

München, 24. Januar 2020

Presseinformation

ISPO Trendbericht

Sport wird zum Synonym für Gesundheit

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

- Die Trends im Wintersport 2020/2021 für Jung und Alt
- Wintersportindustrie setzt verstärkt auf Nachhaltigkeit
- ISPO Munich (26.-29. Januar) zeigt Produkte der kommenden Saison

Zu den Megatrends des kommenden Jahrzehnts zählt unter anderem Gesundheit. Die Sportbranche ihrerseits zählt zu den Wachstumstreibern, nicht zuletzt, weil in der Gesellschaft mittlerweile Fitness als Synonym für Gesundheit steht. Sportlichkeit wird zukünftig noch mehr Einfluss auf das Alltagsleben haben. Eine neue Begrifflichkeit lautet hier Medical Fitness, sprich die Verschmelzung von einer individuellen, sportlichen Lebensweise mit perfekter medizinischer Versorgung. Auch der Wintersport übernimmt eine künftig eine herausfordernde Aufgabe, indem er zum Wertevermittler für die Gesellschaft wird. Dazu Professor Veit Senner, Professur für Sportgeräte und Sportmaterialien an der Technischen Universität TU München: „Sport muss künftig als emotionales trojanisches Pferd genutzt werden, für die Vermittlung von Kompetenzen und vor allem für die Vermittlung von Werten.“ Weitere Herausforderungen der kommenden Jahre: Kinder und Jugendliche wieder verstärkt in Bewegung bringen und die immer älter werdende Gesellschaft möglichst lange sportlich mobil halten. Professor Senner sieht für Kinder und Jugendliche vor allem im Wintersport große Potenziale: „Man muss aufzeigen, welche Bildungsinhalte und Werte über den Sport vermittelt werden können.“ Dafür gilt es attraktive Angebote für die Kinder zu kreieren. Aktuelle Trends und Produkte im Wintersport werden von 26. bis 29. Januar auf der ISPO Munich präsentiert.

Keep on Skiing: Die Generation 50 plus

Die Freude an Bewegung wieder wecken und dann möglichst lange erhalten, lautet das Ziel. Die italienische Traditionsmarke Nordica stellt dafür ihre neue HF-Skischuh-Serie vor und eröffnet damit eine neue Komfort-Kategorie im Bereich Skiboots. Der komplett neu interpretierte „Heck-Einsteiger“ vereint Komfort mit Fersenhalt und

Fahrvergnügen. HF steht für „Hands Free“, und bedeutet, dass der Zwei-Schnaller bequem im Stehen nur mithilfe des Skistocks oder dem anderen Fuß ver- und entriegelt werden kann. Das Modell HF Elite Heat GW mit vollbeheizbarem Thermic-Innenschuh lässt sich App-gesteuert mit dem Smartphone in mehreren Stufen für Stunden beheizen. Die [ISPO Award](#)-Jury kürte das Skischuhmodell zum Winner.

Wintersportindustrie setzt verstärkt auf Nachhaltigkeit

„Der ganz große Trend“, erklärt Professor Senner, „liegt in den biopolymeren Werkstoffen und Materialien. Hier geht es darum, die vielen Kunststoffe, die im Sportbereich zugegen sind, durch Biopolymere zu ersetzen.“ In beiden Bereichen forschen er und sein Team mit Hochdruck. Ein Trend, den auch der französische Skihersteller Rossignol erkannt hat. Er legt bei der Produktion der neuen Blackops-Freeride-Skimodelle sein Augenmerk auf die Rohstoffe und setzt verstärkt auf recycelte Materialien. Der Blackops Sender TI wurde von der [ISPO Award](#)-Jury mit dem Titel Winner ausgezeichnet.

Ebenfalls neue ökologische Wege geht Alpina Sports und stellt einen komplett nachhaltigen Rückenprotektor aus 100 Prozent Schafwolle vor. Die drei Lagen gepresste Schafwolle sind so stabil, dass sie die Normen der Schutzklasse 1 erfüllen und vereinen alle guten Eigenschaften des Naturprodukts: Er bleibt bei eisigen Temperaturen geschmeidig, wärmt oder kühlt und ist geruchsneutral. Die Wolle wird ausschließlich von Schafen aus der Schweiz und Norwegen bezogen. Die ISPO Award Jury wählte die Prolan Vest von Alpina Sports zum Product of the Year* im Bereich Snowsports Hardware.

Das schwedische Label Spektrum setzt bei seine Ski- und Snowboardbrillen auf Polymeren auf pflanzlicher Basis, die aus Rizinus- und Ricinöl sowie Mais und recyceltem Polyester hergestellt werden. Die [ISPO Award](#)-Jury war sowohl vom ökologischen Aspekt als auch der Umsetzung überzeugt und kürte das Modell Östra Medium zum Gold Winner.

Die Textilhersteller werden zum Öko-Booster der Wintersportbranche

Das schwedische Label Klättermusen konnte die ISPO Award-Jury mit ihrer ersten komplett kompostierbaren Daunenjacke Farbaute überzeugen. Sie ist Gold Winner in der Kategorie Outdoor und ebenfalls Winner des ISPO Sustainability Awards.

* Bitte beachten Sie folgende 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 erste zu 100 Prozent biologisch abbaubare Daunenjacke ist, bis auf die Reißverschlüsse und einige Druckknöpfe, die entfernt und wiederverwendet werden können, auf dem Komposthaufen nach rund drei Monaten biologisch abgebaut. Bei Waschvorgängen gibt sie keine Mikroplastik-Partikel in die Umwelt ab. Der norwegische Bekleidungshersteller Helly Hansen präsentiert für Winter 2020/21 eine neue Membrantechnologie, die ohne zusätzliche Chemikalien produziert wird. Die mikroporöse Lifa Infinity Membran wird in einem lösungsmittelfreien Prozess hergestellt und gewährleistet zusammen mit einem wasserabweisenden Lifa-Außenmaterial leistungsstarken Wetterschutz. Zudem setzt Helly Hansen auf das Verfahren der Spinndüsenfärbung: Die Farbpigmente werden bereits während der Faserproduktion injiziert. Damit werden 75 Prozent Wasser eingespart und kein schädliches Abwasser produziert.

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 Sie folgende 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).