

ispo 2010 weiter auf Wachstumskurs

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **117 (2010)**

Heft 2

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-677745>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Möbelstoffe. Quelle: Messe Frankfurt Exhibition GmbH/Jean Luc

dem Zusammenhang das Trendforum aufgenommen. Das aufwändig gestaltete Sonderareal präsentierte die Trends 2010/2011 mit

Produkten aus dem Heimtextil-Angebot. Vier Trendthemen hatte das Expertenteam, bestehend aus sechs renommierten Designbüros aus sechs Ländern, herausgearbeitet: von Öko de Luxe bis zu spontaner Kreativität, von Schlichtheit mit hohem Qualitätsanspruch bis zum Kontrast von Realität und Fantasie.

Auch bei den Produkten der Heimtextil wuchs die Nachfrage nach Qualität und Design, nach Kreativität und Nachhaltigkeit. Vor allem Tapeten, Sonnenschutzanlagen, Objekttextilien und Design waren gefragt. Diese Produktbereiche stiegen im Angebotsinteresse der Besucher um jeweils bis zu 5 Prozentpunkte. «Die Tapete war der Motor der Heimtextil 2010. Es herrschte eine geradezu überschäumende Freude der Besucher zu diesem Thema», stellt Hubertus Nockervon, Decor-Union GmbH & Co. KG, fest.

Heimtextil goes City

Am Messesamstag, 16. Januar, hatten auch die Endverbraucher dazu Gelegenheit, einen Vor-

geschmack auf die Textiltrends der kommenden Saison zu bekommen. Mit der Initiative Heimtextil goes City, die in Kooperation mit der Raumausstatterinnung Frankfurt am Main stattfand, wurden die Neuheiten der Fachmesse direkt in die Stadt getragen. 30 Fachgeschäfte, Galerien und öffentliche Institutionen zeigten Textil in allen Lebens- und Kulturbereichen und gaben praktische Tipps für die eigenen vier Wände.

Die nächste Heimtextil in Frankfurt findet vom 12. bis 15. Januar 2011 statt.

Redaktionsschluss
Heft 3 / 2010:
15. April 2010

ispo 2010 weiter auf Wachstumskurs

Vom 07.-10. Februar 2010 hat die ispo ihre Stellung als international führendes Sport-Business Netzwerk auch in ihrem 40. Jahr weiter ausgebaut. Internationale Spitzenrepräsentanten aus Industrie, Sport, Medien, Wirtschaft und Politik versammelten sich in München, und ihre Erwartungen sind weit übertroffen worden. Aussteller wie Besucher haben die ispo 10 durchwegs als sehr gut bewertet. Die Stimmung in den Hallen war vor allem durch die sehr gut verlaufende Wintersaison, aber auch das breite, qualitativ hochwertige Angebot ausserordentlich gut, stellenweise sogar enthusiastisch. Auf der Ausstellerseite wurde insbesondere der hohe Besucherandrang gelobt.

Auch das neue Opinion Leader Konzept wurde positiv angenommen. Bei den Besuchern fand die neue Hallengliederung grossen Zuspruch. Die thematische Bündelung der einzelnen Hallen ermöglichte eine optimale Orientierung und schuf kurze Wege.

Internationalität bei den Besuchern deutlich gestiegen

Die 70. ispo schloss nach vier Tagen mit einer hervorragenden Bilanz bezüglich Aussteller, Besucher und Nettofläche ihre Tore. Über 64'000 internationale Fachbesucher aus 117 Ländern informierten sich über die neuen Trends und Innovationen. Dies ist ein neuer Besucherre-

kord und ein Zuwachs von knapp 7 % gegen-

über dem Vorjahr. Der Auslandsanteil bei den Fachbesuchern lag bei gut 68 % und konnte um rund 2 % gesteigert werden. Besonders stark vertreten waren die Besucher aus den Ländern Italien, Schweiz, Österreich, Frankreich, Grossbritannien und Nordirland, Spanien, Niederlande, Republik Korea, Tschechische Re-

publik und Schweden. Mit 2'045 Ausstellern aus 45 Ländern konnte die ispo 10 schon vor Beginn einen Zuwachs von 5 % vermelden. Sie wuchs im Vergleich zum Vorjahr auch bei der Ausstellungsfläche, nämlich um gut 2 % auf 89'000 qm netto, und belegte 15 Hallen der Neuen Messe München, d.h. 175'000 qm.

Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH: «Wir freuen uns sehr über das exzellente Ergebnis, mit dem die Jubiläums-ispo, die ispo 10, zu Ende geht. Diese Zahlen belegen, wie stark die ispo als internationales Sport-Business Netzwerk ist. Der ispo ist es gelungen, auch nach vier Jahrzehnten der «Place to be» innerhalb der weltweiten Sportartikelbranche zu sein. Mit Innovationen und



WR WEBEREI RUSSIKON AG

Madetswilerstr. 29, Postfach, CH-8332 Russikon
Tel. 044 956 61 61, Fax 044 956 61 60
Verkauf: valeria.haller@webru.ch
GL: walter.wespi@webru.ch

- Fantasiegewebe
- Sari
- Buntgewebe
- Mischgewebe
- Plisseegewebe
- Rohgewebe
- Drehergewebe
- Voilegewebe



outdoor ispo, Wild Roses (International) AG

neuen Konzepten, wie zum Beispiel für die ispovision, oder das Opinion Leader Konzept, werden wir diese Position in Zukunft weiter ausbauen.»

Exzellente Stimmung bei den Messeteilnehmern

Armin Fuchs, Geschäftsführer Amer Sports Deutschland: «Unser Stand war sehr gut besucht. Die Besucher zeigten ein sehr grosses Interesse an unseren Produkten und Innovationen. Unsere Strategie, ein Komplettangebot für jeden Winter-

sportler anzubieten, überzeugt und wird vom Handel bestätigt.» Bernd Kuhlmann, Geschäftsführer Deuter Sport: «Brillante Plattform für die Outdoor Branche. Wir sind sehr zufrieden, haben uns sehr gut repräsentiert gefühlt und eine klasse Stimmung gehabt. Bisher, also an den ersten drei Tagen, war es knalle voll und wir hatten immer Betrieb.» Hans Taubenberger, Inhaber und Geschäftsführer Toni Sailer Sports: «Wir sind sehr zufrieden. Super Frequenz – national, noch stärker international. Alle wichtigen internationalen Kunden waren da. Zahlreiche neue Top-Kunden. Insgesamt sind die Kunden mit der Saison und mit der Kollektion zufrieden. Die geplanten Veränderungen in der ispovision sind klar zu erkennen – wir sind sehr gespannt auf die nächste Saison.» Benedikt Pelikan, Director Customer Service / Key Account Europe Burton Snowboards: «Die ispo 10 ist für uns sehr positiv verlaufen, der Handel zeigt sich im allgemeinen wieder motivierter, grössere Order zu platzieren. Für uns erfüllt die ispo hauptsächlich zwei Funktionen: Für die Verkaufssaison ist die ispo ein sehr wichtiger Termin im Jahr – alle Vorbereitungen bündeln sich auf die ispo hin. Zugleich ist die ispo ein Benchmark, in der wir als Brand voll im Rampenlicht stehen und mit anderen Brands aus der Industrie verglichen werden.» Barry Mellis, General Manager INTERSPORT UK: «Wir sehen die ispo als die globale Sport-Business Plattform. Deshalb haben wir uns dazu entschieden,



Sport Source Europe ispo, Xiamen Wingtas Garments co., Ltd.

unsere wichtigste Nachricht bezüglich der Fusion zwischen INTERSPORT UK und Allied Partners Ltd. hier bekannt zu geben.» Kevin Young, Head of Marketing Snow & Rock: «Die ispo ist der einzige Ort, wo wir die beste Auswahl an Marken sehen und wirklich die Entscheider der Marken treffen können. Die ispo ist durch den Standort München ideal zu erreichen und ein wirklich angenehmer Ort, um zu verweilen.»

Die ispo 11 findet vom 6. - 9. Februar 2011 auf dem Gelände der Neuen Messe München statt.

X-BIONIC® macht aus Schweiss Energie

Michael Raab, X-Technology Swiss research & development AG, Wollerau, CH

Besser hätte das neue Jahr für die Kultmarke X-BIONIC® nicht starten können: Die Schweizer Ideenschmiede unter dem Vorsitz von Professor Bodo W. Lambertz, CEO der X-Technology Swiss research & development AG, räumte auf dem Chicago Good Design Award bei Sports & Recreation eindrucksvoll ab. Gleich fünf Auszeichnungen gingen an das in Wollerau (CH) ansässige Unternehmen.

Siegreich im harten Wettbewerb gehen alle fünf eingereichten Produkte der X-Technology hervor: das X-BIONIC® Bike Shark Jacket, das Fennec® Polo Shirt, die Radiactor™ Underwear sowie die X-SOCKS® Speed Metal Energizer in der Kategorie Sports & Recreation. Vier von 22 Auszeichnungen bedeutet hier den 1. Platz. Die FIA zertifizierte X-BIONIC® FireShield Underwear – hitzeresistent

bis über 400 Grad Celsius – glänzt nach einem MATERIALICA Design Award nun auch mit einem von sechs vergebenen Chicago Good Design Protective Equipment Awards.

Auf der ispo 2010 zeigte X-Technology auf über 600 m² Standfläche die preisgekrönten Produkte und zahlreiche Highlights der Hightech-Sportbekleidungsmarke X-BIONIC® in den

Bereichen Ski, X-Country, Biking, Running, Outdoor und Travel. Extrem und einzigartig waren auch die Präsentation der Leistungsfähigkeit der Hightech-Ware: In einer Kältekammer konnten Messebesucher bei -80° Celsius oder vor Hitzestrahlern mit einer Leistung von 4'250 Watt am eigenen Leib erfahren, wie wirksam die patentierten Technologien von X-BIONIC® unter Extrembedingungen sind. Denn nichts ist ehrlicher als die eigene Erfahrung!

X-BIONIC® Radiactor™ – Funktionsunterwäsche der neuesten Generation: Wärme-Reflektion mit aktiver Feuchtigkeits- und Temperaturregulierung

Schon mit dem international mehrfach ausgezeichneten Energy Accumulator™ hat X-BIONIC® den Underwear-Markt revolutioniert (Abb. 1 und 2). Mit dem Radiactor™ erschliessen die Entwicklungsexperten um Prof.