

**Zeitschrift:** Mobile : die Fachzeitschrift für Sport  
**Herausgeber:** Bundesamt für Sport ; Schweizerischer Verband für Sport in der Schule  
**Band:** 4 (2002)  
**Heft:** 6

**Artikel:** Trendwende dank Carving?  
**Autor:** Sakobielski, Janina  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-991474>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 08.07.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Trendwende dank

Dass Skifahrer genauso gut carven können wie Snowboarder, liegt nicht zuletzt auch an der Entwicklung des Materials. Ein Gespräch mit Beni Stöckli, dem Mehrheitsaktionär der Schweizer Skifabrik Stöckli AG, gibt Aufschluss über die Auswirkungen der Carving-Welle für die Welt der Skihersteller.

Janina Sakobielski

«**m**obile»: Wann hat die Firma Stöckli den ersten Carving-Ski hergestellt und für wen? Beni Stöckli: Es ist ungefähr neun oder zehn Jahre her, seit unsere Firma den ersten Carving-Ski produziert hat. Der Radius dieses Skis betrug 24 Meter, was heutzutage dem Radius eines Riesenslalomskis entspricht. Die Träger dieses Trends, oder sagen wir die Vorreiter, kamen damals vor allem aus dem Rennsport, aber auch aus dem Skilehrerwesen.

Ein Blick auf die Entwicklung des Carving-Skis: Was hat sich seit diesem ersten Modell verändert? Es hat sich vieles verändert. Beginnen wir bei den Radien. Obwohl dieser erste Radius immer noch hergestellt wird, hat sich die Palette der Carving-Skis enorm verbreitert. Heutzutage produzieren wir an die zwanzig verschiedene Modelle für die unterschiedlichen Anwendungsbereiche. Im Slalom sind beispielsweise andere Radien gefragt wie im Super-G. Als Zweites haben natürlich die Seitengeometrie und der Flex, das heisst der Spannungsbogen des Skis, Veränderungen erfahren. Schliesslich mussten sowohl die Bindungs- als auch die Plattensysteme mit dem Ski entwickelt und den jeweiligen Modellen und Anwendungsbereichen angepasst werden.

«Heutzutage produzieren wir an die zwanzig verschiedene Carving-Modelle für die unterschiedlichen Anwendungsbereiche.» Beni Stöckli

Ist in der Branche der Skihersteller dank Carving ein markanter wirtschaftlicher Aufschwung feststellbar? Die Carving-Welle hat dem Schneesport und selbstverständlich der Skiindustrie sehr viel gebracht. Vor einigen Jahren war das Skifahren in seiner damaligen starren Form vielen verleidet. Vor sechs bis sieben Jahren jedoch entstand dank des Carvens ein wahrer Boom. Jeder und jede wollte carven. Ich schätze allerdings, dass heute immer noch 25% aller Skifahrerinnen und Skifahrer keinen Carving-Ski besitzen. Ein grosser Teil davon profitiert jedoch mit grösster Wahrscheinlichkeit von den Mietangeboten der Sportgeschäfte.



# Carving?

**Wenn die Carving-Welle irgendwann vorbei sein wird, wie werden Sie versuchen, die Verkaufszahlen beizubehalten?** Betrachtet man den Skimarkt weltweit, so wird dieser irgendwann in nächster Zeit gesättigt sein. Die Firma Stöckli hat jedoch ihr Marktpotenzial in verschiedenen Bereichen noch lange nicht ausgeschöpft. Wir sind beispielsweise die einzige Schweizer Skifirma und vertreiben unsere Produkte sehr selektiv. Hier ist ganz klar eine Steigerung des Marktanteils möglich. Dasselbe gilt für den Export und für unser Engagement im Weltcup. Es stehen uns immer noch rosige Zeiten bevor ...

**Gibt es andere wichtige Veränderungen, die das Carving für Sie als Skihersteller herbeigeführt hat?** Bevor das Carven im Skibereich Fuss gefasst hat, sind viele Skifahrerinnen und Skifahrer in den Snowboardbereich abgewandert. Dadurch aber, dass das Snowboarden «normaler» und das Skifahren –

dank der Carving-Welle – spannender geworden ist, haben sich die beiden Strömungen wieder angeglichen. Die Folge war, dass viele der «Abtrünnigen» mit der Erkenntnis, dass auf den Skis das gleiche Feeling erlebt werden kann wie auf dem Snowboard, wieder ins eigene Lager zurückgekehrt sind.

**Was tun Sie als Skihersteller für mehr Sicherheit auf den Carving-Skis?** Tatsache ist, dass die heutigen Carving-Skis aufgrund der Taillierung einfacher zu fahren sind. Sie sind zudem breiter geworden und leisten damit einen Beitrag zur Sicherheit. Die Kanten werden heute in einem Winkel geschliffen, der Kantenfehler vermindert. Hinzu kommt, dass das fahrerische Können allgemein gestiegen ist und auch die Bindungen sicherer geworden sind. Für die individuelle Fahrweise auf der Piste kann der Hersteller allerdings keine Verantwortung übernehmen. **m**

## NACHGEFRAGT

### «Die Zeiten des smarten Sunnyboys sind vorbei ...»

*Das Phänomen Carving hat in den Schneesportschulen unglaublich viel in Bewegung gesetzt. Carving bedeutete zu Beginn vor allem eine technische Veränderung: Wenn früher die Technik dem Gerät angepasst werden musste, besteht heute eine Wechselwirkung zwischen den Gerätefunktionen und den eigenen Bewegungen. Die so genannten «Carving-Kurse», die vor wenigen Jahren in den Schneesportschulen noch angeboten wurden, sind heute jedoch längst verschwunden. Die neue Technik ist sozusagen «standardisiert» worden. Je dynamischer aber das Skifahren geworden ist, desto dynamischer sind auch die Skischulen geworden – und dies nicht nur im technischen Bereich. Hand in Hand mit den technischen Veränderungen haben sowohl die Strukturen innerhalb der Skischulen als auch die Beziehungen zwischen den Lehrenden, den Skilehrerinnen und -lehrern, und den Lernenden, den Gästen, tief greifende Veränderungen erfahren.*

*Dank der neuen Technik sind aus den reinen Skischulen so genannte Schneesportschulen geworden, die die Bereiche Ski, Snowboard, Telemark und Langlauf unter ein gemeinsa-*

*mes Dach gebracht haben. Ausserdem sind wie gesagt die pädagogischen und methodisch-didaktischen Bereiche überdacht und überarbeitet worden, so dass der Unterricht heute auf modernsten Erkenntnissen aufgebaut ist. Ein Blick ins aktuelle Schneesportlehrmittel widerspiegelt diesen Wandel. Die Anforderungen an die Schneesportlehrerinnen und den Schneesportlehrer sind jedoch keinesfalls geringer geworden – im Gegenteil! Die Zeiten des smarten Sunnyboys mit Sonnenbrille und lässigem Gehabe sind zweifellos vorbei ...*

*Carving hat den Schneesportschulen in quantitativer Hinsicht zwar keine gewaltige Explosion der Gästezahlen gebracht, jedoch dazu beigetragen, dass die Zahlen gehalten werden konnten. Dank des Phänomens Carving ist vieles, wenn nicht sogar alles, überdacht und hinterfragt – und meines Erachtens qualitativ optimiert und verbessert – worden.*

Daniel Ammann,  
Leiter der Schneesportschule Davos

# Dabei sein, wenn die Schweizer abheben.



Official Sponsor



Wir freuen uns auf die neuen Höhepunkte unserer Wintersportler. Als Hauptsponsor von Swiss-Ski mit den Nationalmannschaften «Alpin» und «Nordisch» wünschen wir allen Sportlern viel Glück.

[www.swisscom.com/sponsoring](http://www.swisscom.com/sponsoring)

**swisscom**  
| | | | |