

Nr. 23

München, 08. Februar 2016
Presseinformation

Corinna Feicht
Projekt-PR Referentin
Tel. +49 89 949-21477
corinna.feicht@messe-muenchen.de

Snowboard: Alternative Shapes und Leichtgewichte fürs Gelände

Freeriden ist nach wie vor das große Thema im Snowboarden. Kaum ein Brett, das nicht fürs Gelände geeignet wäre. Im Fokus stehen dabei erneut die Splitboards für verschiedene Ansprüche. Während die einen auf möglichst komfortablen Aufstieg setzen, nehmen die anderen für viel Powdergefühl auch etwas mehr Gewicht auf dem Weg zum Berg in Kauf. Ins Auge stechen alternative Shapes, die noch bessere Fahreigenschaften bringen sollen. Diese und alle anderen Trends rund um das Thema „Snowboard Hardgoods“ präsentiert die ISPO MUNICH vom 24. bis 27. Januar 2016 in Halle B6.

Mit dem Wunsch, im Schnee zu surfen, hat alles angefangen. Nach den Jahren auf der Piste und in der Halfpipe geht der Trend beim Snowboarden unaufhaltsam wieder zurück ins Backcountry. Selbst Allroundbretter sind in der Regel so ausgerichtet, dass sie auch im Tiefschnee und abseits präparierter Hänge optimale Fahreigenschaften bieten. Indes sind die schmalen Pisten-Bretter zu einem reinen Nischenprodukt geworden, das fast ausschließlich im Wettkampfbereich genutzt wird.

Splitboard bleibt größtes Wachstumssegment

Nach wie vor größtes Wachstumssegment sind Splitboards. Bergauf gehen wie mit Tourenski und den Tiefschnee mit einem richtigen Snowboard genießen - diese Vorzüge überzeugen immer mehr Sportler. Die Hersteller bieten dafür immer ausgefeiltere Systeme und meist mehrere Splitboard-Modelle an. Dabei unterscheiden sich zwei Herangehensweisen:

Messe München GmbH
Messegelände
81823 München
Deutschland
www.messe-muenchen.de



Die einen setzen auf extrem leichtes Material, mit dem der Anstieg deutlich angenehmer ist. Mögliche Einschränkungen bei den Fahreigenschaften nehmen sie dafür in Kauf. Die anderen verfolgen das Motto "earn your turn" und vertreten die Ansicht, dass der Aufstieg notfalls auch etwas beschwerlicher sein darf, wenn danach das Fahrgefühl möglichst perfekt ist. Das "Coda" von Arbor etwa nimmt eine extrem große Auflagefläche beim Aufstieg in Kauf, um später viel Auftrieb und surfähnliches Verhalten zu erzeugen. Mit individuellen Anpassungen schneidert Pogo seinen Kunden Splitboards auf Wunsch ganz persönlich zu. Wo es geht, wird Gewicht gespart. Einen Meilenstein setzte dabei Amplid mit seinem "Milligramm", dem noch immer mit Abstand leichtesten teilbaren Board.

Mit dem "Split Bean" bringt K2 das einzige teilbare Brett mit Swallow-Tail auf den Markt. Sein Schwalbenschwanz verspricht besondere Drehfreudigkeit.

Powdersurfer bis Longboard - Varianten fürs Gelände

Wie lässt es sich am genussvollsten über tiefen Schnee gleiten? Diese Frage beantworten Snowboardhersteller mit unterschiedlichen Shapes. Longboards sind eines davon. Ein schmaleres Tail sinkt dabei etwas ein, während die breite Nase der langen Bretter für Auftrieb und viel Fahrgefühl sorgt.

Pogo geht mit seinem "Powdersurfer", der ohne Bindung gefahren wird, ganz back to the roots. Die neue Generation ist noch leichter, hat einen schnelleren Belag und neu gestaltete Pads für stabileren Stand und bessere Brettkontrolle. Ein Sicherheits-Leash hält das Brett am Bein.

Tiefschnee nicht nur bei weiten Schwüngen genießen, sondern dabei auch mal tricksen und springen - optimal dafür sind gleichermaßen vom Skaten, wie vom Surfen inspirierte Allmountainbretter, wie etwa das "Wildheart" von K2. Sie setzten auf Volume Shift, was bedeutet, dass die



Boards fünf bis sieben Zentimeter kürzer sind als üblich, dafür aber breiter. Mit extrem gelöffelter Nase gleiten sie so auch butterweich durch steilste und tiefste Powderhänge.

Unkonventionelle Shapes

Mit viel Fläche soll viel Luft unter Nase und Tail gelangen, und dem Backcountry-Freestyle-Board "Yes 20/20" von Powderhull den nötigen Auftrieb geben. Die Idee ist nicht neu und mathematisch untermauert, doch lange wurde sie aus ästhetischen Gründen verworfen. Dabei überzeugen die Fahreigenschaften des mit dem ISPO AWARD in Gold ausgezeichneten True-Twin-Freestyle-Boards. Eine Experimentierfreude, die viele Hersteller erfasst hat. Unter anderem hat sich auch Burton die "alternative Shapes" auf die Fahnen geschrieben.

Camber, Rocker oder Hybrid?

Nach dem Siegeszug des Rockers und verschiedenen Varianten von Hybrid-Technologie kehrt nach einem halben Jahrzehnt die klassische Camber-Bauweise wieder zurück. Unter anderem bringen Völkl und Rossignol ("Retox") wieder reine Camber-Boards auf den Markt.

Snowboarden wird erwachsen

Snowboarden ist seinen Kinderschuhen längst erwachsen. Sportart und Sportler werden erwachsen. Das zeigt sich einerseits darin, dass die Kunden nicht mehr nur kaufen, um in zu sein. Sie stellen höhere Ansprüche an Qualität, Technik, Design, Nachhaltigkeit und Preis. Weil auch die erste Generation Snowboarder erwachsen geworden ist, verschieben sich deren Vorlieben zunehmend von der Action in Park und Pipe hin zum genussvollen Fahren auf der Piste und im Gelände. Eine Entwicklung, die



sich auch in den Produkten niederschlägt. Explizit widmet sich Goodboards gezielt den Ü40-Boardern mit "ästhetischen, hochwertigen Brettern für Erwachsene".

Aufgeräumte Optik

Vorbei sind die Zeiten, in denen Snowboards wie fahrende Gemälde daher kamen. Aufgeräumt ist die Optik der neuen Bretter, Designs sind clean, die Farben eher dunkel. Für Hingucker sorgen Spot-Colours oder transparente Oberflächen, unter denen Technologie sichtbar wird. Auf dem Vormarsch sind immer mehr schlichte aber edle Oberflächen aus Echtholz.

Weitere Informationen zur ISPO finden Sie unter www.ispo.com und auf www.facebook.com/ispomunich.

Über die ISPO

Unter der Marke ISPO bietet die Messe München Veranstaltungen und ganzjährige Services für die weltweite Sportbranche an. Ziel ist es, Kunden umfassende Mehrwerte für ihre erfolgreiche Positionierung im Markt zu verschaffen. Die Services helfen, die Kunden bei ihrer unternehmerischen Entwicklung zu unterstützen sowie persönliche Kontakte und Beziehungen zu vertiefen. Hierzu zählen bereits ISPO ACADEMY, ISPO COMMUNITY, ISPO AWARD, ISPO BRANDNEW, ISPO CARD, ISPO JOBS und ISPO NEWS. Als international erfolgreiche Sport Business Plattformen und Multisegment-Messen gewähren die ISPO MUNICH, ISPO BEIJING und ISPO SHANGHAI einen Gesamtüberblick über ihre jeweiligen Märkte.

Messe München

Die Messe München ist mit rund 40 Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien allein am Standort München einer der weltweit führenden Messeveranstalter. 14 dieser Veranstaltungen sind in ihrer Branche international die Nummer 1. Mehr als 30.000 Aussteller und rund zwei Millionen Besucher nehmen jährlich an den Veranstaltungen auf dem Messegelände, im ICM – Internationales Congress Center München und im MOC Veranstaltungszentrum



Seite 5

München teil. Darüber hinaus veranstaltet das Unternehmen Fachmessen in China, Indien, der Türkei und in Südafrika. Mit Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien und in Afrika und mit über 60 Auslandsvertretungen, die mehr als 100 Länder betreuen, ist die Messe München weltweit präsent.

