



Medium: Textil Revue

Erscheinungsdatum: Nr. 12/13 - 2010

Land: Schweiz

Druckauflage: 7.500

Thema: ISPO Eco-Responsibility Award für Climate 2L Padded Man Jacket and Pant

Der Gewinner des Eco Responsibility Awards der Ispo 2010: Die Jacke «Climate 2L Padded Man Jacket and Pant» von Pyua ist vollständig recycelbar und trotzdem funktional.

Es war kalt, geradezu eisig. Doch nicht wegen der Minusgrade trängten sich in den Münchner U-Bahnen Leute, die in hipper Snowboard-Bekleidung steckten. Es war wieder Ispo-Zeit – vier Tage, in denen das Strassenbild modemässig stets dem eines Wintersportorts ähnelt.

Kerstin Weng

Zum 70. Mal fand die Sportmesse Ispo statt und zu dem runden Geburtstag kamen die Gratulanten in Scharen: 2045 Aussteller, 64.000 Besucherinnen und Besucher. Das bedeutet, es wurden sieben Prozent mehr Eintritts-Tickets gelöst als im Vorjahr. Ein Zuwachs, der nicht nur darauf zurückzuführen ist, dass erstmals auch Opinion-Leader geladen waren: Am letzten Messtag durften sportive Trendvorreiter wie Mitglieder des Alpenvereins oder Skiverbands die Ispo besuchen.

Back to the roots. Zu sehen gab es die üblichen Ispo-Bereiche Board, Outdoor, Ski, Sportstyle, Performance. Doch wie immer hatten die Veranstalter manches überarbeitet. Im Sektor Ispo Vision wollte man back to the roots. Die Idee: mehr Visionen. Die Umsetzung: futuristische Zelte als Präsentationsfläche für Wea-

reichte von der Kleidung hin zum be-
es Thema.
zwar ein Be-
n

als es letzt-
gen Quadrat-
dukte präsen-
reduzierten
ressourcenauf-
herstellen -
Burton ne-
den Branchen-
zungen wie
Mützen-Label OhBeanie. Nicht ganz nachvollziehbar blieb, warum der 7Skygreenroom getrennt war vom so genannten Eco Village, einer Präsentationsfläche, auf der «grüne» Produkte und Firmen zusammengeschlossen wurden. 2010 zum zweiten Mal auf dem Programm: die Verleihung des Eco Responsibility Award. Im Bereich Textil siegte das Label Pyua mit der Kombi «Climate 2L Padded Man Jacket and Pant». Recycelbar von oben bis unten und funktional

an
recycelbar
al.

ter hat überall Einzug gehalten und beflügelt den Verkauf. Deshalb sehen wir die Orderphase für 2010/11 sehr positiv. Nicht die Wirtschaftslage, sondern Schnee und Kälte sind unsere wichtigen Faktoren.» Man kann also nur hoffen, dass es nächsten Winter wieder kalt und eisig wird. ■

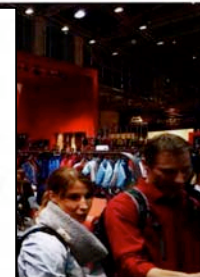



Textil-Revue Nr. 12/13, 19. Februar 2010



Medium: Textil Revue
 Erscheinungsdatum: Nr. 12/13 - 2010
 Land: Schweiz
 Druckauflage: 7.500
 Thema: ISPO Eco-Responsibility Award für Climate 2L Padded Man Jacket and Pant

2010 zum zweiten Mal auf dem Programm: die Verleihung des Eco Responsibility Award. Im Bereich Textil siegte das Label Pyua mit der Kombi «Climate 2L Padded Man Jacket and Pant». Recyclbar von oben bis unten und funktional



Nicht die Wirtschaftslage, sondern das winterliche Wetter bestimmte den Erfolg der Ispo 2010 in München. Die Aussteller gaben sich zufrieden mit der Messe.

durch Sympatex-Membranen, die ohne umstrittenes Teflon produziert werden. Dank dem schlichten Design sieht die Kombi auch noch sehr gut aus. Das Design war aber nicht nur bei Pyua schlicht. Im Vergleich zu den fast schon balluzinierend wirkenden Mustern und Farb-Mixen der vergangenen Saisons merkte man eine Tendenz zu Solid Colours. Immer noch bunt und kräftig, aber nicht mehr so wild. «Natürlich ordern die Händler ein paar Highlights», sagte Philipp Nassel, Category Manager von Bonfire. «Aber verkauft wird eher das Tragbare.» Also Bekleidung, die auch auf der Straße funktioniert. Ebenfalls grosse Nachfrage herrschte nach leichter Ware. Niemand will mehr aussehen wie ein Marshmallow, der Trend geht zu dünnen Funktions-

ERFOLGSKURS

Es war kalt, geradezu eisig. Doch nicht wegen der Minusgrade drängten sich in den Münchner U-Bahnen Leute, die in hipper Snowboard-Bekleidung steckten. Es war wieder Ispo-Zeit – vier Tage, in denen das Strassenbild modemässig stets dem eines Wintersportorts ähnelt.

Kerstin Weng

Zum 70. Mal fand die Sportmesse Ispo statt und zu dem runden Geburtstag kamen die Gratulanten in Scharen: 2045 Aussteller, 64 000 Besucherinnen und Besucher. Das bedeutet, es wurden sieben Prozent mehr Eintritts-Tickets gelöst als im Vorjahr. Ein Zuwachs, der nicht nur darauf zurückzuführen ist, dass erstmals auch Opinion-Leader geladen waren: Am letzten Messtagen wurden Mitglieder des Alpenvereins oder Skiverbands die Ispo besuchen.

Back to the roots. Zu sehen gab es die üblichen Ispo-Bereiche Board, Outdoor, Ski, Sportstyle, Performance. Doch wie immer hatten die Veranstalter manches überarbeitet. Im Sektor Ispo Vision wollte man back to the roots. Die Idee: mehr Visionen. Die Umsetzung: futuristische Zelte als Präsentationsfläche für Wea-

rable Technologies. Zwar keine neue Thematik, aber etwas, das dank dem rasanten technischen Fortschritt spannend bleibt. Die gezeigte Bandbreite reichte von Solarprodukten über Kleidung mit Vitalsensoren bis hin zum beheizbaren Surfanzug. Ökologie, ein wichtiges Thema. Auch Ökologie war zwar kein neues, aber ein wichtiges Thema. Besonders engagierte Firmen widmete die Ispo den neu kreierten 7Skygreen-

Der Gewinner des Eco Responsibility Awards der Ispo 2010: Die Jacke «Climate 2L Padded Man Jacket and Pants» von Pyua ist vollständig recyclbar und trotzdem funktional.



durch Sympatex-Membranen, die ohne umstrittenes Teflon produziert werden. Dank dem schlichten Design sieht die Kombi auch noch sehr gut aus. Das Design war aber nicht nur bei Pyua schlicht. Im Vergleich zu




Medium: Textil Revue

Erscheinungsdatum: Nr. 12/13 - 2010

Land: Schweiz

Druckauflage: 7.500

Thema: PYUA besinnt sich auf seine Wurzeln zurück

Brax: Modische Teile für den Golfplatz

Der Golfbegeisterte ist nach dem Stabhochsprung die zweitkomplizierteste Bewegung aller Sportarten. Wenn das Birdie also nicht auf Anhieb gelingt, will der Golfbegeisterte doch wenigstens optisch eine gute Figur machen. Deshalb werden die Golfkollektionen immer modischer und zeitgemässer. Brax Golf, eine Produktgruppe des ostwestfälischen Bekleidungs Herstellers Brax, feierte

Pyuua besinnt sich zurück auf seine Wurzeln

Die hochfunktionale Mode von Pyua für den Freerider auf Ski und Snowboard bekommt ein schärferes Profil: Das Label positioniert sich mit der Winterkollektion 2010/11 noch klarer als das urbane Freeride-Brand für Menschen ab 25 Jahren. Pyua will mit der Kollektion zudem ein Zeichen setzen und zeigen, dass Ökologie und Mode kein Widerspruch sein muss. So besteht das gesamte Sortiment des Labels aus Textilien, die aus recyclebaren Materialien gefertigt worden sind und auch wieder vollständig recycelt werden können.

Venice Beach: Sport ist Aromatherapie

Im September 2010 bringt Venice Beach die Linie «Athletics Incorporated» auf den Markt. Und mit ihr eine revolutionäre Faser: Drytivity Bodycare Sensations. Durch Mikroverkapselung werden in diese Faser die Aromen von entspannendem Sandelholz, kräftigendem Jasmin und beruhigendem Yang-Yang eingearbeitet. Bei der Bewegung des Materials werden diese Duftstoffe freigesetzt und entfalten dabei ihre individuellen Eigenschaften. So können beispielsweise Verspannungen gelöst, der Blutdruck gesenkt oder ganz allgemein das Wohlbefinden verbessert werden. Da soll noch einer sagen, Sport sei Mord. Sport ist Aromatherapie.

Napapijri: Comeback der Norwegerpullover

Mit der aktuellen Strickmode zeigt Napapijri, dass sich das Praktische und das Modische nicht ausschliessen müssen. Denn Strick sorgt in der Herbst/Winter-Kollektion 2010/11 nicht nur für einen trendigen Look sondern gibt zudem ausreichend Wärme in den kalten Wintertagen. Napapijri zeigt flauschige Pullover in natürlichen Farben und Rollkragenpullover mit Zopfmuster. Die Kapuzenpullover mit Norwegermuster eignen sich sowohl für einen Herbstspaziergang als auch für einen Ausflug auf die Skipiste.

48

Textil-Revue Nr. 12/13, 19. Februar 2010