

On the run

Auf Wolke sieben

Writer: DANIELA FABIAN, Photographer: BRASCHLER/FISCHER

Ihre Idee schlug ein wie eine Bombe: Mit ihrem Runningschuh On erobern drei Freunde im Eilschritt die Laufgemeinschaften auf der ganzen Welt. Eine Erfolgsstory wie im Märchen, made in Switzerland.

The innovation has taken off as fast as its wearers: with their new On shoes, three friends have won over running communities all over the world. It's a fairy-tale success – and it's made in Switzerland.

–
Wenn die drei Freunde Olivier Bernhard, David Allemann und Caspar Coppetti an Sportmessen jeweils ihren Informationsstand aufstellen, steht auf ihren T-Shirts ein provokativer Spruch: «Don't ask me about the shoes!» Die drei Jungunternehmer aus dem Zürcher Seefeld, die vor nur anderthalb Jahren den innovativen Laufschuh «On» lancierten, sind Macher, keine Jungs der grossen Worte: «Den On muss man ausprobieren, dann sind Erklärungen überflüssig», sagt CEO David Allemann. Er lacht. Freut sich. Gutes Selbstbewusstsein. Dieser Schuh muss getestet werden.

CLOUDTEC UND 3-D-DÄMPFUNG

Der On liegt vergleichsweise leicht in der Hand. Anders als seine Konkurrenten bei Adidas, Asics oder Nike schreit er nicht mit neonfarbenen oder silber- und goldglänzenden Stoffapplikationen nach Aufmerksamkeit. Bunt am On sind einzig die auffällig «gummikissenartige» Sohle und die Ton in Ton assortierten Schuhbündel. Puristen, denen das zu viel Farbe ist, wählen Bündel in der Farbe des Schafts, sie werden gratis mitgeliefert. Ist das Laufgefühl nun so, wie die Macher versprechen? Laufen wie auf Wolken? Was bringt die CloudTec genannte 3-D-Dämpfung mit den 13 Wolkenelemente an der Aussensohle, die von weitem aussehen wie riesige, mit einem Loch versehene Bazooka-Kaugummis?

–
“Don't ask me about the shoes!” When friends Olivier Bernhard, David Allemann and Caspar Coppetti set up and staff their information stand at various sports fairs, that's the provocative message emblazoned on their T-shirts. These young entrepreneurs from Zurich's Seefeld district, who only launched their innovative On running shoes a mere 18 months ago, are doers, not talkers. “The On is something you have to try,” explains CEO David Allemann. “And once you have, there's not much more to be said,” he laughs. He clearly believes in his product. So let's check it out.

CLOUDTEC AND 3-D CUSHIONING

First impression: the On feels light in the hand. And, unlike its Adidas, Asics or Nike rivals, it doesn't scream out for attention in neon, silver or gold. The only bright highlights of the On are its striking rubber-cushion soles and their matching laces. Purists who find even this too colourful can opt for the shaft-coloured laces, which are included free of charge.

So is the On as good as its makers claim? Does the wearer feel like he is running on clouds? What exactly does the CloudTec 3-D cushioning deliver, together with the 13 strange appendages beneath the outsole – extras that look suspiciously like giant pieces of hollowed-out Bazooka bubblegum?

Don't ask them about the shoes! If truth be told, the On's designers don't need to say too much themselves: the shoes do all the talking. From the very first steps, the On feels light to wear. You may tend to bounce and bob a little, as if Bob Marley was playing in your ear. But this slight instability activates the muscles, too, and helps the body adopt the right kind of tension for the imminent sporting performance. “On” is a good name, then: slip them onto your feet and you're switched on, engaged, ready for the action ahead. The opposite of off. And who wants to be off nowadays?

Extrem erfolgreich mit einer einfachen Idee: Schuhsohlen aus 13 kleinen Wölkchen. «Der On verbessert eindeutig den Laufstil», freut sich der dreifache Duathlon-Weltmeister Olivier Bernhard, 43.

A simple idea that has led to great success: shoe soles made from 13 small "cloud" cushions. "On shoes clearly improve one's running style," says Olivier Bernhard, 43, three-time duathlon world champion.





Das Resultat von vier Jahren Entwicklung: Die patentierte Sohle von On ist weich beim Aufprall und schnell beim Abstoß.

The result of four years of development: the patented On outsole is soft on impact and fast on push-off.

Don't ask them about the shoes! Die On-Erfinder brauchen kaum Überzeugungsarbeit zu leisten: Tatsächlich fühlen sich die ersten Schritte mit dem On am Fuss leicht an. Man geht ein bisschen federnd, ein bisschen wippend, als hätte man Bob Marley im Ohr. Diese leichte Instabilität aktiviert die Muskulatur und führt zur richtigen Körperspannung für die sportliche Leistung. Der Name «On» ist also Programm: englisch «on», im Sinn von «auf Empfang gestellt, angeschaltet, in Betrieb». Das Gegenteil von «off». Und wer will heutzutage schon off sein?

Manch einer genialen Erfindung geht tiefe Frustration voraus, gepaart mit glücklicher Fügung. Das war auch beim Ausnahmesportler, dem weltbekannten sechsfachen Ironman-Sieger und dreifachen Duathlon-Weltmeister Olivier Bernhard, 43, so. Nach zehn Jahren als Profiathlet (Bernhard hält mit 2 Stunden und 41 Minuten immer noch die drittbeste Laufzeit im Ironman Hawaii) klagte der Ostschweizer während Jahren über immer quälendere Achillessehnen-Probleme. Am Ende seiner Karriere spielte ihm das Schicksal einen Ingenieur und passionierten Läufer aus Zürich in die Hände. Jener hatte für sich selbst aus Spass am Tüfteln eine neuartige Gummisohle entwickelt, sie auf seine Nike-Schuhe leimen lassen und die Schuhe dem Profi zum Testen übergeben. Der Funke zündete sofort. Mit wenigen Mitteln entwickelte Bernhard den Schuh weiter, liebäugelte mit der Idee, die Gummiwolken-Erfindung weltweit auf den Markt zu bringen. Und hier kommen David Allemann, 41, und Caspar Coppetti, 36, ins Spiel.



Der On-Schuh ist kürzlich in die permanente Sammlung des Museums für Gestaltung Zürich aufgenommen worden.

The On has recently been added to the permanent collection of the Museum of Design Zurich.

Many a genius invention has been preceded by deep frustration coupled with a stroke of good fortune. It certainly was for 43-year-old Olivier Bernhard, an exceptional sportsman and the world-famous winner of six Ironman titles and three world duathlon championships. After ten years as a professional athlete (with 2 hours and 41 minutes, he has still recorded the third-best time ever for the Ironman Hawaii), this native of eastern Switzerland found that he was suffering from increasing pain in his Achilles tendons. Then, as his sporting career was drawing to a close, he crossed paths with an engineer and keen runner from Zurich.

This individual, who was also a passionate tinkerer and inventor, had developed a new kind of rubber sole, which he had glued to the bottom of his Nike shoes. He gave them to Olivier to try out in his professional capacity. It was the start of something big. With minimal resources, Olivier developed the shoe further. He also began toying with the idea of marketing the new approach all over the world. Which is where David Allemann (41) and Caspar Coppetti (36) come in.

THREE MEN AND A SOLE

Caspar had served as Olivier Bernhard's triathlon manager while studying economics. David Allemann was an advertising man who had come to know Caspar when he was with the McKinsey consulting firm, and had later brought him to ad agency Advico Young & Rubicam. When Olivier first presented his new product to the two marketing professionals, they were both uncertain at first. They had long been dreaming of starting up their own company, but did it have to be a running shoe? The market continues to grow at some 8 per cent a year, and global annual sales currently amount to over 10 billion euro. But did a totally new brand really stand a chance?

After prototype trials, though, David and Caspar – both hobby sportsmen themselves – were so convinced of the potential offered by the new technology that they gave up their well-paid jobs to team up with Olivier. In January 2010 the three partners founded On. A few months later, one of their prototype shoes won the 2010 ispo BrandNew Award, the distinction for innovation at the biggest sports fair of all, against more than 300 rival brands from all over the world. It was full speed ahead now for the triumvirate to take the models created by Friend No. 4, Swiss designer Thilo Alex Brunner (who, incidentally, won this year's Federal Design Award from the Swiss Federal Office of Culture) and get them into the shops.



Die kenianische Marathonlegende Tegla Loroupe läuft – völlig schmerzfrei – auf On-Wolken.

Kenyan marathon legend Tegla Loroupe also runs on On clouds – completely pain-free.

DREI MÄNNER UND EINE SCHUHSOHLÉ

Caspar hatte während seines Wirtschaftsstudiums den Triathlonmann als Manager betreut. Werber David Allemann lernte Coppetti während seiner Zeit bei der Beratungsfirma McKinsey kennen und holte den Kollegen später zur Werbeagentur Advico Young & Rubicam. Als Bernhard erstmals bei den Marketingprofis vorstellig wurde und um Beurteilung seines Produktes bat, zögerten beide. Sie träumten zwar schon lange von einem eigenen Start-up, aber ausgerechnet Laufschuhe? Der Markt wächst zwar ungebremst mit rund 8 Prozent pro Jahr und weltweit werden Laufschuhe für mehr als 10 Milliarden Euro pro Jahr abgesetzt. Aber hat eine neue Marke überhaupt eine Chance?

Don't ask about the shoes! Nach Testläufen auf Prototypen waren die beiden Hobbysportler vom Potenzial der Technologie dermassen überzeugt, dass sie ihre gutbezahlten Jobs an den Nagel hängten. Im Januar 2010 gründete das Trio die Firma On. Ein paar Monate später gewann es mit einem Prototyp den ispo BrandNew Award 2010, den Innovationspreis der grössten Sportartikelmesse, für den sich mehr als 300 Marken aus der ganzen Welt beworben hatten. Innert kürzester Zeit musste das Triumvirat nun seine von



Ein starkes Team gibt Vollgas: David Allemann, Caspar Coppetti und Olivier Bernhard (v.l.). Dass sich die drei Freunde auch privat zu sportlichen Höchstleistungen motivieren, versteht sich von selbst.

A strong team goes full steam ahead: David Allemann, Caspar Coppetti and Olivier Bernhard (l. to r.). It comes as no surprise that the three friends motivate each other to top athletic performance off the job, too.

Freund Nummer vier, dem Schweizer Designer Thilo Alex Brunner – übrigens der diesjährige Gewinner des Eidgenössischen Preises für Design des Bundesamtes für Kultur –, entworfenen Modelle in den Handel bringen. Die Erfolgswelle war nicht mehr zu stoppen. Mittlerweile werden in rund 400 Verkaufsstellen On-Schuhe verkauft, von den USA bis Australien, von Asien bis Skandinavien. 40 000 Paare werden dieses Jahr abgesetzt, prognostiziertes Wachstum für 2012: 100 Prozent. Die «On Community» wächst und wächst, auch internationale Laufgrößen wie die Marathonlegende Tegla Loroupe wurden auf den Schuh aufmerksam. Sie sagt: «Der On ist der schnellste Schuh, den ich je gelaufen bin.» Die kenianische Langstreckenlegende, die wegen Rückenschmerzen ihre Karriere beenden musste, denkt jetzt sogar über ein Comeback an Olympia 2012 nach.

Let's talk about the shoes: «Der On verbessert eindeutig den Laufstil», ist Olivier Bernhard überzeugt. «Unsere Technologie ermöglicht weiches Landen und hartes Abstossen, da sich die CloudTec-Elemente beim Landen sanft nach hinten verschieben können. Nach der Landung sind sie unter Belastung fest verschlossen und erlauben deshalb einen kraftvollen Abstoß wie bei einem Wettkampfschuh. So einfach ist das: nahe am Boden, wenig Sprengung, sehr gute Torsion. Der On ist nicht einfach ein Laufschuh. Er ist ein komplett neues Laufgefühl!»

Und Prof. Dr. med. Urs Boutellier von der ETH Zürich doppelt nach: «Die physiologischen Vorteile des On gegenüber herkömmlichen Laufschuhen scheinen mit steigender Geschwindigkeit zuzunehmen.» In einer soeben abgeschlossenen ETH-Studie liefen 40 Athleten mit dem On gegen ihren Lieblingsschuh. Resultat: Mit dem On hatten die Athleten einen um zwei Schläge tieferen Puls, einzelne sparten bis zu zehn Schläge. Kommt der schnellste Schuh der Welt aus der Schweiz? •



Etwas Farbe für jeden Geschmack: 2011 werden weltweit rund 40 000 Paar On-Schuhe abgesetzt. Die Prognose für 2012? 100 Prozent Wachstum! Das Spitzenprodukt aus der Schweiz erobert die Welt im Sauseschritt.

Colours for every taste: In 2011 some 40,000 pairs of On shoes were sold worldwide. The prediction for 2012 is 100 per cent growth. This top product from Switzerland is conquering the world of sport footwear at a gallop.

They were a runaway success. Some 400 retail outlets now stock On shoes, from the USA to Australia and from Asia to Scandinavia. Around 40,000 pairs will be sold this year, and current projections suggest this will double in 2012. The «On community» is growing and growing. The shoe has even caught the eye of sporting names such as marathon runner Tegla Loroupe: «The On is the best running shoe I have ever run,» she says. The Kenyan long-distance legend, who had to end her career owing to back pain, is even thinking of making a comeback in the 2012 Summer Olympics.

So let's talk about the shoes! «The On definitely improves your running style,» Olivier Bernhard is convinced. «Our technology gives the wearer a soft landing and a firm push-off. As the foot touches the ground, the CloudTec elements are pushed gently backwards to cushion the impact. After landing, the elements are compressed by the weight of the runner, giving the wearer the kind of firm push-off that they would expect from any competition shoe. Close to the ground, low impact and excellent torsion: it's as simple as that,» he continues. «So the On is not just a running shoe; it's a new running experience.»

Professor Urs Boutellier of Zurich's Federal Institute of Technology (FIT) concurs: «The physiological benefits of the On over conventional running shoes seem to increase with speed,» he adds. A recent FIT study saw 40 athletes run in both Ons and their favourite running shoes. The result: when they were wearing Ons, their pulse rates were two beats lower, while with some of them the difference was as much as ten beats. Could Switzerland be producing the fastest shoes in the world? •

INFORMATION

On AG ist eine junge Schweizer Sports Company mit Sitz in Zürich. Der On-Laufschuh ist bereits mit dem ispo BrandNew Award für Innovation im Sport ausgezeichnet worden und ist für mehrere Designpreise nominiert. Die Technologie ist durch weltweite Patente geschützt. Ein Jahr nach der Markteinführung sind On-Schuhe bei 400 Laufsport-spezialisten in 14 Ländern erhältlich.

On AG is a young Swiss sports company domiciled in Zurich. The On running shoe has already garnered the ispo BrandNew Award for innovation in sport, and has been nominated for several design prizes. The technology has been patented worldwide. Just one year since their market launch, On shoes are already available at 400 specialist sports stores in 14 countries.

www.on-running.com
www.facebook.com/onrunning