

München, 25. Juni 2019

## Presseinformation

### OutDoor by ISPO Trendbericht Nachhaltigkeit “Grün” ist in

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

- **Nachhaltigkeit als zentrales Thema in der Outdoor-Branche**
- **Recycelte Materialien und Kreislaufwirtschaft als State of the art**
- **Nachhaltigkeit verankert sich auch immer mehr in den Unternehmen**

**Umweltfreundlich. Fair. Nachhaltig. Bereits über die vergangenen Jahre ist Nachhaltigkeit von der Öko-Nische immer mehr in den Fokus gerückt. Laut einer Umfrage von Statista und YouGov aus dem Jahr 2018 finden 79 Prozent der befragten Deutschen das Thema Nachhaltigkeit wichtig. Auch das Marktforschungsunternehmen Nielsen kam 2015 in einer internationalen Befragung zu dem Ergebnis, dass weltweit Verbraucher und Konsumenten verantwortungsbewusst handeln wollen – und das erwarten sie auch von den Unternehmen. Unter den Befragten gaben 50 Prozent an, sich beim Kauf von nachhaltigen Faktoren beeinflussen zu lassen. Für die Outdoor-Branche sind globale Herausforderungen wie Klimawandel, Plastikmüll und Artensterben auch, oder gerade, weil der Outdoor-Sport vor allem in der Natur stattfindet, ein Thema. Das beweist auch der Blick auf die Innovationen und Visionen für den Sommer 2020, die vom 30. Juni bis 3. Juli 2019 auf der OutDoor by ISPO Fachmesse in München vorgestellt werden.**

#### **Von der Materialwahl bis zum Unternehmensziel**

Recycelte Materialien erweisen sich als umweltfreundliche Alternativen zu herkömmlichen Nylonfasern. Neben der Fähigkeit Materialien zu recyceln rückt auch immer mehr die Idee der Kreislaufwirtschaft in den Fokus, sprich Kunstfasern immer und immer wieder zu verwerten. Alternativ setzen die Hersteller in Zukunft auch auf den Einsatz von natürlichen Materialien. Doch auf der Suche nach einem Weg die Natur als Bühne für ihre vielseitigen Sportarten zu erhalten, sind die Hersteller nicht nur auf innovative Verarbeitungstechniken gestoßen. Sie wollen neben der Herstellung von neuen Produkten auch ganzheitliche Themen angehen und sich gemeinsam mit NGOs für soziale und ökologische Nachhaltigkeit einsetzen oder nachhaltige Themen auch in ihre Unternehmensziele aufnehmen.

Presseinformation | 25. Juni 2019 | 2/5

## Trendthema recycelte Materialien und Ocean Waste

Ein immer weiterwachsender Trend im Bereich Nachhaltigkeit ist in der Outdoor- und Sportartikelindustrie der Einsatz von regenerierten Materialien. Statt gewöhnlichem Mesh setzen Hersteller vermehrt auf Econyl. Das ist eine zu 100 Prozent regenerierte und regenerative Nylonfaser, die aus Nylonabfällen, wie zum Beispiel ausgedienten Fischernetzen, von dem italienischen Produzenten **Aquafil** hergestellt wird. Partner aus der ganzen Welt versorgen Aquafil durch ein eigens eingeführtes Rücknahmeprogramm mit solchen Abfällen aus Deponien und Ozeanen, die dann in mehreren Verarbeitungsschritten zu neuen Nylonfasern gearbeitet werden. In ihrer Funktion – lange Haltbarkeit, Atmungsaktivität und Reißfestigkeit bekannt – unterscheiden sie sich nicht von herkömmlichen Nylonfasern, sie können allerdings immer wieder recycelt und neu geformt werden. Nach Angaben des Herstellers Aquafil sparen 10.000 Tonnen Econyl rund 70.000 Fässer Rohöl ein und vermeiden 57.100 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen. So reduziert die Herstellung von Econyl die Auswirkungen auf den Treibhauseffekt um rund 80 Prozent im Vergleich zu herkömmlichen Nylonfasern und die Faser wird im Sommer 2020 von vielen Herstellern in ihren Kollektionen verarbeitet. Unter anderem verwendet der österreichische Schuhhersteller Dachstein das Material erstmals in seiner Sommerkollektion in den Modellen Urban active. Diese Modelle bestehen aus einem Materialmix aus recycelter Microfaser und regeneriertem Econyl. Auch das Innenfutter ist aus recyceltem Mesh und die Sohle ist anteilig aus recyceltem Gummi. Der kalifornische Bekleidungshersteller **Prana** verzichtet ab Sommer 2020 auf neuen Polyester und Nylon und setzt in seiner Swimwear Kollektion zu 100 Prozent auf Econyl. **adidas** setzt die Arbeit mit der Organisation Parley for the Oceans fort und präsentiert auf der OutDoor by ISPO drei Produkte als exklusive Parley Editionen. Darunter den Terrex Free Hiker. Das Obermaterial des Schuhs besteht aus recyceltem Parley Ocean Plastic, ist atmungsaktiv und leicht. Dank adidas Primeknit soll er sich flexibel an die Fußform anpassen. Auch der deutsche Hersteller **Jack Wolfskin** setzt für die Sommerkollektion 2020 auf recycelte Materialien: „Besonders nennenswert ist unsere weltweit erste 100 Prozent recycelte sowie hochfunktionale PES Membrane“, erklärt Daniele Grasso, Director Apparel Jack Wolfskin. Einige Modelle mit der Membran finden sich bereits in der Winterkollektion 2019/20. Ab Sommer 2020 soll die Membran auf die gesamte Jack Wolfskin Texapore Ecosphere Serie ausgerollt werden, die hauptsächlich Outdoor-Jacken umfasst. Der amerikanische Bekleidungshersteller **The North Face** verarbeitet die auf der ISPO Munich 2019 präsentierte hauseigene

Presseinformation | 25. Juni 2019 | 3/5

Futurelight Membran erstmals auch in der Sommerkollektion 2020. Die leichte Membran wird mittels Nanospinning-Technologie hergestellt. So entstehen Öffnungen im Nanometerbereich, die das Material besonders dampfdurchlässig, sprich atmungsaktiv, aber auch wasserdicht machen. In der Sommerkollektion 2020 setzt The North Face die Membran beispielsweise in der neuen Tente Futurelight Jacke ein. Neben der revolutionären Membran wird die Trailjacke mit einem Oberstoff aus 100 Prozent recyceltem Nylongewebe und einem Futter aus recyceltem Polyester gefertigt.

### **Langlebigkeit und Kreislaufwirtschaft**

Ein wichtiger Aspekt der Nachhaltigkeit ist die Langlebigkeit von Produkten. Die Ressourcen der Erde sind endlich, je länger Konsumenten ein Produkt nutzen können, desto umwelt- und ressourcenfreundlicher ist es. Viele Hersteller setzen deshalb seit langem auf langlebige und durchdachte Produkte, die im besten Fall Generationen überstehen. So verwendet zum Beispiel der amerikanische Trinkflaschenhersteller **Klean Kanteen** eine widerstandsfähige Pulverbeschichtung. Der Klean Coat ist viermal robuster als die ursprüngliche Beschichtung der Klean Kanteen Produkte und blättert nicht mehr ab. Auch **Primaloft** spannt die Lebensdauer seiner Produkte weiter. Das amerikanische Materialforschungsunternehmen stellte erst im Januar mit Primaloft Bio, die erste Synthetikfaser aus 100 Prozent Recyclingmaterial vor, die biologisch abbaubar ist. Jetzt präsentiert das Unternehmen, dass die bereits vorgestellte Faser auch im Sinne echter Kreislaufwirtschaft erneuerbar ist. In der sogenannten Circular Economy liegt der Fokus auf der Abfallminimierung und der Wiederverwertung von Rohstoffen. Das Modell gilt als nachhaltige Alternative zur klassischen linearen Wirtschaftsweise, in der ein Großteil der eingesetzten Rohstoffe nach der Nutzungsdauer deponiert wird und nur ein geringer Teil wiederverwertet wird.

### **Materialien aus der Natur**

Neben recycelten Materialien legen Hersteller den Fokus außerdem auf nachwachsende Rohstoffe aus der Natur. Klassiker waren in den letzten Jahren das industriell aus Eukalyptusholz hergestellte Lyocell, auch als Tencel bekannt, oder Merinowolle – und sind es immer noch. Die Bikebekleidungsmarke **Triple2** verwendet zum Beispiel ab kommendem Jahr in den Trikots eine Mischung aus 64 Prozent Merinowolle und 36 Prozent Tencel. Dadurch sollen die Shirts besonders angenehm zu tragen sein. Zudem bestehen sie zu 100 Prozent aus natürlichen Materialien sowie zu 100 Prozent biologisch abbaubar. **Schöffel**

Presseinformation | 25. Juni 2019 | 4/5

konzentriert sich dagegen auf einen anderen natürlichen Rohstoff: Kaffee. Der Bekleidungshersteller verarbeitet Textilfasern mit recyceltem Kaffeesatz aus dem Funktionsstoff S.Café. Für Sommer 2020 stellt das Schwabmünchner Unternehmen die neue S.Café Airmem vor. Eine leichte Membran, die zu einem Viertel aus Kaffeeöl besteht und damit die geruchshemmende Wirkung auf natürliche Weise beispielsweise in Jacken integriert. Der bayerische Schlafsackhersteller **Grüezi Bag** präsentiert hingegen mit dem Biopod DownWool Ice Compostable einen Schlafsack aus atmungsaktivem Nylon, der in 200 Tagen zu fast 100 Prozent industriell kompostierbar ist. Herkömmliche Polyester würde dafür rund 400 Jahre benötigen.

## Nachhaltigkeit als Unternehmensziel

Während bereits in den letzten Jahren Hersteller vereinzelt auf nachhaltige Produkte gesetzt haben, werden nachhaltige Belange zunehmend auch tiefer in den Unternehmensphilosophien und Arbeitsabläufen verankert. Zu Unternehmen, die dies schon lange praktizieren gehören vor allem Branchengrößen wie der amerikanische Outdoor-Bekleidungshersteller **Patagonia**, aber auch kleinere Marken wie **Icebug**, die als erste Outdoor-Schuhmarke klimapositiv ist. Dazu folgt Icebug der „Climate Neutral Now“ Initiative der Vereinten Nationen und kompensiert seit Ende 2019 mehr Emissionen als produziert werden. Auch der deutsche Outdoor-Ausrüster **Vaude** setzt bei seinen Messeneuheiten gewohnt auf Nachhaltigkeit, Langlebigkeit und ökologische sowie soziale Verantwortung. Insgesamt 81 Prozent der Sommerkollektion 2020 sind mit dem hauseigenen Green Shape Label ausgestattet, dieses umfasst den gesamten Produktlebenszyklus und steht für ökologische Materialien, langlebiges Design und soziale Verantwortung. In der neuen Urban Life Kollektion von Vaude sind 40 Prozent der Modelle Global Organic Textile Standard (GOTS)-zertifiziert und 63 Prozent mit natürlichen Materialien hergestellt. Bei dieser Kollektion kommen auch die GOTS-zertifizierten Naturfarben Natural Dye by Archroma Earthcolours zum Einsatz. Der GOTS ist der weltweit führende Standard für die Verarbeitung von Textilien aus biologisch erzeugten Naturfasern. Nur Textilprodukte, die mindestens aus 70 Prozent biologisch erzeugten Naturfasern bestehen, können GOTS zertifiziert werden. Nach seinem eigenen Wollstandard, dem Ortovox Wool Promise, hat auch der Outdoorhersteller **Ortovox** aus Taufkirchen das Ziel im gesamten Unternehmensprozess nachhaltiger zu agieren und stellt pünktlich zur OutDoor by ISPO einen komprimierten 5-Jahresplan vor, den „ProTact“, der das bereits bestehende Nachhaltigkeitsengagement mit konkreten Zielen verknüpft.

Presseinformation | 25. Juni 2019 | 5/5

Neben der Verankerung der Nachhaltigkeitsziele in den Unternehmenswerten ist es bei vielen Outdoorherstellern Trend regionale oder globale Nichtregierungsorganisationen (NGOs) zu unterstützen. So wird beispielsweise der amerikanische Schuhhersteller **Keen** seine Kampagne „Better takes Action“ fortsetzen und das schwedische Unternehmen **Primus**, vor allem für Outdoor-Kocher bekannt, kompensiert sämtliche CO2-Emissionen, die bei der Herstellung des Gases für Gaskocher und Kartuschen anfallen, in einem Hilfsprojekt in Uganda.

## Über OutDoor by ISPO

OutDoor by ISPO ist die ganzjährige internationale Plattform für eine neue Outdoor-Bewegung, kombiniert mit der jährlichen größten europäischen Fachmesse für die Outdoor-Branche. Diese wird in enger Partnerschaft mit dem Branchenverband European Outdoor Group (EOG) durchgeführt. ISPO Business Solutions erweitern das Portfolio ganzjährig sowohl um digitale als auch analoge Services und schaffen eine reichweitenstarke Plattform für die gesamte Outdoor-Community. Die Fachmesse OutDoor by ISPO findet erstmals von 30. Juni bis 3. Juli 2019 auf dem Gelände der Messe München statt. Von 1993 bis einschließlich Juni 2018 war Friedrichshafen der Messestandort.

## 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.