



**Die Gewinner des Volvo SportsDesign Award 2008 „EcoDesign“ stehen fest**  
Verleihung des 4. Volvo SportsDesign Award zum Thema „EcoDesign – Form follows Sustainability“ im Rahmen der ispo\_winter 08

**München, 30.01.2008 –Die Gewinner des 4. Volvo SportsDesign Award 2008 mit dem Thema „EcoDesign – Form follows Sustainability“ sind gekürt. Teilnehmer aus Frankreich, Italien, Österreich, Deutschland, Schweden und USA zählten zu den Gewinnern. Sie wurden gestern abend auf der feierlichen Preisverleihung im Rahmen des Volvo SportsDesign Forum im ICM München mit dem begehrten internationalen Designpreis ausgezeichnet.**

Über 300 namhafte internationale Unternehmen und Designer hatten sich mit ihren Arbeiten um den bedeutendsten Preis für SportsDesign mit innovativen Konzepten zum Thema EcoDesign beworben. Im Namen der gesamten Jury lobte Andrej Kupetz, Geschäftsführer des Rat für Formgebung, die "für einen Designpreis für Sportartikel ungewöhnliche Vielfalt an Projekten und die Internationalität der eingereichten Arbeiten. Die Sportbranche hat aus ökologischer Sicht sehr gute Entwicklung gemacht. Die Botschaft des Themas EcoDesign wurde verstanden. Ökologie und Design werden in Zukunft noch mehr auf der Agenda von Designern und Industrie stehen.“

**VOLVO  
SPORTS  
DESIGN  
at ispo 08**

Am 08. Januar 08 traf sich die Jury des Volvo SportsDesign Awards in dem inspirierenden und idyllischen Ambiente von Familie Schweisfurth auf Gut Herrmannsdorf bei München. Die Experten mussten aus über 300 internationalen Einsendungen 35 Nominees in sieben Awardkategorien sowie die Favoriten auswählen. Die Kriterien für ökologisches und nachhaltiges Design waren: Funktionalität, Gestaltung, Innovationsgrad, Ergonomie, Form und Herstellung. Material, Produktion, Distribution, Produktlebenszyklus, Wiederverwertbarkeit und Nutzung.

**Die Gewinner des Volvo SportsDesign Award 2008 „EcoDesign“**

- o Outdoor Equipment: Nextec srl., OutDry® Membransystem zur Wasserdichtung von Schuhen, Italien
- o Ski Equipment: Grown Skis, Holzski, Deutschland
- o Board Equipment: Amer-Salomon, Salomon Snowboards, SickStick, Frankreich
- o Apparel: Klättermusen, Einride Jacket, Schweden
- o Wheelers: Essedum, CycleCaddy Streitwagen, Deutschland
- o Accessoires: Plantaplast, BioGolfTee, Österreich
- o Concepts: Max Koriath, "schöner bootfahren", Weissensee School of Art Berlin, Deutschland
- o Sonderpreis „EcoBrand of the Year“: Patagonia, USA

**Die Jury mit Experten aus den Bereichen Design, Mode, Sport, Industrie und Umwelt:**

- o Andrej Kupetz, Geschäftsführer des Rat für Formgebung, Frankfurt
- o Gerrit Terstiege, Chefredakteur „form“
- o Dr. Ali Ansari, Akademieleiter AMD, Akademie Mode und Design, München
- o Dr. Kuno Prey, Designer und Professor und Dekan an der Freien Universität Bozen, Italien
- o Reinhard Pascher, Geschäftsführer Pascher+Heinz Sportsmarketing, München
- o Peter Waeber, Geschäftsführer bluesign technologies AG, Schweiz
- o Ursula Tischner, Geschäftsführerin econcept, Köln
- o Christian Hochfeld, Stellvertretender Geschäftsführer Öko-Institut e.V., Freiburg
- o Mark Held, Geschäftsführer EOG Association for Conservation, Schweiz
- o Christoph Ebert, Diplom-Sportwissenschaftler, Lehrbeauftragter TU München
- o Petra Griesel, Community Manager, ispo München
- o Tobias Gröber, Group Director, ispo München
- o Niklas Gustavsson, Director Environmental Issues, Volvo Car Corporation Göteborg, Schweden
- o Jonathan Disley, Chefdesigner, Volvo Car Corporation Göteborg, Schweden
- o Anna Rosen, Designer, Volvo Car Corporation Göteborg, Schweden

Mit dem diesjährigen Award sind die Veranstalter zufrieden. "Der Award war dieses Jahr schon allein aufgrund des Themas EcoDesign noch anspruchsvoller als im vergangenen Jahr. Das Thema soll der Industrie auch einen Push geben, eine noch größeres Angebot zu entwickeln. Über 300 Bewerbungen für einen Award zum Thema Nachhaltigkeit und Design sind ein absoluter Rekord. Das zeigt, dass das Thema Nachhaltigkeit für Sportartikelindustrie und SportsDesign höchste Relevanz besitzt. Unser Angebot trifft in der Branche auf große Resonanz ", so Tobias Gröber, Leiter ispo München.

## **I. Kategorie Outdoor Equipment**

### **Nextec srl., OutDry®, Membransystem zur Wasserdichtung von Schuhen, Italien**

Die italienische Firma Nextec Srl. hat mit dem OutDry® Membransystem eine völlig neue Technologie für wasserfestes Schuhwerk entwickelt. Die OutDry®-Membran wird durch eine patentierte 3D-Laminations-Technologie direkt mit dem Obermaterial verbunden. Die 3D-Technologie sorgt dafür, nachträglich kein teurer Innenschuh eingenäht und angepasst werden muss. Die Membran wird nicht „flach“ (zweidimensional) auf das Obermaterial laminiert, sondern in der 3D-Laminations-Maschine auf einen (dreidimensionalen) Schuhleisten. Das Resultat ist eine perfekte Abdichtung mit der Schuhoberseite.

OutDry® ist eine innovative Membrantechnologie, die Wasserdichtung bei Schuhen ohne Einsatz von Lösungsmittelklebstoffen ermöglicht. Mit OutDry® wird Nässe schon auf der Oberfläche des Schuhs abgehalten und der effiziente Gebrauch von weniger Material bringt zusätzlich eine bessere Wasserdichte mit sich. Der OutDry® Laminierungsprozess basiert auf einer Heisskleber-Technologie. Es werden keine Lösungsmittelklebstoffe herkömmlicher Verfahren verwendet, um Wasserfestigkeit zu erreichen. Die direkte Verbindung des Obermaterial mit der wasserdichten Membran bewirkt, dass Wasser schon ganz außen abgewiesen wird und nicht erst vom Innenfutter. Der Schuh bleibt extrem trocken, auch zwischen Membran und Obermaterial kann sich kein Wasser sammeln. Die OutDry® Membran ist extrem atmungsaktiv, mit sehr guten Schweiß-Absorptions-Kapazitäten.

OutDry® ist eine Polyurethan-Membran, hydrophil und nicht mikroporös, hoch elastisch und sehr unempfindlich gegen die Folgen von wiederholten Biegungen und Streckungen. Herkömmliche Methoden für eine wasserfeste und atmungsaktive Funktion erfordern eine Kombination aus vielen verschiedenen Membranmaterialien, chemischen Substanzen und Bindemitteln. In den Raum zwischen dem sockenartigen wasserfesten Innenschuh und dem Außenschuh kann Wasser eindringen. Der Schuh saugt die Feuchtigkeit auf, wird schwer und feucht. Um dies zu verhindern wird in der herkömmlichen Produktionsmethode das Obermaterial stark mit perfluorsäurehaltigen Chemikalien imprägniert.

„Die Art wie wasserfeste und atmungsaktive Schuhe in Kombination von dem innovativen OutDry® Membransystem zusammen mit der 3D-Laminations-Technologie umweltfreundlich hergestellt werden können wird die Schuhindustrie revolutionieren“ erklärt Jonathan Disley, Jurymitglied und Chefdesigner Volvo Car Corporation Göteborg. „Der Verzicht auf Lösungsmittelklebstoffe und andere Chemikalien, die bei der herkömmlichen Herstellung wasserdichter Schuhe verwendet werden, macht die OutDry® Technologie zu einem klaren Gewinner“, ergänzt Jurymitglied und Umweltexpertin Professor Ursula Tischner.

## **II. Ski Equipment**

### **Grown Skis, Holzski, Deutschland**

Die deutsche Firma Grown Skis produziert lokal und benutzt einen extrem energiearmen Herstellungsprozess, bei dem zu 100 Prozent auf erneuerbare Energie zurückgegriffen wird. Grown Skis kombiniert traditionelle Handarbeit mit modernen Entwicklungsmethoden, die den Gebrauch von nicht-natürlichen Materialien verringern. Gleichzeitig ist die Produktion von Höchstleistungs-Freeride-Skis möglich. Grown Skis verwenden so wenig Karbon wie möglich, verzichten auf Fiberglas, Plastik Top Sheets, Seitenränder oder Beschichtungen mit Aufdruck oder Lack.

Grown Skis kombiniert Holz mit dem High-Techmaterial Karbon in einem zeitlosen, puren und schlichten Design, mit einem hölzernen geöltem Top Sheet. 80 Prozent des Skis ist aus heimisch angebautem und produziertem Holz. In einem Recyclingprogramm werden alte Ski wiederverwertet, indem aus ihnen Bettgestelle gemacht werden. Die dabei anfallenden Holzspäne werden zu Skiclips weiterverwertet. In der Distribution arbeitet das Unternehmen mit nachhaltig agierenden Skigebieten zusammen. Grown Skis minimiert den ökologischen Fußabdruck durch Reduktion auf das Wesentliche und Maximierung des Fahrvergnügens durch Konzentration auf Höchstleistung.

„Dieses Produkt ist ein echtes Statement. Die Entwicklung von Skis ging in den letzten Jahrzehnten immer weiter in Richtung Hightech in punkto Technologie und Materialien. Dieser Holzski von Grown ist eine Wiederentdeckung und Rückbesinnung auf die Qualität der klassischen Materialien aus nachwachsenden Ressourcen aus denen früher Ski hergestellt wurden“, erklärt Andrej Kupetz, Geschäftsführer des Rat für Formgebung. „Die nachhaltige Herstellungsweise von Grown Skis sollte richtungweisend für die gesamte Skiindustrie sein.“

### **III. Board Equipment**

#### **Amer-Salomon, Salomon Snowboards, SickStick, Frankreich**

Das SickStick von Salomon Snowboards reflektiert Markenphilosophie von Salomon und Wölle Nyvelts Geländefahrstil, Mitglied des Salomon Snowboardteam: „Ignoriere die bestehenden klassischen Grenzen, nimm das Beste von Allem und verfeinere es mit deinem Style.“ Dies wird begleitet mit dem Prinzip Nachhaltigkeit. Die nachhaltige Konstruktion des SickStick ist Ergebnis eines dreijährigen Entwicklungsprozesses. Ziel war es, die Produktleistung zu verbessern und dabei den ökologischen Fußabdruck in der Snowboardproduktion signifikant zu verringern. Salomon setzt mit dem SickStick (Backcountry Kicker Bord) auf Bambus als Werkstoff. Bambus ist die schnellstwachsendste Pflanze der Welt, absorbiert mehr CO<sub>2</sub> und produziert mehr Sauerstoff als die meisten anderen Pflanzen der Erde.

Das SickStick besteht aus einem Bambusholzkern, der wiederverwertbar ist. Für das Topsheet wird so deutlich weniger Acryl, Plastik, Glasfasern und Epoxidharz benötigt. Auch in den Seitenwangen können durch die Verwendung des Bambusmaterials Acrylharze eingespart werden. In jedem Board ersetzen 400 Gramm Bambus die Menge von 300 Gramm Plastik, 100 Gramm Kunstharz und 200 Gramm Fiberglas. Ausgeliefert wird das SickStick in einer Baumwoll-Bambus-Hülle anstelle von PVC-Hüllen. Die Anhängeschilder sind aus recyceltem bedrucktem Papier und ersetzen die bisherigen laminierten Sticker. Die Boards sind bei gleicher Stabilität und gleichem Flex um mehr als 10 Prozent robuster.

„Die einzigartige Kombination von Design und verwendetem Material macht das SickStick Snowboard zu einem klaren Gewinner in der Kategorie Boards. 400 Gramm Bambus ersetzen alleine schon 300 Gramm Plastik. Es kommt auch weniger Kunstharz und Fiberglas zum Einsatz. Das Sickstick ist ein echtes Vorzeigeprodukt für die Branche“, erklärt Jurymitglied und Umweltexpertin Professor Ursula Tischner.

## **IV. Apparel**

### **Klättermusen, Einride Jackets, Schweden**

Klättermusen ist ein kleines schwedisches Unternehmen, das sich stark in Umweltfragen engagiert und konsequent Herstellung und Design nach den Prinzipien der Nachhaltigkeit abstimmt. Die Etaproof-Baumwolle in den Einride Jackets ist aus organischer Baumwolle hergestellt, die nach EU Umweltrichtlinien angebaut und von der unabhängigen Organisation Skal international kontrolliert wird. Durch den Verzicht von Pestiziden, Insektiziden und Kunstdünger beim Baumwollanbau wird das Ökosystem entlastet. Die Anbauer und Baumwollenernter sind weniger Gesundheitsrisiken ausgesetzt. Die Fabrikate werden in einem geschlossenen System gefärbt, um die Wasserverschmutzung durch Chemikalien zu verhindern. Die wasserfeste Laminierung der Jacke ist frei von Fluorcarbonen, Diese sondern Perfluorooctansäure ab. Neueste Untersuchungen zeigen, dass diese hormonähnliche Substanz die Reproduktionsfähigkeit von Tier und Mensch beeinträchtigt.

Die nominierte Jacke „Einride“ ist dicht aus Baumwolle gewebt, äußerst windsicher und hält in leichtem Regen über Stunden trocken. Wasserresistenz wird durch die Konstruktion erzielt - das Gewebe schwillt an, wenn es nass wird. Asymmetrische, wasserabweisende Reißverschlüsse bieten zusätzlichen Schutz. Die Jacke ist umwandelbar in eine Bauchtasche. Ein Kompass und eine Pfeife befinden sich am Taillengürtel. Klättermusen ist bestrebt langlebige Produkte mit zeitlosen Farben und so haltbar wie möglich herzustellen. Ab Sommer 2007 wird Klättermusen ein Prozent seiner Umsätze in verschiedene Umweltprojekte investieren.

„Das Einride Jacket ist ein ehrliches, puristisches, funktionales Produkt in sehr schönem zeitlosem Design. Es ist in der Tat sehr skandinavisch und erfüllt mit seiner Herstellungsweise und den verwendeten Materialien alle Anforderungen an EcoDesign und nachhaltige Produktionsweise“, so Jurymitglied Jonathan Disley, Chefdesigner Volvo Car Corporation Göteborg.

## **V. Wheelers**

### **Essedum, CycleCaddy, Modell „StreitWagen“, Deutschland**

Eine sperrige Golftasche voll mit Schlägern, Tees und anderem Equipment zwingt Golfer stets ein Auto zu benutzen um zum ersehnten Grün zu gelangen. Diesen Gedanken zusammen mit dem Umweltaspekt im Hinterkopf hat das junge deutsche Unternehmen Essedum genutzt und den einzigen fahrradkompatiblen Golfrolley auf dem Markt entwickelt. Getreu dem Motto „You can't get faster to the first tee“ können Golfer jetzt ihrer Passion leicht per Fahrrad nachgehen. Der CycleCaddy ist in erster Linie ein Trolley. Balance, Gewicht und Handling dieses leichtgängigen Alu-Trolleys sind vor allem auf die Bedürfnisse im Handbetrieb abgestimmt. Der zerlegbare Rahmen aus oversized Aluminiumrohr, das auch bei hochwertigen Mountainbikes verbaut wird, bringt bei extremer Stabilität lediglich 4,3 kg auf die Waage. Die für die Fahrradfunktion notwendige ausziehbare Deichsel überzeugt auch im Handbetrieb mit Vorteilen. Egal mit wieviel Gepäck Sie auf die Runde gehen, durch die ausziehbare Deichsel lässt sich der CycleCaddy immer perfekt austarieren.

Es gibt viele Fahrradträger, keiner eignet sich als Golfrolley. Und es gibt viele Golfrolleys, aber keiner lässt sich an einem Fahrrad befestigen. Die Idee beide Funktionen miteinander zu vereinbaren war die Herausforderung: Ein Golfrolley muss leicht und einfach im Handling sein. Ein Fahrradträger muss höheren Geschwindigkeiten widerstehen und stabil sein. Das Produktdesign muss für beide Funktionen – Gehen und Fahren - optimal abgestimmt sein. Sowohl als Golfrolley als auch als Fahrradträger, der Streitwagen von Essedum deckt beide Bereiche vorteilhaft ab.

„Auf dem Fahrrad zusammen mit dem Golfequipment zum Golfplatz zu fahren und dann den CycleCaddy auf dem Platz als Golfrolley zu nutzen ist ein ungewöhnliches und extrem umweltfreundliches Konzept, das den Preis in dieser Kategorie absolut verdient“, begründet Jurymitglied Jonathan Disley, Chefdesigner Volvo Car Corporation Göteborg die Jury-Entscheidung.

## **VI. Accessories**

### **Plantaplast, BioGolfTee, Österreich**

Das österreichische Unternehmen Plantaplast hat eine revolutionäre Idee im Golfbusiness in die Realität umgesetzt. Plantaplast hat mit dem BioGolfTee den ersten zu Prozent biologisch abbaubaren Golftee entwickelt, hergestellt aus rein natürlicher Weizenstärke in Verbindung mit weiteren natürlichen Polymeren. Das Prinzip Nachhaltigkeit wird durch den schnell nachwachsenden Rohstoff Weizen und die Entlastung der Umwelt durch die biologische Abbaubarkeit gewährleistet. Die Tees sind in zwei Längen und sechs Farben erhältlich. Die Farben für die Tees sind umweltfreundlich. Auch die Spielfreude beim Golf wurde berücksichtigt: BioGolfTees sind haltbarer als klassische Holz-Tees und ermöglichen einen perfekten Abschlag. Jedes BioGolfTee kann mit umweltfreundlichen Farben individuell bedruckt, personalisiert und individuell gebrandet werden.

„Hier handelt es sich um eine sensationelle und simple Idee: In Zukunft muss sich kein Golfspieler Gedanken mehr über vergessene oder verlorene Golftees auf dem Golfplatz machen. Diese BioGolfTees sind aus natürlicher Weizenstärke hergestellt, in 6-12 Wochen zu 100 Prozent im Boden biologisch abbaubar und schaden so der Umwelt nicht“ erklärt Professor Ursula Tischner, Jurymitglied und Umweltexpertin.

## **VII. Concepts**

### **Max Koriath, „Schöner Bootfahren“, Weissensee Kunsthochschule Berlin**

Max Koriath, ein Student der Weissensee Kunsthochschule in Berlin, hatte die Idee, ein gewöhnliches traditionelles Material zu kombinieren mit einer Form, die normaler Weise bei industriell hergestellten Produkten verwendet wird. Er hat ein hölzernes Boot mit einem vollkommenen neuen Herstellungsprozess interpretiert.

Moderne Techniken und Herstellungsprozesse können dabei helfen, Holzboote im Bootsbau attraktiver zu machen. Holzboote haben ihren eigenen Charme. Als Material hat Holz viele Vorteile, vor allem im Sinne der Nachhaltigkeit. Holz ist ein nachwachsender Rohstoff, voll kompostierbar und weist eine extrem positive Lebenszyklusbewertung (LCA) auf. Kaputte Teile können leicht ersetzt werden. Der Produktionsprozess für Holzboote ist mit dem von Fiberglas verstärkten Plastikbooten vergleichbar. Es handelt sich um ein Modul Konzept, bei dem das Boot in Teilen und nicht im ganzen Stück hergestellt wird. Es entstehen dabei keine chemischen Dämpfe und es gibt kein Gesundheitsrisiko für die Arbeiter. Das Boot ist aus Buchenholz hergestellt, ein Holz das in Deutschland und anderen Ländern wächst. Das Buchenholz wird in einem industriellen Prozess verarbeitet, der eine dreidimensional gerundete Freiformoberfläche möglich macht. Auf diese Art und Weise verarbeitet, könnte es das herkömmliche fiberglasverstärkte Plastik ersetzen, das üblicherweise im Bootsbau verwendet wird. Ein weiterer Prozess macht das Holz resistent gegenüber Schimmelpilzen und macht es fahrbar auf Wasser. So werden die vorteilhaften Eigenschaften von Holz erhalten und genutzt.

## **Sonderpreis „EcoBrand of the Year 2008“: Patagonia**

"Der Volvo SportsDesign Award ist ein anerkanntes Aushängeschild der internationalen Szene für Sportmode und Design. Patagonia gehört mit zu den interessantesten Firmen in der Branche für Outdoorbekleidung und hat ein ökologisch ausgerichtetes Firmenkonzept, das die Verringerung der Umweltbelastung ganz klar vor eine um jeden Preis kostengünstige Produktion stellt", begründet Jonathan Disley, Chefdesigner von Volvo Cars, Mitveranstalter und Jurymitglied des Volvo SportsDesign Awards die Verleihung des Preises für besondere Leistungen.

In den vergangenen 12 Monaten unterstützte Patagonia weltweit Umweltschutzgruppen mit insgesamt 2,5 Millionen US Dollar. Dieser Betrag entspricht der "Erdsteuer", die Patagonia Gründer und Besitzer, Yvon Chouinard, sich selbst auferlegt hat. Seit 1984 engagiert sich Patagonia im Umweltschutz und fördert mit jährlich einem Prozent des Umsatzes weltweit Projekte im Bereich Umwelt und Renaturierung. Im Rahmen des Programms sind bisher mehr als 25 Millionen US Dollar von Patagonia für die Erhaltung und Wiederherstellung der Umwelt investiert worden. Patagonias Engagement im Umweltschutz war von Anfang an ein Grundpfeiler der Firmenphilosophie. Seit 10 Jahren verwendet Patagonia ausschließlich biologisch angebaute Baumwolle. Gleichzeitig wurden andere Hersteller inspiriert und motiviert, dem Beispiel zu folgen. Umweltbelastungen bei der Herstellung eines Artikels oder durch den Anbau des dafür notwendigen Rohstoffs, durch Färbemittel und Oberflächenbehandlung sollten so klein als nur irgend möglich sein. Mittelfristiges Ziel ist es, alle Produkte recyceln zu können. Die Designphilosophie von Patagonia wurde von einem Spruch des französischen Fliegers und Autors Antoine de Saint-Exupéry abgeleitet: "Perfektion ist nicht dann erreicht, wenn es nichts mehr hinzuzufügen, sondern dann, wenn es nichts mehr weg zu nehmen gibt."

Weitere Informationen, Bildmaterial unter [www.ispo-sportsdesign.com](http://www.ispo-sportsdesign.com).

### **Informationen zum VOLVO SportsDesign AWARD**

*Im Jahr 2005 riefen die VOLVO Car Corporation Göteborg und die ISPO München, weltgrößte Sportartikel- und Sportmode-Fachmesse, den VOLVO SportsDesign AWARD ins Leben. Damit werden Produkte ausgezeichnet, die sich entweder durch ihre Innovation oder durch ihr Design innerhalb der Sportindustrie besonders hervorgetan haben. Der VOLVO SportsDesign AWARD hat sich in der Zwischenzeit zu einer der begehrtesten Auszeichnungen für Industrie, Designer und Studenten entwickelt. Der Preis wird dieses Jahr zum vierten Mal verliehen. Für die Gewinner und nominierten Produkte gibt es eine speziell konzipierte AWARD Ausstellung auf der ispo winter 08 und ispo sport & style 08. Jeder Gewinner erhält eine Award-Skulptur und eine doppelseitige Präsentation des Produktes im VOLVO SportsDesign Award-Jahrbuch. Es ist geplant, die Gewinnerprodukte auf den VOLVO SportsDesign-Ausstellungen wie z.B. bei den Olympischen Spielen 2008 in Peking zu zeigen.*

Organisation: Pascher+Heinz GmbH SportsMarketing • Sigmund-Riefler-Bogen 2 • D - 81829 München  
Tel. +49 (0)89-9441960 • [jakob@pascher-heinz.com](mailto:jakob@pascher-heinz.com) • [www.ispo-sportsdesign.com](http://www.ispo-sportsdesign.com)  
Public Relations: brand.new.taste. • Anja Meisel • Schulterblatt 124 • D - 20357 Hamburg  
Tel.: +49 (0)40-507 11 33 6 • [Anja.Meisel@brandnewtaste.de](mailto:Anja.Meisel@brandnewtaste.de)