

News outdoor ispo, No.3/2008 Preview Winter

HALLE A6



ISPO WINTER 08:
GANZ IM ZEICHEN DER OUTDOOR_ISPO

Der Outdoor-Wintermarkt wächst

Der mäßige Winter des vergangenen Jahres hinterließ gleichermaßen Spuren bei Industrie, Handel und Kunden. Letztere reagierten schnell und tauschten abwechselnd Ski und Snowboard gegen Wanderschuhe, das Rad oder die Kletterausrüstung. Wieso auf den Sport an der freien Natur verzichten, wenn der Schnee auf sich warten lässt? Für die Outdoor-Branche bedeutet das umdenken und handeln. Gefragt sind neue Ideen und Möglichkeiten, auf derartige klimatische Schwankungen zu reagieren und dem Markt ein Produktsortiment anzubieten, das er 365 Tage nutzen kann. Und das möglichst ohne weitere klimatische Schäden anzurichten, recycelte bzw. wieder verwertbare Materialien sind gefragt wie nie.

Der Trend geht hin zu Ganzjahreskollektionen – breit angelegt, flexibel und multifunktional einsetzbar. Statt dicker, gefütterter Bekleidung gegen Eiskälte, stehen thermoregulierende und hybride Konzepte im Mittelpunkt, wie sie z.B. Schöffel, Mammüt, Salewa, Berghaus, Halti oder Lundhags für kommenden Winter im Sortiment haben. Als neuer Gesamtkonzeptanbieter startet auch Reima in die neue Wintersaison. „Der Winter-Outdoormarkt wächst enorm. Er umfasst nicht ausschließlich Aktivitäten im Schnee. Ganz egal ob kalt oder warm, so können wir den Kunden im Winter optimal mit den richtigen Produkten ausstatten“, so Stefan Rosenkranz von Salewa. Der Trend nach Multifunktionalität setzt sich auch bei Schuhherstellern wie Icebug, Timberland oder Merrell fort. Leichte Obermaterialien werden mit robusten Sohlenelementen kombiniert, so ist der Schuh zugleich leicht, bequem und stabil.

Gefragt sind weiterhin innovative und leistungsfähige Materialien sowie hochtechnische Verarbeitungsmethoden. Neben Leistungsfähigkeit und Belastbarkeit ist die Gewichtsoptimierung in Verbindung mit hohem Tragekomfort ein zentrales Thema. Nicht nur im Bereich Software, sondern

auch unter den Hardwarespezialisten wird weiter an der Gewichtsschraube gedreht. „bei Dynafit wird jedes Jahr Leichtbau neu interpretiert“, erklärt Reiner Gerstner anhand der neuen Kollektion.

Das Thema „EcoDesign“ ist auf dem Outdoormarkt präsenter denn je. Nachhaltigkeitsprogramme wie Nike Considered oder Polartec Eco-Engineering stehen für Umweltverträglichkeit von der Produktion bis zur Auslieferung. Transparenz für den Markt schafft z.B. die Initiative BAACODE von Icebreaker. Firmen wie Prana, Patagonia oder Polartec wagen Prognosen, bis Ende 2008 rund 20% der Produktpalette aus umweltfreundlichen Materialien herzustellen. 100% verspricht auch Sympatex: Die erste vollständig recyclebare Outdoor-Jacke soll kein Prototyp bleiben.

Modisch inspirierte Themen stehen weiter auf dem Programm, Fashion-Elemente, moderne Schnitte und knallige Farben lockern den Outdoor-Markt auf. Neben funktionellen Core-Produkten setzen Marken wie Jack Wolfskin oder Berghaus auf eine eigene stylische Urban Outdoor Linie, eine Reihe alltagslauglicher, technischer Produkte.

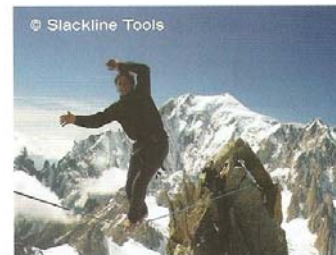
GREENHOUSE: BRANCHEN-NEWCOMER AUF EINEN BLICK

Zur ispo winter 2008 erhalten junge, innovative Unternehmen erneut die Möglichkeit, sich innerhalb eines eigens gestalteten Spezialbereichs erstmals einem internationalen Fachpublikum zu präsentieren. Alle Newcomer sind Erstaussteller und außerhalb ihres Heimatmarktes nur bedingt bekannt. Neben den aufstrebenden Marken selbst, die auf diese Weise von einem gelungenen Einstieg in das Messetreiben profitieren, erlebt der Fachbesucher eine Vielfalt neuer Marken mit Potential für die Zukunft. Das Greenhouse-Projekt hat sich in den vergangenen vier Jahren zu einer erfolgreichen Institution der Outdoor Community entwickelt.



Slackline Tools

Verwurzelt in der Kletterszene, wurden bereits in den 1980ern in den USA Schlauchbänder zum Koordinations- und Gleichgewichtstraining gespannt. In Europa erlebt die Sportart jedoch einen regelrechten Boom. Die Macher von Slackline Tools stellen sich seit Frühjahr 2007 der Herausforderung, einen Trend mitzugestalten und außerdem Vorbild zu sein, sowohl sportlich als auch ökonomisch und ökologisch. Als passionierte Slackliner blicken Sie auf jahrelange Erfahrung zurück, die sie sowohl in ihre Slackline Tool-Sets als auch in Slacklinekursen, Schulungen und sportwissenschaftlichen Abhandlungen einbringen. 2008 kommt ein speziell auf den Sport Slacklines abgestimmtes Set auf den Markt. Dabei wird verstärkt Wert auf Performance, Aufbaukomfort, Sicherheit, Variabilität, Langlebigkeit, Design und Umweltschutz gelegt – so sind z.B. „Treefriends“, ein spezieller Baumschutz, inklusive.



Tillmann Müller, Slackline Tools

"We are pleased to be able to market our Slackline Tools set and the sport slackline via retail to a wider range of national and international customers. As a young brand, nowhere else are you offered a chance to get as much support for a successful market entry as at the Greenhouse Project. We are proud to be among the newcomers at ispo winter 08."