BERN, 4 NOVEMBER 2026

Offener Brief an die Sportartikelbranche zur Veröffentlichung der WHO-Daten von 2026 zur Bewegungsarmut bei Jugendlichen

Gemeinsam gegen unseren größten Konkurrenten: Bewegungsmangel bei Jugendlichen

---

Liebe Kolleginnen und Kollegen aus der globalen Sportartikelbranche,

dieser Brief richtet sich nicht an Regierungen.

Er richtet sich an uns: die Hersteller, Marken, Einzelhändler und Verbände, die eine der dynamischsten Branchen der Welt bilden.

Heute lädt der Weltverband der Sportartikelindustrie (WFSGI) jedes Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Sportartikelbranche ein, sich uns anzuschließen, diesen offenen Brief zu unterzeichnen und sich zu verpflichten, noch mehr zu tun, um eine der größten Herausforderungen für die Zukunft des Sports und der körperlichen Aktivität anzugehen: Bewegungsmangel bei Jugendlichen.

Durch unsere Produkte, Gemeinschaften und Sponsoring-Aktivitäten sind wir der Motor, der die Teilnahme an Sport und körperlicher Aktivität rund um den Globus vorantreibt. **Wir sind in jeder Hinsicht die Branche, welche die Welt bewegt.**

Doch heute **zeichnen neue Daten der WHO ein düsteres Bild: Weltweit erreichen 86 % der Jugendlichen nicht das empfohlene Maß an körperlicher Aktivität, jeder Vierte gibt an, unter der Woche an keinem einzigen Tag aktiv zu sein, und Mädchen sind in allen Regionen der Welt durchweg weniger aktiv als Jungen.**

Der Artikel in „The Lancet Global Health" über Trends bei der körperlichen Aktivität von Jugendlichen (2010–2025) und der dazugehörige WHO-Bericht *„A Generation Missing Out"* zeigen eine große globale Herausforderung auf, auf die wir als Branche gemeinsam mit anderen öffentlichen und privaten Akteuren reagieren müssen.

WARUM DIES FÜR UNSERE BRANCHE VON BEDEUTUNG IST

Die Sportartikelbranche erwirtschaftet einen Jahresumsatz von mehr als 614 Milliarden US-Dollar, trägt rund 675 Milliarden US-Dollar zum globalen BIP bei und sichert weltweit 28 Millionen Arbeitsplätze. Sie investiert in Innovation, Breitensportprogramme, Sponsoring, kommunale Initiativen und Produkte, die Menschen zu Bewegung inspirieren.

Der neue WHO-Bericht hebt hervor, wie sich verändernde Lebensweisen, Umweltbedingungen und zunehmende Bildschirmzeit die Bewegungsmöglichkeiten junger Menschen einschränken. **Für viele Kinder und Jugendliche sind Sport und körperliche Aktivität aus dem Alltag verdrängt worden, und ihnen entgehen die lebenslangen körperlichen, geistigen und sozialen Vorteile, die Bewegung mit sich bringt.**

Dies ist eine Herausforderung für die öffentliche Gesundheit, das Bildungswesen sowohl in sozialer und wirtschaftlicher Hinsicht. Aber es ist auch eine Herausforderung für die Branche.

Sinkende Teilnehmerzahlen schwächen die Gemeinschaften, Förderwege und die Kultur, auf denen der Sport und unsere Branche beruhen. Wenn weniger junge Menschen eine lebenslange Verbindung zur Bewegung entwickeln, sinken die Teilnehmerzahlen, schrumpfen die Talentförderbeiträge, schwächen sich die Gemeinschaften, und das Fundament, auf dem unsere Branche und die gesamte Sportwirtschaft aufgebaut sind, wird brüchiger.

Die neuesten Erkenntnisse der WHO müssen ein Weckruf für alle Akteure der Branche und die Gesellschaft als Ganzes sein, sich zu fragen: Was werden wir noch tun?

REAKTION AUF DIE HERAUSFORDERUNG

Die Antwort wird für jedes Unternehmen anders ausfallen. Das kann bedeuten, Produkte zugänglicher zu machen, in Teilnahmeprogramme zu investieren, Schulen und Gemeinschaften zu unterstützen, die Interaktion mit jungen Menschen zu überdenken oder durch Innovation Hindernisse für körperliche Aktivität zu beseitigen.

Kein einzelnes Unternehmen kann die Krise des Bewegungsmangels bei Jugendlichen allein bekämpfen. Doch als Branche sind wir in einer einzigartigen Position, um einen bedeutenden Beitrag zu leisten. **Wir verfügen über globale Reichweite, vertrauenswürdige Marken, starke**

Verbindungen zu den Gemeinden, Fachwissen zur Verhaltensänderung und ein gemeinsames Ziel, das in der Bewegung verwurzelt ist.

Im Jahr 2024 schlossen sich 25 WFSGI-Mitgliedsunternehmen zusammen, um das Bewusstsein für die zunehmende Bewegungsarmutskrise bei Erwachsenen zu schärfen. Im Jahr 2025 veröffentlichte der WFSGI seinen ersten *„Physical Activity Impact Report"*, in dem die Bemühungen von 36 Unternehmen zur Steigerung der Teilnahme vorgestellt wurden. Die neuesten Daten der WHO zur Jugend zeigen, dass der Fortschritt ins Stocken geraten ist und die Herausforderung immer dringlicher wird.

Deshalb verpflichten sich die Unterzeichner dieses Schreibens, gemeinsam mit dem WFSGI – sowohl als Branche als Ganzes als auch individuell – Maßnahmen in vier Schlüsselbereichen zu ergreifen:

1. *Initiativen umzusetzen, die die Beteiligung von Jugendlichen steigern, die Geschlechterkluft schließen und die am wenigsten aktiven Jugendlichen erreichen*
2. *Austausch bewährter Verfahren und evidenzbasierter Lösungen durch Zusammenarbeit innerhalb der Sportartikelbranche und darüber hinaus*
3. *Partnerschaften mit globalen, regionalen und nationalen Akteuren einzugehen, die die Systeme und Rahmenbedingungen verändern können, die die körperliche Aktivität von Jugendlichen prägen*
4. *Engagieren wir uns stärker gegenüber Regierungen, um eine bessere Abstimmung zwischen den Politikbereichen Gesundheit, Bildung, Sport, Handel und Stadtplanung zu fördern und so eine aktivere Generation heranzubilden.*

Tragen SIE IHREN NAMEN, IHRE STIMME UND IHR ENGAGEMENT EIN

Wir können es uns nicht leisten, die Bewegungsarmut von Jugendlichen als neue Normalität hinzunehmen, und laden daher jedes Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Sportartikelbranche ein, sich uns anzuschließen, während wir diesen Weg gemeinsam beschreiten. Auch wenn wir auf dem Markt miteinander konkurrieren, können wir gemeinsam weitaus mehr erreichen.

Unser größter Konkurrent ist die Untätigkeit.

Unsere größte Chance ist die Teilnahme.

Die unten aufgeführten Unternehmen haben sich dafür entschieden, zusammenzuarbeiten und Teil des Teams zu sein, das sich beiden Herausforderungen stellt.

Emma Zwiebler

CEO der WFSGI

Jorge Casimiro

WFSGI-Ko-Vorsitzender

Leiter für Regierungsangelegenheiten und Leiter für öffentliche Angelegenheiten und Beauftragter für Politik, Nike

Dave Wheeler

WFSGI-Ko-Vorsitzender

Leiter für Öffentlichkeitsarbeit, New Balance

Unterzeichner

Weltverband der Sportartikelindustrie (WFSGI)

1. 4iiii Innovations
2. adidas
3. Amer Sports
4. ANTA-Gruppe
5. APICE
6. ARENA
7. Arc'teryx
8. Armada
9. ASICS
10. ASMAS Sportfachhandel Schweiz
11. Atomic
12. Bauer
13. Beijing Qiangmeng Sports Development Co., Ltd.
14. Berghaus
15. Brooks
16. Kanadischer Sportartikelverband
17. Canterbury
18. Capital Sports Corp. Pvt. Ltd.
19. CSGF Chinesischer Sportartikelverband
20. Columbia Sportswear Company
21. CORIMA
22. Cycle Europe
23. Decathlon
24. DESCENTE LTD.
25. DT Swiss
26. Elite Sports
27. Ellesse
28. Endura
29. FESI Verband der europäischen Sportartikelindustrie
30. Freewill Sports Private Limited
31. HIRU
32. IIC – INTERSPORT
33. JASPO japanischer Sportartikelverband
34. JOMA Sport
35. Kickers
36. Anwaltskanzlei Dr. Schaefer
37. Li-Ning
38. lululemon
39. Mitre
40. Mizuno
41. Molten
42. New Balance
43. Nike
44. Norsk Sportsbransjeforening Norwegischer Sportartikelverband
45. Oakley
46. On
47. OQUO
48. Orbea
49. ORCA
50. PeakPerformance
51. Pentland Brands
52. PeopleForBikes
53. Plankpad
54. PUMA
55. Restube
56. Revelyst
57. Salomon
58. SBS
59. Scott Sports
60. SFIA US Amerikanischer Verband der Sport- und Fitnessbranche
61. SGIA Sportartikelverband Großbritannien
62. Shimano
63. Shred
64. SPAIN IS SPORT Spanischer Sportartikelverband
65. Specialized
66. Speedo
67. Sport 2000 International GmbH
68. SRAM
69. TSMA Taiwanischer Sportartikelverband
70. Tamasu Co., Ltd.

71. Tecnica-Gruppe
72. Trek
73. Tyr
74. Umbro (Iconix Brand UK)
75. Under Armour
76. Union Enterprises Sport & Cycle Französischer Sportartikelverband
77. Victory Group
78. VSSO Österreichischer Sportartikelverband
79. Wearable Technologies
80. WHOOP
81. Wilson
82. Xtep
83. Yonex
84. Zoggs

Machen Sie mit

Dieser Aufruf steht weiterhin zur Unterzeichnung durch Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Sportartikelbranche offen, darunter Hersteller, Marken, Einzelhändler, Distributoren, Verbände und Industriepartner.

Bitte wenden Sie sich an Caroline Brooks, Leiterin des Bereichs Körperliche Aktivität bei **der WFSGI**, unter cbrooks@wfsgi.org , um zu erfahren, wie Sie diese Erklärung mit der offiziellen Unterstützung Ihres Unternehmens unterzeichnen können.

Gemeinsam können wir dazu beitragen, dass die nächste Generation die lebenslangen Vorteile von Sport, körperlicher Aktivität und Bewegung erleben kann.