

München, 23. Januar 2018

ISPO Trendbericht

Von Hightech bis Haute-Couture: Die Trends im Wintersport 2018/19

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

Die digitale Zukunft des Wintersports hat begonnen: Fitness-Tracker oder smarte Helme und Skibrillen für mehr Sicherheit werden auf der Piste immer beliebter. Was noch wichtig wird in der Saison 2018/19: Ski-, Snowboard- und Outdoor-Fashion sind dank Hightech-Materialien noch leichter, passgenauer und komfortabler. Diese und weitere Trends werden vom 28. bis 31. Januar auf der Sportfachmesse ISPO Munich gezeigt.

Auf die Piste? Nicht ohne digitalen Begleiter

Touren abstecken, Routen nachverfolgen oder zurückgelegte Pistenkilometer dokumentieren: Per App oder Browser lassen sich ganze Skitage planen. Wearables wie Smartwatch und Fitness-Tracker werden zunehmend zum Begleiter von Skifahrern und Snowboardern, die alles unter Kontrolle behalten wollen. Der federleichte Ski-Sport-Tracker von Rossignol & PIQ lässt sich beispielsweise am Skischuh befestigen, um Runs, Carve-Winkel, Sprunghöhe oder Bestzeiten zu überwachen und auszuwerten: Fortschritte sind so schnell ermittelt und sorgen für den nächsten Motivationsschub.

Mehr Sicherheit dank intelligenter Technologien

Auch in puncto Sicherheit revolutionieren digitale Technologien den Wintersport. Zum Beispiel intelligente Helme mit integriertem GPS oder Westen mit Airbag: Die poc Spine VPD Protektorweste etwa passt sich perfekt an die Physiognomie ihres Nutzers an, um ihn bei einem Sturz optimal zu schützen. Weitere potenzielle Lebensretter sind Warnsysteme mit Crash-Sensoren, die außen am Helm befestigt werden. In lebensbedrohlichen Situationen übermittelt der Sender über das Smartphone die GPS-Koordinaten, damit die Helfer so schnell wie möglich vor Ort sind.

Leichtbau bringt Ski und Snowboards auf Touren

Die Hardware muss in der nächsten Saison vor allem eins sein: schnell und sicher. Wenn sich Hersteller Gedanken über den perfekten Ski machen, der leicht, komfortabel und gleichzeitig hart im Nehmen ist, kommen sie meist nicht an neuen Werkstoffen wie Carbon, Titanal und an innovativen Konstruktionen wie leichteren Kernen vorbei, die in

der Rennindustrie längst Karriere gemacht haben. Durchgesetzt hat sich der drehfreudige und fehlerverzeihende Rocker: Der Ski mit der charakteristischen negativen Vorspannung ist nun auch bei den Race-Profis vertreten und wird stetig weiterentwickelt.

Ob im Profi- oder Hobby-Bereich: Leichtbau und neue Materialmixe geben die Richtung vor. Firmen wie Fischer oder Head setzen dabei auf Hightech-Materialien, die das Fahren agiler und gleichzeitig laufruhiger machen. Völkl etwa stattet seinen Rocker mit einem Multilayer-Holzkern sowie einer Titanalkonstruktion aus, die den Ski als Allmountain-Variante noch leichter und präziser machen. Bei Rossignols Auto Turn Rocker – einer Kombination aus Carver und Camber – sorgt die Verbindung aus Carbon und Basaltgewebe mit Glasfasern für Stabilität und Halt.

Mehr Kollektionen für Sportlerinnen

Ein weiterer Trend für den Winter 2018/19: Immer mehr Hersteller bieten ganze Kollektionen für Skifahrerinnen an. In seiner Delight-Reihe bringt beispielsweise ELAN den leichtesten Damenski auf den Markt. Eine technische Innovation für Freeriderinnen liefert Head: Graphen machen die Skier der Joy-Serie leichter und zugleich strapazierbarer – für mehr Balance und Kontrolle auf und abseits der Piste. Die Skischuh-Serie von Tecnica ist perfekt auf den weiblichen Fuß zugeschnitten: Sie fördert mit einem Merino-Celliant-Fasermix, der Infrarotwärme an den Fuß reflektiert und so die Durchblutung fördert, den Tragekomfort – und steht für eine Entwicklung, die sich in der kommenden Saison fortsetzt: Bootfitting. Sich wohlfühlen im Schuh und sicher darin gehen – darum geht es den Herstellern mehr denn je.

Erstes Snowboard-Add-on gibt Auftrieb

Auch rund ums Snowboarden dreht sich im nächsten Winter alles um die perfekte Passform und Performance. Der Technologiewettstreit der Snowboard-Hersteller ist beendet: Die Form des Boards steht wieder im Fokus – und die Lust auf Carven und Tiefschnee. Die Experimentierfreude der Designer kennt dabei keine Grenzen und reicht vom Surfboard-ähnlichen Shape über asymmetrische Formen mit Löchern bis hin zu handgefertigten Unikaten, beispielsweise von Goodboards & Goodschi. Hauptsache, der ultimative Fahrspaß stellt sich ein. Dabei wächst vor allem das Angebot für weibliche Backcountry-Snowboarder – vom Allmountain-Camber von Nitro bis zum Rossignol Splitboard mit gezackten Kanten und Urethan-Stoßdämpfer an den tragenden Kanten. Eine Weltneuheit verspricht Allwinter Snowboarding, Finalist bei den ISPO Brandnew Preisträgern 2018: PowDaze, die erste Snowboard-Ergänzung, verbessert in Zukunft den Auftrieb und die Performance von Twin-Tip- und direktionalen Snowboards.

Wintersport-Fashion: Bequeme Allrounder für jede Gelegenheit

Laut Textil-Trendexpertin Louisa Smith ist die [Wintersportmode in der Saison 2018/19](#) „ziemlich farbenfroh“. Alles ist erlaubt, von matt über glänzend bis hin zu den soften Farben mit Retro-Look. Die farbliche Bandbreite hat die Branche auch dem Athleisure-Ansatz zu verdanken, der sich in der Sportmode inzwischen etabliert hat. Bequeme Sportbekleidung auch für nicht-sportliche Aktivitäten sind heute allgegenwärtig.

Und doch liegt der Fokus auf Funktionen für die sportliche Betätigung: Hightech ist angesagt. Auf der ISPO Munich vertreten ist Morotai, prämiert als ISPO Brandnew Preisträger 2018. Dessen Funktionskleidung mit Mesh-Einsätzen für Luftzirkulation und Kühlung überzeugt mit klarem, gradlinigem Design – und mit minimalistischen Extras für Freizeitsportler: Taschen für Smartphone, Kopfhörer oder Geldkarten sind so integriert, dass sie beim Training nicht stören – inklusive verdeckter Kabelführung.

Technische Innovationen geben außerdem bei ISPO Brandnew Gewinner TEMPLA die Richtung vor: In ihrer neuen Sportfashion-Kollektion verbindet die Marke urbane Ästhetik mit Outdoor-Performance-Bekleidung für extremste Bedingungen. Das Luxus-Label schöpft dabei aus allem, was die Branche an Ausstattungskomfort zu bieten hat – von der wasserdichten High-Fashion-Gänsedaunenjacke bis zu RECCO-Rettungsreflektoren an der Kleidung. Und steht für einen Trend, der sich im kommenden Winter durchsetzt: Outdoor-Bekleidung wird zum Multitalent, das in jeder Situation in zeitlosem Design überzeugt und beim Sport ebenso tragbar ist wie beim Schneespaziergang oder Stadtbummel.

Die Performance auf der Haut fühlen

Möglich machen diese Vielseitigkeit unter anderem Naturmaterialien mit Wohlfühlfaktor: Kaum ein Label kommt in der nächsten Saison an natürlichen Stoffen wie Merinowolle, Baumwolle oder Kaschmir vorbei. Sie werden zusammen mit synthetischen Fasern verarbeitet und revolutionieren in dieser Kombination die Branche. Besonders Cooling- und Heating-Produkte sind im Kommen, bei denen sich der Stoff der Körperwärme anpasst und Wärme oder Kälte absorbiert oder erhält. Bei der Icebreaker RealFLEECE-Technologie zum Beispiel ummanteln Merinofasern einen Nylonkern – für angenehmen Tragekomfort im tiefsten Winter. Leichte Stoffe, bei denen man die Performance fühlen kann und die viel Bewegungsfreiheit zulassen, finden sich unter anderem bei Marken wie VAUDE, Bergans, Blackyak oder Ziener.

Weitere Informationen zur ISPO Munich finden Sie unter www.ispo.com und auf facebook.com/ispomunich.

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.