

München, 25. Juni 2019

Presseinformation

OutDoor by ISPO Trendbericht OutDoor+ Von kleinen und großen Alltagsfluchten

- **Urbanisierung fördert neue Outdoor-Bewegungen**
- **Glamping und Bikepacking als neue Form des Reisens**
- **Stand Up Paddling bietet einfachen Zugang zu Wassersport**

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

Urban Outdoor, Outdoor-Yoga oder Stand Up Paddling – die Anreize zum Draußensein werden immer vielfältiger. Von den Millennials über Familien bis hin zu Senioren leben Zielgruppen mit unterschiedlichen Ansprüchen ihre ganz eigene Interpretation von „Outdoor“, egal ob Luxus-Camping oder minimalistische Bikereise. Die wichtigsten Outdoor-Trends und -Entwicklungen für 2020, die über die klassischen Aktivitäten hinausgehen, sind im Folgenden zusammengefasst. Sie und viele weitere Innovationen werden erstmals vom 30. Juni bis 3. Juli 2019 bei Europas größter Outdoor-Fachmesse OutDoor by ISPO in München vorgestellt.

Urban Outdoor: Mode, Lifestyle, Zeitgeist

„Studien zeigen, dass ein Mensch heute 95 Prozent seiner Zeit in geschlossenen Räumen verbringt. Eine Tatsache, die nicht nur die Gesundheit erheblich beeinflusst, sondern auch einen großen Effekt auf unsere Kreativität und unser soziales Miteinander hat,“ erklärt Marc Fischer, Senior Director BU Outdoor Europe bei **adidas Outdoor**. Entsprechend gilt es, die Menschen wieder nach draußen zu bringen und gleichzeitig Outdoor in die Städte zu holen. „Für den Sommer 2020“, sagt Fischer, schlägt unter anderem die MyShelter Parley Jacke mit ihrer modernen Silhouette die Brücke zwischen urbanen Lebensräumen und Outdoor-Welten und inspiriert eine neue Generation, sich nach draußen zu bewegen.“ Ein Trend der auch zukünftig von großer Bedeutung bleiben wird. Denn schon jetzt wohnen über 75 Prozent der deutschen Bevölkerung in urbanen Lebensräumen.

Dazu Oliver Puchert, Einkauf Urbane Outdoor Kultur, Sporthaus Schuster in München: „Wer gerne draußen ist, kleidet sich dementsprechend. Urban Outdoor ist gerade erst richtig beim Endverbraucher angekommen.“ Gute Chancen das modische Must-have ab 2020 zu werden: Die neue Kånken Totepack von

Presseinformation | 28. Juni 2019 | 2/4

Fjällraven. Sie vereint Schultertasche und Rucksack im legendären Kånken-Rucksack-Style. Radpendler packen die Totepack auf den Rücken, zum Lunch-Termin lässt sie sich locker über der Schulter tragen. Und auch beim Feierabend-Ausflug an den See erfüllt sie Ihren Zweck. Der US-amerikanische Schuhhersteller **Keen** setzt vor allem auf Nachhaltigkeit und upcycling: Das Obermaterial des neuesten UNEEK Sneaker-Modells besteht vollständig aus recycelten PET-Plastikflaschen.

Urban Mobility – die neue Lust auf den Fahrzeugverzicht

Einen weiteren Wachstumszweig sieht der Einkaufsspezialist Oliver Puchert im Bereich Urban Mobility: „Vor allem in größeren Städten boomen das Rad und ganz besonders die E-Mobilität. City-Pendler wollen ein Outfit, das zu ihnen und ihrem Lebensstil passt, das während der Fahrt und dem Tag im Büro gleichermaßen getragen werden kann.“ **Vaude** hat speziell für die Commuter einen Radschuh mit Dualflex-Sohle entwickelt, die sowohl eine gute Kraftübertragung auf die Pedale als auch ein komfortables Abrollverhalten beim Gehen ermöglicht. Die Münchner Eco-Bikewear-Marke **Triple2** sieht für 2020 insbesondere im Damenbereich eine stark wachsende Nachfrage an femininen und sportiven Styles. Die Fokusthemen für kommenden Sommer fasst Maike Niehoff, Marketing Managerin bei Triple 2 so zusammen: „Wir setzen weiterhin auf die Bereiche Merino, Ocean Waste, PFC Free und Made in Europe. Neu für 2020: Eine Merino-Tencel-Mischung bei den Radtrikots.“

Yoga, Well-Being & Health

Laut dem Deutschen Bundesministerium für Wirtschaft und Energie hat der Gesundheitstourismus ein „hohes Zukunftspotenzial durch ein wachsendes Gesundheitsbewusstsein“. Kern des deutschen Gesundheitstourismus bilden die über 350 Heilbäder und Kurorte. Entspannungstechniken wie Yoga und Meditation sowie Kneippkuren liegen wieder hoch im Kurs, entweder als Urlaubsprogramm oder als Lifestyle-Dosis zwischendurch, integriert in den Alltag und gerne auch draußen. Yogafans legen bei ihren Outfits besonders viel Wert auf weiche, fließende Stoffe. So wie bei der neuen Motion Seamless Tight vom neuseeländischen Merino-Experten **Icebreaker**. Das sogenannte Cool-Lite-Material vereint die beiden natürlichen Funktionsfasern Merinowolle und Tencel, verarbeitet in einer nahtlosen Konstruktion für hohen Tragekomfort.

Presseinformation | 28. Juni 2019 | 3/4

Glamping: Luxuscamping, Baumhaus, Mikrohütte – erlaubt ist, was gefällt

Unterwegs sein, die Freiheit genießen, verweilen wo es gefällt: Camping ist wieder in und viel facettenreicher als früher. Während der deutsche Hersteller **Heimplanet** sich mit seinen stylischen, aufblasbaren Zeltmodellen besonders an eine junge, hippe Zielgruppe richtet, mutiert mit **Lotus Belle** der Camping- zum Luxusurlaub: 12 bis 65 Quadratmeter Fläche bieten die Glampingzelte aus Österreich. „Naturverbundenheit und Nachhaltigkeit nehmen heutzutage einen höheren Stellenwert ein, das eröffnet völlig neue Möglichkeiten in puncto Outdoor-Lifestyle und Glamping“, erklärt Liese Gritsch von der Glampingwelt. Der Trend fasziniert Europa und hält sowohl im Tourismus als auch im Eventbereich Einzug.

Radreisen als Alternative zum Pauschalurlaub

Laut der ADFC-Travelbike-Radreiseanalyse 2018 fahren 76 Prozent der Deutschen Rad, 51 Prozent davon nutzen das Fahrrad für Ausflüge und Reisen. Tagesausflüge boomen mit 761 Millionen Daytrips pro Jahr in Deutschland. Laut ADFC starten zwei Drittel davon direkt vor der Haustür. Radwanderer sind im Durchschnitt acht Tage unterwegs, die beliebteste Reisezeit liegt zwischen April und September. Der Heilbronner Sportartikelhersteller **Ortlieb** ist Radtaschenspezialist und stellt für 2020 mit Lenkertasche, Oberrohr-Rahmentasche sowie Multisport-Bike-Rucksack und Satteltasche – alle wasserdicht – ein komplett neues Set-up für Bikeurlauber vor.

Nicht nur auf dem Rad, auch unterwegs zu Fuß schützt der neue Unisex-Regenrock des bayerischen Sportbekleidungslabel **Maloja**. Der knielange Rock schützt dank wasserdichtem 2,5-Lagen-Laminat vor Nässe, ist gut durchlüftet und kann in eine wasserdichte Sitzgelegenheit umfunktioniert werden.

Stand-Up-Paddling: Die „Einstiegsdroge“ in den Wassersport

Was als Freizeitbeschäftigung begann, hat sich zur veritablen Sportart entwickelt: Stand Up Paddling. Die Zuwachsraten der SUP-Sportler sind nach wie vor hoch, was man auch an den Produkten erkennen kann, die über den Fachhandel verkauft werden, weiß Flo Brunner, Marketingexperte von **Starboard**: „Der Trend geht klar in Richtung Touring, daneben gewinnen Fitnessbereiche wie SUP-Yoga immer mehr an Bedeutung.“ Stand-Up-Paddling ist für Brunner eine Art „Einstiegsdroge“ in die Wasserwelt: „Es gibt nur wenige Sportarten, bei denen der Einstieg vergleichsweise einfach und von Geschlecht und Alter unabhängig ist.“

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.