

Weltweit führende Sport-Business-Plattform

3.–6. Februar 2019, Messe München

The world's leading sports business platform

February 3–6, 2019, Messe München, Germany

ispo.com/munich



München, 6. Februar 2019

Schlussbericht

ISPO Munich weist der Branche den Weg in die Zukunft

Kathrin Hagel
PR Manager
Tel. +49 89 949-21474
hagel@ispo.com

- **Rund 80.000 Besucher aus 120 Ländern**
- **Nachhaltigkeit und Digitalisierung prägen die Messe**
- **ISPO Munich Sports Week begeistert Konsumenten**

Mit einem erfolgreichen Ergebnis von rund 80.000 Besuchern ging heute die ISPO Munich, die weltweit größte Sportartikelmesse, zu Ende. Während die winterliche Stimmung einigen Besuchern die Anreise erschwerte, sorgte sie in allen 18 Hallen der Messe München für gute Stimmung. Neben Innovationen aus den Bereichen Wintersport, Outdoor und Fitness bekam die Branche Potenziale aufgezeigt, um für den Konsumenten von Morgen attraktiv zu bleiben. Eine wesentliche Rolle spielten dabei die Themen Nachhaltigkeit, Digitalisierung und erstmals eSports.

Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München: „Die ISPO Munich zeigt, dass es für Sportartikelhersteller und Sportfachhändler zahlreiche ungenutzte Potenziale gibt, die das Wachstum und vor allem die Branche selbst beflügeln können. Erfolgreich etabliert haben wir in diesem Jahr das Thema eSports.“ Aus der neuen eSports Arena wurden Vorträge und Spiele über einen eigenen Twitch-Kanal übertragen. Mehr als 300.000 Aufrufe in den letzten drei Tagen zeigen, welche Reichweiten eSports erzielen kann. Für die gesamte Sportbranche eröffnet sich damit eine große Chance, um vor allem eine jüngere Zielgruppe zu erreichen. Digitalisierung spielt dabei eine entscheidende Rolle. „Nicht digital zu denken, ist keine Option. Die Welt verändert sich, jeder von uns muss es auch tun“, appelliert Stefan Herzog, Generalsekretär des Deutschen Sportfachhandels (VDS). „Die ISPO Munich bietet dazu dem Fachhandel alles, was dieser braucht, um jetzt und auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu sein.“ Neue Plattformen wie ISPO Digitize, so Herzog weiter, seien die ideale Ergänzung. Seit der Premiere vor einem Jahr, ist ISPO Digitize die Plattform geworden, auf der sich Sportfachhändler und Hersteller über digitale Produkte und Services informieren können – und vor allem die Potenziale der Digitalisierung sichtbar werden. Der nächste ISPO Digitize Summit findet am 3. und 4. Juli 2019 in München statt.

Nachhaltigkeit gewinnt immer mehr an Bedeutung

„Wir alle tragen Verantwortung für unseren Planeten. Mit nachhaltigen Stoffen und Produktionsverfahren kann die Sportbranche einen Beitrag dazu leisten“, so Dittrich. Auch der Konsument fordert verstärkt ressourcenschonend hergestellte und recycelbare Produkte. „Die Branche hat die Chance, eine Vorreiterrolle einzunehmen und ein Zeichen zu setzen, bevor gesetzliche Bestimmungen uns die Entscheidung abnehmen. Darüber hinaus ist Nachhaltigkeit heute auch ganz einfach ein Geschäftsmodell“, sagt Arne Strate, Generalsekretär der European Outdoor Group (EOG).

ISPO Munich Sports Week und Night Run

Für Sportfans jenseits der Messehallen fand zum zweiten Mal die ISPO Munich Sports Week statt: eine gemeinsame Initiative mit Sportfachhändlern, Fitnesspartnern und Marken, um die Sportleidenschaft Münchens mit zahlreichen Aktionen zu fördern. Mehr als 170 Events sorgen eine Woche lang für sportliche Begeisterung und Spaß beim Konsumenten. Highlight war der ISPO Munich Night Run presented by BUFF® am 2. Februar, der mit rund 650 Teilnehmern einen Rekord verzeichnete. „Das war ein großartiges Rennen. Die perfekte Einstimmung auf dieses Jahr,“ resümiert Laufprofi und Sieger Florian Neuschwander. Die ISPO Munich Sports Week findet noch bis 9. Februar statt.

Die ISPO Munich in Zahlen

Rund 80.000 Fachbesucher aus 120 Ländern kamen nach München (2018: 83.606). Die besucherstärksten Länder waren (in dieser Reihenfolge) Italien, Österreich, Frankreich, die Schweiz, Großbritannien sowie die Russische Föderation.

2.943 Aussteller präsentierten ihre Produkte und Innovationen. Das entspricht einem Plus von fünf Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil internationaler Aussteller erreichte in diesem Jahr eine Bestmarke von 89 Prozent (2018: 88 Prozent). Zu den teilnehmerstärksten Ländern zählten Deutschland, China, Frankreich, Großbritannien, Italien, Taiwan sowie die USA.

Die nächste ISPO Munich findet von 26. bis 29. Januar 2020 in München statt. Weitere Termine sind: Outdoor by ISPO vom 30. Juni bis zum 3. Juli 2019, ISPO Digitize 3. und 4. Juli 2019, ISPO Shanghai vom 5. bis zum 7. Juli 2019.

Service

Weitere Informationen und Hintergründe zu den vier Messetagen und Branchennews gibt es auf ispo.com. Bildmaterial ist in der [Mediendatenbank](#) erhältlich. Alle Beiträge von ISPO TV finden Sie auf [unserer Website](#) sowie in unserer [Mediathek](#). Im [Downloadbereich](#) stellen wir Ihnen kostenfrei Hörfunk-Beiträge von der ISPO Munich in Sendequalität zur Verfügung.

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.