv vereint rennähnliche Performance mit hoher Vielseitigkeit auf präparierten Pisten – und ist eine bahnbrechende Neuerung im Bereich des High-Performance On-Piste Skifahrens. Die integrierte Noise Control™-Technologie reduziert Vibrationen spürbar und sorgt für außergewöhnlich ruhige Laufeigenschaften selbst bei hohem Tempo. Die präzise Abstimmung garantiert maximale Kontrolle und Stabilität – egal ob kurze, mittlere oder lange Schwünge gefahren werden.

SKIING IS NOT A LIFESTYLE. IT'S LIFE.

FISCHERSPORTS.COM

Ski: THE CURV NOIZE



Norrøna is a premium Norwegian outdoor brand, proudly family-owned and operated since 1929. For four generations, the Jørgensen family has been dedicated to crafting the world's best outdoor apparel, gear, and active adventures, guided by an uncompromising focus on quality, functionality, design, and responsibility.

The design philosophy, "Loaded Minimalism™," is all about surgical precision: removing the unnecessary and refining what remains, ensuring every detail serves a clear purpose in the most demanding conditions. This commitment to technical perfection is proven through The Extreme-User Approach. Every product is rigorously field-tested by ambassadors, professional athletes, and extreme users for hundreds of hours to ensure unparalleled durability and reliability.

While Norrøna is iconic for their ski and winter collections, they now equip outdoor enthusiasts all year round for a full range of adventures, including hiking, mountaineering, mountain biking, trail running, hunting, and surfing. Rooted in Norwegian heritage and shaped by responsibility, Norrøna continues to craft the gear and adventures that transform your outdoor dreams into reality.

Welcome to nature.

Damals

THE PAST



1974

Pionieridee: Skiverleih direkt am Berg. Bereits 1974 eröffnete Bründl Sports seinen ersten Shop am Kitzsteinhorn.

A trailblazing idea: ski rental directly on the mountain. Bründl Sports opened its first store in Kitzsteinhorn as far back as 1974.

Heute

THE PRESENT



2026

Das Thema Verleih hat nie an Relevanz verloren, aber an Modernität und Automatisierung gewonnen.

The rental segment has never lost its relevance but has become more modern and automated along the way.



2026

Hochfunktionale Hightech-Materialien und Carving-ski bestimmen den Look der modernen Skifahrerin.

Highly functional high-tech materials and carving skis define the look of modern skiers.



1934

Skibekleidung war in den 1930er-Jahren meist das Ergebnis eigener Handarbeit. Aus alten Stoffen und umgearbeiteter Kleidung entstanden funktionale Outfits.

Ski clothing in the 1930s was usually handmade at home. Functional outfits arose from old fabric and repurposing of old clothes.



1953

Holz, Leder und Wolle:
Die Skiausrüstung der
1950er-Jahre setzt auf
Naturmaterialien – und
fahrerisches Können.

Wood, leather, and wool:
Ski equipment in the 1950s
relied on natural materials
and skiing ability.



Heute liegt der Fokus auf Sicherheit, Komfort und Funktionalität, die moderne Technologien und Materialien erlauben.

The focus today is on the safety, comfort, and functionality that modern technologies and materials provide.

2021

Preisgekrönter Umbau:
blocher partners gestaltet
den Kapruner Flagship-
store in Form eines spek-
takulären Monolithen.

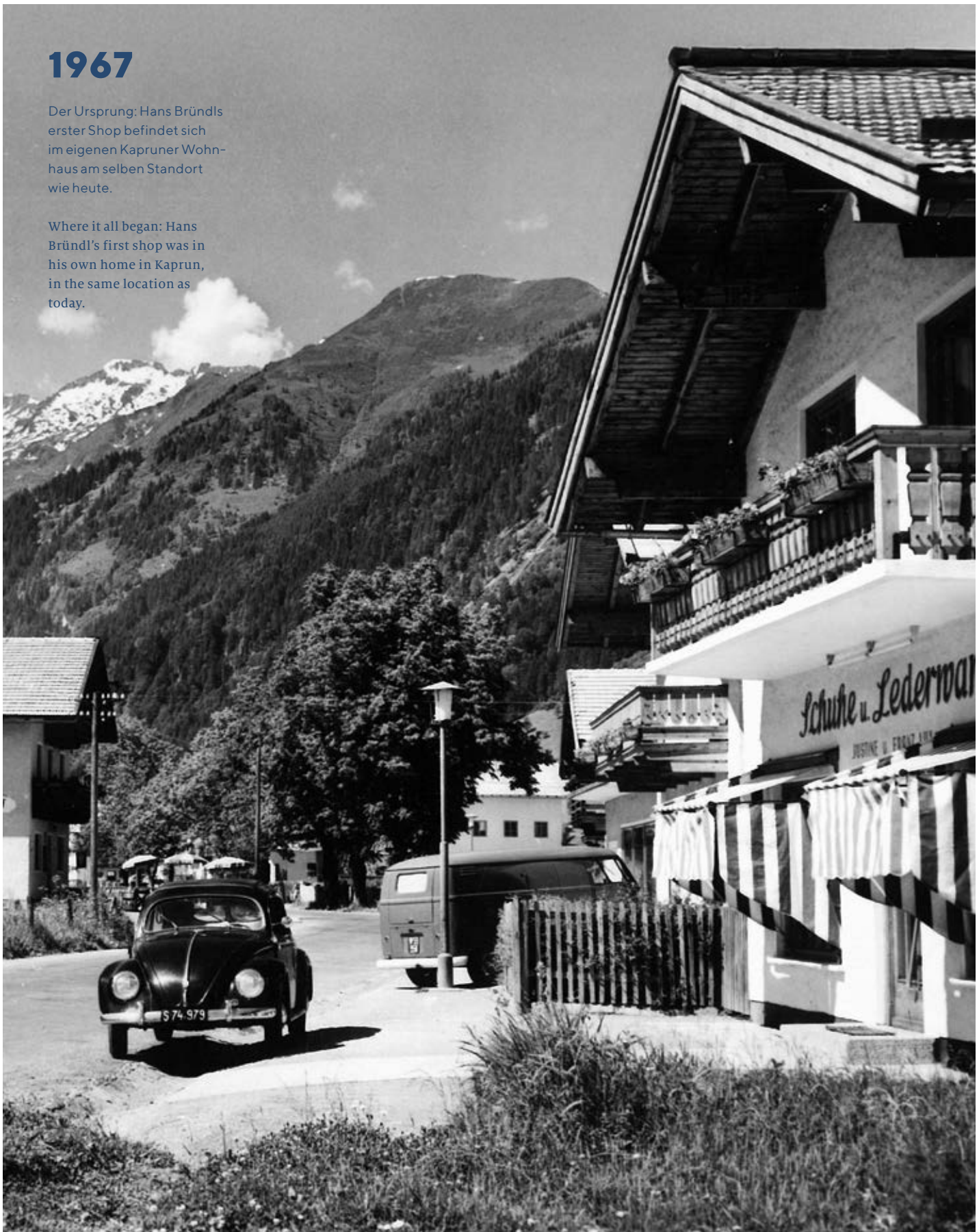
Prize-winning conversion:
blocher partners designed
the Kaprun Flagshipstore in
the shape of a spectacular
monolith.



1967

Der Ursprung: Hans Bründl's erster Shop befindet sich im eigenen Kapruner Wohnhaus am selben Standort wie heute.

Where it all began: Hans Bründl's first shop was in his own home in Kaprun, in the same location as today.



Unvergessen!

STIMMEN UND ERINNERUNGEN UNFORGOTTEN! VOICES AND MEMORIES

An der Seite meines Schwiegervaters Hans Bründl, den ich für seine Zielstrebigkeit, seinen Mut und Fleiß bewundere, habe ich die Bründl Anfänge begleitet. Anfang der 70er haben wir z. B. in einer Baracke an der Bergstation Kitzsteinhorn den ersten kleinen Skiservice mit Verleihstation errichtet. Der Initiator der ersten Gletscherbahn in Österreich, Wilhelm Fazokas, hatte einen handschriftlichen Zettel aufgehängt, damit man uns findet! Stolz bin ich auch darauf, dass wir die Ersten im Pinzgau waren, die den begehrten Strolz-Skischuh aufgeschäumt haben.

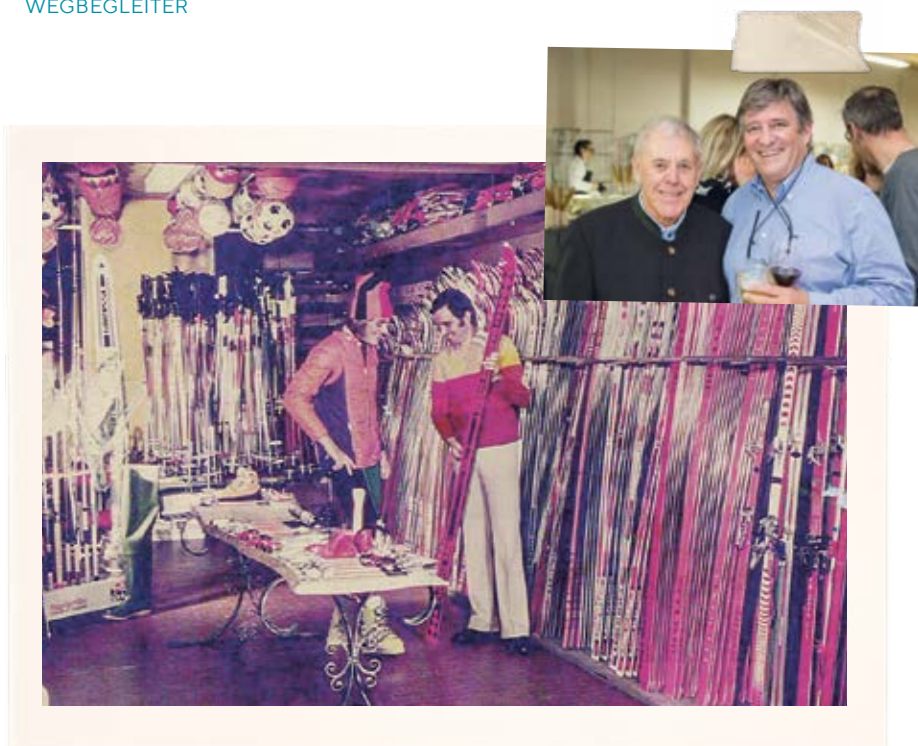
ALOIS MOREAU
WEGBEGLEITER



Ich habe mein gesamtes Berufsleben (47 Jahre) bei Bründl Sports verbracht – und es immer als Teil von mir gesehen. Ab 1986 war ich in der Geschäftsleitung. Besonders prägend war für mich die klare und konsequente Übergabe an Christoph Bründl – ein Vertrauen, das ich in dieser Form selten erlebt habe. Besonders in Erinnerung bleiben mir die jährlichen Reisen in internationale Skigebiete, die nicht nur Inspiration, sondern immer auch wertvollen Austausch ermöglicht haben. Ich wünsche dem gesamten Team viel Erfolg und Freude auf dem weiteren Weg.

FRIEDL BIRNBACHER
WEGBEGLEITER

*Aues Gute,
Friedl*



70 Jahre Bründl



CLAUDIA JIMENEZ ARBOLEDA
TRAINERIN

Seit bald 20 Jahren darf ich das Team von Bründl Sports begleiten. Die Workshops machen besonderen Spaß, weil sie wirklich außergewöhnlich anders sind: Menschen, die derart offen, kommunikativ, lustig, lerninteressiert und vom „Bründl-Gen“ inspiriert sind, machen Entwicklungsschritte mit Leichtigkeit und in kurzer Zeit. Für mich als Trainerin ist es eine Ehre und große Freude, für Bründl arbeiten zu dürfen. Aus unserer Zusammenarbeit sind Freundschaft und Verbundenheit entstanden. Danke für euer Vertrauen und die vielen gemeinsamen Magic Moments!



Mein persönlicher
Berufswunsch wurde
Wahr!

Wenn ich darüber nachdenke, ist mein gesamter Weg bei Bründl ein Magic Moment. Denn hier wurde mein persönlicher Berufswunsch wahr. Schon in jungen Jahren wollte ich Pädagogin werden. Nach der Familienzeit ergab sich schließlich die Chance, bei Bründl Sports zu starten. Der Rest ist Geschichte. Ich war mitten in der Erwachsenenentwicklung, baute die Akademie mit auf und durfte Menschen beim Wachsen begleiten. Dafür bin ich dankbar, und ich bin froh, Teil dieses inspirierenden Unternehmens gewesen zu sein.

ELISABETH RENDL
PERSONALENTWICKLUNG

ATOMIC und Bründl Sports verbindet mehr als eine Partnerschaft – es ist die geteilte Leidenschaft für den perfekten Schwung. Gemeinsam bringen wir Weltcup-Performance auf die Piste. Ein wahrer Magic Moment? Wenn ein begeisterter Skifahrer bei Bründl Sports z. B. den neuesten ATOMIC Redster mit Revoshock-2.0-Technologie in die Hand nimmt und seine Augen funkeln. Bründl Sports ist für uns ein Ort, wo unsere Innovationen in allen Bereichen auf echte Herzlichkeit im Verkauf treffen. Danke fürs Vertrauen und die langjährige Verbindung.

ERHARD SCHMUTZLER
LIEFERANT



DANKE X
für euer
Vertrauen!

Zur Übersetzung
For the translation visit
[bruendl.at/en/magazine/
memories-from-fellow-travellers](https://bruendl.at/en/magazine/memories-from-fellow-travellers)



Die Reise geht weiter ☺



2008 fragte Bernhard Bründl, ob ich ihn bei der Ausbildung von Führungskräften unterstützen möchte. Das war mein erster Magic Moment. Viele weitere folgten. Auf einer hohen Vertrauensbasis durfte ich schon über 100 Führungspersönlichkeiten dieser „wundergläublichen“ Firma und viele Gänsehautmomente begleiten. So sind tiefe und wertvolle Beziehungen mit großartigen Menschen entstanden.

GERNOT SCHNEEBAUER
MANAGEMENTTRAINER

Immer einen guten Rat!



Von klein auf wollte ich Skirennfahrer werden. 20 Jahre später ist der Traum wahr. Ein gutes Indiz dafür ist, dass ich jährlich beim Bründl Starttreff auf der anderen Seite des Autogrammtisches sitzen darf. Bründl Sports ist für mich wie Heimkommen – und nach Enttäuschungen höre ich gern die Kritik von Hans Hofer, der immer einen guten Rat hat.



SAM MAES
ATHLET

Durch eine klare Haltung und eine starke Familienführung sind die Werte und die unverwechselbare Bründl DNA immer konstant geblieben: Handschlagqualität, Vertrauen, Teamspirit und gelebte Menschlichkeit. Der Mensch steht hier klar im Mittelpunkt. Mein beruflicher Werdegang wurde von Bründl mitgeformt – als Mitarbeiter und Industriepartner. Gemeinsam gestalten wir und gehen die Extrameile auf Basis von Werten, Visionen, Mut und Ehrlichkeit. Danke an Hans, Christoph, Maximilian, Paula und alle 550 Mitarbeitenden!

PETER EMBACHER
LIEFERANT

Danke für gelebte Menschlichkeit



Ich kenne die Bründl Menschen auch hinter der Verkaufsbühne. Das gute Lebensgefühl wird nicht gespielt – es wird gelebt. Dieses Bründl Feuer kommt von innen – und ist an ihrer Körpersprache sichtbar. Strahlende Augen, gewinnendes Lächeln, Energie in jeder Bewegung. Magic!

STEFAN VERRA
TRAINER

Magic!

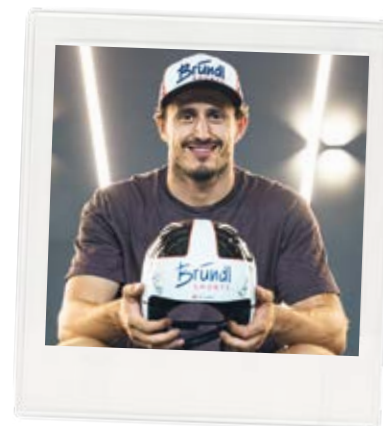


Seit meiner Kindheit
habe ich mein Schiequipment
bei Bründl gekauft.



Schon in meiner Kindheit haben wir das gesamte Skiequipment im Flagshipstore gekauft. Von jeher beeindruckend: enormes Ski-Know-how, Beratung, Serviceleidenschaft und der herzliche, fast schon familiäre Umgang. Als ich später als junger Weltcupathlet einen Sponsor suchte, haben Christoph Bründl und Thomas Vorreiter mich mit offenen Ohren empfangen und von Beginn an großes Vertrauen in mich gesetzt. Seit 2016 weiß ich Bründl als starken Partner an meiner Seite. In guten wie auch in schwierigen Zeiten – ich werde stets unterstützt.

STEFAN BRENNSTEINER
ATHLET



Wenn Leidenschaft die Vernunft aufwirbelt – das ist unser Magic Match mit Christoph Bründl. Der erste Magic Moment? 2008. In Bauchgeschwindigkeit entschied sich Christoph für unseren Entwurf und ersetzte sein junges Handelshaus in Kaprun durch unsere Landmark. Weitere Häuser folgten. Wir lernen voneinander: Mut, Herz, Hingabe, Freude und Aura. Denn zwischen Architekt und Bauherr zählt, Gesprächspartner und Zuhörer zu sein. Seit 2008.

JUTTA UND DIETER BLOCHER
ARCHITEKTEN



Mut, Herz
und Hingabe.



MACHT
SO GUT
WEITER.



Sehr persönliche Magic Moments bei Bründl verbinde ich mit der Entstehung von VAN DEER-Red Bull Sports: Christoph war einer der Ersten, der von meiner Idee, eigene Ski zu bauen, erfuhr. Durch seine legendäre Begeisterungsfähigkeit wurde aus „ein paar Paarln für Friends und Family“ ein großes Projekt. Bründl wurde unser erster Händler, Christoph Mentor und Wegbegleiter. Unvergessen bleibt auch die Präsentation unserer ersten Skilinie im Weitblick – und der Moment, als aus einer mutigen Ansage tatsächlich ein Weltcup-sieg wurde.

MARCEL HIRSCHER
ATHLET

Zur Übersetzung
For the translation visit
[bruendl.at/en/magazine/
memories-from-fellow-travellers](https://bruendl.at/en/magazine/memories-from-fellow-travellers)





We take fun seriously



RENE RINNEKANGAS



Löffler

Made for better

transtex®

Funktion
hautnah

spüren.

MERINO

Regional
hergestellt in
Österreich/
Europa



Das Bründl Sports Führungsteam
beim Strategieworkshop.

The Bründl Sports management team
at a strategy workshop.

GEMEINSAM WACHSEN

GROWING TOGETHER

MENSCHEN BEI BRÜNDL / people at bründl





ISABELLA



KARIN



PETRA



ANTON



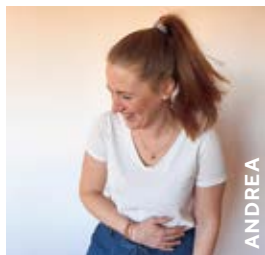
CHRISTINE



THERESA



CARINA



ANDREA



MAIK



GERALD



CHRISTA



WILFRIED



MANFRED



ANDREA

70 Jahre 70 Gesichter

Seit 70 Jahren lebt Bründl Sports von Menschen, die mit Leidenschaft und Begeisterung besondere Erlebnisse schaffen. Dieses Jubiläum feiern wir deshalb vor allem als Geschichte unserer Mitarbeitenden.

For 70 years now, Bründl Sports has been driven by people who bring passion and excitement to creating special experiences. This jubilee is therefore all about celebrating specifically the history of our staff.

Stellvertretend für die Bründl Familie zeigen wir euch hier 70 Gesichter: unsere langjährigsten Mitarbeitenden, die Bründl über viele Jahre geprägt und mitgestaltet haben. Was sie verbindet: Treue sowie Freude am Sport und am Miteinander.

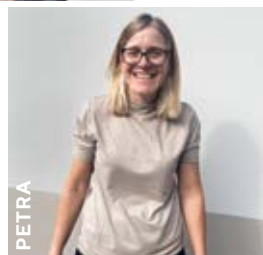
Here, we present 70 faces as typical members of the Bründl family – the staff members who have been with us longest, who have shaped and helped grow Bründl for so many years. What they all share is loyalty, a thirst for sports, and enjoyment in coming together.



MARKUS



THOMAS



PETRA



GÜNTER



ANGELIKA



ERICH



ANDREAS



HELGA



GERLINDE



SYLVIO



HANS



ROMANA



MARGIT



Persönliche Geschichten entdecken
Discover personal stories
bruendl.at/de/ueber-uns/70-jahre#menschen

Built for years, not seasons.

Wir stellen langlebige Bekleidung von allerhöchster Qualität her.
Wir investieren unsere Gewinne in den Schutz unseres Planeten.



Foto: BRENT DOSCHER © 2026 Patagonia, Inc.



Wir bieten eine
kompromisslose
Garantie für alle
unsere Produkte.



Wir schenken
deiner Bekleidung
neues Leben.



Wir übernehmen
Verantwortung
für unsere
Auswirkungen.



Wir unterstützen
Klima- und
Umweltschutzgruppen.



Wir investieren
unsere Gewinne
in den Planeten.

patagonia®



PAC.

BRILLE BESCHLAGEN?

Nie wieder beschlagene Brillen dank
Merino Mesh Mask Multifunktionstuch

2 in 1 – zwei verschiedene Wärmestufen

Vorderseite grobes Mesh für leichtes Atmen

Rückseite feines Mesh im Mundbereich

Mulesingfrei – feinste Merinowolle



ANTI ZECKEN TECHNOLOGIE

Giftfreier Insektenschutz
von Kopf bis Fuß

Frei von Giftstoffen – ohne DEET & Permethrin

Effektive Abwehr von Zecken und Stechmücken

40 cm Wirkradius – wirkt sofort und hoch effektiv

Hypoallergen – von der WHO empfohlen

www.pac-original.com



Bernadette, Amelie, Sebastian, Helen, Bernhard, Christoph, Nadja, Max, Paula

Zusammenhalt mit Weitblick

Was die Familie Bründl ausmacht? Ihre ausgeprägte Bodenständigkeit gepaart mit einem neugierigen und offenen Blick für das Außen. Alle bringen ihre individuellen Stärken ein. Gemeinsam folgen sie demselben Wertekodex: Ehrlichkeit, Toleranz, Wertschätzung. Wir haben mit den Bründls über Freiheit, Familie und Zusammenhalt gesprochen.

What characterizes the Bründl family? A deeply rooted, down-to-earth approach and an open and interested eye for the outside world. Each family member brings their own personal strengths to bear, and together they promote the same values: honesty, tolerance, and respect. We spoke to the Bründls about freedom, family, and the intrinsic bond they share.

„Paula, Papa und mich verbindet ganz klar die Sportleidenschaft. Aber auch unser Leistungsanspruch und der Wunsch nach Weiterentwicklung. All das gilt für uns – und mit Blick auf das Unternehmen.“

“Paula, Dad, and I very clearly share a passion for sports. And an effort to be the best, along with the desire to develop. All of that applies to us personally and with a view to the company.

Max liebt es, beim Sporteln den Sonnenaufgang „mitzunehmen“ – sein persönlicher Magic Moment.

Bound by a vision



Max und Paula

„Was man bei uns allen findet, ist eine Kombination aus Bodenständigkeit und Weitblick. Wir suchen immer nach etwas Neuem, nach innovativen Ideen, und gleichzeitig sind wir extrem verwurzelt.“

“What you get with us is a combination of strong local roots and a vision that goes far beyond that. For all that sense of belonging, we’re forever looking for the new, for innovative ideas.”

Paula ist inzwischen ein bekanntes Gesicht in der Kulinarikszene, aber ihr Herz und ihre Aufmerksamkeit gehören immer auch ihrem Umfeld – der Natur, Familie und Freunden.

„Meine Geschwister sagen mir immer die harte Wahrheit. Für mich ist das extrem wertvoll, weil ich so einen besseren Blick auf die Dinge bekomme.“

“My siblings always give me the hard truths. That’s extremely useful to me as it helps me get a better perspective on things.”

Amelie studiert derzeit BWL in Wien und sammelt bei einem Praktikum neue Einblicke für ihre Zukunft.



Amelie, Sebastian und Bernadette



Sebastian, Bernadette, Max, Amelie, Paula

„Ich bin dankbar für die Chance und das Privileg, dass meine Geschwister und ich unsere ganz eigenen Wege gehen können – das ist eine große Freiheit.“

“I am grateful for the opportunity and the privilege that my siblings and I have in being able to follow our very own paths – that means real freedom.”

Bernadette ist bodenständig und fleißig: Sie hat 2026 ihren Master in Wirtschaftsrecht gemacht und schon während des Studiums in einer Wiener Kanzlei gearbeitet.

„Wenn es um die Familie geht, dann legen wir alle unser Ego beiseite.“

“When it comes to family, we all forget our egos.”

Sebastian ist Ideengeber und Gründer von Bussi Baba, einem DJ-Event-Format, das mit Beats und guter Energie Leute zusammenbringt: „No gossip just dancing“ (bussi-baba.at). Seine Schwester Bernadette nennt ihn übrigens den „Wohlfühlmanager“ – auch in der Familie.

„Greifbarer Ausdruck unserer Verbundenheit sind unzählige Familienrituale – ob Winterritual im Skiurlaub, Schwitzritual in der Sauna oder Weihnachtsritual mit 30 Familienmitgliedern.“

“Countless family rituals serve as a tangible expression of our bond – be it the winter ritual of a skiing vacation, a sweating ritual in the sauna, or a Christmas ritual with 30 people around a table.”

Bernhard ist Unternehmensberater und Akademienlenker: Beide Aufgaben ergänzen sich und greifen ineinander.



Bernhard, Christoph

„Es ist faszinierend, in Christophs Welt einzutauchen. Und es ist beeindruckend, dass der Mensch bei Bründl wirklich immer im Fokus steht – ob Familie, Mitarbeitende oder Kundenschaft.“

“Immersing yourself in Christoph’s world is simply fascinating. And it is impressive that, at Bründl, the people always take true center stage – be they family, staff, or customers.”

Nadja ist Juristin aus Bregenz und selbstverständlicher Teil der Großfamilie. Sie schätzt den intensiven Austausch mit Christoph.



Helen, Bernhard, Christoph, Nadja

„Gemeinsam stark – in jeder Situation. Das macht unsere Familie aus.“

“Stronger together, whatever the situation – that’s what makes our family so resilient.”

Helen ist ausgebildete Philosophin und führt zusammen mit ihrem Mann Bernhard seit 1996 eine Unternehmensberatung in Salzburg.

„Familie muss eine Energietankstelle sein. Jeder einzelne Mensch darin ist Energiegeber und Stimmungstärker.“

“The family has to be where you recharge your batteries. Each and every member of it brings their energy and boosts morale.”

Christoph respektiert in seiner Rolle als Vater die Individualität seiner Kinder und möchte ebenso Vorbild sein wie Inspiration.

ZUKUNFT MIT BODENHAFTUNG

MAX BRÜNDL: A DOWN-TO-EARTH FUTURE

Wer mit Max Bründl spricht, merkt schnell: Hier wird nicht vor-schnell geantwortet. Es geht um Haltung, um Verantwortung – und um die Frage, wie sich Werte in die Zukunft übersetzen lassen. „Ich sehe es als Chance und Privileg, Bründl Werte fortzuschreiben“, sagt er. In seinen Sätzen hört man durchaus den Vater. Dieselbe Sportbegeisterung, dieselbe Klarheit in zentralen Fragen. Und doch wirkt Max nicht wie eine Kopie, sondern wie jemand, der seinen eigenen Zugang sucht – und findet. Demut prägt dabei seine Haltung: „Man darf nie vergessen, wo man herkommt, wo das Unternehmen herkommt.“ Gleichzeitig gehe es um Agilität und Weiterentwicklung, darum, Dinge zu hinterfragen und immer den Menschen im Fokus zu haben.

Eine Mischung aus Bodenhaftung und Zukunftsdrang zieht sich auch durch seinen bisherigen Weg. Nach der Matura in Zell am See, Bundesheer und einem Wirtschaftsstudium in Innsbruck steigt er früh bei Bründl ein. Sechs Jahre lang arbeitet er im Marketing, baut Social Media auf und entwickelt Kampagnen. „Es macht mir großen Spaß, kreativ zu sein“, erzählt er. Seine größte Leidenschaft aber ist und bleibt der Sport: Im Sommer ist er am liebsten auf dem Golfplatz, auf dem Rad oder in den Bergen unterwegs, im Winter auf Skiern. Was ihn als Person ausmacht, ist

Talking to Max Bründl, you soon notice: This is a man who thinks before he speaks. What clearly counts for him are the right mindset and responsibility, not to mention the question of how to translate values into the future. “I consider it both an opportunity and a privilege to carry the Bründl values forward,” he says. You can hear echoes of his father in his words, the same passion for sports, the same clarity on core issues. That said, Max does not come across as a copy, but rather as someone who has sought and found a path all of his own. His outlook is informed by humility: “You must never forget where you come from – or where the company comes from.” At the same time, he emphasizes the importance of agility and continuous development – of questioning the status quo and always focusing on people.

In his path through life thus far, he seems to have kept both feet firmly on the ground while remaining excited about the future. After graduating from high school in Zell am See, completing his military service, and graduating in business in Innsbruck, he joined Bründl early on. For six years, he worked in marketing, establishing the company’s social media presence and developing campaigns. “I really enjoy being creative,” he confides. His greatest passion, however, is and always will be sports: In the summer, he loves to be out on the golf course, on his bike,



„Jede Tradition war irgendwann mal eine Innovation.“



Max

eine besondere Balance: analytisch und kreativ, innehaltend und gern in Bewegung.

Heute arbeitet er bei Biogena im Business Development für den Bereich Longevity und in einer Branche, die ihn gepackt hat: Gesundheit. Biohacking, Prävention, Innovation – das sind Themen, die ihn auch privat beschäftigen.

Später wird er Teil der Geschäftsführung sein. Christoph Bründl wird ihn zunächst noch eine Zeit begleiten – so, wie es auch sein Vater getan hat. Dabei hat Max schon heute verstanden, worum es geht: Weiterentwicklung, die nicht vergisst, wo alles einst begonnen hat.

or up in the mountains; in the winter, he's on skis. What defines him as a person is a unique balance: analytical yet creative; reflective yet cheerfully driven.

Today, he works in business development at BIOGENA in the longevity department – in an industry that has really grabbed his interest: healthcare. Biohacking, preventive care, innovation – these are topics he also explores in his personal life.

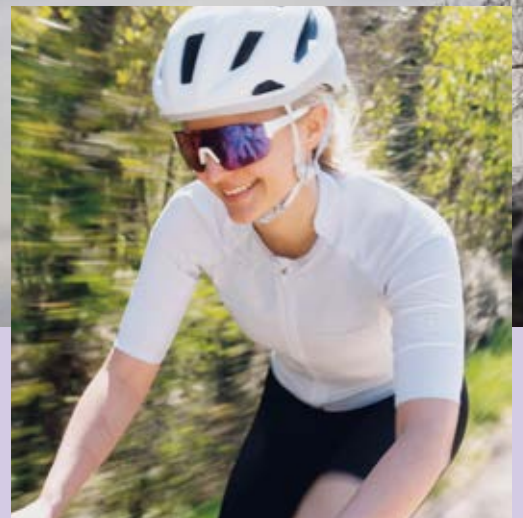
He will later become a member of the executive board. Christoph Bründl will initially mentor him – just as his own father did before him. However, Max has already grasped what really matters: Going forward, you have to remember where it all began.



SEIN HEALTH HACK

Konzentrier dich auf die Basics: Schlaf, Ernährung und Bewegung.

Concentrate on the basics: sleep, nutrition, and movement.



Paula

KOCHEN ALS LOVE-LANGUAGE

PAULA BRÜNDL: COOKING AS A LOVE LANGUAGE

„Es geht nicht nur ums Essen. Es geht um die Lebensmittel, ihre Zubereitung, die Präsentation – und um gemeinsamen Genuss.“

Paula Bründls Herzlichkeit und Offenheit sind ansteckend. In ihrer Heimat ist sie sehr verwurzelt. Als begeisterte Bergsportlerin gehören Skifahren, Radeln und Wandern genauso zu ihrem Leben wie Bründl Sports und die Tatsache, dass sie in eine Unternehmerfamilie hineingeboren ist. „Das ist Privileg und Verantwortung“, sagt sie mit Respekt vor den Aufgaben ihrer Generation. Ihr Beitrag bezieht sich vor allem auf den „Faktor Mensch“, was in ihrem Studium begründet liegt. „Psychologie war mein Traumstudium. Es hat mir aber gezeigt, dass ich etwas Handwerkliches machen möchte“, beschreibt sie ihren Weg von der Uni in die Küche. Denn: Sie macht eine Kochlehre, gewinnt die Kochshow „The Taste“, bekommt ihre eigene Sendung und schreibt Kochbücher. Ihr Zugang zur Kulinarik ist dabei vor allem eins: tief familiär. „Bei uns zu Hause wird groß aufgekocht“, sagt sie und erzählt von Weihnachtsessen, die über Tage vorbereitet werden. „Schon als Kind hat mich das total fasziniert!“ Was sie am Kochen liebt, ist die Unmittelbarkeit. Und die Möglichkeit, Menschen glücklich zu machen. Wenn sie jemandem etwas Gutes tun will, gibt es Selbstgemachtes. Den Anspruch an Perfektion hat sie nicht unbedingt. „Es geht doch immer etwas schief. Da muss man sein Ego schon im Griff haben“, erzählt sie lachend. Stattdessen gehe es ihr um Achtsamkeit. Um das Gespür für die Zutaten. Das klingt emotional, bodenständig und nach Paula.

Paula Bründl's warmth and open-mindedness are infectious. With strong roots in her homeland, she is a mountain sports enthusiast, so skiing, biking, and hiking are as much a part of her DNA as Bründl Sports and her family's culture of entrepreneurship. "It's a privilege and a responsibility," she says respectfully of the tasks her generation faces. Her contribution is aimed mainly at the "human factor," no doubt reflecting what she studied: "Psychology was my dream for uni. And it also showed me that I can do something hands-on, too," she says, describing her journey from the lecture hall to the kitchen. She trained as a chef, won "The Taste" cooking show, got her own slot on TV, and writes cookery books. And her approach to cuisine is decidedly family-driven. "When I was a kid, meals at home were a big deal," she recalls and talks about the many days spent preparing Christmas dinner. "It really fascinated me when I was a child!" What she loves about cooking is the directness of it all and the opportunity to make people happy – if she wants to put a smile on someone's face, she cooks for them. And she sees no need for perfection: "Something invariably goes wrong. You need to rein in your ego," she notes with a laugh. For her, what counts is mindfulness, the feel for the ingredients – which sounds emotional, down-to-earth, and very much like Paula.



REZEPT FÜR SPORTLERSCHMARRN RECIPE FOR SPORTS-LOVERS' SCHMARRN

Paula weiß: „Das Allertollste, was man am Berg essen kann, ist ein richtig guter Kaiserschmarrn.“ Ihr proteinreicher Topfen-Kaiserschmarrn mit Blaubeeren verbindet Genuss und Gesundheit.

Paula is certain that "the best thing you can eat when out in the mountains is really good kaiserschmarrn." Her version is heavy in protein and blueberries, combining great taste with good health.



Hier geht's zum Rezept /
Click here for the recipe

[bruendl.at/de/
magazin/paula-bruendl-
sportlerschmarrn](https://bruendl.at/de/magazin/paula-bruendl-sportlerschmarrn)



**Raiffeisen
Salzburg**



**JETZT
KONTO
ERÖFFNEN.**
salzburg.raiffeisen.at/konto



JA ZUM BONUS.

Mehr Konto. Mehr Vorteile:
Jetzt Raiffeisen Jahres-Bonus sichern.

WIR MACHT'S MÖGLICH.

blocher partners

Die Summe der Visionen
ist halt größer als seine Teile.

70 Jahre Leidenschaft:
»Hut ab – weiter geht's immer!«

persönliche

Freundschaft

Innovation

Weitblick

DER BRÜNDL CODE

Die Werte, die wir im Alltag leben, sind unser Bründl Code – im Team, mit unserer Kundenschaft sowie mit Partnerinnen und Partnern. Er verbindet Menschen.

The values we live by in our everyday lives – as a team, with our customers, and with our partners – form our Bründl Code. It's a bond that unites us.

1

MAGIC MOMENTS

Nur wer den Funken der Leidenschaft in sich trägt, kann ein Feuer für sich und andere entfachen. Mit Freude und Sinn begeistern wir unser Umfeld: Magic Moments als täglicher Treiber.

Only when you feel the spark of passion will you light a fire for yourself and other people. We delight others with joy and substance: magic moments as the daily driver.

2

MITVERANT- WORTUNG

Wir alle leben die Mitverantwortung für unsere Werte, für Nachhaltigkeit und für unsere Ziele. Außerdem sind wir Stimmungsmanagerinnen und -manager. Das Ganze nach dem Prinzip „füreinander“.

We all bear joint responsibility for our values, sustainability, and goals, and we act as mood managers – all in keeping with the principle of being there for others.

HAL

3

RESPEKT

Als menscheIndes Unternehmen sind wir fair und anständig im Umgang miteinander. Wir behandeln alle so, wie wir behandelt werden möchten: mit Respekt.

As a company that prioritizes the human factor, we are fair and kind to one another. We treat everyone the way we wish to be treated – with respect.

5

KONSEQUENZ

Konsequenz liegt all unserem Handeln zugrunde. Wir machen keine halbherzigen Sachen. Durch ständiges Hinterfragen und bewusstes Handeln kommen wir zu besseren Ergebnissen.

All our actions are based on consistency. We don't do things half-heartedly, and we achieve better results by constantly questioning the status quo and deliberately adjusting our course accordingly.

4

MUT

Für eine erfolgreiche Zukunft hinterfragen wir unser Tun ständig und mit radikaler Ehrlichkeit. Wir blicken immer mit großer Zuversicht, Urvertrauen und hoher Lösungsbegabung in die Zukunft.

To ensure we stay on the path to success, we question what we do – constantly and with radical honesty. We always look to the future with unwavering confidence, with a sound sense of trust, and with a pronounced ability to find solutions.

6

NACHHALTIGKEIT

Unser Familienunternehmen fühlt sich einer glaubwürdigen und professionellen Nachhaltigkeit verpflichtet. Statt kurzfristiger Profitmaximierung verfolgen wir eine mutige, aber von kaufmännischer Weitsicht und strategischer Logik geprägte Firmenpolitik.

Our family business is committed to credible and professional sustainability. We focus not on short-term profit maximization but on a bold corporate approach rooted in commercial circumspection and strategic logic.



TUNG

Zum Jubiläum bündeln wir unsere Werte in einer starken Aussage:

To mark our jubilee, we are bundling our values
in one strong statement:

Haltung ist unser Kompass. Seit 70 Jahren handeln wir aus Überzeugung. Haltung verbindet unsere Begeisterung mit unserem Mut, unserem Respekt und unserer Verantwortung füreinander.

Sie zeigt sich in unserer Ehrlichkeit, in unseren Entscheidungen und darin, wie wir Menschen begegnen. Haltung macht Bründl und die gesamte Bründl Familie unverwechselbar – gestern, heute und morgen.

Our mindset forms our compass. For 70 years now, we have acted out of conviction. Our mindset fuses our enthusiasm with our boldness, our respect, and our responsibility for one another.

This is evidenced by our honesty, our decisions, and by how we engage with people. Bründl's mindset gives it and the entire Bründl family an unmistakable identity – which has always been the case and will remain so.



EIN ORT ZUM WACHSEN FÜR ALLE

A PLACE TO GROW FOR EVERYONE

In über 30 Jahren Bründl Akademie hat sich vor allem eines verändert: die Zahl der Mitarbeitenden. Der Anspruch ist geblieben: Die Akademie ist ein Angebot für alle im Bründl Team, um sich fachlich und persönlich weiterzuentwickeln. Damit ist sie weit mehr als ein Lernort – sie ist eine Lebensschule. 1989 fand mit Initiator Christoph Bründl der erste Naturworkshop statt, bis heute das Herzstück der Akademie. Die jährliche Fortbildungs- und Teambuilding-Veranstaltung eröffnet die Wintersaison und bringt die ganze Bründl Familie zusammen. Denn die Akademie lebt vom Miteinander, vom Austausch zwischen Standorten, Rollen und Generationen. Daran arbeiten Michaela Pfeffer und Bernhard Bründl jeden Tag.

„Eigentlich sehen sich unsere Menschen von den verschiedenen Standorten eher selten“, sagt

Michaela. „Die Akademie ist deshalb auch ein Netzwerk, in dem Wissen und Erfahrungen geteilt werden.“ Für Bernhard ist die Lebensschule vor allem ein Spielfeld: „Als Team arbeiten wir an unseren Spielzügen und auf ein gemeinsames Ziel hin.“ Was daraus entstehen kann, zeigen Bründl Erfolgsgeschichten – etwa die Entwicklung vom Lehrling zum Shopleiter mit nur 24 Jahren. Es sind die Führungskräfte, die Potenziale erkennen und Mitarbeitende für Traineeprogramme empfehlen. Michaela und Bernhard begleiten diese Entwicklung aktiv. „Eine meiner wichtigsten Aufgaben ist es, Stärken zu erkennen und Ansprechpartnerin für Menschen zu sein, die lernen und sich weiterentwickeln wollen“, sagt Michaela.

Heute geht es mehr denn je um Eigenverantwortung. Formate wie das 2025 gestartete Magic Moment Training zeigen das: Mitarbeitende geben



**MICHAELA
PFEFFER**

**Leitung Personal-
entwicklung
und Recruiting**

ihr Wissen weiter, setzen Impulse und gestalten aktiv mit. „Das braucht Vertrauen und Raum“, sagt Bernhard. Entscheidend sei, was das Team wirklich braucht. „Manchmal ist weniger mehr“, ergänzt Michaela. Deshalb suchen beide ständig nach neuen Themen und passenden Trainerinnen und Trainern. „Unser Anspruch ist es, innovativ zu sein und immer wieder neue Wege zu gehen“, sagt Bernhard. Was bleibt, ist die Freude am gemeinsamen Wachstum. Die größte Stärke der Akademie sind deshalb die Menschen, für die sie da ist. „Wenn man morgens spürt, dass die Leute gern kommen und die Stimmung passt – das sind meine Magic Moments“, sagt Bernhard.



BERNHARD BRÜNDL

**Trainer und Mitgestalter
der Bründl Akademie**

In its 30-plus years, one thing above all has changed at the Bründl Academy: the number of staff. The objective has remained the same: The academy is a service offered to all Bründl team members who wish to develop professionally and personally, and therefore far more than simply a training space. In 1989, the first nature workshop took place, initiated by Christoph Bründl, and this remains the core element of the academy. The annual advanced training and team-building event opens the winter season and brings the entire Bründl family together – for the academy thrives on togetherness, on interaction between the various locations, roles, and generations. Michaela Pfeffer and Bernhard Bründl work day-in, day-out to realize this vision.

“In fact, Bründl staff from the various locations rarely see each other,” Michaela comments. “The academy therefore also functions as a network in which knowledge and experiences are shared.” For Bernhard, it’s a school for life, and above all a playing field: “As a team, we work at our moves and toward a shared goal.” What this can generate becomes clear in Bründl’s success stories – such as the development of one of our apprentices who became store manager at the age of only 24. It is the managers who spot potential and recommend staff members for the trainee programs, and Michaela and Bernhard actively support this process: “One of my key tasks is to identify strengths and be the first point of contact for people who want to learn and develop further,” Michaela says.

Now more than ever, personal responsibility is crucial. Formats such as the Magic Moment training launched in 2025 show this, with members of staff passing on their knowledge, sparking new initiatives, and actively structuring what goes on in the company. “That requires trust and space,” Bernhard says. The focus here is on what the team really needs: “Sometimes less is more,” adds Michaela – which is why both are constantly on the lookout for new areas of expertise and the right trainers. “We aspire to be innovative and to keep trying new things,” Bernhard affirms. And the outcome of all this? The joy of shared growth. The academy’s greatest strength is therefore the people it serves. “If, in the morning, you feel that people are happy to be there and the mood is right, then that’s my magic moment,” Bernhard reports.



DIE BRÜNDL AKADEMIE THE BRÜNDL ACADEMY

Über 30 Seminare, mehr als zehn Themenfelder, individuell ausgewählte Trainerpersönlichkeiten und 1.925 Fortbildungstage pro Jahr.

Auszug aus dem Akademieprogramm

Naturworkshops

Für alle

Bründl Junior Akademie

Entwicklungswochen für alle Lehrlinge

Verkaufsschulungen

Für alle neuen, aber auch alle erfahrenen Mitarbeitenden

Kommunikationsschulungen

Für den bewussten Umgang mit Worten in allen Situationen

Produktwissen

Für den Wissensvorsprung in der Kundenberatung

Trainee-Ausbildung

Für den Führungsnachwuchs

Persönlichkeitsschulungen

Als Ergänzung zum Fachwissen, wie z. B. das Seminar „Tiefes Zuhören und Menschen wirksam verstehen“ sowie Seminare zum Thema gewinnende Körpersprache

Führungskräfte-Entwicklungsprogramm

Für Führungspersönlichkeiten

Magic Moment Training (MaMoT)

Von der Kollegschaft für die Kollegschaft im Shop

E-Learning

Für alle

Nature workshops, Bründl Junior Academy, Sales training sessions, Communication training sessions, Product knowledge, Courses for trainees, Body language seminar, Management development programs, Magic Moment training (MaMoT), E-learning

Die Vielseitigkeit unseres Angebots macht den Unterschied. Wir denken ständig Bewährtes weiter und Neues mutig mit – etwa Achtsamkeit oder tieferes Zuhören. Ein wichtiger Schritt: die Kompetenzen unserer Mitarbeitenden stärker einzubinden und so auch unser internes Training gezielt weiterzuentwickeln.

MAGIC MOMENT TRAINING (MAMOT)

Bründl Talente werden in einer Basisausbildung und über Livetrainings, digitale Einheiten oder Webinare zu internen Trainerinnen und Trainern ausgebildet. Ihr Wissen geben sie als Feedback auf der Verkaufsfläche, aber auch in wöchentlichen 15-minütigen Lerneinheiten an die Kollegschaft weiter.

Bründl talents are given basic training and participate in live sessions, digital units, or webinars to develop as internal trainers. They use their knowledge to give feedback in the sales areas, but also in weekly 15-minute teaching units for their colleagues.

„Mir hat die Schulung Sicherheit gegeben und viele Fragen geklärt. Mit Mut und Motivation gelingt es mir, Neues auszuprobieren und bessere Verkaufserfolge zu feiern.“



Sonja Ranggetiner,
Shopleitung Saalbach,
über das Magic Moment Training

STRATEGIEWORKSHOP

Einmal jährlich richtet das Bründl Sports Führungsteam den Blick auf die Zukunft – um alle Kräfte auf gemeinsame Ziele zu bündeln.

Once a year, the Bründl Sports management team focuses on the future, bundling all our powers in order to achieve our shared goals.

„Externe Trainer regen mit Impulsen zum Beispiel über Energie, Selbstführung oder Begeisterung dazu an, Gewohnheiten zu hinterfragen und sich kontinuierlich weiterzuentwickeln.“



Nina Goschler, Category Manager,
über Erfahrungen aus
dem Strategieworkshop

schule

KÖRPERSPRACHESEMINAR „GEWINNENDE KÖRPERSPRACHE“

Das Seminar vermittelt, wie nonverbale Signale (Haltung/Auftreten, Gestik/Mimik) unsere Wirkung auf andere beeinflussen und wie man sie gezielt einsetzt, um sicherer und überzeugender zu kommunizieren.

The seminar teaches participants how non-verbal signals (attitude, appearance, gestures, face) influence our impact on others and how, with care, you can use them to communicate more confidently and persuasively.



„Spannend war für mich, wie stark Körpersprache unsere Wirkung auf andere prägt. ‚Großer Ausdruck hinterlässt großen Eindruck‘, ein Satz von Stefan Verra, der mir besonders in Erinnerung geblieben ist.“



**Melanie Koch, Personalteam,
mit ihrem Eindruck
vom Körperspracheseminar**

ACHTSAMKEITSEMINAR

Das Seminar bietet verschiedene Werkzeuge an, um die eigene Achtsamkeit bewusst auf den gegenwärtigen Moment zu richten und so mehr Klarheit im Denken und im Umgang mit anderen zu erhalten.

This seminar offers various tools for focusing your own mind consciously on the present moment and thus being clearer in your thoughts and interactions with others.



„Mich hat dieses Seminar tief beeindruckt: Es hat gezeigt, wie wertvoll es ist, sich bewusst Zeit für die wesentlichen Dinge im Leben zu nehmen.“



**Brian Dettenbeck, Teamleiter
Hartware Flagshipstore,
über das Achtsamkeitsseminar**



„Ich mag es, mit der Kundschaft zu reden und ihnen Produkte zu erklären.“

ANNA & ELIAS

Anna Pirchner (seit 2017 dabei, Lehrlingsbeauftragte Servicecenter Kaprun), Elias Mösl (zweites Lehrjahr Einzelhandel in Salzburg). Anna Pircher (on board since 2017, head of traineeships at the Kaprun Service Center), Elias Mösl (2nd-year retail trainee in Salzburg).

VON ANFANG AN GEMEINSAM

TOGETHER – FROM THE OUTSET

Weitergeben, weiterlernen, gemeinsam wachsen – eine Überzeugung, die unsere Bründl Familie prägt. Genau davon erzählen auch unsere Generationengespräche zwischen Lehrlingen und Expertinnen und Experten.

Sharing knowledge, learning from one another, growing together – a belief that defines our Bründl family. This is exactly what our cross-generational conversations between trainees and experts capture.

Anna: Elias, was hat dich bei Bründl überrascht?

Elias: Wie viel im Hintergrund passiert, was die Kundschaft gar nicht merkt. Mich interessiert, was sich seit deiner Lehrzeit verändert hat.

Anna: Der Umgang ist heute viel lockerer. Das freut mich besonders, weil die Lehrlinge mutiger sind und sich trauen, ihren eigenen Weg zu gehen. Was ist deiner? **Was macht dir besonders Spaß und was findest du herausfordernd?**

Elias: Ich mag es, mit der Kundschaft zu reden und ihnen Produkte zu erklären. Herausfordernd ist für mich dabei die Textilabteilung.

Anna: Verstehe. Meine Herausforderung ist, mich nicht aus der Ruhe bringen zu lassen – aber man lernt nie aus.

Elias: Was kannst du mir denn noch mitgeben?

Anna: Sei neugierig und bleib dran an deinen Zielen. Wenn du wirklich willst, kannst du bei uns unglaublich viel erreichen – ich bin meinen Weg vom Lehrling bis zur Lehrlingsverantwortlichen gegangen.

Anna: Elias, what surprised you at Bründl?

Elias: Just how much goes on behind the scenes that customers don't know about. But tell me, what has changed since your days as a trainee?

Anna: It's a much more leisurely atmosphere these days, which I'm really happy about as the trainees are bolder now and have the courage to choose their own paths. What's yours? **What do you enjoy most and what do you find challenging?**

Elias: I like talking to the customers and explaining products to them. I find the textile department the most challenging.

Anna: I get it. My main challenge is not to lose my cool – but you never stop learning.

Elias: What other advice can you give me?

Anna: Be inquisitive and stick to your objectives. If you really want to, you'll achieve great things here – I took my own path from trainee through to head of traineeships.

Herbert Neumayer (seit 1984 dabei, GL Vertrieb/Personal/Rent Servicecenter Kaprun), Marie Stadler (zweites Lehrjahr Einzelhandel in Mayrhofen). **Herbert Neumayer (with Bründl since 1984, MD Sales/Personnel/Kaprun Rental Service Center), Marie Stadler (2nd-year retail trainee in Mayrhofen).**

„Ich habe gelernt: Begegne Menschen auf Augenhöhe.“

HERBERT & MARIE



Marie: Mal ehrlich, Herbert: **Findest du es auch manchmal schwierig, immer nett zu bleiben – auch bei unfreundlicher Kundschaft?**

Herbert: Eine Herausforderung, klar – man trifft ja auch im Team auf Menschen, die ganz anders ticken. Etwas, das wir lernen können: Sich immer wieder offen auf Menschen einzulassen. **Aber was macht dir aktuell denn am meisten Spaß?**

Marie: Das ist das Team für mich: die netten Kolleginnen und Kollegen.

Herbert: Ja, vielleicht sind die auch ein Grund dafür, dass der Job nach über 40 Jahren immer noch spannend und immer wieder neu für mich ist. Ich habe gelernt: Begegne Menschen auf Augenhöhe. Und du? **Was kannst du heute schon besser als zu Beginn deiner Ausbildung?**

Marie: Hochdeutsch.

Marie: So, be honest Herbert: **Don't you sometimes find it tough to always be nice, especially when customers are unfriendly?**

Herbert: Sure, it's a challenge – and in the team there are people who tick completely differently. Something that we can learn is to be open-minded in approaching others. **What's the most fun for you at the moment?**

Marie: For me, it's the team, the great colleagues.

Herbert: Yes, that's perhaps also a reason why I still find the job exciting after over 40 years, and it keeps offering something new. I've learned to always treat others as equals. And you? **What can you already do better than when you started out as a trainee?**

Marie: Speak German without an accent!

Celina Sturm (seit 2017 dabei, Shop Designer Outlet Salzburg), David Schößwendter (zweites Lehrjahr Einzelhandel in Kaprun), Celina Sturm (on board since 2017, shop designer in the Salzburg outlet), David Schößwendter (2nd-year retail trainee in Kaprun).

„Zum Glück können wir alle in allen Bereichen immer weiterlernen.“

David: An stressigen Tagen fällt es mir manchmal schwer, alle meine Aufgaben im Kopf zu behalten. **War das bei dir am Anfang auch so?**

Celina: Total. Ich hatte anfangs überhaupt keinen Überblick – weder über die Ware noch über die Abläufe. Zum Glück können wir aber alle in allen Bereichen immer weiterlernen. Mich würde interessieren, **was dir am meisten Spaß macht.**

David: Kunden zu bedienen. Da gab es auch meinen Magic Moment: Ein Kunde ist extra aus Frankfurt gekommen, um eine professionelle Skischuhberatung zu bekommen. **Hast du auch so einen besonderen Bründl Moment?**

Celina: Ja, als ich Abteilungsleiterin wurde – und die Chance genutzt habe, um zu wachsen.

David: Und was würdest du mir raten, um voranzukommen?

Celina: Du musst nicht auf dem gleichen Stand sein wie jemand, der schon zehn Jahre im Verkauf ist: Lerne aus deinen Fehlern. Nur so kommst du weiter.

David: On stressful days I sometimes find it hard to keep all my tasks in mind. **Was it like that for you at the beginning, too?**

Celina: Totally. At first, I had no grasp of it at all, either of the goods or the workflow. Fortunately, we can always learn more, whatever area we're in. So, **what is it that you find most fun at work right now?**

David: Serving customers – and that was also my magic moment: A customer came all the way from Frankfurt to get professional advice on ski boots. **Have you ever had that kind of special Bründl moment?**

Celina: Yes, when I became head of department and seized the opportunity to grow.

David: And what advice would you give me if I want to move forward?

Celina: You don't need to be on a par with someone who's been in sales for a decade: Just learn from your mistakes – that's the only way to progress.

CELINA & DAVID





CHRISTIAN & SARAH

Christian Cantonati (seit 2004 dabei, Shopleitung Grafenberg Wagrain), Sarah Spitaler (zweites Lehrjahr Einzelhandel in Mayrhofen). **Christian Cantonati** (on board since 2004, manager of the Grafenberg Wagrain store), Sarah Spitaler (2nd-year retail trainee in Mayrhofen).

„Ich wünsche mir ein glückliches Team. Auf diese Aufgabe freue ich mich jetzt auch in Wagrain.“

Sarah: Am Anfang war es gar nicht so leicht für mich, offen auf Menschen zuzugehen. **Wie war das bei dir?**

Christian: Ich fürchte, ich war eher zu direkt. Ich musste an meiner Kommunikation arbeiten, musste lernen, erst mal durchzuatmen und mir die richtigen Worte zurechtzulegen. **Wie schaust du denn sonst auf deine bisherige Lehrzeit?**

Sarah: Es ist halt genauso cool, wie ich es mir vorgestellt habe. **Was fandest du am coolsten in der langen Zeit, in der du schon da bist?**

Christian: Die Shopperöffnung am Maiskogel. Für mich mein erstes eigenes Projekt, in dem ich all mein Können unter Beweis stellen konnte. Mein erstes eigenes Team! Ich habe den Anspruch, alle so einzusetzen, dass es ihnen Spaß macht. Ich wünsche mir ein glückliches Team. Auf diese Aufgabe freue ich mich jetzt auch in Wagrain sehr!

Sarah: Ich freue mich, wenn ich das richtige Produkt für die Kundschaft finde. Und wenn die dann unseren Shop mit einem Lächeln verlassen ...

Christian: ... ein Magic Moment!

Sarah: In the beginning I found it quite hard to approach people cold. **What was it like for you?**

Christian: I think I was a bit too direct, unfortunately. I had to work on my communication skills, learn to take a deep breath and choose the right words. **How do you rate your time as a trainee to date?**

Sarah: It's just as cool as I imagined it would be. **What was the coolest thing you've done so far?**

Christian: The shop opening at Maiskogel. It was the first time I had my very own project where I was able to demonstrate what I could do. The first team I had of my own! I always aim to deploy them all in positions they enjoy, and above all, I want a team that's happy – that's a challenge I really relish!

Sarah: I'm happy when I find the right product for a customer. And if they then leave the store with a smile on their face ...

Christian: ... a magic moment!

So Salzburg, wie Sie.

Für die großen und kleinen Wünsche im Leben braucht es mehr als die passende Finanzierung. Es braucht einen starken Partner, der die Salzburger:innen versteht, der Ihnen mit persönlicher Beratung zur Seite steht und in jeder Lebenssituation die passende Finanzierungslösung für Sie bereithält. **Einen Partner wie die Hypo Salzburg.**

HYPO
SALZBURG

**DIE
UNIVERSALBANK
DER SALZBURGER:
INNEN**



Entdecken Sie eine Bank,
die zu Ihnen passt.

@ AI-generated content



WE MAKE THE EQUIPMENT, YOU MAKE HISTORY.

Seit der Gründung im Jahr 1950 war HEAD immer als Innovations- und Technologieführer richtungsweisend in der Entwicklung neuer Technologien und Produkte.

Der permanente Antrieb Materialien und Rohstoffe zu verbessern, Performancesteigerungen und neue Erfolgskonzepte zu kreieren: All das macht HEAD heute zu einem der weltweit führenden Hersteller!

HEAD®



Schmittenhöhe im Morgen-
licht: ein Moment zwischen
Berg, Schnee und grenzen-
losem Glück.

Up on the Schmittenhöhe
in the morning light –
a moment of complete bliss
in the snow.



HALTUNG

ZEIGEN

THE RIGHT OUTLOOK

MARKE MIT HERZ / brand with heart

WIR BEGEISTERN MENSCHEN

WE INSPIRE PEOPLE

Wo Haltung auf Freude trifft und Geschichte auf gelebte Werte, entsteht Identität. Unsere zeigt sich in allem, was wir tun: ob es unsere Ski- und Bergsportkompetenz ist, unsere Service- und Beratungsqualität oder die Energie, mit der wir auch die kommenden Jahrzehnte gestalten werden – für unsere Kundschaft und unser Unternehmen.

Identity is forged where outlook and joy, history and lived values combine. Ours is visible first and foremost in what we do: be it our expertise in skiing and Alpine sports, our top-quality service and advice, or the energy we bring to shaping the coming decades – for our customers and our company.



Außergewöhnliche Menschen schaffen gemeinsam Magic Moments.



„Wir wollen die Besten sein.“

“We want to be the best.”

Seit 1956 sind wir in den Bergen zu Hause. Hier erleben wir die Natur – als Kraftquelle, Herausforderung, Maßstab. Sie macht uns zu dem, was wir heute sind: ein unverwechselbares Familienunternehmen und der führende Premiumsporthändler Österreichs mit einem klaren Markenprofil – und einem erklärten Ziel: Exzellenz.

The mountains have been our home since 1956. The experience of nature as a source of energy, a challenge, and a yardstick has made us what we are today – an unmistakable family-owned company and Austria’s leading premium sports retailer with a distinct brand profile and a clear goal: excellence.

„Wir wissen: Menschen machen den Unterschied.“

“We know that it’s people who make the difference.”

Für uns macht nicht nur die Kundenorientierung den Unterschied, sondern der Fokus auf unsere 700 Menschen. Sie tragen das Besondere in sich und schenken es unseren Kundinnen und Kunden: einzigartige Erlebnisse und Momente, die berühren, begeistern und in Erinnerung bleiben. Sie sind der Kern unserer Bründl Aufenthalts-, Beratungs- und Servicequalität.

For us, the difference comes from our focus not on customers but on our 700 employees. They are the special ingredient, which is why they’re able to give our customers special experiences and moments that touch the mind, inspire, and become cherished memories. They are at the core of the quality of Bründl stores, advice, and services.

„Wir glauben an die Zukunft und gehen voran.“

“We believe in the future and forge ahead.”

Hans Bründl wurde für verrückt erklärt, als er das Grundstück des heutigen Flagshipstores in Kaprun gekauft hat. Von ihm hat Christoph Bründl gelernt: „Ein Risiko nicht einzugehen, ist das größte Risiko!“ Dieses Wissen macht ihn zum „Ermöglicher“, der mit dem Mut zur Wahrheit und großer Klarheit Chancen sieht und immer wieder neue, andere Wege findet.

People said Hans Bründl was crazy when he bought the plot in Kaprun where the Flagshipstore stands today. Christoph Bründl learned from him that “the greatest risk is to avoid taking risks!” An insight that makes him an “enabler” who boldly embraces truth and clarity to discern new opportunities and repeatedly embark down new and different paths.

ZWEI STARKE MARKEN

EIN NEUER GIPFEL



Sporthaus Strolz in Lech

„Es sind nicht die schnellen Schritte oder ihre Anzahl, die über einen Entwicklungsweg entscheiden. Es sind die qualitativen Schritte.“

CHRISTOPH BRÜNDL



Skiservice Strolz in Lech



Sporthaus Strolz in Zürs



Strolz Filomena in Lech



m Jubiläumsjahr blickt Bründl Sports auf eine 70-jährige Unternehmensgeschichte. Eine Geschichte, die von Wachstum und Weiterentwicklung erzählt. Im Juni 2026 haben wir ein neues Bründl Kapitel aufgeschlagen und die vier Strolz Filialen in Lech und Zürs übernommen.

Strolz ist ein Haus mit großer Strahlkraft und eigener Geschichte. Gegründet 1921. Verwurzelt am Arlberg. Einer Region, die nicht nur als Wiege des Skilaufs gilt, sondern heute das größte zusammenhängende Skigebiet Österreichs ist. Hier steht der Name Strolz für Qualität, Stil und ein tiefes Sportverständnis. Er steht auch für ein gewachsenes Familienunternehmen – genau wie Bründl.

Beide Familien sind von jeher eng verbunden. „Für uns war Strolz immer eine besondere Quelle der Inspiration“, erzählt Christoph. Die Marke, das Sortiment, die Gastgeberrolle – für all das habe er eine tiefe Bewunderung. Und nicht selten habe Bründl in der Vergangenheit Ideen und Impulse von Strolz aufgegriffen und auf die eigene Art weiterentwickelt. Das bestätigt auch Olivia Strolz, die das Unternehmen bis zur Übergabe an Bründl Sports in den vergangenen acht Jahren durch herausfordernde Zeiten geführt hat: „Ich erlebe, dass Christoph der Marke Strolz mit großem Respekt begegnet.“ Was für sie untrennbar zur Marke gehört, ist ihr Team – die „Strolzis“. Denn genau wie Christoph weiß Olivia: „Entscheidend ist der Mensch auf der Fläche; ob er in der Lage ist, sich auf die Gäste im Laden einzulassen und ihre Bedürfnisse zu verstehen.“ Und so kommt zu einem Gleichklang mit Blick auf Bergsport, Sporthandel und Gastfreundschaft auch der gemeinsame Anspruch, das eigene Team in den Mittelpunkt zu stellen. Weil das so ist, wird Strolz nicht nur Strolz bleiben, sondern als Marke unter dem Dach von Bründl Sports weiterentwickelt. „Das ist wie in einer guten Beziehung“, sagt Christoph: „Die ist nur dann gut, wenn beide Personen die Möglichkeit haben, aneinander zu wachsen.“

In its jubilee year, Bründl Sports is looking back on a 70-year corporate history – a story of growth and constant evolution. In June 2026, we opened a new chapter in the Bründl story by acquiring the four Strolz stores in Lech and Zürs.

Strolz is a company with immense prestige and a proud history. Founded in 1921 and deeply rooted in the Arlberg region – an area not only regarded as the cradle of skiing but also home to Austria's largest coherent ski resort – the Strolz brand is synonymous with quality, style, and a profound understanding of sport. It is also a long-standing family business – much like Bründl.

The two families have always shared a close bond. “For us, Strolz has always been a special source of inspiration,” says Christoph. He holds a deep admiration for the brand, its product range, and its approach to hospitality. And in the past Bründl has not infrequently taken up Strolz ideas and stimuli and advanced them in its own way. This is confirmed by Olivia Strolz, who has steered the company through challenging times over the last eight years before handing it over to Bründl Sports: “My experience has been that Christoph treats the Strolz brand with great respect.” To her mind, an intrinsic part of the brand is its team – the “Strolzis.” Like Christoph, Olivia knows that “what matters most is the person on the sales floor, whether they are able to truly connect with customers in the store and understand their needs.” Thus, along with a shared emphasis on mountain sports, retail, and hospitality, there is the mutual insistence that the team is at the heart of the business. And for that reason, Strolz will not merely remain Strolz but will continue to evolve under the Bründl Sports umbrella. “It’s like a good relationship,” says Christoph. “It only works if both partners have the opportunity to grow through each other.”



„Bründl hat hohe Ansprüche an die Weiterentwicklung der Marke Strolz.“

OLIVIA STROLZ

ZWEI MARKEN, EINE HALTUNG

Olivia Strolz und Christoph Bründl stammen aus Unternehmerfamilien. Eine Gemeinsamkeit, die beide entscheidend prägt: weil Unternehmen und Familie untrennbar sind. Aber es gibt noch viel mehr, das Bründl und Strolz verbindet.

Olivia Strolz and Christoph Bründl are both scions of entrepreneurial families – a shared experience that has decisively influenced them both. Company and family are two sides of the same coin. And there's plenty more that Bründl and Strolz share, too.

Strolz



Bründl
SPORTS

Wo Einkaufen zum Erlebnis wird

Was bei Bründl Magic Moments sind, ist das „Strolzen“ am Arlberg. Ein Begriff, der zwar Ausdruck eines Markenwertes ist, aber nicht aus dem Marketing, sondern direkt aus der Gäste-Community stamme, sagt Olivia: „Wir sind nicht Verkäufer, sondern Verführer. Unsere Kundschaft sucht Emotionen, Erlebnisse und Erinnerungen.“

Where shopping becomes an experience

What are “magic moments” at Bründl are known as “Strolzing” in Arlberg – a verb that reflects the brand values and was dreamed up not by a marketing buff but by the community of guests themselves, Olivia says: “We’re not trying to sell – we’re trying to seduce. Our customers seek emotions, experiences, and memories.”

Gastfreundschaft, die trägt

Für beide geht es immer um das Thema Gastfreundschaft. Darum, Beziehungen aufzubauen – nicht nur zum Gast, sondern auch im eigenen Team. „Wir haben das große Glück, dass wir Menschen begegnen dürfen, die im Urlaub sind. Das macht unsere Arbeit schön und uns zu Gastgebern“, sagt Olivia.

Hospitality at work

At both companies, everything revolves around hospitality, around forging relationships – not only with guests but also within the team. “We have the good fortune that we can meet people who are on vacation. That’s what’s wonderful about our work and what makes us hosts,” Olivia continues.



OLIVIA STROLZ

Anspruch, der verbindet

Olivia spricht von kompromissloser Qualität als wichtigster Handelsleitplanke. Und Christoph hat sich schon immer gern von den exklusiven Sortimenten bei Strolz inspirieren lassen: „Wir sind kein normaler stationärer Handel. Wir sind Premium.“

Standards that connect

Olivia believes that the key basis for retailing is uncompromising quality. And Christoph has always enjoyed being inspired by the exclusive Strolz lines: “We’re not normal brick-and-mortar retailing. We’re the premium segment.”

Mit Haltung in die Zukunft

Olivia wünscht sich, dass die gemeinsamen Werte bleiben – und die Leidenschaft für den alpinen Bergsport. Was sich beide wünschen, ist, dass Bründl und Strolz in ihren Stärken wachsen und sich gemeinsam weiterentwickeln werden.

The right mindset for the future

Olivia hopes the shared values will endure – along with the passion for Alpine sports. What both desire is for Bründl and Strolz to grow their strengths and evolve further together.



Werte, die bleiben

Strolz und Bründl – zusammen sind das 175 Jahre Traditionsunternehmen. „Was uns ausmacht, sind die Familienwerte: Menschlichkeit, Mut, Innovationslust“, sagt Christoph.

Enduring values

Strolz and Bründl – together, that’s 175 years of family-owned business: “What characterizes us are the family values: kindness, boldness, a thirst for innovation,” says Christoph.



Ein Schuh, der Geschichte schreibt

Ambros Strolz ist Schuhmachermeister. Seine Werkstatt gründet er 1921. Sein ikonischer Lederskischuh ist Ursprung und Herzstück der Marke Strolz.

Die Partnerschaft mit Tecnica hat eine neue Ära begründet. Aber noch immer werden die Schischuhe Tecnica x Strolz auf höchstem handwerklichen Niveau individuell maßangefertigt. Das heißt, am Fuß „geschäumt“. „Niemand sieht so viele Füße wie wir“, sagt Olivia und meint damit außergewöhnliche Kompetenz. „Wir haben es hier in der Region als Einzige geschafft, vom Leder- auf den Plastikskischuh umzusteigen. Nicht Revolution, sondern Evolution – das war uns immer wichtig“, erzählt sie weiter. Und genau das wird jetzt Aufgabe von Bründl sein: den Skischuh als Symbol der Marke Strolz weiterzuentwickeln. Ideen und Innovationskraft sind da.

A boot that wrote history

Ambros Strolz was a master shoemaker who founded a workshop in 1921. His iconic leather ski boot was the beginning and the pride of the Strolz brand.

The partnership with Tecnica ushered in a new era, and to this day the Tecnica x Strolz ski boots are bespoke products born of the utmost craftsmanship, meaning they are “foam-fitted” around the foot. “No one sees as many feet as we do,” quips Olivia, pinpointing the company’s extraordinary expertise. “We’re the only company in the region to successfully morph from leather to plastic boots – not a revolution, but evolution. That’s always been crucial for us,” she continues. And that is precisely what will now be the challenge for Bründl: developing the ski boot as the symbol of the Strolz brand – for which there are already plenty of ideas and a zest for innovation.



NACHHALTIGKEIT DIE WEITERTRÄGT

SUSTAINABILITY THAT LASTS

Bründl ist in den Bergen zu Hause. Deshalb fühlen wir uns dem Schutz des Alpenraums besonders verpflichtet. Als Familienunternehmen denken wir außerdem in Generationen – und übernehmen Verantwortung für die Natur und die Menschen bei Bründl. Nachhaltigkeit ist für uns deshalb weit mehr als ein Trend. Wir haben acht ESG-Ziele formuliert, die wir bis 2030 erreichen wollen. Ziele, die wir Schritt für Schritt angehen.

Der Weg ist eingeschlagen: Im Geschäftsjahr 2024/25 konnten wir erste Zwischenziele erreichen. Zugleich zeigt der Blick auf unsere ESG-Ziele, wo wir weiter konsequent dranbleiben.

Bründl's home is in the mountains – which is why we feel so strongly about protecting the Alpine world. As a family business, we also think across generations, and this includes assuming responsibility for nature and the people at Bründl. Sustainability is therefore far more than a buzzword for us. We have drawn up eight ESG goals that we wish to achieve by 2030 – goals that we are tackling one by one.

And we've already got started: In the 2024–25 financial year we met our first interim goals. A glance at our ESG objectives shows where we will continue to forge ahead.

UNSERE ACHT ESG-ZIELE BIS 2030 UND WO WIR STEHEN

OUR 8 ESG GOALS BY 2030 AND WHERE WE STAND

1 8,6%

Attraktiver Arbeitsplatz

- ✓ Ziel: Mitarbeiterfluktuation unter 10%

Attractive employer

Staff fluctuation under 10%

2 26,1h

Aus- und Weiterbildung

- ☹ Ziel: 33,6 h pro Mitarbeitender Person/Jahr

Training & personnel development

33.6 h per employee p.a.

3 3,3%

Vielfalt und Chancengleichheit

- ☹ Ziel: 0% (Verteilungsgerechtigkeit, d.h. gleiche Bezahlung bei gleicher Qualifikation)
- Diversity & equal opportunities**
0% (distributive justice, meaning equal pay for equal work)

4 10,3 Tage

Gesundheit und Wohlergehen

- ☹ Ziel: Ausfalltage unter 10 pro Jahr
- Health & wellbeing**

Less than 10 lost days a year

5 -8,6%

Abfallreduktion

- ☹ Ziel: -15 % gegenüber 2022/23
- Waste reduction**

-15% compared to 2022-23

6 8,5%

Treibhausgasemissionen

- ✗ Ziel: -25 % gegenüber 2018/19
- Greenhouse gas emissions**

-25% compared to 2018-19

7 76%

Lieferkette und Produkte

- ☹ Ziel: 90% der Liefernden unterschreiben Pflichtenheft
- Supply chains & products**
90% of suppliers sign our Code of Conduct

8 1,6% 23,7%

Sozialleistungen
Rent, Service, Erlebnis

Wirtschaftliche Verantwortung

- ☹ Ziel: Anteil Sozialleistungen vom Umsatz auf 1,9% erhöhen |
- ☹ Anteil Rent, Service, Erlebnis vom Umsatz auf 30% erhöhen

Business responsibility

Boost ratio of social welfare payments to 1.9% of sales | raise the ratio of rental, service, experience to 30% of sales



Die Ergebnisse zeigen: Mit Blick auf unsere Ziele müssen wir weitergehen. Entscheidend ist aber, dass wir unseren Fortschritt transparent messen und konsequent daran arbeiten, immer besser zu werden.

The results show that we need to do more to achieve our goals. The crucial thing here is that we measure our progress transparently and work consistently to become even better.

BEISPIELE, AUF DIE WIR STOLZ SIND

EXAMPLES WE ARE PROUD OF

Unsere Bründl Ziele erreichen wir in vielen kleinen Schritten, die zu einer großen Bewegung werden. Und so findet nachhaltiges Handeln bei uns jeden Tag statt: in konkreten Projekten, Initiativen und Entscheidungen.

GLEICHSTELLUNG: B-EQUAL TEAM

EQUAL OPPORTUNITIES: B-EQUAL TEAM

Ein bereichsübergreifendes Team entwickelt Initiativen für mehr Chancengleichheit. Dazu zählen Kooperationen wie der Betriebskindergarten „Kunterbunt“ sowie die gezielte Förderung von Frauen in Führungspositionen – zuletzt mit zwei neuen Shopleiterinnen.

A cross-division team is busy developing initiatives to boost equal opportunities. This includes collaborations, such as the company's "Kunterbunt" kindergarten, and consciously supporting women in executive positions – most recently with two new women store managers.

ENGAGEMENT: CORPORATE VOLUNTEERING

COMMITMENT: CORPORATE VOLUNTEERING

Alle Mitarbeitenden können jährlich vier Arbeitsstunden für freiwilliges Engagement einsetzen – etwa bei Aktivitäten mit der Lebenshilfe oder bei Besuchen im Seniorenheim. So wird gesellschaftliche Verantwortung Teil unseres Arbeitsalltags.

We achieve our Bründl goals through many small steps that combine to take us forward. Thus, at Bründl every day involves sustainable action in ongoing projects, initiatives, and decision-making.

WISSEN: B-GREEN SCHULUNGEN

KNOWLEDGE: B-GREEN TRAINING

Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil unseres Schulungskalenders. In jährlichen Trainings informieren wir über aktuelle Entwicklungen und erarbeiten gemeinsam, wie jede und jeder Einzelne im Arbeitsalltag zu mehr Nachhaltigkeit beitragen kann.

Sustainability is a fixed part of our training calendar. In annual training sessions, we update everyone on current developments and together work out how each and every one of us can boost sustainability in our everyday work.

ARBEITSPLATZ: BENEFITS

WORKPLACE: BENEFITS

Ein breites Angebot unterstützt Gesundheit, Entwicklung und Teamgeist: Bründl Akademie, Sport- und Fitnesskooperationen, Gesundheitsprogramme, Teamprämien, Teamevents und Mittagzuschüsse.



B-GREEN ist der Name unseres internen Nachhaltigkeitsprogramms. Es handelt sich weder um ein Nachhaltigkeitsiegel und noch um eine Zertifizierung durch Dritte.

All employees can use four paid work hours each year for volunteering – for example helping people with disabilities or visiting care homes. This way, social responsibility becomes part of our working lives.

A broad range of services supports health, development, and team spirit: the Bründl Academy, sport and fitness deals, health programs, team bonuses, team events, and lunch subsidies, for example.

RESSOURCEN: ABFALL UND WINTRUST

RESOURCES:
WASTE & WINTRUST

Gemeinsam mit Partnerinnen und Partnern arbeiten wir daran, das Recycling von Wintersportartikeln zu verbessern. Im interdisziplinären Projekt Wintrust sollen zum Beispiel bis zu 80 Prozent der Materialien aus Skiern, Schuhen oder Helmen zurückgewonnen werden. Dafür sammeln wir gezielt Altmaterial – zuletzt rund elf Tonnen.

We work with partners to improve the recycling of winter sports articles. The interdisciplinary Wintrust project, for example, sets out to recycle up to 80% of the materials from old skis, boots, and helmets. We do our bit by carefully collecting old materials – at last count, 11 tons' worth.

KREISLAUFWIRTSCHAFT: RENT

CIRCULAR ECONOMY: RENTALS

Verleih heißt Mehrfachnutzung von Produkten und verlängert gleichzeitig ihre Lebensdauer. Außerdem spart er Rohstoffe und Energie. Deshalb bauen wir unser Rent-Angebot kontinuierlich aus – von Ski über Bike bis Bekleidung.

Rental means multiple use of products and saves resources and energy, and also prolongs their service lives. This is why we're consistently expanding our rental services – from skis and bikes right through to clothing.



Mehr über Nachhaltigkeit bei Bründl
For more on sustainability at Bründl, visit
bruendl.at/de/nachhaltigkeit



Alle Benefits im Web
Click here for all benefits
bruendl.at/de/karriere/warum-bruendl

WARENSTEUERUNG: EFFIZIENTE LIEFERKETTEN

GOODS MANAGEMENT:
EFFICIENT SUPPLY CHAINS

Ein eigenes Supply-Chain-Team optimiert Bestände, Forecasts und Warenflüsse. Das Ergebnis: deutlich weniger Umlagerungen zwischen Standorten und rund 36 Prozent weniger Transporte im Geschäftsjahr 2024/25 gegenüber 2022/23.

The in-house SCM team optimizes warehousing, forecasts, and goods flow. This significantly lowers relocation of goods between stores: in the 2024–5 business year transportation was slashed by around 36% on the 2022–3 business year.

EMISSIONEN: ENERGIEEFFIZIENTES HANDELN

EMISSIONS: ENERGY-EFFICIENT
ACTION

Seit 2018 erfassen wir jährlich unseren CO₂e-Fußabdruck. 98 Prozent unserer Beleuchtung wurden auf LED umgestellt, der Strom stammt vollständig aus erneuerbaren Energien, und unser Fuhrpark wird schrittweise elektrifiziert.

We have calculated our CO₂e footprint every year since 2018. 98% of our lighting has been switched over to LEDs, all our electricity comes from renewable sources, and we are gradually switching to a pool of e-vehicles.



Technical wear for mountain life



ORTOVOX

PROTECTING

MOUNTAINEERS
AND MOUNTAINS

Seit 1980 ist unser steter Antrieb, den Status-quo zu hinterfragen und unseren eigenen Weg zu verfolgen. Mit revolutionären Produkten, einzigartiger Wissensvermittlung und dem klaren Commitment zu einem verantwortungsbewussten Umgang mit Mensch und Natur.

VITALITÄT IST WAHRER REICHTUM

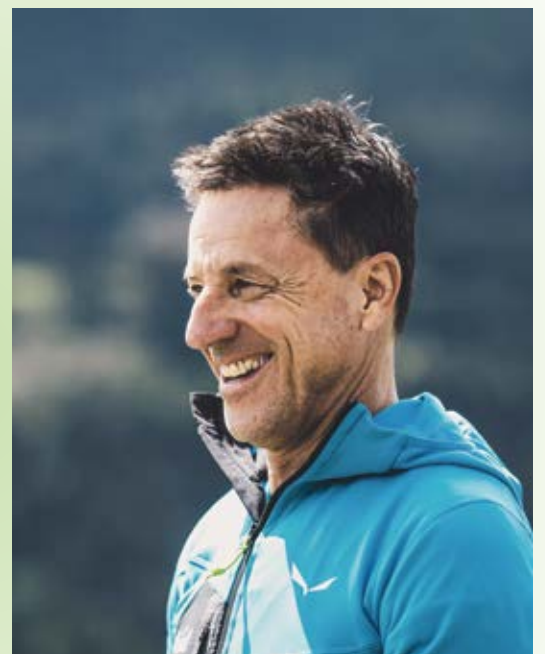
**VITALITY IS
TRUE WEALTH**

Zur Ruhe kommen am Kraftort: Laut Christoph wird auch die Energie im Kopf entschieden.

Finding peace in a powerful place: Christoph believes your energy levels are dictated by your mind.

„Die wichtigste
Beziehung ist die zu
dir selbst.“

CHRISTOPH BRÜNDL





Christoph Bründl's ganz persönliche Thesen rund um das Thema Vitalität beginnen mit dem reinen Wortsinn: Vitalität bedeutet, lebendig zu sein.

Dazu gehören

- **körperliche Fitness,**
- **mentale Gesundheit und**
- **emotionale Stärke.**

Deshalb beschäftigt ihn seit vielen Jahren die Frage, wie außergewöhnliche Fitness, innere Klarheit und erfüllende Beziehungen gelingen können. Seine zentrale Erkenntnis: Die Qualität unserer Gedanken und Gefühle bestimmt die Qualität unseres Lebens. Vitalität ist dabei kein Zufallsprodukt – sie ist ein täglicher Prozess, dessen Kernelement Energie ist. Energie, die wir in uns selbst entwickeln. Deshalb beginnt Vitalität auch mit unserer Verantwortung für die eigene stimmige Innenwelt.

Dabei ist Christophs Barometer „Fuzzi“. So nennt er seine innere Stimme, die oft im Drama oder in der Angst festhängt und sich auf das Unangenehme fokussiert. Wichtig sei, diesen „Ego-Fuzzi“ zu kontrollieren. Christophs Tipp: „Ich sage ihm: Fuzzi, so denke ich nicht! Und manchmal schicke ich noch ein sehr lautes STOPP hinterher!“

Für Christoph ist Vitalität erkennbar: In einer inneren Haltung, die zur sichtbaren äußeren Haltung wird. Wie beispielsweise Sport, Ernährung, Schlaf, Biohacking oder Selbstreflexion unsere Vitalität beeinflussen, vertiefen die folgenden Gespräche mit Expertinnen und Experten ihres Fachs. Interessant ist: Alle haben eine gemeinsame Linie. Sie sprechen über den Dreiklang von Vitalität aus Körper, Geist und Gefühl, über Energie als Entscheidung und über Selbstfürsorge – als fortlaufenden Prozess.

Christophs Morgenroutine

Seine persönliche Vitalitätspraxis beginnt an jedem frühen Morgen mit Gedankenhygiene, Kälte, Bewegung in der Natur und Meditation. Rituale, die ihm helfen, bewusst in den Tag zu starten.

Christoph Bründl's very personal take on the subject of vitality starts with the very essence of the word: Vitality means being alive!

This includes:

- **physical fitness,**
- **mental health, and**
- **emotional strength.**

Hence, for many years, he has focused on the question of how to achieve extraordinary fitness, inner clarity, and fulfilling relationships. His core insight? The quality of our thoughts and feelings determine the quality of our lives. Vitality is thus not the product of chance, but a daily process, with the core element being energy – energy that we nurture in ourselves. Vitality therefore also starts with our responsibility for the coherence of our own inner world.

Christoph calls his barometer for this “fuzzi,” which is his term for the inner voice that often gets caught up in drama or fear and focuses on the negative. The important thing is to control your “ego-fuzzi,” and here Christoph is strict with himself: “I tell him: Fuzzi, that's not how I think! And sometimes I add a very loud STOP IT!”

For Christoph, vitality is something you can discern: in an inner mindset that becomes a visible outlook. Sports, nutrition, sleep, biohacking, and self-reflection can all influence your vitality, as revealed in the following discussions with the relevant experts. Interestingly, they all take a similar approach: They talk about vitality and the harmony of body, mind, and emotions, about energy as a conscious decision, and about self-care as an ongoing process.

Christoph's morning routine

His personal vitality practice starts early in the morning with thought hygiene, cold exposure, movement in nature, and meditation – rituals that help him start the day mindfully.



Christoph Bründl mit Felix Gottwald: Die Freunde verbindet mehr als ihre Sportbegeisterung.
Christoph Bründl with Felix Gottwald: The friends share more than just a love of sports.

FELIX GOTTWALD

Österreichs erfolgreichster Olympionike ist ein guter Freund von Christoph Bründl. Heute bringt er als Speaker, Coach, Autor und Unternehmer Menschen in Bewegung.

Austria's most successful Olympian is a good friend of Christoph Bründl. Today, as a speaker, coach, author, and businessmen, he gets people moving.

KÖRPER, KOPF UND HERZ

BODY, HEAD, AND HEART



Felix' Lesetipp:
„Keine Zeit für Heute“, sein sehr persönliches Buch mit Impulsen, die dazu einladen, klein zu beginnen. Ein Manifest für gelebte Präsenz und Wirksamkeit.

E

in strahlend schöner Frühlingstag am Mitterberg, Zell am See. Christoph und Felix sind zum Radeln verabredet, die Luft ist klar, die Bewegung leicht, das Gespräch kommt schnell in Gang. Und während sie unterwegs sind, wird deutlich: Beide denken ähnlich über Vitalität. Allerdings spricht Felix nicht von einer körperlichen, mentalen und emotionalen Ebene. Er sagt: „Körper, Kopf und Herz sind ein Gesamtkunstwerk.“ Die prägende Erkenntnis eines Qigong-Kurses, den er 1995 macht. Er erzählt, dass er so ein Gefühl bekommen habe für Belastung, Erholung, Intensität.

Seither steht er früh auf und nimmt sich, genau wie Christoph, Zeit für sich – für körperliche Mobilisierung und innere Sammlung. Training nennt er „Frischware“. Eine tägliche Praxis, die aus seiner Sicht immer wichtiger wird – gerade in einer zunehmend digitalen Welt. Bewegung sei der notwendige analoge Gegenpol. Eine Form von Selbstverantwortung. Oder, wie Christoph es formuliert: die Entscheidung, sich um die eigene Energie zu kümmern. Und hier ergänzt Felix den wichtigsten Satz dieses Gesprächs: „Chronische Krankheit ist heute ein Geschäftsmodell. Und du entscheidest, ob du das unterstützen möchtest – oder ob du selbst Verantwortung übernimmst.“ Interessant ist, dass auch Christoph einen Wendepunkt nennt. Sein Einstieg ins Thema Vitalität begann 1978 mit einem intensiven Zen-Seminar. Und auch für ihn ist Bewegung mehr als Training. Sie ist ein Lebensprinzip. Felix führt genau vor diesem Hintergrund heute das Bewegungsstudio „Üben hilft“ in Zell am See. Das Konzept: Bewegung und Begegnung – für mehr Lebensqualität in jedem Alter. Ältere Menschen erobern sich hier vieles zurück: Beweglichkeit und Kraft, Selbstvertrauen und Beziehungen – zu sich selbst und anderen. „Die Menschen gehen aufrechter hinaus als hinein“, sagt er. Ein Satz, der Christoph gefällt, weil er darin Vitalität erkennt: in der Haltung.

Felix' Motivationstipp ist übrigens der Satz: Ich bin es mir wert! Übe täglich. Denn: In dem Moment, in dem du dich gut um dich kümmerst, bist du automatisch ein besserer Partner, Papa, Freund, Kollege – ein besserer Mensch.

It's a marvelously sunny spring day on the Mitterberg in Zell am See. Christoph and Felix are heading out biking together: The air is clear, the going is easy, and soon they're chatting away. As they cycle along, it quickly becomes clear that they have similar ideas about vitality. Felix, however, doesn't distinguish between physical, mental, and emotional levels, explaining that "body, head, and heart are a gesamtkunstwerk" – the defining insight from a Qigong course he attended in 1995. He explains that this is how he got a feel for stress-loads, for recovery and intensity.

Since then he has got up early and, just like Christoph, devoted time to himself, to mobilizing his body and focusing his mind. He refers to his training as "fresh goods" – a daily practice that, he believes, is becoming ever more important, particularly in our increasingly digital world. Movement, he says, is the necessary analog opposite of this world, a form of self-responsibility – or, as Christoph puts it, the decision to focus on your own energy. And here Felix adds to the most important point in the conversation: "Today, chronic illness is a business model, and you decide whether you want to support it or assume responsibility yourself." Interestingly enough, Christoph also mentions a turning point. He first explored the issue of vitality in 1978 on an intensive Zen course. And for him, too, exercise is about more than fitness – it is a life principle. It is against precisely this backdrop that Felix now runs the "Üben hilft" exercise studio in Zell am See. The concept involves movement and socializing to gain better quality of life at any age, and it sees older people taking back their power for themselves: mobility and strength, self-confidence and relationships – both with themselves and others. "People go out the door standing taller than when they came in," he observes, a comment Christoph likes because he discerns vitality in it, a stance and a mindset.

Felix's motivational tip? I am worth it! Exercise daily. Because the moment you take good care of yourself, you automatically become a better partner, father, friend, and colleague – in short, a better person.

„Training ist wie Zähneputzen. Mach es einfach. Jeden Tag.“

RÜDIGER DAHLKE

Als Arzt und Autor, Speaker und Seminarleiter ist es seine wichtigste Mission, das Feld der Gesundheit zu vergrößern. „Peace Food“ ist nur einer seiner vielen Bestseller.

As a physician and author, speaker and seminar leader, Rüdiger Dahlke's key mission is to expand our understanding of health. "Peace Food" is just one of his many bestselling books.



ÜBER LIEBE, ENERGIE UND ESSEN

ON LOVE, ENERGY,
AND FOOD



Dinge mit Hingabe und Liebe zu tun – wie hier bei der Essenzubereitung –, ist für Rüdiger eine wichtige Voraussetzung dafür, sich energetisch zu fühlen. Doing things with love and devotion, like preparing this meal, is, Rüdiger believes, a key condition for feeling energetic.



Christoph Bründl und Rüdiger Dahlke kennen sich seit 25 Jahren. Regelmäßig besucht Christoph Rüdigers Zentrum TamanGa in der Südsteiermark zum Zen-Fasten. „Für mich ist Rüdiger der Energiepapst“, sagt er und setzt damit auch das Gesprächsthema ihres Treffens in Wien. Hier geht es nicht ums Fasten und Schweigen, sondern ums Sprechen: über Energie und Ernährung als Grundlage eines vitalen Lebens. Weil auch Dahlkes Ansatz ein ganzheitlicher ist, betont er mit Blick auf Vitalität aber zunächst: „Wir unterschätzen das Mentale!“ Gesundheit habe deshalb viel mit der konkreten Lebenssituation zu tun: Lebst du mit dem Menschen, den du liebst? Machst du die Arbeit, die du liebst? Lebst du an dem Ort, den du liebst?

Und dennoch spielt Ernährung in Dahlkes Arbeit natürlich eine zentrale Rolle – insbesondere seit seinem Bestseller „Peace Food“. Darin formuliert er fünf entscheidende Fragen: Wann esse ich? Wie esse ich? In welcher Reihenfolge? Was esse ich? Und wie viel? Bemerkenswert: Erst an vierter Stelle kommt das Was. Viel wichtiger sei das Bewusstsein dafür, wie wir essen. Und Christoph stimmt zu: „Wie ich esse, ist eben auch eine Frage der Haltung: Die Verbundenheit mit dem Essen, die Hingabe, mit der ich kaue – auch das ist Liebe.“ Entscheidend sei am Ende aber etwas sehr Konkretes: „Es muss dir schmecken. Wenn es dir nicht schmeckt, nützen auch die fünf Fragen nichts.“ Als Arzt blickt Dahlke außerdem kritisch auf bestimmte Lebensmittel und Ernährungsweisen. Er warnt vor raffinierten Kohlenhydraten und ständigem Snacken. Wer Energie haben wolle, müsse zuallererst aufhören, seine Zellkraftwerke, die Mitochondrien, zu sabotieren. Stattdessen empfiehlt er frisches Gemüse in Bioqualität und ursprüngliches Obst, zum Beispiel traditionelle Apfelsorten wie Gravensteiner oder Boskop, als echte Energieträger. Die Essenz dieses Gesprächs erschöpft sich jedoch nicht in Ernährungstipps. Sie lautet vielmehr: Vitalität bedeutet Achtsamkeit, Freude und die Fähigkeit, gut mit sich selbst verbunden zu sein.

Rüdigers Antwort auf die Frage nach der richtigen Essensreihenfolge: Zuerst Ballaststoffe (Gemüse, Salat), dann Proteine und Fette (Fleisch, Fisch), zuletzt Kohlenhydrate und Zucker (Nudeln, Obst) – so bleiben die Blutzuckerkurve flach und Heißhungerattacken aus.

Christoph Bründl and Rüdiger Dahlke have known each other for 25 years, and Christoph regularly visits Rüdiger's Zentrum TamanGa in Südsteiermark to Zen-fast. "To my mind, Rüdiger is like the high priest of energy," he says, thus laying the basis for their conversation when they meet up in Vienna. This time, the focus is not on fasting and silence but on talking – about energy and nutrition as the foundation for a vital life. Dahlke also takes a holistic approach, so when it comes to vitality he starts by emphasizing: "We underestimate the mental side of it!" Health therefore has a lot to do with your day-to-day reality: Do you live with the person you love? Do you enjoy the work you do? Do you like where you live?

At the same time, of course, nutrition plays a key role in Dahlke's work, particularly since he published his bestselling book "Peace Food." In it, he raises five key questions: When do I eat? How do I eat? In what sequence? What do I eat? And how much? Remarkably, the "what" comes only fourth in the list. What is far more critical, he says, is how we eat. Christoph agrees: "How I eat is a question of mindset: my connection to the food, the devotion with which I chew – that's also a kind of love." Essentially, though, there's one thing that's crucial: "It must taste good to you. If it doesn't, then forget the five questions." As a physician, Dahlke also views certain foodstuffs and forms of nutrition critically. He warns against refined carbohydrates and constant snacking. If you want energy, he says, you first have to stop sabotaging your cellular power plant, the mitochondria. Instead, he recommends fresh, organic vegetables and ancient fruit, such as traditional types of apples, like Gravensteiner or Boskop, as real energy drivers. Ultimately, though, the conversation is about much more than just tips for good nutrition.

What it all boils down to is that vitality means mindfulness, joy, and the ability to be well-connected to yourself.

When it comes to the sequence of a meal, Rüdiger's answer is this: first the fibers (vegetables, salads), then proteins and fats (meat, fish), and last carbohydrates and sugar (noodles, fruit) – that way, your blood glucose response curve stays flat and you avoid hunger pangs.

„Ich esse seit 40 Jahren nur zwei Mal am Tag.“



ENERGIE IST DER SCHLÜSSEL

ENERGY IS THE KEY

JULIA HOFFMANN

2017 wird die 27-jährige Geschäftsführerin der BIOGENA Stores zur Österreicherin des Jahres gekürt. Heute ist sie COO der BIOGENA Group und macht Longevity ebenso zu ihrem Thema wie Frauengesundheit in allen Lebensphasen.

In 2017, the 27-year-old managing director of BIOGENA stores was voted Austria's Woman of the Year. Today, she's COO of the BIOGENA Group and focuses on longevity and women's health in all stages of life.



Christoph Bründl mit Julia Hoffmann: Ganzheitlich gedachte Gesundheit und Wohlbefinden auf allen Ebenen sind beiden besonders wichtig – persönlich wie auch in ihren Teams bei Bründl Sports und BIOGENA.
Christoph Bründl and Julia Hoffmann: two people wholeheartedly committed to a holistic view of health and wellbeing at all levels – not only personally, but also in their teams at Bründl Sports and BIOGENA.

F

rühmorgens treffen sich Julia Hoffmann und Christoph Bründl im Restaurant Weitblick. Sie sind die ersten Gäste – und sehen sich zum

ersten Mal. Aber schon ihre herzliche Begrüßung zeigt, dass auch hier zwei Menschen zusammen-treffen, die gleich ticken. Über Vitalität sagt Julia zum Beispiel: „Am Ende ist alles Energie!“ Christoph stimmt sofort zu. Für ihn ist Vitalität eine sichtbare innere und äußere Präsenz – wie für Julia: „Du siehst, ob Menschen leuchten.“

Bei BIOGENA beschäftigt sie sich mit der Frage: Was brauchen Menschen, um sich körperlich, mental und emotional besser zu fühlen? Das Salzburger Unternehmen versteht sich als „361-Grad-Gesundheitsunternehmen“: BIOGENA produziert Premiumnahrungsergänzungsmittel in Österreich, bietet Biohacking- und Longevity-Treatments an, setzt einen Schwerpunkt auf Osteoporose-Prävention und vermittelt Wissen über eine eigene Academy. Alles mit dem Ziel, Menschen dort abzuholen, wo sie gesundheitlich stehen, und sie individuell weiterzubringen.

Dass Julia heute eine prägende Führungs-persönlichkeit im Unternehmen ist, war nicht geplant. Sie kam ursprünglich als Kundin. Begeistert von den Produkten, überzeugt vom Konzept. Auch nach elf Jahren passt ihr Zugang zur Unter-nnehmenskultur: Sie ist neugierig und stellt viele Fragen. Vor allem die nach dem Menschen und seinen Bedürfnissen. Als Teil einer siebenköpfigen Großfamilie und in einem Job mit viel Verantwor-tung weiß sie genau, wie wichtig eine stabile Basis ist. „Es geht einem einfach deutlich besser, wenn man gut versorgt ist“, sagt sie. Präparate wie Mag-nesium, Vitamin D3 oder Omega-3 sind dabei das Fundament, auf dem ein gesunder Lebensstil aufbaut. Genau wie Biohacking. „Gehackt“ werden hier biologische Urreize: Bewegung, Atem, Licht, Kälte oder Wärme. Dafür nutzt BIOGENA evidenz-basierte Technologien – von der Kältekammer über Rotlicht bis zum Höhen- und Sauerstoff-training. Christoph und Julia aber wissen: Die wichtigste Arbeit beginnt im Kopf. Ihre gemein-same Botschaft zum Thema Vitalität: Es braucht Ehrlichkeit sich selbst gegenüber und Mut, Ver-antwortung für die eigene Energie zu übernehmen.

Julias Biohacking-Tipps: Gedankenhygiene mit der Frage „Wie sieht es in mir aus?“. Mit Mikro-nährstoffen, Proteinshake und Selbstcheck in den Tag starten – Energie ist eine Entscheidung. Und Kältereize setzen, etwa in der Kryokammer.

„Ich mache jeden Morgen einen Selbstcheck: Energie ist eine Entscheidung.“

Julia Hoffmann and Christoph Bründl meet at Restaurant Weitblick in the early morning. They're the first guests and are meeting for the first time, but their cordial greetings show that here are two people on the same wavelength. On vitality, for example, Julia says: "At the end of the day, every-thing's energy!" And Christoph immediately agrees; he feels vitality is a visible inner and outer pres-ence, as does Julia: "You see whether people glow."

At BIOGENA, she concerns herself with the question of what people need to feel physically, mentally, and emotionally better. The Salzburg-based company sees itself as a "361-degree health corporation," for which it produces premium nutritional supplements in Austria, offers bio-hacking and longevity treatments (including with a focus on osteoporosis prevention), and conveys knowledge through its own academy. Its aim here is to engage with people wherever their health happens to be, and to help each of them personally going forward.

Julia is one of the company's defining execu-tive minds, although this wasn't the plan. She was originally a customer – taken by the products, convinced by the concept. And after 11 years, her approach fits the corporate culture: She is inquisi-tive and asks a lot of questions, particularly about people and their needs. As part of a seven-member family and in a job with a lot of responsibility, she knows exactly how important it is to have stable foundations. "You clearly feel a lot better if you are well supported," she says. Magnesium, Vitamin D3, and Omega-3 are the basis on which a healthy lifestyle rests. And the same goes for biohacking: What gets "hacked" are biological primordial stim-uli – movement, breath, light, cold, or warmth. BIOGENA relies here on evidence-based technolo-gies, from cold chambers and infrared light to altitude and oxygen training. Christoph and Julia also know that everything starts in the head, so they both have this advice about vitality: Be honest with yourself, and be bold enough to take respon-sibility for your own energy.

Julia's biohacking tips: Mental hygiene with the question: "What's going on inside me?" Start the day with micronutrients, protein shakes, and check-in with yourself. Energy is a decision. And enjoy the stimulus of cold, e.g., in a cryochamber.

VITALITÄT BEGINNT INNEN

VITALITY STARTS ON THE
INSIDE

Mavie



Christoph Bründl und Claudia Prock wissen, dass mentale Gesundheit ein Energiebooster ist. Sie setzen auf Achtsamkeit und Selbstfürsorge. Christoph Bründl and Claudia Prock know that mental hygiene is an energy booster, so they prioritize mindfulness and self-care.



CLAUDIA PROCK

Die psychosoziale Beraterin, Mediatorin, Kunsttherapeutin und Diplomsozialarbeiterin ist schon seit 2015 bei Mavie Work: Behutsam, neugierig und konstruktiv begleitet sie Entwicklungswege.

The psychosocial consultant, mediator, art therapist, and qualified social worker has been with Mavie Work since 2015: She guides people's development sensitively, constructively, and with the right amount of curiosity.



atsächlich sind die Energie und Schönheit der Natur an diesem taufrischen Frühlingsvormittag fast greifbar: Das Naglköpfl in Piesendorf mit weitem Blick auf die Hohen

Tauern ist ein Kraftort – und für Christoph Bründl genau der richtige Ort, um Claudia Prock kennenzulernen. Sie ist eine von drei Coaches beim Gesundheitsanbieter Mavie Work in Salzburg. Bründl Sports stellt seinen Mitarbeitenden dieses Beratungsangebot zur Verfügung: psychosoziale Unterstützung, vertraulich, kostenlos und niederschwellig, vom Verkauf bis zur Führungsebene.

Sogar Angehörige dürfen dieses Angebot nutzen. Die Themen reichen von privaten Krisen wie Trennung oder Verlust über berufliche und persönliche Weiterentwicklung bis hin zu dem Gefühl, „nicht ganz rund“ zu sein. Genau hier, bei einer fehlenden Balance von Körper, Geist und Gefühl sind wir beim Thema Vitalität. Denn auch Claudia teilt Christophs Grundthese, betont aber: „Es braucht das Bewusstsein dafür, dass etwas nicht in Balance ist. Erst wenn wir ein Ungleichgewicht erkennen, können wir auch daran arbeiten.“ Schlafstörungen, Gereiztheit oder Erschöpfung sind Warnsignale, die sie aufzählt.

Als Arbeitgeber hat Christoph verinnerlicht, dass man Belastungen begegnen muss, bevor sie krank machen. Er nennt das Mavie-Work-Angebot ein „Reinigungsmittel“. Sein Credo: Burn-in statt Burn-out!

Für Claudia ist der Kern mentaler Gesundheit, genau auf sich selbst zu achten und sich regelmäßig zu fragen: Wie geht es mir eigentlich wirklich? Wo stehe ich gerade? Eine Innenschau, nicht als Pflichtübung, sondern als Ausdruck von Selbstfürsorge. Was einen zurück ins Gleichgewicht bringe, sei dabei hoch individuell: „Man muss herausfinden, was einem guttut.“

Um herauszufinden, welcher der richtige Weg zurück zu mentaler Gesundheit und Balance im Leben ist, kann über die Hotline ein Beratungstermin bei Claudia vereinbart werden. Eine wichtige Erkenntnis dieser Begegnung: Vitalität ist nichts, das man einmal erreicht und dann besitzt. Sie ist ein fortlaufender Prozess. Ein tägliches Wahrnehmen, Nachjustieren und Wieder-in-Balance-Kommen.

Claudias Tipp für Selbstreflexion: Schreib jeden Abend mindestens eine Sache auf, für die du dankbar bist. Und lies dir diese Notizen durch, wenn es dir nicht gut geht. Erinnere dich an das Schöne!

The energy and beauty of nature are tangible on this spring morning with the dew still on the grass: The Naglköpfl in Piesendorf offers a view of the High Tauern peaks and is an energy charger – just the right place for Christoph Bründl to get to know Claudia Prock. Claudia is one of three coaches at healthcare provider Mavie Work in Salzburg.

Bründl Sports makes this mental hygiene advice available to its staff: psychosocial support that is confidential, free-of-charge, and with a low entry threshold – from the shop floor to the executive suite.

Family members can also draw on the services, and the areas covered range from personal crises such as separation or loss to professional and personal development, or the feeling of not being “completely whole.” That lack of a balance between body, mind, and emotions brings us to the topic of vitality – since Claudia shares Christoph’s basic hypothesis, but adds: “You need an awareness that something is out of kilter. Only if you see it can you work on it,” she suggests. Poor sleep, irritability, or exhaustion are all warning signs, she notes.

As an employer, Christoph places great emphasis on tackling stress before it makes people ill. He terms the Mavie Work services “a way to clean up.” His motto? Burn bright, don’t burn out!

For Claudia, the key to mental health is to be meticulous in taking care of yourself, and to regularly ask: How am I really? Where do things stand? Introspection, not as a duty, but as an expression of self-care. Different people will require different things to get back in balance: “You need to find out what is good for you.”

Using the hotline, staff can book an appointment with Claudia to discuss the best path back to mental health and balance for them. A key insight here is that vitality is not something you achieve and then always have; it is an ongoing process, a matter of daily perception and adjustment to retain balance.

Claudia’s tip for self-reflection: Every evening, write down at least one thing for which you are grateful. And read those notes through if you’re not feeling good. Remember what was great!



„Es braucht tägliche Reflexion und innere Verantwortung.“

Wir gestalten für dich die **Zukunft** des Sport-Services!



WINTERSTEIGER Sports GmbH, Wintersteigerstrasse 1, 4910 Ried im Innkreis
sports@wintersteiger.com, wintersteiger.com/rent-service



Länger erleben, bewusster nutzen mit **Re-Love von Salewa**

Gute Ausrüstung kann uns über Jahre begleiten – auf unzähligen Bergtouren und in unterschiedlichsten Bedingungen. Dennoch wird vieles heute noch zu schnell ausgetauscht, obwohl sich Produkte mit der richtigen Pflege oder durch Reparaturen deutlich länger nutzen lassen. Genau hier setzt Salewa mit dem Ansatz „**Re-Love**“ an: Im Mittelpunkt steht ein bewusster Umgang mit Ausrüstung. Es geht darum, Produkte nicht nur zu nutzen, sondern ihren Lebenszyklus aktiv zu verlängern – durch Reparatur-Service sowie Second Life Initiativen. Re-Love, eine von drei Säulen der „Salewa LOVE“ Strategie, zielt darauf ab die Lebensdauer von Produkten zu verlängern, um die eingesetzten Ressourcen möglichst lange im Nutzungskreislauf zu halten.

Nachhaltigkeit beginnt dort, wo wir Dingen eine zweite Chance geben

„Bei Salewa und auch den anderen Marken der Oberalp Gruppe ist es uns ein großes Anliegen, langlebige Produktkonzepte zu entwickeln und Reparierbarkeit zu fördern. Im Rahmen unseres Reparaturangebots wird daher prinzipiell alles repariert, was technisch sinnvoll umsetzbar ist“, erklärt Verena Neufeldt, Group Warranty Manager bei der Oberalp Gruppe. Im Fokus steht dabei in erster Linie die **Wiederherstellung der Funktionalität von Produkten**, ergänzt durch eine **ästhetische Aufbereitung**. Neben einem umfangreichen Reparaturangebot gibt es das **Salewa Second Life Programm**: Seit 2023 haben Kund:innen die Möglichkeit, ihre alten Salewa Produkte in Salewa Stores abzugeben

und erhalten dafür einen Einkaufsgutschein. Die Produkte werden in Bozen aufbereitet und im Salewa Store Bozen im Second Life Shop weiterverkauft. Das Besondere: Getreu dem Motto Re-Love können Kund:innen die Geschichte des Produkts auf das Second Life Etikett schreiben und so an den neuen Besitzer mitgeben. Seit 2023 hat Salewa damit bereits tausenden Produkten ein neues Leben geschenkt. Wie konsequent Reparierbarkeit auch im Produktdesign selbst berücksichtigt wird, zeigen die **Salewa Re-Poles** – die ersten **100 % selbst reparierbaren Trekkingstöcke**, bei denen sich alle Teile austauschen lassen, sowie alle nötigen Ersatzteile einzeln verfügbar sind. Wer mehr über Reparaturmöglichkeiten, Second Life oder Services von Salewa erfahren möchte, kann sich bei **Bründl** oder auf www.salewa.com informieren.



Reparaturprozess bei Salewa

Was wird repariert?

Repariert werden unter anderem Bekleidung, Rucksäcke und Zelte. Bei Schuhen übernimmt Salewa kleinere Arbeiten wie das Ersetzen von Ösen, Haken oder Nähten, während für Neubesohlungen mit spezialisierten Partnern umgesetzt werden.

Wo finden Reparaturen statt?

Die Reparaturen finden je nach Region in eigenen Werkstätten wie dem Care & Repair Hub in Kiefersfelden, im Headquarter in Bozen und am Standort in Montebelluna sowie über ein Netzwerk externer Partner in weiteren Märkten statt.

Wie läuft der Reparaturprozess ab?

Wer ein Produkt reparieren lassen will, kann es ganz einfach im Care & Repair Hub in Kiefersfelden, den Salewa Stores und auch international bei Salewa-Händlern abgeben. Der Service kümmert sich dann um den weiteren Prozess.

Der Care & Repair Hub in Kiefersfelden ist ein zentraler Bestandteil des Reparatur- und Serviceangebots von Salewa. Dort wurden 2023 2.700 Produkte repariert – mit dem Ziel, Funktionalität wiederherzustellen und die Lebensdauer von Ausrüstung zu verlängern.



Ein magischer Wintermorgen auf der
Schmittenhöhe: Hier ist Bründl zu Hause.

A magical winter morning on the Schmitten-
höhe – in the place Bründl calls home.

VOR- SPRUNG GESTALTEN

**SHARPENING OUR
CUTTING EDGE**

WEITERDENKEN / **thinking ahead**

2096



generated with AI

EINE NACHRICHT AUS DEM ALPINEN BRÜNDL SYSTEM

07:12 Uhr. Zell am See.

Der Berg wacht auf, aber der Store ist längst wach.

Er hat die Wetterdaten gelesen.
Die Schneestruktur gespürt.
Die Stimmung der Gäste verstanden,
noch bevor sie eintreten.

Willkommen bei Bründl Sports 2096.

Kein klassischer Händler mehr. Kein Geschäft im
alten Sinn. Eher ein lebendiges Ökosystem für
Bergsport. Ein Ort, der zuhört. Lernt. Reagiert.
Und Menschen mit genau dem Erlebnis verbindet,
das sie heute brauchen.

Manche kommen wegen neuer Ski.
Sie gehen mit einem Magic Moment.

Andere kommen zum Verleih.
Das Equipment kennt bereits Material,
Körperdaten, Fahrstil, Tagesform.
Es passt sich an. Still, präzise, in Echtzeit.

Die Stores sind keine Verkaufsflächen mehr.
Sie sind Bühnen. Alpine Resonanzräume.
Zwischen Licht, Bewegung, Beratung, Community
und digitaler Erweiterung entstehen Welten,
in die man eintaucht – physisch und digital.

Hier wird nicht nur gekauft.
Hier wird ausprobiert. Gefühlt. Geteilt. Erinnert.

Das Sortiment? Wichtig.
Aber nicht mehr das Zentrum.

Denn 2096 verkauft Bründl Sports nicht nur Ski,
Kleidung oder Zubehör. Bründl Sports verkauft
Zugehörigkeit. Zugang zu einem alpinen
Lebensgefühl. Zu einer Community, die stärker
ist als jedes Regal.

Und Nachhaltigkeit?

Sie steht nicht auf Plakaten. Sie läuft im
Hintergrund. Als Betriebssystem.
Kreislaufmodelle, Reparatur, Wieder-
verwendung, langlebige Materialien, bewusste
Ressourcennutzung.
Alles zirkuliert. Nichts ist nur Verbrauch.

Die KI fasst es nüchtern zusammen:

**Wer nur Sporthandel bleibt, verschwindet.
Wer Emotionstreiber wird, bleibt relevant.**

Vielleicht ist Bründl Sports 2096 genau das: ein
globaler Benchmark für Bergsport als Erlebnis.
Ein Ort, an dem Natur, Technologie, Sport und
Gemeinschaft nicht nebeneinanderstehen,
sondern eins werden.

Und irgendwo dazwischen entsteht er wieder.
Dieser eine Moment.
Nicht planbar.
Aber möglich gemacht.

Ein echter Magic Moment.

2096 – NEWS FROM THE ALPINE BRÜNDL SYSTEM

07:12 Uhr. Zell am See.

The mountain comes alive, but the store has long
since been awake.

It has digested the weather data.
Felt the structure of the snow.
Understood the guests' mood before they even
enter the store.

Welcome to Bründl Sports 2096.

No longer a classic retailer. Not a store in the old sense. More a living ecosystem for Alpine sports. A place that listens. Learns. Responds. And connects people to exactly the experience they need today.

Some come to get new skis.
And leave with a magic moment.

Other comes to rent.
The equipment already knows the right material, their body data, skiing style, and form today. It adapts to them. Silently, precisely, in real time.

The stores are no longer sales areas. They are stages. Alpine resonance systems. With light, motion, advice, community, and digital expansion, worlds arise in which customers immerse themselves, both physically and digitally.

People don't just shop here.
They try things out. Feel. Share. Remember.

The product line? Important.
But no longer the heart of things.

Because in 2096 Bründl Sports no longer simply sells skis, clothing, and equipment. Bründl Sports sells a sense of belonging. An entry to Alpine joie de vivre. To a community that is stronger than any shelf.

And sustainability?
It's not a matter of posters. It runs in the background. As the operating system. Circular models, repair, recycle, durable materials, a careful use of resources. Everything circulates. Nothing is consumed or wasted.

The AI soberly summarizes:

**Those who are just sports retailers will disappear.
Those who drive emotions will survive.**

Perhaps that's exactly what Bründl Sports will be in 2096: a global benchmark for Alpine sports as an experience. A place where nature, technology, sports and community do not coexist but unite.

And somewhere in all that it pops up again.
That one moment.
Which can't be planned.
But makes things possible.

That genuine magic moment.



**Nicht mehr Store.
Nicht mehr Sortiment. Sondern
ein alpines Erlebnissystem.**

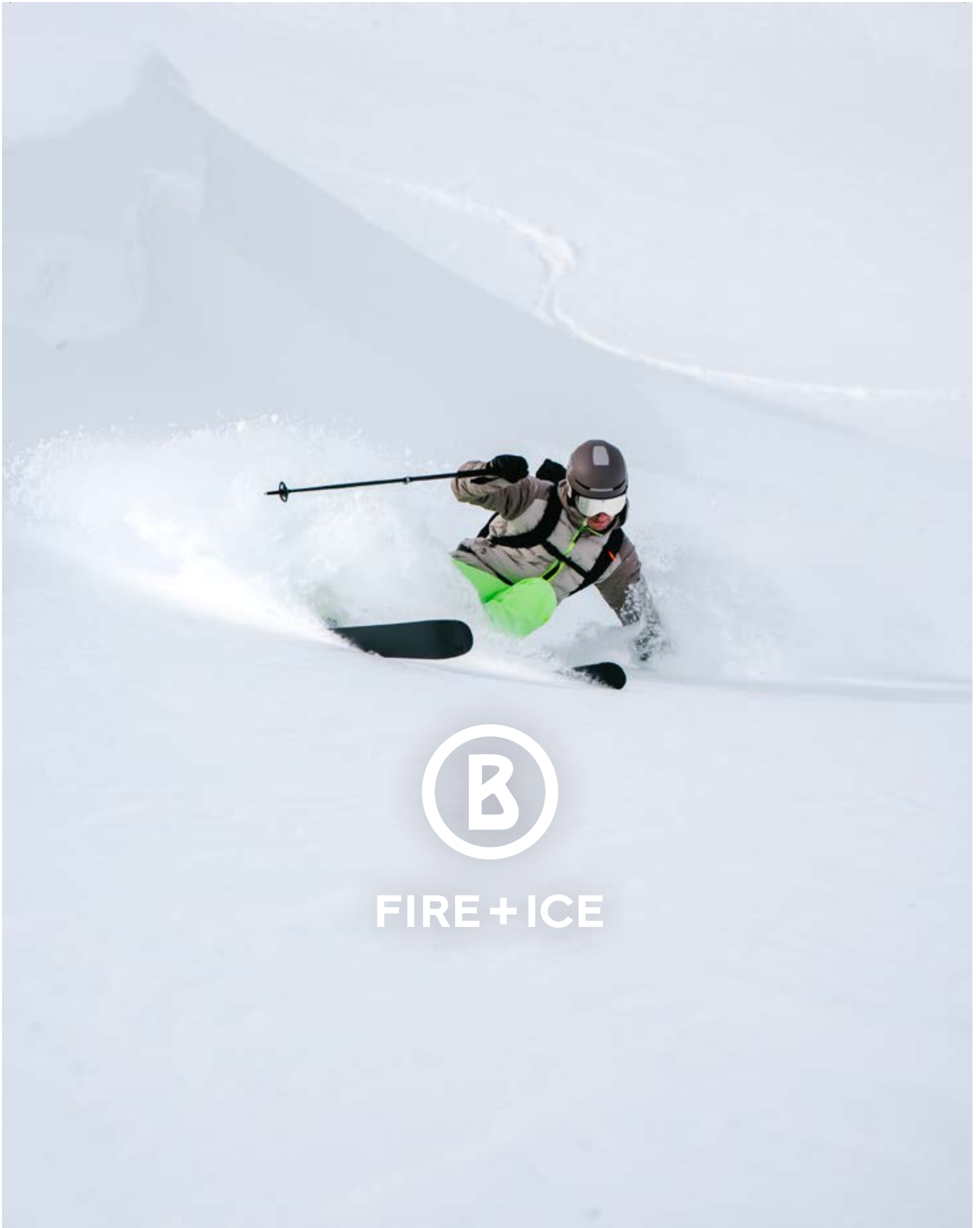
Eine mögliche Zukunft von Bründl Sports – gemeinsam mit KI gedacht.
A potential future of Bründl Sports – envisioned together with AI.

GIB ALLES. BLEIB TROCKEN.

Mit der neuen GORE-TEX Pro Generation



 **MAMMUT**



FIRE+ICE

SPORT MORGEN

ERZÄHLT VON MENSCHEN, DIE IHN MITGESTALTEN

In unserem KI-Experiment haben wir danach gefragt, wie die Bergwelt und Bründl Sports in 70 Jahren aussehen werden. Wir haben uns aber auch mit der näheren Zukunft beschäftigt – und mit einer Reihe von Expertinnen und Experten darüber gesprochen, was sich in den kommenden Jahren verändern könnte. Zum Beispiel: Welche Wünsche werden Gäste in den Alpen haben? Welche Trends zeichnen sich im Sport ab und welche Rolle werden neue Technologien dabei spielen? Wie wird der Klimawandel den Tourismus in der Alpenregion beeinflussen, und wie könnten Sport- und Freizeitaktivitäten aussehen, die Menschen wirklich bewegen?

Antworten auf diese und viele andere Fragen geben eine aktuelle Studie zum Sportfachhandel ebenso wie zwei Experten aus den Bereichen Training und Alpentourismus. Entscheidend ist für uns aber nicht allein, was sich verändert, sondern auch die Frage: Was bedeutet das für Bründl Sports? Denn unsere eigenen Verkaufsexpertinnen und -experten wissen schon heute, wie veränderte Haltungen und Ansprüche nicht nur unser Verständnis von Sport beeinflussen, sondern auch Beratung und Verkauf.

Was braucht es, damit
Sport Menschen morgen
wirklich erreicht?

THE SPORTS RETAIL OF TOMORROW: TOLD BY THE PEOPLE WHO ARE HELPING SHAPE IT

In our AI experiment, we asked what the Alpine world and Bründl Sports might look like in 70 years' time. We also focused on the immediate future and spoke to various experts about what may change in the next few years – for example: What will guests in the Alps want? What sports trends are on the horizon and what role will new technologies play? How will climate change impact Alpine tourism and what sports and leisure activities will people be excited about?

The answers to these and many other questions are to be found in a new study on sports retailing and from two experts in the fields of fitness and Alpine tourism. For us, the important thing is not just what will change but what those changes truly mean for Bründl Sports. After all, our own sales experts are already acutely aware of how changed views and standards influence not only our view of sports but also the advice we offer and our sales.

What is needed for sport
to really reach people
in the future?



EINKAUFS- ERLEBNIS!

SPORTHANDEL MORGEN

THE SHOPPING
EXPERIENCE:
THE SPORTS RETAIL
OF TOMORROW



Bild: teilweise mit KI nachbearbeitet

Der Sportfachhandel wandelt sich – durch globale Krisen, neues Konsumverhalten und technologische Entwicklungen. Bründl sieht darin Chancen und nutzt sie mit klarem Blick für Trends. Darüber sprachen wir mit Prof. Dr. Philipp Hoog.

Sports retail is changing, owing to global crises, new consumer patterns, and technological advances. With a clear feel for trends, Bründl discerns opportunities in such changes and locks into them. We sat down with Prof. Philipp Hoog to learn more.

ERLEBNIS EXPERIENCE

Kundinnen und Kunden erwarten heute emotionale Erlebnisse, persönliche Beratung und authentische Markenwelten. Gleichzeitig wollen sie maximale Bequemlichkeit. Erfolgreich ist also, wer beides verbindet: inszenierte Store-Erlebnisse, Community und Service – ergänzt durch nahtlose digitale Angebote.

These days, customers expect emotional encounters, personal advice, and authentic brand experiences. They also want maximum comfort. So success comes when you combine the two – specifically staged in-store experiences, community, and service, all beefed up with seamless digital offerings.

NACHHALTIGKEIT SUSTAINABILITY

Nachhaltigkeit ist kein Zusatz mehr, sondern Voraussetzung. Deshalb gewinnen auch Kreislaufmodelle immer mehr an Bedeutung: Repair, Reuse, Resell und Rental. Wer diese Angebote glaubwürdig umsetzt, positioniert sich als verantwortungsvoller Partner einer umweltbewussten Kundschaft.

Sustainability is no longer an add-on but a precondition. Hence, circular models are becoming much more important: repair, reuse, resell, and rental. If you do that credibly, you position yourself as a responsible partner for an eco-aware clientele.

DATEN DATA

Big Data und KI verändern den Handel grundlegend: vom Einkauf über Bestandsmanagement bis hin zur personalisierten Kundenansprache. Die Herausforderung liegt in der Balance: Technologie schafft zwar Effizienz. Das entscheidende Differenzierungsmerkmal aber bleibt die persönliche Beratung.

Big Data and AI are fundamentally changing retail – from procurement and stock management through to personalized customer focus. The challenge is to strike a balance: Technology creates efficiency, but personal advice remains the USP.



PROF. DR. PHILIPP HOOG
BBE Handelsberatung GmbH

BBE-TRENDRADAR 2025

Die BBE Handelsberatung zählt laut brand eins und Statista seit 2014 zu den führenden Unternehmensberatungen für Konsumgüter und Handel. Das Trendradar bietet Orientierung für die Zukunft des Sporthandels im DACH-Raum.

According to “brand eins” and Statista, ever since 2014 BBE Handelsberatung has been one of the leading corporate consultants for the consumer goods and retail sectors. Its Trend Radar offers guidance on the future of sports retailing in Germany, Austria, and Switzerland.

FAZIT SUMMARY

Der Sporthandel von morgen verbindet, was künftig über Erfolg entscheidet: emotionale Erlebnisse und digitale Exzellenz, nachhaltiges Handeln und wirtschaftlichen Erfolg, datenbasierte Systeme und menschliche Stärke.

The sports retail of tomorrow combines what will in future determine success: emotional experiences and digital excellence, sustainable action and business success, data-based systems and human strengths.

SMART TRAINIEREN. BESSER LEBEN.

TRAINING MORGEN

Sport und Bewegung verändern sich – und damit unser Verständnis von Fitness. Technologien und neue Erkenntnisse machen Training individueller und vernetzter. Mit Experte Daniel Donhauser sprachen wir über die Zukunft des Trainings.

TRAIN SMART, LIVE BETTER: THE EXERCISE OF TOMORROW

Sports and exercise are changing – and so is our understanding of fitness. Technologies and new insights make training more personal and networked. We spoke to expert Daniel Donhauser about the future of fitness.

**DANIEL
DONHAUSER**



Mitgründer von MAIKAI – more than fitness, einem innovativen Fitness- und Therapiekonzept mit sieben Standorten in Österreich.

Co-founder of “MAIKAI – more than fitness,” an innovative fitness and therapy concept at seven locations in Austria.

DATEN UND TECHNOLOGIEN

DATA & TECHNOLOGIES

Zwei zentrale Herausforderungen – richtig und regelmäßig zu trainieren – lösen MAIKAI-Studios bereits heute. Digitale Systeme passen Geräte individuell an, steuern Belastung und Progression und schaffen mehr Raum für persönliche Betreuung. So wird Training datenbasiert, maßgeschneidert und motivierend.

MAIKAI studios already solve two key challenges: exercising regularly and exercising the right way. Digital systems adapt equipment to the individual, manage training load and progression, and create more scope for personal support. Training is therefore data-based, bespoke, and motivating.

ERLEBNIS UND LEBENSQUALITÄT

EXPERIENCE & QUALITY OF LIFE

Aktivitäten wie Laufen oder Radfahren gewinnen besonders bei jungen Menschen an Bedeutung: Bewegung wird zum Outdoorerlebnis. Gezieltes Krafttraining schafft dafür die Basis, beugt einseitiger Belastung vor und stärkt nachhaltig Körper und Geist. Eine gute körperliche Verfassung fördert zugleich das mentale Wohlbefinden – die Grundlage für mehr Lebensqualität.

Activities such as running or cycling are becoming ever more popular, particularly with younger people: Exercise is now an outdoor experience. Careful strength training lays the foundations, prevents one-sided workouts, and sustainably supports the mind and body. Good physical fitness also promotes mental well-being, the basis for a better quality of life.

GESUNDHEIT UND GEMEINSCHAFT

HEALTH & COMMUNITY

Bewegung wird zum zentralen Bestandteil gesundheitlicher Prävention: weg vom reinen Leistungsdenken, hin zu Fitness als Grundlage für ein gesundes Leben. Zugleich schafft Sport Raum für Austausch und Gemeinschaft – als bewusster Gegenpol zur digitalen Welt.

Exercise becomes the backbone of good health – with a focus not solely on performance but more on fitness as the basis for a healthy life. At the same time, training affords space for interaction and community, as the distinct opposite to the digital world.



FAZIT SUMMARY

Training wird ganzheitlich:
datenbasiert und individuell,
erlebnisorientiert und
sinnstiftend, gesundheits-
fördernd und verbindend.

Es bildet die Grundlage
für Energie, Lebensqualität
und ein aktives Miteinander.

Training becomes holistic:
data-based and personal,
experience-driven to pro-
mote health and connections
with others. It forges a sense
of meaning and forms bed-
rock for energy, quality of
life, and active interaction
with other people.

Bild: teilweise mit KI nachbearbeitet

DER BERG RUFT.

ALPINER TOURISMUS MORGEN

Zwischen Klimawandel und Temperatursignal, neuen Gästeerwartungen und einer wachsenden Erlebnisorientierung entsteht ein Tourismus, der mehr ist als Infrastruktur: Alpentourismus als ganzheitliches Lebensraumerlebnis. Darüber haben wir mit dem Experten Hubert Siller gesprochen.

THE CALL OF THE MOUNTAINS: THE ALPINE TOURISM OF TOMORROW

A form of tourism is evolving between climate change and temperature signals, between new guest expectations and a growing focus on experiences that goes far beyond infrastructure: Alpine tourism as a holistic habitat experience. Hubert Siller tells us more.

Bild: teilweise mit KI nachbearbeitet

NATUR ALS ERLEBNISRAUM NATURE AS A WORLD OF EXPERIENCES

Der Alpentourismus entwickelt sich vom klassischen Angebot hin zu einem intensiven Sport- und Naturerlebnis. Gäste suchen nicht nur Bewegung, sondern echte Flow-Momente – das Einswerden mit der Natur. Diese Form der Naturimmersion wird besonders für jüngere Generationen zum zentralen Motiv für einen Wechsel von der digitalen, indoor-getriebenen Welt hinauf auf den Berg.

Alpine tourism is moving away from classic offerings toward an intensely active and nature-based experience. Guests want more than exercise – namely genuine “flow moments,” becoming one with nature. For younger people especially, this form of immersion in nature is becoming the core motive driving a shift from digital indoor-driven worlds up and out into the mountains.

GANZJAHRESTOURISMUS ALS CHANCE YEAR-ROUND TOURISM AS AN OPPORTUNITY

Wie kaum eine andere Destination kennt die Alpenregion zwei starke Saisons: Sommer und Winter. Der Wintertourismus bleibt – aber Schneesicherheit wird zum entscheidenden Faktor, und höher gelegene Regionen werden profitieren. Gleichzeitig gewinnt der Sommer – da kommt der Alpentourismus historisch betrachtet her – wieder mehr an Bedeutung: Der Berg liegt auch im medialen Kontext im Trend. Es entsteht ein Ganzjahrestourismus mit Aktivitäten wie Wandern, Biken und Trailrunning.

More than almost any other, the Alps are a destination with two main seasons: summer and winter. Winter tourism remains, but the certainty of snow is becoming the crucial factor, so higher-altitude regions will benefit. At the same time, there is growing importance given to summer – the original season for Alpine tourism: Mountains are all the rage in the media, too, and year-round tourism is evolving with hiking, biking, and trail running.

NACHHALTIGKEIT ALS GRUNDLAGE SUSTAINABILITY AS THE BASIS

Nachhaltigkeit ist kein Differenzierungsmerkmal mehr, sondern eine Voraussetzung. Gäste erwarten glaubwürdige Konzepte, die nicht nur ökologische und wirtschaftliche, sondern auch soziale Aspekte wie die Zufriedenheit von Mitarbeitenden berücksichtigen. Entscheidend wird das Zusammenspiel von Lebensraum und Tourismus sein – das sichtbar und messbar gemacht werden muss.

Sustainability is no longer a USP but the bedrock of all else. Guests expect credible concepts that cover not only ecological and commercial but also social aspects, such as staff satisfaction. The key is the interaction of the setting and its tourism, which must be made visible and quantifiable.

PROF. HUBERT J. SILLER



Fachhochschulprofessor am MCI Innsbruck mit Expertise in Tourismus- und Destinationsentwicklung, Nachhaltigkeit sowie internationalen Wintersportmärkten; begleitet Unternehmen und Institutionen in strategischen Fragen.

Prof. Hubert J. Siller is a professor at MCI Innsbruck and an expert in tourism and destination development, sustainability, and international winter sports markets. He provides strategic advice to corporations and institutions.

FAZIT SUMMARY

Alpentourismus der Zukunft verbindet Natur, Bewegung und Haltung zu einem Gesamterlebnis. Erfolgreich ist, wer echte Erlebnisse schafft, Verantwortung übernimmt – und den Mut hat, neue Wege zu gehen.

The Alpine tourism of tomorrow combines nature, exercise, and mindset in a holistic experience. Success will come from offering genuine experiences, taking responsibility, and having the courage to try new things.

UNSER EINKAUFSTEAM MIT WEITBLICK

OUR FORWARD-THINKING PROCUREMENT TEAM



NINA GOSCHLER
Category Manager (CM)
Textil

Grundsätzlich kaufen wir konzeptionell ein – mit dem Ziel, stimmige Themenwelten zu schaffen. Das heißt, wir denken beim Einkauf in Head-to-Toe-Outfits. Unser Ziel ist es, die Kundinnen und Kunden zu inspirieren, denn sie suchen das Besondere. Die Erfahrung zeigt, dass schwarze Styles – ob im Sport- oder Lifestylebereich – nach wie vor ein stabiles Fundament bilden. Gleichzeitig zeichnet sich ab, dass farbige Styles besonders gefragt sind und sich teilweise sogar besser verkaufen als klassische Basicfarben. Unsere Kundschaft zeigt hier die Lust auf mehr Farbe und Individualität. Die Produkte auf der Fläche zu sehen, bleibt immer ein Magic Moment.

We generally approach procurement from a conceptual stand-point with the goal of creating coherent thematic worlds. This means that we purchasing managers think in terms of head-to-toe outfits, whereby the goal is to inspire customers – after all, they're looking for something special. Experience shows that in both the sports and lifestyle segments, black styles form the solid backbone of sales. At the same time, it's becoming clear that colorful styles are in high demand and, in some cases, even sell better than classic basic colors. Our customers are showing their desire for more color and individuality. Seeing the products on the sales floor will forever be a magic moment.



HEIKE SCHERNTHANER
CM Lifestyle

Kundinnen und Kunden kaufen heute bewusster, informierter und anspruchsvoller ein: Nicht nur Funktion zählt, sondern

ob ein Produkt zum eigenen Lebensstil, zu persönlichen Werten und zum Alltag passt. Gefragt sind Textilien, die Performance und Lifestyle intelligent verbinden – hochwertig, komfortabel, langlebig und vielseitig sollen sie sein. Die Zukunft liegt für mich im „funktionalen Lifestyle“: Produkte, die technisch überzeugen und sich selbstverständlich in den Alltag integrieren. Eine gute Präsentation auf der Verkaufsfläche macht aus diesen Produkten Inspiration. Und echte Magic Moments entstehen dann, wenn Beratung, Präsentation und Produkt stimmen.

Today's customers shop more consciously, are better informed, and have higher standards: It's not just about functionality, but whether a product fits their lifestyle, personal values, and everyday reality. This calls for textiles that intelligently combine performance and lifestyle – products that are high-quality, comfortable, durable, and versatile. For me, the future lies in the “functional lifestyle” segment, meaning articles that possess great technical qualities and integrate seamlessly into daily life. With effective in-store presentation, these products are truly inspiring, and real “magic moments” arise when the sales advice, presentation, and product are right.



RENÉ GORISSEN
Einkaufsleiter

Um unsere Sortimente so aufzubauen, dass sie den konkreten Bedarf unserer Gäste treffen, aber auch immer wieder überraschen – dafür schaue ich in die Zukunft: Was werden die kommenden Trends sein? Seien es Sportarten, einzelne Produkte oder auch Technologien, Farben, Schnittformen oder Materialien. Immer wieder ein Magic Moment für mich zu sehen, was unsere Branche an Innovationen bringt!

Darüber hinaus ist aber auch bei uns die Frage: Wie helfen uns KI und Digitalisierung, die Wünsche unserer Gäste noch besser vorherzusagen? Die Trendrecherche zum Beispiel, die wir klassisch etwa auf internationalen Messen durchführen,

verbessern wir auch mithilfe von KI. Sie hilft uns auch, unseren umfangreichen Schatz an Artikeldaten auszuwerten und damit immer die richtige Ware zur richtigen Zeit am richtigen Platz für unsere Gäste zu haben.

We structure our product lines to meet the specific needs of our guests while also constantly surprising them. Which is why I look to the future: What will the next trends be? Whether it's in sports, individual products, or in technologies, colors, cuts, or materials – for me, it's always a magic moment to see what innovations our industry comes up with! Added to which, we also ask ourselves: How can AI and digitization help us predict our guests' wishes even better? For example, we can use AI to improve the trend research we traditionally conduct at international trade shows. Or to assess our extensive trove of data on products, so our customers can always get the right product in the right place at the right time.



**SEBASTIAN
BARTL**
CM Bike

Im Bikebereich geht der Trend klar in Richtung Spezialisierung, Technologie und Erlebnis. Individualisierte Set-ups, datenbasiertes Training und smarte, vernetzte Komponenten werden den Sport in den nächsten Jahren deutlich verändern. Gleichzeitig steigen die Ansprüche an Qualität, Langlebigkeit und Nachhaltigkeit. Auch der Sporthandel entwickelt sich weiter: Beratung, Service und Erlebnis rücken noch stärker in den Mittelpunkt. Der Erfolgsfaktor der Zukunft liegt in der Verbindung aus persönlicher, kompetenter Beratung und digitalen Tools, die Empfehlungen noch individueller und zielgerichteter machen.

In the bike segment, the trend is clearly toward specialization, technology, and experience. Customized setups, data-driven training, and smart, networked components will significantly transform the sport in coming years. At the same time, quality, durability, and sustainability standards are rising. Sports retail is also evolving, with the focus even more on advice, service, and the overall customer experience. The key to a successful future lies in combining personal, expert advice with digital tools delivering bespoke recommendations that hit the mark.



**MANFRED
ROGETZER**
CM Ski Hardware

Im Ski- und Skischuhbereich sehen wir zwei Entwicklungen: mehr Premiumprodukte und mehr Beratungsqualität. Gewünscht sind Komfort, Vielseitigkeit und eine perfekt passende, langlebige Ausrüstung. Preise lassen sich online vergleichen. Der richtige Skischuh wird immer stärker zum Hightechprodukt, das individuell angepasst werden muss. Vor allem aber braucht es eine persönliche Beratung – und genau das ist unsere Stärke. Wir wissen: Unsere Gäste sind einzigartig. Deshalb gehen wir passgenau auf ihre Wünsche ein.

We're seeing two trends in the ski and ski boot segment: a shift towards premium products and a desire for more quality advice. Customers are looking for comfort, versatility, and durable equipment that fits perfectly. While prices can be compared online, the right ski boot is increasingly becoming a high-tech product that requires individual customization. Above all, personal advice is crucial here, and that is precisely our calling card. We know that our customers are unique, which is why we respond perfectly to their individual needs.



ANJA BRENDGEN
CM Schuhe,
Kopf-Hand-Fuß

Die Zukunft in meinem Bereich ist smart, sicher, nachhaltig und radikal personalisiert. Egal ob Schuhe, Helme und Brillen oder Handschuhe und Socken – als Prinzip gilt: so intelligent und persönlich wie nachhaltig. Das müssen wir für Konsum und Handel nicht nur verstehen, sondern auch konsequent integrieren.

The future in my segment is smart, safe, sustainable, and radically personalized. Be it shoes, helmets, glasses, or socks and gloves – the focus now is on products that are as intelligent and personal as they are sustainable. We need to grasp this in terms of consumers and retail, and consistently integrate it into our everyday work.

Was uns auszeichnet? Eine preisgekrönte Beratung.



Das Bankhaus Spängler behauptet souverän seine Spitzenposition unter den Vermögensmanagern im deutschsprachigen Raum. In der aktuellen **Marktstudie „TOPs 2026“** der renommierten **Private Banking Prüfinstanz Fuchs | Richter** erreichte die älteste Privatbank Österreichs erneut Platz Eins und verteidigt damit auch ihre Führung in der „Ewigen Bestenliste“. Auch der aktuelle **“Elite Report“** sieht das Bankhaus Spängler mit der Bewertung **“Summa cum laude“** in der Top-Kategorie der deutschsprachigen Vermögensverwalter.

www.spaengler.at

BANKHAUS SPÄNGLER
BEST IN FAMILY BANKING



A woman with long dark hair in a ponytail is running on a gravel path. She is wearing a light green short-sleeved shirt, grey shorts, white socks, and green and white Salomon running shoes. The background shows a city skyline under a clear blue sky with some trees in the foreground.

GRAVEL RUNNING AERO BLAZE 3 GRVL

FOR OFF TRACK MINDS

Setze neue Maßstäbe mit dem Aero Blaze 3 Grvl. Mit dem leichten Laufschuh für alle Geländearten bist du flexibel unterwegs: ob Asphalt, Schotter oder darüber hinaus. Die optiFOAM²-Zwischensohle verspricht weiche Landungen und zusätzliche Federung bei jedem Laufschrift. Die sichere Passform und die griffige Sohle verleihen dir die Flexibilität, die du brauchst, um jederzeit das Gelände zu wechseln und neue Gebiete zu erkunden.

SALOMON

WIR SIND IN DEN BERGEN ZU HAUSE

OUR HOME
IS THE MOUNTAINS

SEIT / SINCE

1956



Strolz

NEUER STANDORT SEIT 2026 –
VIER SHOPS WERDEN UNTER
DER MARKE STROLZ GEFÜHRT.

NEW LOCATION SINCE 2026 –
FOUR SHOPS WILL BE RUN
UNDER THE STROLZ BRAND.



NEUE VERLEIHABLÄUFE IM
SHOP AREIT UND PENKEN

SHOP- UND VERKAUFSFLÄCHE
TOTAL STORE AND SALES AREA

32.000 m²

MENSCHEN BEI BRÜNDL
PEOPLE AT BRÜNDL

700

VERLEIHSKI
RENTAL SKIS

20.000



FLAGSHIPSTORE KAPRUN



RESTAURANT
WEITBLICK

SHOPS

34

Filialen an
zwölf Topstandorten
in Österreich

34 branches at twelve leading
locations in Austria



TALSTATION WAGRAIN

NEU
AB DEZ.
2026



WEITERDENKEN



ISCHGL-ZENTRUM



PREMIUM FASHION

600 m² erstklassige Anlaufstelle auf höchstem Niveau für
exklusive Damen- und Herrenmode, Schuhe und Accessoires!

*600 m² first-class place to go at the highest level for
exclusive women's and men's fashion, shoes and accessories!*

mode_moreau *Wir freuen uns auf Ihren Besuch!*

Mode Moreau | Wilhelm-Fazokas-Straße 16 | A-5710 Kaprun | www.moreau.at
Outlet & Ambiente by Moreau | Schloßstraße 2 | A-5710 Kaprun

moreau

PREMIUM FASHION

ALPHATAURI

BOGNER

DOROTHEE
SCHUMACHER

ele
ven
ty
MADE IN ITALY

ESSENTIEL
ANTWERP

GD
GOLDBERGH

HERNO

JACOB COHEN

JOOP!

JUVIA

KENNEL & SCHMENGER
SCHUHMANUFAKTUR

LUISA CERANO

Luis Franko
A PART OF ME

MaxMara

ODEEH

POLO
RALPH LAUREN

PHIL PETTER
MADE IN AUSTRIA

RR
RIANI

STONE ISLAND

PEAK PERFORMANCE FEIERT 40 JAHRE

DIE CAPSULE COLLECTION ERWECKT IKONISCHE STYLES ZU NEUEM LEBEN,
GEPAART MIT MODERNSTER TECHNISCHER PERFORMANCE.

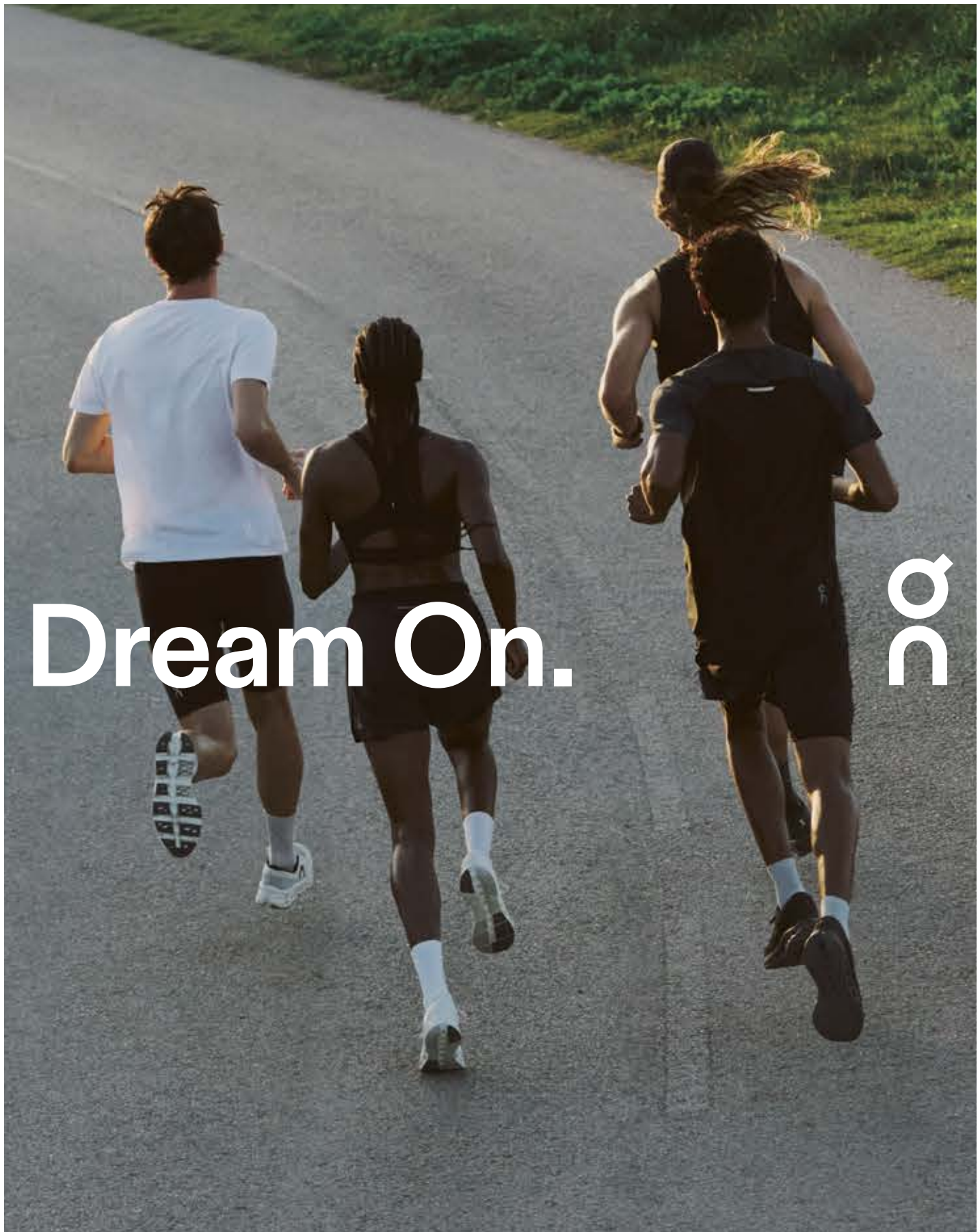
Auch nach vierzig Jahren setzt Peak Performance weiterhin Maßstäbe für moderne alpine Bekleidung und präsentiert eine limitierte Ski-Kollektion, die ihre ikonischen Designs für die Berge neu interpretiert.

Das Herzstück der Capsule ist die 40Y R&D GORE-TEX® Jacket und Pants – eine direkte Weiterentwicklung des originalen R&D-Sets, erstmals vorgestellt 1993. Dieses wegweisende Design brachte etwas Neues in den

alpinen Skisport: ein modulares 3-in-1-System, das Skifahrer:innen flexible, integrierte Isolierung und eine Parka-Silhouette bot.

Vier Jahrzehnte später bleibt das Prinzip unverändert, nur die Tools haben sich weiterentwickelt. Das 40Y R&D Kit basiert auf einer eigens entwickelten 3-Lagen GORE-TEX® C-KNIT™ Stretch Shell für vollständigen Wind- und Wetterschutz bei uneingeschränkter Bewegungsfreiheit am Berg.





IMPRESSUM

IMPRINT

Herausgeber / Published by

Sport Bründl Gesellschaft m. b. H.,
Nikolaus-Gassner-Straße 4, 5710 Kaprun, Austria
Tel. +43 50 83 88, office@bruendl.at, bruendl.at

Konzept und Realisation / Concept and realization

Zeichen & Wunder GmbH, Rumfordstraße 34,
80469 München, Germany, Tel. +49 89 74 63 77-0
zeichenundwunder.de

Redaktion / Editors

Zeichen & Wunder GmbH, Astrid Schön, Bründl Sports

Fotografie / Photography

Stefanie Oberhauser, Johannes Radlwimmer

Illustration / Illustration: Viola Konrad

Grafikdesign / Graphic design: Zeichen & Wunder GmbH

Bildnachweise / Photo credits

Ronny Barthel, BBE Handelsberatung GmbH, Maximilian Bründl, Paula Bründl, Joachim Grothus, Bernd Kammerer, Michael Kritzinger, Stefanie Oberhauser, Christoph Pallinger, Johannes Radlwimmer, Anna Smirnova, TamanGa, Christian Wöckinger; Archiv- und Privatfotos: Unternehmensarchiv sowie Privatbesitz der Mitarbeitenden und ihrer Familien

Übersetzung / Translations

Dr. Jeremy Gaines, gainestranslations.de

Druck und Verarbeitung / Printing and processing

Samson Druck GmbH, Samson Druck Straße 171,
5581 St. Margarethen, samsondruck.at

Rechte / Rights

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers sowie Text- und Bildhinweis „Bründl Sports Magazin #7“. Alle Informationen in diesem Heft nach bestem Wissen. Eine Garantie kann trotzdem nicht übernommen werden. / Reproduction, including of excerpts, is only permitted with the written authorization of the publisher and only with the text and image reference “Bründl Sports Magazin #07”. All information in this brochure is provided to the best of our knowledge. No liability can be accepted for its completeness or accuracy.

UNSER BUCH
IST NACHHALTIG
PRODUZIERT
THIS BOOK IS
SUSTAINABLY
PRODUCED



Gedruckt nach der Richtlinie
„Druckerzeugnisse“ des
Österreichischen Umweltzeichens,
Samson Druck GmbH, UW-Nr. 837



Wir sind
*Brand
Companions*



Zeichen & Wunder ist eine der führenden
Markenberatungen Deutschlands.
Die Welt ist im Wandel und mit ihr viele
Unternehmen und Organisationen.
Auf diesem Weg begleiten wir Marken und
entwickeln sie zukunftsfähig weiter.
Mit Strategien, die Augen öffnen.
Und mit Design, das Herzen berührt.

Zeichen & Wunder

**MENSCHEN
MACHEN MOMENTE.
SEIT 1956.**

Bründl
SPORTS



**UNSER
VERSPRECHEN**
bruendl.at/b-green