

PRESSEMITTEILUNG

Easybreath Schnorchelmaske:

Unter Wasser durch Mund UND Nase atmen

Plochingen, 04/2016: Wie erlangt ein neues Produkt eigentlich Kultstatus? Die Antwort von Fachleuten: „Das kann man nicht planen, das passiert einfach.“ Bei der Easybreath Schnorchelmaske von Tribord wurde trotzdem nichts dem Zufall überlassen.

Der Hauptsitz der Decathlon eigenen Passion Brand Tribord liegt im südfranzösischen Hendaye, direkt am Atlantik. Dort tüfteln täglich Ingenieure, Designer, Wissenschaftler und Produktmanager im Forschungs- und Entwicklungszentrum an Innovationen für passionierte Wassersportler. Getestet werden die Produkte in der unmittelbar angrenzenden Bucht unter echten Bedingungen. Bis zur finalen Version der Schnorchelmaske Easybreath wurden fünf Prototypen entwickelt, auf Herz und Nieren geprüft und letzten Endes vom Designteam überarbeitet. Die akribische Arbeit hat sich gelohnt: Bei den hausinternen Decathlon Innovation Awards 2013 landete die Schnorchelmaske auf den ersten Platz – und gehört seitdem zu den Bestsellern des französischen Sportartikelherstellers.

Schnorcheln ohne Limits und ohne Mundstück – dafür steht Easybreath, die erste Integralmaske fürs Schnorcheln, mit der man dank einer ausgeklügelten Technologie ganz entspannt (wie an Land) durch Mund UND Nase atmen kann. Die futuristische Brille ermöglicht durch ihre Größe ein 180 Grad freies Sichtfeld, während ein Doppelluftstrom-System dafür sorgt, dass sie nicht beschlägt. Und damit durch den Schnorchel kein Tröpfchen Wasser eindringen kann, ist die Tauchmaske mit einem Mechanismus ausgestattet, der den oberen Teil des Schnorchels beim Abtauchen verschließt. Genau dieser Abschnitt wurde in signalrote Farbe getunkt, so dass man beim Erkunden der Unterwasserwelt von anderen Schwimmern gut gesehen wird. Logische Schlussfolgerung: Für alle, die gerne mal abtauchen, gehört die Easybreath auf jeden Fall ins Strandgepäck!

Bildmaterial:





Easybreath blau



Easybreath blau



Easybreath türkis



Easybreath pink



Über DECATHLON:

„Gemeinsam Sport erleben und möglichst vielen Menschen die Freude am Sport ermöglichen“. Der 1976 gegründete **Sportartikelhersteller aus Frankreich bietet Equipment und Bekleidung für über 70 Sportarten unter einem Dach**. Unabhängig von Alter, wirtschaftlicher Situation oder sportlicher Leistungsstufe findet jeder das passende Angebot. Allein mit seinen **20 exklusiven Eigenmarken – den Passion Brands** – vertreibt das Unternehmen mittlerweile mehr als **35.000 Artikel in weltweit über 1000 Filialen**. In Deutschland ist DECATHLON bisher mit 30 Filialen und 2300 Mitarbeitern vertreten. Mit **über 9,1 Mrd. € Umsatz** und **mehr als 70.000 Mitarbeitern** ist DECATHLON damit einer der größten Sportartikelhersteller und -vertreiber der Welt. Das bekannteste Beispiel eines DECATHLON Produkts ist das **„2Seconds Wurfzelt“**, das von der Eigenmarke **QUECHUA** entwickelt wurde. Am Konzern-Campus in Villeneuve-d'Ascq (Nordfrankreich) arbeiten mehr als 530 Ingenieure und 150 Produktdesigner, die jährlich bis zu 2.800 Produkte entwickeln und rund 40 Patente einreichen. DECATHLON steht für die **pure Lust am Sport, mit technisch ausgereiften Produkten zu vernünftigen Preisen**. Abgerundet wird das Angebot durch zahlreiche Service-Angebote.

Pressekontakt:

DECATHLON Sportartikel GmbH & Co. KG

Filsallee 19

73207 Plochingen

Fon: +49 (0)7153 - 99 300-19

Mail: presse@decathlon.de