

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 115 (2008)

Heft: 2

Artikel: Grösste ispo winter aller Zeiten

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-677668>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Abb. 10: Teppiche, Quelle: Messe Frankfurt Exhibition / Thomas Fedra

le oder geometrische Reliefdekor, die sich fast über die gesamte Teppichbreite erstrecken und bekommen so Bild-Charakter. Trotz der Mustergrösse wirken sie nicht laut, weil sie meist einfarbig gehalten sind. Insgesamt überwiegen grafische Dekors – Streifen, Quadrate, Kreise. Schachbrett-Dessins in zwei oder mehr Farben sieht man in vielen Kollektionen. Klassische Blütendessins werden modern modifiziert, hier und da auch mit strengen Streifen kombiniert. Die Farben sind wie bei den Stoffen zurückhaltend und angenehm unspektakulär – Aubergine, Graublau, Nougat oder Sand, aufgefrischt durch Dekore in Salbeigrün, Blassgelb oder Rosé.

Der Textilverband Schweiz verbindet die innovativen Unternehmen der Branche zu einem starken Netzwerk.

Dienstleistungsbereiche
Arbeitgeber- und Sozialpolitik
Bildung und Nachwuchsförderung
Normen und Kennzeichnungen
Öffentlichkeit und Presse
Technologie und Forschung
Umwelt und Energie
Wirtschaft und Statistik

swiss TEXTILES

TVS Textilverband Schweiz
www.swisstextiles.ch

Grösste ispo winter aller Zeiten

Die ispo winter hat mit 2'026 Ausstellern und 64'000 Fachbesuchern ihre Position als internationale Leitmesse der Sportartikel- und Sportstyle-Industrie einmal mehr bestätigt. Aussteller aus 47 Ländern präsentierten ihre Produktinnovationen und aktuellen Kollektionen einem internationalem Fachpublikum aus 113 Ländern. Damit reisten 70 % der Händler aus dem Ausland an. Besonders erfreulich war die erneut deutlich gestiegene Besucherzahl aus Osteuropa. München hat sich klar als Leitstandort für die Sportartikelbranche aus diesem Wirtschaftsraum etabliert.

Insgesamt zeigte sich ein grosser Andrang auf Outdoor-Events, ein Zeichen, dass sich die Wintersportbranche erholt. Auch die Nachhaltigkeit ist bestimmendes Branchenthema.

Branche lobt das Messekonzept der ispo winter 08

Sowohl Aussteller als auch Händler lobten das massgeschneiderte Messekonzept der ispo für die Sportartikel- und Sportstyle-Branche. Ingo Jost, General Manager Central Europe von Hummel: «Die ispo hat ein spannendes Markenportfolio zusammengestellt und zeigt den Besuchern dadurch ein sehr umfangreiches Bild der diversen Segmente.» Dieses breite Angebot wissen die Fachhändler und Fachhandelsverbände zu schätzen.

Hervorgehoben wurde auch der ausgeweitete Gästeservice der Messe München in die öffentlichen Verkehrsmittel, was vor allem den zahlreichen Gästen aus dem Ausland die Anreise erleichterte.

Sportstyle durchdringt alle Segmente

Das Zusammenwachsen von Sport und Lifestyle schreitet immer weiter voran. «Die Nachfrage im Sportstyle-Segment ist besonders stark. Dies wird auch durch die Zusammensetzung der Fachbesucher deutlich: «Der Trend, dass sich immer mehr Händler

und Einkäufer aus dem Sportstyle- und Schuhfachhandel auf der ispo wieder finden, hat sich eindrucksvoll fortgesetzt», erklärt Manfred Wutzlhofer. Viele Hersteller bieten neben dem klassischen Wintersportsegment inzwischen auch eigene Bekleidungslinien an (Abb. 1). Für Robin Puplitt, Retail Marketing Manager Europe von Burton, bietet die ispo beiden Segmenten die passende Plattform: «Die ispo winter 08 war eine sehr starke Messe, die bei Handel und Industrie sehr viel positive Energie freigesetzt hat. Für uns war es wichtig, Hartwaren in Halle A1, sportive Bekleidung in A2 und unsere modische Bekleidung auf der ispo vision in entsprechendem Umfeld zu präsentieren.»



Abb. 1: Wintersport und Bekleidungslinien, Quelle: ispo winter

ispo vision mit Besucherrekord

Die perfekte Symbiose von Sport und Lifestyle konnten die Fachbesucher im Ausstellungsbereich ispo vision erleben. Die Plattform für Sportstyle im Premiumsegment verzeichnete einen Besucherrekord. Bernd Closmann, Geschäftsführer von Fore!titude: «Wir hatten auf

der ispovision die ganze Welt auf 16 m² Fläche zu Gast. Wir haben sogar viele Ordern abgeschlossen. Vor allem mit internationalen Händlern.»

Grosser Andrang bei Outdoor ispo

Der Outdoor-Bereich, der sich über vier Messehallen erstreckte und über einen separaten Eingang erreichbar war, hat allein über 20'000 Besucher angelockt. Hans Overduin, Bever Zwerfsport b.v.: «Auf der Messe war die Stimmung sehr gut. Besonders der Outdoor Bereich stach mit seinem eigenständigen Bereich heraus und war auch vom Ambiente her sehr gelungen.» Die Atmosphäre war ausgezeichnet. Besonders der snow ice & rock summit, das Outdoor Get Together und der Boulder Cup wurden von der Outdoor-Branche sehr gut angenommen. Die Wertschätzung für den Outdoor-Auftritt auf der ispo winter, die Organisation des Messeauftritts und die hervorragende Betreuung durch das ispo-Team wurden von Seiten der Outdoor-Aussteller besonders hervorgehoben.

Wintersportbranche erholt sich

Trotz grosser Herausforderungen erholt sich der Wintersport. Die Stimmung war sowohl auf Aussteller- als auch auf Händlerseite sehr positiv. Die Order-Schwerpunkte lagen auf der Messe erwartungsgemäss in den Wachstumssegmenten Outdoor – gefördert durch den Trendsport Tourengehen – und Sportstyle. Überraschend stark zeigte sich hier auch der Boardsport-Bereich (Abb. 2).

Nachhaltigkeit bewegt die Branche

Das bestimmende Thema der Branche auf der diesjährigen ispo winter war der Einsatz wieder verwendbarer und ökologischer Materialien und die nachhaltige Produktion der Sportarti-



Abb. 2: Dichtes Gedränge im Board-Bereich, Quelle: ispo winter

kel. Auf dem Volvo SportsDesign Forum haben hunderte interessierte Zuhörer das Angebot an Expertenvorträgen und Workshops wahrgenommen. Der Volvo SportsDesign Award zum Thema «EcoDesign – Form follows Sustainability» verzeichnete mit über 300 Einreichungen einen Rekord und zeigte, dass sich Nachhaltigkeit der Produkte, formschönes Design und Funktionalität keinesfalls ausschliessen.

Manfred Wutzlhofer: «Wir freuen uns nun auf die ispo winter 09, die vom 01. bis 04. Februar 2009 auf dem Gelände der Neuen Messe München stattfindet.»

Ausstellerstimmen

Pirmin Okle, Marketing, Lasse Kjus: «Wir sind extrem zufrieden, der Winter kam gut und früh, der Abverkauf ist sensationell. Die Modeschauen sind sehr gut und kommen bei allen Besuchern gut an. Die neue Einteilung der Hallen ist sehr spannend. Die einzelnen Segmente befruchten sich gegenseitig und sind authentisch abgebildet. Dies ist der absolut richtige Weg der Hallenauflistung. Generell ist das Segment Sportstyle sehr wichtig und wir verzeichnen spürbar steigendes Interesse. Auch spürt man extrem, dass die Einkäufer zunehmendes Interesse an hochwertigen Produkten haben. Wir haben eine grosse Anzahl von qualifizierten Gesprächen geführt und eine unglaublich hohe Fachhänd-

ler-Frequenz am Stand gehabt.»

Ingo Jost, General Manager Central Europe, Hummel: «Die ispo ist für uns wiederholt eine sehr erfolgreiche Messe, die mit ihren neuen Ideen wirklich neue Massstäbe auf dem Markt setzt. Wir spüren die positive Entwicklung der Messe und sind in unserer Ent-

scheidung, teilzunehmen, bestärkt. Die Akzeptanz des Handels wird immer grösser, und wir freuen uns, dass wir als Aussteller profitieren. Hier werden produktive Gespräche geführt!»

Tobias Bechtold, Sajas, Feldkirch, Austria:

«Für uns ist der unmittelbare Vergleich der Produkte auf der Messe wichtig. Besonders bei den grossen Firmen liegen die Order-Termine sehr früh. Auch für grössere Meetings mit Händlerkollegen und Herstellern ist die ispo ein guter Treffpunkt. Ausserdem ist es interessant zu sehen, wie sich die Branche entwickelt, und die Trends von morgen zu sehen, um uns auch mittelfristig besser orientieren zu können.»



Abb. 3: Der Airbag für die Piste, Quelle: ispo winter

Bruno Gujers, General Manager Europe, Volcom, USA: «Für uns war die diesjährige ispo winter eine ideale Messe. Trotz des Schwerpunkts auf den Winter, hat es die Messe geschafft, auch die anderen Board-Segmente wie Skate und Surf authentisch zu integrieren. Für uns war es wichtig, all unsere Marken-Segmente auf der ispo zu präsentieren.»

Snowpulse

Die Schweizer Yan Berchten und Pierre-Yves Guernier haben ein neues Lawinen-Rettungssystem entwickelt, das Snowpulse (Abb. 3/4). Das Airbag System wird entweder mit Rucksack angeboten oder kann in Zukunft auch in andere Rucksäcke integriert werden. Laut Guernier ist es bei Lawinenunfällen besonders wichtig, dass das Opfer nicht vollständig vom Schnee verschüttet und auch vor Schlag- und anderen Verletzungen geschützt wird. Snowpulse setzt

RÜEGG + EGLI AG Webeblattfabrikation

150 Jahre Qualität

Hofstrasse 98
CH-8620 Wetzikon

Tel. ++41 (0)44 932 40 25, Fax ++41 (0)44 932 47 66
Internet: www.ruegg-egli.com E-Mail: contact@ruegg-egli.com

- Webeblätter für alle Maschinentypen
- Rispelblätter in allen Ausführungen
- Bandwebeblätter für alle Maschinentypen
- Winkelblätter (Gelenkschärlätter)
- Spiralfederrechen in allen Breiten • Schleif- und Poliersteine



Abb. 4: Snowpulse, Quelle Snowpulse

genau an diesen Stellen an. Durch den Zug an einer Schlaufe wird das luftbasierte System ausgelöst und innerhalb von 3 Sek. wird der Gefährdete durch den 150l Airbag um Kopf und Nacken geschützt. Gleichzeitig bildet sich ein Hohlraum um den Kopf des Verschütteten. Der Sauerstoff Zylinder kann immer wieder nachgefüllt und das System damit immer wieder eingesetzt werden. Snowpulse ist das zurzeit leichteste Lawinenrettungssystem auf dem Markt, ist EC zertifiziert und funktioniert bis -40 °C.

**Generalversammlung
der SVT:
Donnerstag, 15. Mai 2008,
der Veranstaltungsort
wird im nächsten Heft
bzw. im Internet bekannt-
gegeben**



WR WEBEREI RUSSIKON AG

Madetswilerstr. 29, Postfach, CH-8332 Russikon
Tel. 044 956 61 61, Fax 044 956 61 60
Verkauf: reni.tschumper@webru.ch
Betrieb: josef.lanter@webru.ch

- Fantasiegewebe
- Buntgewebe
- Plisseegewebe
- Drehergewebe

- Sari
- Mischgewebe
- Rohgewebe
- Voilegewebe

Textile Inspiration – Highlights der Kollektion 2008 von *création Baumann*

Gabriella Gianoli, Bern, CH

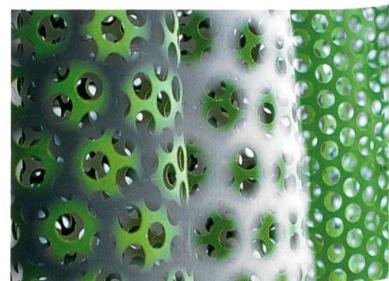
Textilien sind Verwandlungskünstler. Mit Stoffen lassen sich Räume schnell und nachhaltig verändern. Textilien verführen zum Spiel. Sie sorgen für neuen Glanz, sie geben einer Einrichtung den letzten Schliff und sie setzen Akzente. Mal opulent, mal minimalistisch – Farben und Texturen bieten die Möglichkeit, die Umgebung immer wieder neu zu gestalten. Wie sich mit Stoffen Stimmung schaffen lässt, zeigt das Langenthaler Textilunternehmen *création Baumann* in der Kollektion 2008.

Extravaganz und eine Reihe von farblich aufeinander abgestimmten Stoffen laden dazu ein, Räume – in Hotels, Lounges, Restaurants oder im eigenen Zuhause – ganz nach Wunsch zu verändern.

Extravagante Neuheiten

Rund 30 neue Artikel sorgen bei der *création Baumann* Line 2008 für Abwechslung. Zu den Highlights unter den extravaganten Neuheiten zählen die beiden Stoffe «Elisa» und «Eluis». Der puristisch-elegante Vorhangsstoff «Elisa» ist im oberen Drittel gesmokt: In Handarbeit abgenähte Partien geben dem Wolltuch seine dreidimensionale Struktur. Das 3 Meter hohe und in fünf Farben erhältliche Paneel ist beidseitig einsetzbar. Es ist nicht nur ästhetisch reizvoll, sondern hat auch schallabsorbierende Wirkung. Das in sechs Farben erhältliche Plaid «Eluis» verschönert Möbel auf das Schönste. Der ungewöhnliche Überwurf verführt mit gesmokten Rauten, die an Origami erinnern. Die dreidimensionalen Waben lassen den Stoff wie eine textile Skulptur erscheinen.

Bänder geschnitten und auf Dreiviertel Länge des Paneels miteinander verflochten, das restliche Viertel kann unverflochten im Luftzug flat-



tern – ein Effekt, der an Perlenvorhänge erinnert. Ein besonderer Eyecatcher am Fenster ist auch «Dotto» (Abb. 1): Aus dem beidseitig beschichteten, wie gummiert erscheinenden Stoff ist ein Lochmuster herausgestanzt. Vorder- und Rückseite sind verschiedenfarbig, eine intensive Farbe trifft dabei in den sechs verschiedenen Farbstellungen auf einen neutralen Ton. An der Wand entstehen durch Muster und Farben reizvolle Licht- und Rasterspiele. Ihr Können im Lasercut stellen die Experten von *création Baumann* auch bei «Epunto» (Abb. 2) unter Beweis. Der flammhemmende Taftvorhang überträgt traditionelle Stickereikunst in modernsten Laserschnitt. Überdimensionale Nelken sind dabei in Lochkartenoptik über den zarten Stoff gestreut. Der in acht Farben erhältliche Artikel setzt auf das Wechselspiel von Transparenz und Stofflichkeit.

Farbwelten für mehr Emotionalität und Funktionalität

Innerhalb der Kollektion 2008 setzt eine Reihe sorgfältig aufeinander abgestimmter Stoffe einen eigenen Schwerpunkt. Mit rund einem Dutzend neuer Artikel ergänzt die zeitlose Kollektion