

München, 30. Juni 2019

Presseinformation

Verhaltenskodex für Organisatoren, Aussteller und Besucher OutDoor by ISPO übernimmt Verantwortung beim Thema Nachhaltigkeit

Amrei Kommer
PR Manager
Tel. +49 89 949-21406
kommer@ispo.com

Mit der Premierenveranstaltung auf dem Münchner Messegelände (30. Juni bis 3. Juli) rückt OutDoor by ISPO das Thema Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt: Ein "Code of Conduct" gibt Organisatoren, Ausstellern und Besuchern der Messe konkrete Empfehlungen, klimaneutral, ressourcenschonend sowie nachhaltig zu handeln. Die Absichtserklärung, vom OutDoor by ISPO-Team gemeinsam mit der European Outdoor Group (EOG), der European Outdoor Conservation Association (EOCA) und dem OutDoor by ISPO Advisory Board entwickelt, wurde im Vorfeld der Messe erarbeitet. Der Verhaltenskodex ist ein erster Schritt zu einer möglichst nachhaltigen Messe und wird stetig weiterentwickelt. Mittelfristig soll daraus ein Nachhaltigkeits-Leitfaden entstehen, von dem die gesamte ISPO Plattform profitiert.

Die Outdoor-Branche übernimmt in der Industrie bereits eine Vorreiterrolle beim Bewusstsein für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung. OutDoor by ISPO als übergreifende Plattform für die Branche setzt hier ein deutliches Zeichen. Arne Strate, Generalsekretär der European Outdoor Group: "Wenn wir an die Zukunft des Outdoor-Sektors denken, müssen wir uns auch auf den Ursprung und den Hintergrund der Outdoor-Bewegung besinnen: Menschen wollen in der Natur aktiv sein. Wir unterstützen sie dabei – zum einen mit unseren Produkten, zum anderen indem wir unser Business ‚richtig‘ machen und nachhaltig gestalten. Umweltschutz, soziale Verantwortung sowie die Freude am Outdoor-Leben sind unsere elementaren Markenzeichen."

Der "Code of Conduct" mit konkreten Hinweisen und Ansätzen für die Einsparung von Wasser und Strom, Müllreduzierung sowie der Wiederverwendung von Ressourcen ist zunächst auf die Laufzeit der Messe ausgelegt. Er richtet sich an alle Servicepartner, Dienstleister und Teilnehmer – insbesondere Aussteller – der

Presseinformation | 30. Juni 2019 | 2/3

Veranstaltung. Diese sichern unter anderem zu, wo möglich auf Einwegplastik zu verzichten, lokale Lieferanten zu bevorzugen, Stände mit reduziertem Verbrauch an Materialien und Strom zu planen, nur notwendige oder recycelbare Marketingmaterialien und Give-Aways zu produzieren und klimafreundlich, beispielsweise mit E-Bikes, Carsharing oder öffentlichen Verkehrsmitteln, anzureisen. Das aktuelle Dokument stellt den Status Quo dar, wird stetig angepasst und weiterentwickelt. Alle Einzelheiten des "Code of Conduct" inklusive der Green-Travel-Tipps für Besucher sowie dem Aufruf an Aussteller und Servicepartner finden Sie [hier](#).

Sichtbare und spürbare Veränderungen

Natürlich hält sich auch das ISPO-Team selbst an den Code of Conduct. Im ersten Schritt setzen die Organisatoren vor allem auf Reduktion. Welche Ressourcen sind wirklich nötig? Wo gibt es umweltfreundlichere Alternativen? Einige Ergebnisse sind auf den ersten Blick auf den Flächen sichtbar: So wird zur OutDoor by ISPO 2019 nur an den wichtigen Stellen – den Eingangsbereichen und Kreuzungen – Teppich verlegt, der nach der Messe komplett recycelt in die Produktion von Autofußmatten wandert. Das Branding, Rigging und die Beleuchtung über den Eigenflächen wurden ebenfalls stark reduziert. Damit entstehen mehrere Effekte: Der Aufwand in Montage und Demontage wird reduziert, der Stromverbrauch herabgesetzt, der Personalaufwand und die benötigten gedruckten Elemente weniger. Die Ausgabe von Printprodukten und Give-Aways wird deutlich reduziert, alle ausgegebenen Produkte sind mit möglichst umweltfreundlichen Farben und Materialien hergestellt. Für die Besucher und Aussteller stehen in allen Hallen Trinkwasserspender bereit, an denen mitgebrachte Flaschen aufgefüllt werden können. Wer kein eigenes Gefäß dabei hat, erhält an zwei Stellen auf der Messe gegen eine kleine Spende an die EOCA (European Outdoor Conservation Association) Mehrweg-Flaschen oder Becher. In allen Hallen gibt es zudem gekennzeichnete Spülküchen, in denen die Gefäße gereinigt werden können. All diese Maßnahmen stehen exemplarisch für das Streben auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Messe.

Generell geht auch die Messe München schon heute ebenfalls mit konkreten Maßnahmen voran: Sie gilt als eines der grünsten Messegelände weltweit. Die Dächer der Messehallen sind mit einer der weltweit größten Photovoltaik-Aufdachanlagen versehen. Zudem nutzt die Messe München seit einigen Jahren

Presseinformation | 30. Juni 2019 | 3/3

Geothermie. Seit letztem Jahr stehen kostenlos Ladestationen für E-Autos zur Verfügung.

Nachhaltigkeit als Aufgabe für die gesamte Outdoor-Branche

Die Richtlinien des Code of Conduct sind der erste Schritt zu einem ganzheitlichen Nachhaltigkeitskonzept, das verschiedene Arbeitsgruppen unter dem Dach von OutDoor by ISPO derzeit entwickeln. OutDoor by ISPO als eine Plattform, die Marken, Handel und Verbraucher vereint, setzt damit ein wichtiges Signal für ein umweltschonendes und zeitgemäßes Mindset: Gemeinsam mit allen Marktteilnehmern sollen die Herausforderungen der Outdoor-Welt wie Umweltverschmutzung und Ressourcenverschwendung benannt, angegangen und ihnen mit einer klaren Haltung begegnet werden.

Über OutDoor by ISPO

OutDoor by ISPO ist die ganzjährige internationale Plattform für eine neue Outdoor-Bewegung, kombiniert mit der jährlichen größten europäischen Fachmesse für die Outdoor-Branche. Diese wird in enger Partnerschaft mit dem Branchenverband European Outdoor Group (EOG) durchgeführt. ISPO Business Solutions erweitern das Portfolio ganzjährig sowohl um digitale als auch analoge Services und schaffen eine reichweitenstarke Plattform für die gesamte Outdoor-Community. Die Fachmesse OutDoor by ISPO findet erstmals von 30. Juni bis 3. Juli 2019 auf dem Gelände der Messe München statt. Von 1993 bis einschließlich Juni 2018 war Friedrichshafen der Messestandort.

Über ISPO

ISPO ist das weltweit führende Sportnetzwerk für Business Professionals und Consumer Experts. Die seit 1970 bestehende Plattform bündelt unter der Familienmarke ISPO ein integriertes Angebot aus branchenbezogenen analogen und digitalen Dienstleistungen. Dazu zählen die weltgrößten Multisegment-Messen ISPO Munich, ISPO Beijing und ISPO Shanghai, das Online-Newsportal ISPO.com sowie die Business Solutions ISPO Brandnew, ISPO Open Innovation, ISPO Award, ISPO Academy, ISPO Textrends, ISPO Job Market und ISPO Shop. Mit diesem reichweitenstarken Portfolio aus Innovationsförderung, Branchenvernetzung, Know-how und redaktionell aufbereiteten Inhalten agiert ISPO an 365 Tagen im Jahr mit dem Ziel, Unternehmen und Sportenthusiasten zu unterstützen und die Leidenschaft für den Sport weltweit zu fördern.

Messe München

Die Messe München ist mit über 50 eigenen Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Insgesamt nehmen jährlich über 50.000 Aussteller und rund drei Millionen Besucher an den mehr als 200 Veranstaltungen auf dem Messegelände in München, im ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungszentrum München sowie im Ausland teil. Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften organisiert die Messe München Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Russland, der Türkei, Südafrika, Nigeria, Vietnam und im Iran. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien, Afrika und Südamerika sowie rund 70 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder ist die Messe München weltweit präsent.