

München, 30. Januar 2019

ISPO Trendbericht

Digital, individuell und nachhaltig: Die Trends im Wintersport 2019/2020

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

- **Customizing: Individualität bei Ski und Boots weiter auf dem Vormarsch**
- **Nachhaltigkeitstrend katapultiert sich nach vorn**
- **Urban Lifestyle nach wie vor der Trend im Wintersportsegment**

Die Begeisterung für Wintersport ist ungebrochen. Die Nachfrage nach dem richtigen Wintersportequipment ist entsprechend groß. Dabei haben sich die Kaufvorlieben zahlreicher Hobbysportler in den vergangenen Jahren erheblich verändert: So interessieren sich Konsumenten immer mehr dafür, wie nachhaltig und aus welchen Materialien ihr Equipment hergestellt wird. Außerdem steigt bei vielen die Bereitschaft, qualitativ hochwertige Produkte zu kaufen, wenn dadurch Spaß und Performance steigen. Digitale Gadgets stehen nach wie vor hoch im Kurs, genauso wie das Thema Individualisierung. Vor allem Custom-made-Ski gewinnen immer mehr an Bedeutung, genauso wie ökologisch einwandfreie Materialtechniken. Diese und weitere Trends werden vom 3. bis 6. Februar auf der Sportfachmesse ISPO Munich gezeigt.

Nachhaltigkeitstrend katapultiert sich nach vorn

Laut dem jährlichen Branchenbericht „State of Fashion“ des Beratungsunternehmens McKinsey begeistern sich vor allem junge Menschen immer stärker für soziales Engagement und Umweltschutz. Nachhaltige Reparaturservices wie es beispielsweise Patagonia anbietet, werden für die Konsumenten zunehmend wichtiger. Die US-amerikanischen Entwickler von Materialtechnologien, PrimaLoft, können hier mit einer echten Neuentwicklung den Markt revolutionieren. Denn sie präsentieren, nach vier Jahren intensiver Entwicklungsarbeit, PrimaLoft Bio, die erste synthetische Isolation, die komplett aus recycelten, biologisch abbaubaren Fasern besteht. Auch Holmenkol, die weltweit älteste Skiwachsmarke, stellt das erste biozertifizierte und 100 Prozent biologisch abbaubare Skiwachs vor und setzt damit ebenfalls ein klares Statement. Der italienische Skihersteller NORDICA vertraut bereits bei 80 Prozent seiner Schuhkollektion auf PrimaLoft-Innenschuhe aus recycelten PET-Flaschen.

Darüber hinaus finden in jedem Paar NORDICA-Innenschuhe acht recycelte Weinkorken eine neue Aufgabe. LaSportiva bietet spannende Neuentwicklungen beispielsweise mit dem Tourenboot Skorpion CR, dessen Schale aus pflanzenbasiertem und ressourcenschonendem Pebax Rnew besteht.

Dauertrend Customizing: Individualität bei Ski und Boots weiter auf dem Vormarsch

Bootfitting ist kein neues Thema bei den Ski-Hardware-Herstellern, aber eines, das immer feiner ausgearbeitet wird. Während noch vor zehn Jahren nur der Skischuh von der Stange nach einem fixen Größenkonzept „State of the Art“ war, bietet heute ausnahmslos jeder Hersteller ein Bootfitting-Konzept an. Dabei sind die Verfahren markenübergreifend sehr ähnlich. Der Fitting Prozess erfolgt über eine Fußvermessung, auf deren Grundlage ein Skischuh-Modell aus der Kollektion identifiziert wird. Ist dieses ermittelt, werden beim passenden Skischuhmodell entweder der Innenschuh, Schale oder sogar beide Elemente thermisch an die Fußform angepasst. Im Fachhandel werden die Systeme verstärkt angenommen, denn dadurch entsteht ein handfester Vorteil für den stationären Handel. Einer der Bootfitting-Pioniere ist Fischer Sports mit seinem Vakuum-System. Für die kommende Saison wartet die österreichische Marke nun mit einer „mobilen-Bootfitting“-Variante auf: der neu entwickelten Scan-Fit App. Mit ihrer Hilfe ist die Vorauswahl bequem von Zuhause möglich. Mittels Smartphone-Kamera werden in die App drei unterschiedliche „Fußfotos“ hochgeladen, die nach einer präzisen Anleitung geschossen werden. Nach dem Upload errechnet das System den passenden Ski- oder Langlaufschuh aus dem aktuellen Fischer-Sortiment.

Bootfitting jetzt auch für Kids

Was bisher ausschließlich ausgewachsenen Skisportlern vorbehalten war, bietet NORDICA nun erstmals auch für Kids an. „Speedmachine J 3 Plus“ heißt das Juniormodell, das im selben Verfahren an die jugendlichen Füße angepasst wird, wie es bei den Erwachsenen längst etabliert ist. Per Infrarot-Technologie werden nach einer Fußvermessung beim autorisierten Händler die Schale, das thermoverformbare Futter und alle modularen Komponenten an die Fußanatomie angepasst, um eine individuelle Passform zu erreichen.

Massen-Maßanfertigung von Alpinski

Geradezu eine logische Konsequenz stellt die Entwicklung des jungen österreichischen Ski-Labels ORIGINAL+ dar. Der ISPO Brandnew Overall Winner entwickelte ein überzeugendes Konzept wie Ski auch in großen Mengen

maßgefertigt produziert werden können. Den smarten Service des Unternehmens leistet ein Online-Ski-Konfigurator, der dem Skisportler einen exakt auf dessen Bedürfnisse hergestellten Ski zusammensetzt. Dazu muss der Interessent sich durch unterschiedliche Ebenen klicken, in denen seine biometrischen Daten, seine skifahrerischen Vorlieben sowie optional die Spezifikationen des präferierten Skischuhs abgefragt werden. Nach dem Konfigurationsprozess ermittelt der ORIGINAL+-Rechner die Daten für einen völlig individuell gefertigten Ski, der nach optischen Anpassungen sofort online geordert werden kann. Erste Innovationen gibt es auch aus dem Snowboard-Bereich. Der ISPO Brandnew Finalist BBoard aus der Schweiz fertigt Snowboards, die sich nach den Wünschen des Fahrers personalisieren lassen. Maßgeschneidert auf die Größe, das Gewicht und den persönlichen Fahrstil wird das Board nach individuellem Design von Hand gefertigt. Mit dem Forge GTX sorgt TECNICA dafür, dass auch der Weg zum Skigebiet bereits in angepassten wintertauglichen Trekkingschuhen bewältigt wird. Und auch hier spielt der stationäre Handel seine Kompetenz aus, indem der Forge GTX-Outdoor-Boot beim Händler einmalig an den Fuß des Kunden angepasst werden kann. Möglich ist dies durch eine Obermaterialkonstruktion, die mit thermisch verformbaren Elementen im Fersenbereich ausgestattet ist. Ebenso wird vom Bootfitter die Einlegesohle anatomisch angepasst. TECNICA will damit in Sachen Passform neue Maßstäbe setzen.

Anpassbarkeit ist ebenso ein Attribut unter dem Gesamtbegriff Customizing, wie es beim weiterentwickelten Boa-Handschuh-Verstellsystem von Leki integriert ist. Mit dem Nordic Tune Shark Boa bringen die Spezialisten einen Triggerkompatiblen Handschuh auf den Markt, der sich mittels Boa-Verstellsystem optimal an die Hand anpassen lässt. Das ist besonders beim nordischen Skisport, bei dem der Stockeinsatz elementar ist, ein Schritt in eine neue Richtung in Sachen Kraftübertragung. Mit der neuen Technologie Move der Firma Madshus, einem Drehknopf an der Bindung von Fellski, können Langläufer, ohne die Ski abschnallen zu müssen, einfach die Rottefella-Bindung an den Untergrund anpassen. Für bergauf etwas mehr Grip, zum Bergab fahren sollte weniger Fell aufliegen, für ungetrübten Abfahrtsspaß.

Höher, weiter, schneller – aber auch sicherer

In performance-orientierten Zeiten, die längst auch schon den Breitensport erfasst haben, beschäftigen sich immer mehr Unternehmen mit intelligenten Sicherheitssystemen. Denn schon allein die technischen Entwicklungen bei den Alpin-Ski haben dazu geführt, dass auch Durchschnittsfahrer und Einsteiger

enorm an Tempo zugelegt haben. Den Herstellern von Sicherheits-Equipment geht es darum bei möglichen Stürzen die Auswirkungen so gering wie möglich zu halten. Entsprechend bringt beispielsweise das schwedische Label POC kommende Saison einen Rückenprotektor für Kids auf den Markt, der nicht nur besonders gut schützt, sondern dabei auch atmungsaktiv ist und per GPS trackbar. Letzteres ermöglicht das sogenannte Trax-POC-Edition-Gerät, das in einer vorne angebrachten Brusttasche versteckt ist. Der Clou, des ISPO Award Gold-Winners in der Kategorie „Accessoires“: Im Falle eines Unfalls löst das Gerät einen Alarm aus. Im Bereich Avalanche Airbags holte sich der Jetforce Pro von Black Diamond den Gold-Titel mit seinem kompakten Lawinen-Airbag-System, das neben preisverdächtig leichtem Gewicht und gutem Handling auch über eine digitale Komponente verfügt: Über ein Bluetooth-Element lassen sich regelmäßige Updates auf einfachstem Weg realisieren. Das maximale Packvolumen ist von 10 bis 25 Liter anpassbar.

Simpel, aber wirksam: Flaxta-Helme aus Schweden richten sich in erster Linie an Freerider, die mit dem Board oder den Ski in unberührter Natur unterwegs sind. Entsprechend sind die Helme besonders leicht und atmungsaktiv und haben als besonderes Feature einen integrierten NFC-ID-Chip, der im Falle eines Aufpralls relevante Informationen abrufbar und per Smartphone empfangbar macht – eine wertvolle Hilfe für Suchtrupps und Ersthelfer.

Urban Lifestyle nach wie vor der Trend im Wintersportsegment

„Urbane, modische Elemente hinsichtlich Farbe, Material, Silhouette und Passform mit Funktion zu kombinieren, ist in den Wintersportsegmenten elementar wichtig“, so Ingo Jost, Director Europe bei Luhta Sportswear Company. Vor allem die sogenannten „Millenials“ beschäftigen sich nach Aussage von Jost mehr und mehr mit „crafted goods“, sprich Funktionsbekleidung, die gleichermaßen authentisch und stylisch ist. Jost sieht in diesem Bereich „eine wachsende Bedeutung, die der Sportabteilung frische Impulse verleiht und auch neue Zielgruppen eröffnen kann. Insgesamt bringt die Bekleidungsindustrie wieder viel Farbe auf die Fläche. Erlaubt ist, was gefällt: von soften Tönen bis zu starken Farben wie „deep orange“ oder oliv. Während es beim norwegischen Label Bergans richtig bunt wird, setzen die Landsmänner von Helly Hansen vor allem auf die Klassiker rot, weiß und blau. Die zur finnischen Luhta Sportswear Company gehörende Marke Icepeak lässt in der „Star-Kollektion“ nächsten Winter die 1990er-Jahre ein Revival feiern. Weiterhin auf dem Vormarsch: Bekleidung aus Merinowolle, für drunter und drüber, solo oder im Mix mit anderen Materialien und ausgeklügelten Stricktechniken. Ein Trend-Dauerbrenner sind intelligente Weiter- und Neuentwicklungen im Bereich Materialfunktionalität: Die Schweizer

Marke KJUS setzt hier auf die von ihnen entwickelte elektronische HYDRO-BOT-Membran, die von der ISPO Award Fachjury mit dem Titel Gold Winner prämiert wurde: Mittels Elektroosmose kann Feuchtigkeit gezielt und bis zu zehnmal effizienter und vom Träger gesteuert abgepumpt werden. Ganz dem Thema Innovation hat sich The North Face gewidmet. Sie präsentieren erstmalig in Europa ihr neues Membranprinzip in Form eines komplett neuen Nanospinnverfahrens. Die US-amerikanischen Hersteller wurden dafür mit einem Winner-Titel von den ISPO Award Experten ausgezeichnet.

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.