

München, 24. Januar 2020

Presseinformation

ISPO Trendbericht

Die Sportbranche im Umbruch: Von Algenkraft bis Kreislaufwirtschaft

Kathrin Hagel
PR Manager
Tel. +49 89 949-21474
hagel@ispo.com

- Megatrend Neo-Ökologie erfasst immer mehr die Sportbranche
- Future Mobility und digitale Lösungen für mehr Konsumbewusstsein
- ISPO Munich (26.-29. Januar) zeigt zukünftige Trends & Entwicklungen

Zu den Megatrends der kommenden zehn bis fünfzehn Jahren zählen Neo-Ökologie*, Digitalisierung und Mobilität. Von diesen globalen Entwicklungen lassen sich soziokulturelle Trends und in ihrer Folge Konsumtrends ableiten. Vor allem die Textilindustrie beschreitet im gesamtgesellschaftlichen Megatrend Neo-Ökologie neue Wege und überzeugt mit innovativen, intelligenten Technologien, die die Outdoor-Bekleidung hochfunktional und dabei ökologisch-nachhaltig gestalten lassen. Darüber hinaus sind sie wie ein Booster für die gesamte Branche, die zunehmend auch auf den Hardware-Bereich abstrahlt. Bei den Megatrends Digitalisierung und Mobilität werden beispielsweise die (E-) Bikes der Zukunft eine immer wichtigere Rolle spielen: Zum einen, weil sie die Mobilität in der Stadt von Grund auf verändern, zum anderen, weil die neue Smart-Mobility Sport und Nachhaltigkeit miteinander vereint.

Darüber hinaus interessant sind die Veränderungen innerhalb des Urban Outdoor-Trends. Entstanden aus einer Sehnsucht nach mehr Natur in der Stadt, steht der Begriff mittlerweile als Synonym für eine nachhaltigere Lebensweise und ein Naturgefühl inmitten der Stadt. Urban Outdoor ist zum realen Handelsplatz avanciert und verbucht weiterhin steigende Tendenzen.

Auf der ISPO Munich (26. bis 29. Januar 2020) erhält das Fachpublikum einen umfassenden Einblick in die aktuellen und bevorstehenden Trends.

*Unter Neo-Ökologie versteht man Nachhaltigkeit und Effizienz in allen Bereichen: Von der Finanzwirtschaft über Städtebau bis hin zu Mobilitätskonzepten und dem moralischen Konsum bzw. den großen gesellschaftlichen Veränderungsprozess hin zu einem ressourceneffizienten, nachhaltigen Wirtschaften.

Kreislaufwirtschaft boomt

Trendforscher des Zukunftsinstituts erklären die Neo-Ökologie zum wichtigsten Megatrend der 2020er-Jahre. Aus dem Konsumtrend wird ein Wirtschaftsfaktor, aus einer individuellen Lebensphilosophie eine globale Identität. Der US-Amerikanische Hersteller von Isolationsfasern PrimaLoft hat sich bereits vor vielen Jahren der Entwicklung von nachhaltigen Funktionsstoffen verschrieben. Dazu Jochen Lagemann, Senior Vice President/Managing Director Europe & Asia PrimaLoft: „Ein großes Thema, das aus unserer Sicht in Zukunft eine zentrale Rolle spielen wird, ist die Zirkularwirtschaft. Hier forschen und entwickeln wir bereits seit einiger Zeit. Inzwischen haben unabhängige Tests gezeigt, dass unsere PrimaLoft Bio-Fasern im Sinne echter Kreislaufwirtschaft erneuerbar sind. In diesem Prozess wird Polyester in seine Bestandteile zerlegt, die dann vollständig zu neuem Grundstoff für technische Materialien verarbeitet werden können, ohne an Leistung einzubüßen – und das immer und immer wieder.“ Zudem ist Lagemann stolz darauf, dass beispielsweise beim PrimaLoft-P.U.R.E.-Herstellungsverfahren (Produced Using Reduced Emissions) bis zu 48 Prozent CO₂-Emissionen reduziert werden konnten – im Gegensatz zu anderen Produktionsverfahren, bei denen die Isolationsfasern durch Ofenwärme miteinander verbunden werden.

Ebenfalls bereits seit einigen Jahren verstärkt im Bereich Nachhaltigkeit auf dem Vormarsch: Die norwegische Bekleidungsmarke Bergans. Zusammen mit dem finnischen Bio-Faserhersteller Spinnova haben sie sich zum Ziel gesetzt, Textilfasern auf Zellulose-Basis gemeinsam weiterzuentwickeln. Das erste Ergebnis dieser Zusammenarbeit ist ihre Collection of tomorrow | future.labs.05.A. Der Rucksack aus der Kollektion gewann einen [ISPO Award](#) im Bereich Sustainability gewonnen.

Zum ISPO Award Product of the year** wurde der Post-Petroleum-Laufschuh Condor, von der französischen Marke Veja gekürt. Veja hat es in vier Jahren Entwicklungsarbeit geschafft, einen Laufschuh zu produzieren, der zu 53 Prozent aus natürlichen oder recycelten Materialien besteht – wie Zuckerrohr, Bananenöl und Reisabfall. Ihr Ziel ist es, diese Entwicklungen weiter voranzutreiben.

Jack Wolfskin setzt bei seinen neuen Ecoloader Rucksäcken bei allen verwendeten Kunststoffen auf 100 Prozent Recyclingmaterialien. Der Clou aber ist die Polsterung von Rücken und Schultergurten aus Bloomfoam Algenschäum. Neben guten Dämpfungseigenschaften punktet das Naturprodukt bei der Herstellung des Schaums. Die Algen reinigen das Wasser, das in Trinkwasserqualität dem natürlichen Kreislauf zugeführt werden kann.

** Bitte beachten Siefolgende Sperrfrist: Kommunikation zu den ISPO Award „Products of the Year“ erst ab 26. Januar 2020 um 16:30 Uhr (im Anschluss an die offizielle Preisverleihung im Rahmen der ISPO Munich).

Die globale Zugehörigkeit steigt und Konsumgüter werden kritischer hinterfragt

Das Zukunftsinstitut sieht einen weiteren Trend darin, dass die Gemeinschaft für die Menschen immer wichtiger wird, ebenso wie Regionalität und Fairtrade.

Themenkreise, die auch in der Sportbranche eine immer größere Rolle spielen, wie das Beispiel Endasportswear.com aus Kenia beweist. Das Start-up wurde von der [ISPO Brandnew](#) Jury zum Gewinner in der Kategorie Body & Mind gekürt und ist ein Paradebeispiel für die Trends 2020. Der Enda Lapatet Laufschuh wird in Kooperation mit kenianischen Athleten entworfen und vor Ort produziert. Der Newcomer präsentiert sich selbstbewusst als leichtester, bequemster und günstigster Schuh in seiner Klasse, der gleichzeitig für die wirtschaftliche Entwicklung des afrikanischen Staates seinen Beitrag leisten will.

Future Mobility und digitale Lösungen für mehr Konsumbewusstsein

Trendforscher sehen im Fahrrad einen der wichtigsten Alltagsgegenstände der Zukunft. Immer mehr Menschen ziehen in Städte. Um hier mobil sein zu können und dabei einen Beitrag für die Umwelt sowie der eigenen Gesundheit zu leisten, greifen immer mehr Citybewohner zum (E-)Bike. Die Zauberformel der Zukunft lautet hier: Smart Mobility. Das Start-up-Unternehmen Cowboy hat bei [ISPO Brandnew](#) in der Kategorie Future Mobility gewonnen, indem die belgischen Tüftler den nächsten Schritt zum vernetzten Fahrrad gegangen sind: Sämtliche Funktionen des Bikes sind beim Model 2019 App-gesteuert und überwacht. Von Diebstahlschutz über Akkustand bis zum Einschalten der integrierten Lichter und Navigation.

Das US-amerikanische Start-up Awayco will mit seiner App das Verleihgeschäft entstauben und nachhaltig gegen Verschwendung und Überkonsum wirken. Der Gewinner von ISPO Brandnew im Segment Connected Sports hat bereits 20.000 hochwertige Fahrräder sowie Wintersport- und Surf-Equipment an über 150 Orten in seiner App integriert. Kunden buchen und bezahlen über die App, die Händler können darüber ihren online-Auftritt ausspielen.

Ganz im Zeichen des Megatrends Gesundheit steht der ISPO Award Gewinner iVibe mit seiner Insole 1.0, einer vibrierenden Einlegesohle, made in Germany. Die Bedienung der Vibrationsplatten geschieht online über eine App, in der auch Übungen und Trainingsziele aufgezeichnet und direkt bei Google Fit oder Apple Health eingespielt werden.

Urban Outdoor: Super-Trend von Casual Tech bis 100 Prozent Natur

Stichwort Urban Outdoor: Eric Yung, Vice-President International bei Polartec, nennt die Verschmelzung von Funktion mit Fashion „Casual Tech“ und sieht darin einen Markt, der nicht nur ein massives Potenzial in sich birgt, sondern bereits jetzt einen realen Handelsplatz darstellt – eine Folge des geänderten Nutzungsverhaltens. Dazu Yung: „Junge Konsumenten äußern zunehmend den Bedarf an Bekleidung aus technischen und vielseitigen Stoffen, die sie zu vielen verschiedenen Anlässen tragen können. Wir arbeiten inzwischen mit vielen spannenden Marken zusammen wie bleed clothing, Yeezy, Bonne Gueule, Banana Republic, Champion, Fila, Moncler, Baily, Diadora, Acronym.“

Auch das 2018 gegründete Berliner Label mvdham lässt Design und Funktion miteinander verschmelzen und interpretiert urbane Outdoorbekleidung speziell für Stadtbewohnerinnen neu. Das junge deutsche Label setzt dabei ausschließlich auf Naturfasern, wie bei der Eigenentwicklung LAPALUE, einem gepolsterten Zweilagengewebe aus Seide und Wolle. Mvdham konnte mit seinem Konzept bei ISPO Brandnew im Bereich Urban Outdoor überzeugen.

Adidas hat den Spagat zwischen Funktion und Fashion mit seinem FUTURECRAFT.LOOP Anorak inspirierend gemeistert: Style, verbunden mit Funktionalität und der nachhaltigen Produktion aus aufbereitetem Plastikmüll aus den Weltmeeren, hat den Anorak zum Gold Winner in der ISPO Award-Kategorie Urban Lifestyle gemacht.

Das italienische Skibekleidungslabel „Spyder“ will den Pistenzauber in die Fußgängerzone bringen. Dazu Felix Burmann, Sales Manager Europe bei Spyder: „Wir haben eine eigene „Mountain to Metro“-Kollektion entwickelt, die Style und Funktion kombiniert, aber auch das Skifahrer-Image in den urbanen Raum transportiert.“

Multifunktion: Die neue Unabhängigkeit

Für den US-amerikanischen Technologieproduzent Gore-Tex steht fest, dass die Bereiche Design und Technologien zukünftig noch stärker im Outdoorbereich Einzug nehmen werden. Der Trend geht beispielsweise zu leichten, sehr bequemen Multifunktions-Schuhen mit einer Passform wie Strümpfe, gepaart mit einem urbanen Design aus gestrickten Schäften oder Schäften aus sehr weichem Leder. Dazu schmale Silhouetten, flache Sohlen, andere Sohlengummis und -profile.

** Bitte beachten Siefolgende Sperrfrist: Kommunikation zu den ISPO Award „Products of the Year“ erst ab 26. Januar 2020 um 16:30 Uhr (im Anschluss an die offizielle Preisverleihung im Rahmen der ISPO Munich).

Wasserdichtigkeit in Kombination mit Klimakomfort sind dabei unverzichtbar.

Andreas Marmsoler, Global PR-Manager bei Gore-Tex: „Wir sehen hier ein großes Potenzial für uns und unsere Markenpartner. So verarbeiten fashionlastige Brands unsere hochtechnischen wasserdichten Gore-Tex Technologien in Schuhen, wie beispielsweise der wasserdichte Converse Chuck Taylor, oder in Jacken, wie der Supreme Gore-Tex Court Jacket.“

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 sowie OutDoor by ISPO, 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.

** Bitte beachten Siefolgende Sperrfrist: Kommunikation zu den ISPO Award „Products of the Year“ erst ab 26. Januar 2020 um 16:30 Uhr (im Anschluss an die offizielle Preisverleihung im Rahmen der ISPO Munich).