

München, 5. Dezember 2019

Presseinformation

ISPO Brandnew 2020

Frischer Wind für die Branche: Sport-Start-ups überzeugen mit neuen, smarten Ansätzen

Amrei Kommer
PR Manager
Tel. +49 89 949-21406
kommer@ispo.com

- **Acht Gewinner aus 400 Bewerbern gekürt**
- **Brandnew Village mit 50 ausgewählten Teilnehmern zur ISPO Munich**
- **Live-Pitch zum „Overall Winner“ während der Messe**

Die Gewinner von ISPO Brandnew 2020, wichtigster Start-up-Wettbewerb der Sportartikelbranche, stehen fest. Eine Expertenjury begutachtete die Einsendungen in acht Kategorien, erstellte eine Auswahl von 50 Marken – die sogenannten „Selected Brands“ – und kürte aus diesen schließlich einen „Winner“ pro Kategorie. Die Sieger überzeugen vor allem mit nachhaltigen Konzepten und smarten Ideen für einfacheres Shopping und Training. Für die ausgezeichneten Start-ups bietet ISPO Brandnew mit seinem kundenorientierten Ansatz ein renommiertes Sprungbrett in das moderne Sports Business. Alle "Winner" und "Selected Brands" präsentieren sich auf der ISPO Munich (26.- 29. Januar 2020) im Brandnew Village in Halle B4.

Um den wandelnden Ansprüchen im Sports Business gerecht zu werden, wurden für ISPO Brandnew 2020 [acht neue Kategorien](#) geschaffen, die sich nah am Markt orientieren. "In Zeiten, in denen Konsumenten verstärkt Lösungen suchen, die das Bewusstsein für Körpergefühl, Achtsamkeit und Nachhaltigkeit bestmöglich begleiten, haben wir Start-ups ausgezeichnet, die frischen Wind ins Sports Business bringen und die Wünsche der Verbraucher befriedigen können", sagt David Badalec, verantwortlich für ISPO Brandnew.

Die acht „Winner“ bilden entsprechend die Vielfalt der Sportbranche ab, von Outdoor und Wassersport über digitale Tools, Apps sowie Mobilität bis hin zu Fitness, Team- und Wintersport. Die Jury war interdisziplinär besetzt: Erfolgreiche Unternehmer aus den Vorjahren, Journalisten und weitere Branchenexperten brachten sich mit unterschiedlichen Perspektiven ein.

Presseinformation | 5. Dezember 2019 | 2/5

Roadmap für ISPO Brandnew 2020

Noch zu küren ist der "Overall Winner" 2020. Am Sonntag, den 26. Januar, pitchen daher ab 16.30 Uhr die acht Gewinner im ISPO Brandnew Village in Halle B4 um den Gesamtsieg. Direkt im Anschluss findet die Preisverleihung statt, die dann übergeht in die Networking Night mit den frisch ins Ziel eingelaufenen Gewinnern, allen Teilnehmern, Partnern und Investoren sowie ehemaligen Preisträgern.

Allgemeine Informationen über ISPO Brandnew und Details zu den ausgestellten Produkten im ISPO Brandnew Village zur ISPO Munich 2020 gibt es [online](#).

Die bereits feststehenden ISPO Brandnew „Winner“ im Überblick:

Winner Outdoor Adventure: KEEGO

Österreich, 2018, www.keego.at

KEEGO vereint das Beste aus zwei Welten: die Verformbarkeit und das geringe Gewicht einer Kunststoffflasche mit Hygiene und Haltbarkeit einer Metallflasche. Die KEEGO Bottle ist mehrschichtig aufgebaut und hat eine Innenfläche aus Titan, die das Wasser vor Kunststoffpartikeln schützen, Schimmelbildung verhindern und Korrosion widerstehen soll. Die Außenhaut aus einem Polymer verspricht Elastizität und Grip, die schmutzabweisende Titanoberfläche eine einfache Reinigung und somit erhöhte Haltbarkeit der Flaschen.

Winner Urban Outdoor: mvdham

Deutschland, 2018, www.mvdham.com

Inspiriert von extremer Outdoor-Bekleidung wendet sich das Berliner Label mvdham an aktive Stadtbewohnerinnen – und verwendet dabei ausschließlich Naturfasern. Zum Beispiel die Eigenentwicklung LAPALUE, ein gepolstertes Zweilagengewebe aus Seide und Wolle. Die Jacken und Mäntel sollen gut aussehen, weit genug sein, um weitere Schichten darunter zu tragen, und auf dem Fahrrad vor Wind und Wetter schützen. Ziel ist es Funktion, Design und Nachhaltigkeit zu vereinen. So setzt mvdham bei der Herstellung möglichst auf Produzenten und Lieferanten aus der Umgebung.

Presseinformation | 5. Dezember 2019 | 3/5

Winner Matchtime: SensuSport

Deutschland, 2017, www.sensusport.com

Topathleten zeichnen sich nicht nur durch hervorragende Technik und einen besonders gestählten Körper aus. Sie haben auch ein Gespür für die richtige Bewegung. Genau das sollen die SensuGlasses trainieren. Fühlen statt Sehen heißt es vor allem im Golf-Sport. Der Ansatz: Im Moment des Schlages verdunkeln sich die Gläser der SensuGlasses komplett. So soll sich der Sportler voll auf die Rückmeldung des Schlägers konzentrieren und dabei lernen, den Ball und die Bewegungsabläufe zu fühlen.

Winner Slopes&Parks: Switch Boards

Polen, 2017, www.switch-boards.com

Park-Ski, Jibbing Boards, Trainingsbindungen oder Trampolin-Ski – mit den Tools von Switch Boards sollen Winter-Freestyler und Halfpipe-Cracks im Sommer besser an ihren Moves und Tricks auf Kicker und Big Airs arbeiten können. Das polnische Start-up wendet sich vor allem an professionelle Anbieter wie Parks und Trainingshallen, aber auch an Endverbraucher. Die Trampolin-Boards und -Ski sollen mit ausreichend Flex und ohne scharfe Kanten auf allen Trampolinen funktionieren, die speziellen Bindungen auch in Schuhen oder Socken nutzbar sein.

Winner Body&Mind: Enda

Kenia, 2018, www.endasportswear.com

Nach unzähligen schnellen Läufern kommt mit dem Enda Lapatet nun der erste Laufschuh aus Kenia. Der Trainingsschuh soll sich mit den Großen der Branche messen – und zeigt sich selbstbewusst: Enda will den in seiner Klasse leichtesten, bequemsten und günstigsten Schuh präsentieren. Entworfen in Kooperation mit kenianischen Athleten soll der Lapatet den natürlichen Mittelfußauftritt unterstützen – den typisch kenianischen Laufstil. Enda Running will auch ein Faktor für die wirtschaftliche Entwicklung sein, weshalb komplett in Kenia produziert wird.

Presseinformation | 5. Dezember 2019 | 4/5

Winner Future Mobility: COWBOY

Belgien, 2018, www.cowboy.com

Cowboy will mit dem Model 2019 den nächsten Schritt hin zum vernetzten Fahrrad gehen. Das schlüssig designte E-Bike für die Stadt soll den Fahrer nicht nur schnell und komfortabel von A nach B bringen. Auch sollen sämtliche Funktionen des Bikes in einer App gesteuert und überwacht werden; vom Diebstahlschutz über das Einschalten der integrierten Lichter. Das Smartphone informiert über den Akkustand, hilft bei der Navigation und weist mittels Ferndiagnose auf fällige Wartungsarbeiten hin.

Winner Offshore: EXOlung

Österreich, 2018, www.exolung.com

Das Start-up EXOlung hat zum Ziel, das Flachwassertauchen in der Freizeit oder für Versorgungszwecke zu verändern und schafft neue Zugänge in die Unterwasserwelt. Das leichte und kompakte Tauchgerät nutzt die Beinbewegungen des Tauchers, um Atemluft bis zu fünf Meter weit unter Wasser zu transportieren. Der Taucher kann unter Wasser bleiben, so lange er möchte. Die Erweiterung des üblichen ABC-Kits aus Flossen, Maske und Schnorchel soll unkompliziert, robust und günstig sein, kaum Wartung oder Pflege benötigen und muss nie aufgeladen oder befüllt werden.

Connected Sports: Awayco

USA, 2018, www.awayco.com

Awayco will das Verleihgeschäft für hochwertige Fahrräder, Wintersport- und Surf-Equipment entstauben, nachhaltig gegen Verschwendung und Überkonsum wirken – und mehr Kunden in den Sportfachhandel locken. In der App sollen die Nutzer aktuell mehr als 20.000 hochwertige Markenprodukte bei Fachhändlern an über 150 Orten finden. Buchung und Bezahlung erfolgt vorab über die App. Die Shops profitieren durch die Integration von Filial-Websites, Plattformmarketing, lokale Marketingunterstützung und einfach nutzbare In-Store-Buchungssoftware.

Presseinformation | 5. Dezember 2019 | 5/5

ÜBER ISPO

ISPO ist das weltweit führende Sportnetzwerk für Business Professionals und Consumer Experts. Die seit 1970 bestehende Plattform bündelt unter der Familienmarke ISPO ein integriertes Angebot aus branchenbezogenen analogen und digitalen Dienstleistungen. Dazu zählen die weltgrößten Multisegment-Messen ISPO Munich, ISPO Beijing und ISPO Shanghai, das Online-Newsportal ISPO.com sowie die Business Solutions ISPO Brandnew, ISPO Open Innovation, ISPO Award, ISPO Academy, ISPO Textrends, ISPO Job Market und ISPO Shop. Mit diesem reichweitenstarken Portfolio aus Innovationsförderung, Branchenvernetzung, Know-how und redaktionell aufbereiteten Inhalten agiert ISPO an 365 Tagen im Jahr mit dem Ziel, Unternehmen und Sportenthusiasten zu unterstützen und die Leidenschaft für den Sport weltweit zu fördern.

Messe München

Die Messe München ist mit über 50 eigenen Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Insgesamt nehmen jährlich über 50.000 Aussteller und rund drei Millionen Besucher an den mehr als 200 Veranstaltungen auf dem Messegelände in München, im ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungszentrum München sowie im Ausland teil. Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften organisiert die Messe München Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Russland, der Türkei, Südafrika, Nigeria, Vietnam und im Iran. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien, Afrika und Südamerika sowie rund 70 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder ist die Messe München weltweit präsent.