Unter Sperrfrist bis zum 4. November, 16:00 Uhr MEZ

Die globale Sportartikelindustrie setzt sich gemeinsam dafür ein, dass sich die nächste Generation mehr bewegt.

Die weltweit führenden Sportartikelunternehmen verpflichten sich, der nächsten Generation zu mehr Bewegung zu verhelfen, da neue Daten der WHO zeigen, dass 86 % der Jugendlichen die empfohlenen Bewegungsrichtwerte immer noch nicht erreichen.

Bern, 4. November 2026 –

84 Sportartikelunternehmen und -verbände haben einen von der World Federation of the Sporting Goods Industry (WFSGI) koordinierten offenen Brief unterzeichnet. Darin verpflichten sie sich, ihre Bemühungen zu intensivieren, damit noch mehr junge Menschen von den lebenslangen Vorteilen von Sport, Bewegung und körperlicher Aktivität profitieren können.

Der Brief ist eine Reaktion auf neue Daten zur körperlichen Aktivität der Weltbevölkerung, die heute von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) in der Fachzeitschrift *The Lancet* veröffentlicht wurden und das Ausmaß der Herausforderungen verdeutlichen, vor denen junge Menschen weltweit stehen.

Die Ergebnisse zeigen, dass 86 % der Jugendlichen die empfohlenen Aktivitätsniveaus nicht erreichen, während etwa jeder Vierte (240 Millionen 11- bis 17-Jährige) angibt, in einer typischen Woche überhaupt keine aktiven Tage zu haben. Mädchen sind in allen Regionen der Welt nach wie vor weniger aktiv als Jungen. Bewegungsmangel ist ein Risikofaktor ersten Ranges für nichtübertragbare Krankheiten, auf die weltweit 75 % aller Todesfälle entfallen. In diesem Zusammenhang ist es von entscheidender Bedeutung, junge Menschen dabei zu unterstützen, die Gewohnheit zu entwickeln, Freude an Sport, körperlicher Aktivität und Bewegung zu finden.

Zu den Unterzeichnern gehören unter anderem adidas, ASICS, Bauer, Decathlon, New Balance und Nike sowie insgesamt 84 Sportartikelverbände, Hersteller, Marken und Einzelhändler aus der gesamten globalen Sportartikel-Wertschöpfungskette.

Gemeinsame Antwort der Branche auf eine gemeinsame Herausforderung

Der offene Brief spiegelt die wachsende Erkenntnis in der gesamten Sportartikelbranche wider, dass der Abbau von Hindernissen und die Erleichterung der Teilnahme junger Menschen an körperlicher Aktivität nicht nur für die öffentliche Gesundheit, sondern auch für die Zukunft des Sports selbst von entscheidender Bedeutung sind.

Die unterzeichnenden Unternehmen anerkennen, dass die Branche zwar in Basisprogramme, kommunale Initiativen, Sportler-Sponsoring und Teilnahmekampagnen investiert, die jüngsten Erkenntnisse der WHO jedoch zeigen, dass gezieltere gemeinsame Maßnahmen erforderlich sind, insbesondere um die am wenigsten aktiven Jugendlichen zu erreichen und anhaltende Teilnahmelücken zu schließen.

Kein einzelnes Unternehmen kann diesen Trend allein umkehren, doch die Sportartikelbranche ist in einer einzigartigen Position, um die Reaktion darauf anzuführen – mit der Reichweite, dem

Einfluss und der Glaubwürdigkeit, um Bewegung in großem Maßstab anzuregen und zu ermöglichen. Laut *„The Industry That Moves the World“*, dem neuen Bericht des WFSGI über die wirtschaftlichen Auswirkungen, der gemeinsam mit Oliver Wyman erstellt wurde, erwirtschaftet die Branche einen Jahresumsatz von rund 675 Milliarden US-Dollar und sichert weltweit 28 Millionen Arbeitsplätze.

„Unser größter Konkurrent ist die Inaktivität. Unsere größte Chance ist die Teilnahme“, sagte **Emma Zwiebler, Geschäftsführerin der WFSGI**. *„Die neuesten Daten der WHO zeigen, warum wir nicht tatenlos zusehen dürfen. Als Branche verfügen wir über die Reichweite, das Fachwissen und die Möglichkeit, den Wandel voranzutreiben. Dieser Brief ist eine Verpflichtung zur Zusammenarbeit untereinander sowie mit Partnern aus dem öffentlichen und privaten Sektor innerhalb des Sportökosystems , ‘ und darüber hinaus. Wenn Regierungen, Wirtschaft und Gesellschaft es ernst meinen mit der Schaffung einer gesünderen, aktiveren Bevölkerung, sollten wir es ebenso ernst meinen mit der Unterstützung junger Menschen – insbesondere der am wenigsten aktiven –, damit sie die Möglichkeit haben, sich zu bewegen, zu spielen und sich zu entfalten.“*

Javier López, CEO von Decathlon, erklärt weiter*: „Die neuesten Erkenntnisse der WHO unterstreichen die dringende Notwendigkeit, Maßnahmen gegen Bewegungsmangel bei Jugendlichen zu beschleunigen. Bei Decathlon setzen wir uns kontinuierlich dafür ein, die Hindernisse für Bewegung und einen aktiven Lebensstil zu verstehen und zu beseitigen. Die Sicherung des Wohlbefindens unserer Jugend ist eine gemeinsame Verantwortung, die eine sektorübergreifende Zusammenarbeit erfordert, damit jedes Kind und jeder Jugendliche die lebenslangen Vorteile des Sports erleben kann.“*

Vier gemeinsame Verpflichtungen

Mit dem offenen Brief verpflichten sich die Unterzeichner dazu:

1. Initiativen umzusetzen, die die Beteiligung von Jugendlichen steigern, die Geschlechterkluft schließen und die am wenigsten aktiven Jugendlichen erreichen.
2. Best-Practice-Beispiele und evidenzbasierte Lösungen durch Zusammenarbeit innerhalb der Sportartikelbranche und darüber hinaus auszutauschen.
3. Mit globalen, regionalen und nationalen Akteuren zusammenzuarbeiten, die die Systeme und Rahmenbedingungen verändern können, die die körperliche Aktivität von Jugendlichen prägen.
4. Sich stärker mit Regierungen zu engagieren, um sich für eine bessere Abstimmung zwischen den Politikbereichen Gesundheit, Bildung, Sport, Handel und Stadtplanung einzusetzen.

Gemeinsam sollen diese Verpflichtungen die Zusammenarbeit zwischen Industrie, Regierungen, Schulen, Gesundheitsfachkräften und Sportorganisationen stärken. Die unterzeichnenden Unternehmen werden dazu beitragen, dass jeder junge Mensch gleichberechtigten Zugang zu sicheren, erschwinglichen und freudvollen Möglichkeiten für körperliche Aktivität, Sport und Bewegung erhält.

Branchenführer schließen sich zusammen, um die nächste Generation in Bewegung zu bringen

Vanessa Garcia-Brito, VP und Chief Impact Officer, NIKE, Inc. *– „Die neuen Daten der WHO machen deutlich, dass weltweit zu viele junge Menschen nicht die körperliche Aktivität erhalten, die sie für eine gesunde Entwicklung benötigen – wobei Mädchen häufiger als Jungen Tage ohne körperliche Aktivität verzeichnen. Dies ist unserer Branche bekannt und daran arbeiten wir gemeinsam mit unseren WFSGI-Partnern, um dies zu ändern. Wir müssen jetzt dringend handeln, um Sport und Spiel zugänglicher, unterhaltsamer und für alle einladender zu gestalten. Bei Nike arbeiten wir mit unseren Mitarbeitern, Athleten, gemeinnützigen Organisationen, Experten und Trainern zusammen, um eine Zukunft des Jugendsports zu gestalten, die zugänglich, unterhaltsam und inklusiv ist und in der sich jeder junge Mensch, insbesondere Mädchen, zugehörig fühlt.“*

Gary Raucher, Global Head of Marketing und Vorstandsmitglied bei ASICS *– „Unser ‚Movement Conservation Report‘ zeigt, wie das moderne Lebensgewohnheiten die Bewegung still und leise aus dem Alltag verdrängen. Die heute veröffentlichten neuen Daten der WHO zur Bewegungsmangel Jugendlicher zeigen, wie sehr junge Menschen davon betroffen sind. Bewegung ist nicht nur für unseren Körper, sondern auch für unseren Geist unverzichtbar – eine Überzeugung, die ASICS seit mehr als 75 Jahren leitet. Doch keine einzelne Marke kann diese Herausforderung alleine bewältigen. Deshalb steht ASICS in dieser Frage an der Seite der gesamten Branche.“*

Mary-Kay Messier, CMO bei Bauer Hockey *– „Sport fördert Gesundheit, Selbstvertrauen, Freundschaften und ein dauerhaftes Zugehörigkeitsgefühl. Die abnehmende körperliche Aktivität bei Jugendlichen erfordert Maßnahmen. Bauer arbeitet seit langem mit führenden Vertretern der Gemeinschaft zusammen, um mehr Kinder für den Eishockeysport zu begeistern. Durch die WFSGI können wir die Reichweite und die Ressourcen unserer Branche bündeln, um Hindernisse zu beseitigen und mehr Möglichkeiten zum Spielen zu schaffen. Da sich Bauer seinem 100-jährigen Jubiläum nähert, wird die Kraft des Spielens im Mittelpunkt all unseres Handelns stehen.“*

WHO-Bericht: Eine Generation, die zu kurz kommt

Die WHO-Analyse stützt sich auf Daten aus 389 bevölkerungsbezogenen Erhebungen, die in 140 Ländern und Gebieten durchgeführt wurden und mehr als 3,2 Millionen Jugendliche im Alter von 11 bis 17 Jahren umfassen.

Weltweit gab jeder vierte Jugendliche an, in der vergangenen Woche an keinem Tag körperlich aktivgewesen zu sein – das entspricht etwa 240 Millionen jungen Menschen weltweit. Diese neuen Daten ersetzen frühere globale Schätzungen, wonach im Jahr 2016 81 % der Jugendlichen die empfohlenen Aktivitätsziele nicht erreichten.

Die Lücke bei Mädchen schließen

Die neuen Daten verdeutlichen eine anhaltende geschlechtsspezifische Kluft bei der Teilnahme in allen Regionen. 28 % der Mädchen gaben an, in einer typischen Woche an keinem Tag körperlich aktiv gewesen zu sein, verglichen mit 22 % der Jungen.

In der Erkenntnis, dass die Hindernisse für die Teilnahme bei Mädchen oft anders gelagert sind, haben sich die Unterzeichner verpflichtet, Erkenntnisse auszutauschen und Ansätze zu erarbeiten, die dazu beitragen, dass mehr Mädchen Sport treiben und körperlich aktiv bleiben –

unter anderem durch den Zugang zu Ausrüstung, sicheren Räumen, Training und schulischen Programmen.

Wie geht es weiter?

Der offene Brief steht weiterhin zur Unterzeichnung durch Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Sportartikelbranche offen, darunter Hersteller, Marken und Einzelhändler.

Unternehmen, die daran interessiert sind, die Initiative zu unterstützen, können sich an Caroline Brooks, Leiterin des Bereichs Körperliche Aktivität bei der WFSGI, unter cbrooks@wfsgi.org wenden. Das Ziel ist einfach: mehr Organisationen für eine gemeinsame Initiative zu gewinnen, um sicherzustellen, dass die nächste Generation alle Möglichkeiten hat, die lebenslangen Vorteile von Sport, körperlicher Aktivität und Bewegung zu erleben.

Der vollständige Brief und die Liste der 84 Unterzeichner sind HIER verfügbar

##ENDE##

Hinweise für Redakteure

- Die Daten zur körperlichen Aktivität von Jugendlichen stammen von der Weltgesundheitsorganisation und aus „The Lancet“, veröffentlicht am 4. November 2026 – siehe die folgenden beiden Links:
- Strain T, Flaxman SR, Ricardo LIC, Guthold R, Riley LM, Cowan M, et al. Nationale, regionale und globale Trends bei der körperlichen Aktivität von Jugendlichen von 2010 bis 2025: Die Studie wertet Daten aus 389 Erhebungen mit insgesamt 3,2 Millionen Teilnehmenden aus 140 Ländern aus.
- . Lancet Global Health. 2026; https://doi.org/10.1016/j.langlo.2026.104099
- Der WHO-Bericht: Eine Generation, die zu kurz kommt: Globale Trends bei der körperlichen Aktivität von Jugendlichen, 2010–2025. Genf: Weltgesundheitsorganisation; 2026. https://doi.org/10.2471/B09945
- Die Branchenzahlen stammen aus *„The Industry That Moves the World“* (WFSGI und Oliver Wyman, September 2026). economic-report.pdf
- Der offene Brief, die Liste der Unterzeichner und Bildmaterial zur Veröffentlichung sind verfügbar unter: https://wfsgi.org/news-events/open-letter-youth-inactivity/ Sperrtermin: 4. November 2026, 16:00 Uhr MEZ
- Für Interviews zur Verfügung stehen: Emma Zwiebler, CEO, WFSGI; Gary Raucher, Global Head of Marketing und Vorstandsmitglied bei ASICS
- WFSGI veranstaltet gemeinsam mit SGI Europe am 12. November ein Webinar zum Thema ‘Policy, Participation & Prosperity: Why the Sporting Goods Industry Matters’, bei dem die neuen WHO-Daten zur Bewegungsarmut bei Jugendlichen diskutiert werden. Hier anmelden.

Über den WFSGI

Der World Federation of the Sporting Goods Industry (WFSGI) ist der weltweite Verband, der die Sportartikelbranche vertritt. Seine mehr als 150 Mitgliedsunternehmen, darunter Marken, Hersteller und Einzelhändler, erwirtschaften rund 70 % des weltweiten Sportartikelumsatzes. Der WFSGI bringt die Branche zusammen, um sich auf die Prioritäten abzustimmen, für diese einzutreten und entsprechend zu handeln – von Handel über Nachhaltigkeit bis hin zu körperlicher Aktivität. Sie ist die einzige Organisation außerhalb des öffentlichen Sektors, die den Status „Official Relations“ bei der Weltgesundheitsorganisation innehat.

Medienkontakt

Linda Murphy, Leiterin der Kommunikationsabteilung der WFSGI: lmurphy@wfsgi.org