

München, 29. Januar 2020

Schlussbericht

ISPO Munich 2020: die Branche übernimmt Verantwortung

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

- Rund 80.000 Besucher aus 120 Ländern
- Nachhaltigkeit weiter auf dem Vormarsch
- Neues Format: ISPO SDG Summit

Rund 80.000 Besucher aus aller Welt strömten in den vergangenen vier Tagen zur ISPO Munich, um sich in den 18 Hallen der Messe München von den neuesten Innovationen, Trends und Produkten aus der Welt des Sports inspirieren zu lassen. Das Thema Nachhaltigkeit hat spürbar an Bedeutung gewonnen. In diesem Kontext zeigte sich, dass die ISPO Munich inzwischen weit mehr ist als eine reine Produkt-Show: sie ist ein Netzwerk, das über die Messe hinaus Partnerschaften und Initiativen vorantreibt.

„Die Welt befindet sich in einem großen gesellschaftlichen Umbruch. Entwicklungen wie der Klimawandel, Globalisierung und die Spaltung der Gesellschaften haben eine Tragweite gewonnen, die weltweit Diskussionen auslösen“, sagt Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München. „Lösungen müssen gefunden werden, bevor es zu spät ist.“

Die Sportartikelbranche ist sich ihrer Verantwortung bewusst und setzt mehr denn je auf nachhaltig produzierte Produkte, auf Kreislaufwirtschaft, die den gesamten Lebenszyklus eines Produkts betrachtet: Von einer Jacke aus gesammeltem Plastik aus den Weltmeeren bis hin zum veganen Laufschuh reichten die Produktideen. Konsumenten setzen heute allerdings nicht nur auf nachhaltige Produkte, sie erwarten von Unternehmen zunehmend eine sinnstiftende Haltung. „Plattformen wie die ISPO Munich spielen eine wichtige Rolle, um Initiativen und Partnerschaften auf den Weg zu bringen und das Bewusstsein für einen nachhaltigen Umgang mit den Ressourcen unseres Planeten zu schärfen“, so Mark Held, Präsident der European Outdoor Group (EOG). „Um den Diskurs zu diesen wichtigen Themen zu fördern und auf eine gesellschaftliche Bühne zu heben, haben wir ein neues Format gegründet – den [ISPO SDG Summit](#)“, führt Dittrich fort. „Die integrative Kraft des Sports kann

helfen Brücken zu bauen und Hürden zu überwinden.“ Der Summit findet erstmals am 29. Juni 2020 parallel zur OutDoor by ISPO statt. Ziel ist es, Lösungen und gemeinsame Projekte zu erarbeiten, die auf die Nachhaltigkeitsziele (SDGs) der Vereinten Nationen einzahlen. Zu den ersten Unterstützern zählt Tegla Loroupe, die mit ihrer Stiftung ein Programm zur sportlichen Unterstützung von Flüchtlingen betreibt. Bei den Olympischen Spielen in Tokio führt sie selbst das Team der Staatenlosen Athleten beim Einzug ins Stadion an. Im Rahmen der ISPO Munich wurde sie mit dem [ISPO Pokal](#) für ihr herausragendes gesellschaftliches Engagement in der Flüchtlingsarbeit ausgezeichnet.

Weitere Informationen zum ISPO SDG Summit finden Sie im [Pressebereich](#).

Weiter im Trend: Laufen

Zu den aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen zählt auch der globale Bewegungsmangel. Laufen, das seit Anfang der 1970er Jahre zu den beliebtesten Sportarten weltweit zählt, kann hier ein starkes Gegengewicht sein. Freizeit- und Hobbyläufer dominieren den Markt, der immer neue Marken und weitere Innovationen hervorbringt. Aktuelle Fakten zum Laufsportmarkt erhielten Interessierte im Rahmen des [Runner's World Laufsposium](#), das zum 7. Mal stattfand. Mit mehr als 300 Teilnehmern waren die Reihen bis auf den letzten Platz besetzt. Die neuesten Laufschuh-Modelle sowie Accessoires waren im neuen Shoe Village zu sehen, das dem Zukunftsmarkt entsprechend Rechnung trug.

eSports

Laut einer aktuellen Studie der Weltgesundheitsorganisation bewegen sich fast 20 Prozent der 11- bis 17-Jährigen zu wenig. „Wir müssen die Zielgruppen dort abholen, wo ihr Interesse liegt“, sagt Dittrich. Das seien bei jungen Menschen die digitalen Medien. Eine große Chance bietet hier eSports mit Top-Athleten, die Jugendlichen als sportliche Vorbilder dienen. eSports ist seit 2019 ein wichtiger Bereich auf der ISPO Munich und erfuhr auch in diesem Jahr großen Zuspruch.

Inspiration & Kreativität

Die Kreativität der Sportbranche zeigte sich beim Gang durch die 18 Hallen. Vor allem im Textilbereich scheint es keine Grenzen zu geben. Funktion und Fashion treffen aufeinander und verschmelzen immer mehr zu einer Einheit. Das Urban Lab hat sich zum Treffpunkt der Design-Szene und Kreativen etabliert und war eines der Highlights. Zudem zeigen immer neue Marken ihre Produkte auf der Messe wie in

diesem Jahr Sony mit innovativen technischen Stoffen oder Safe the Duck mit veganer Kleidung.

Die ISPO Munich in Zahlen

Rund 80.000 Fachbesucher aus 120 Ländern kamen nach München (2019: 80.200). Die besucherstärksten Länder waren (in dieser Reihenfolge) Deutschland, Italien, Österreich, Frankreich, die Schweiz, Großbritannien sowie die Russische Föderation. Der Anteil der internationalen Besucher stieg auf 70 Prozent (2019: 69 Prozent). Zuwachs kam aus Frankreich und Übersee, darunter Japan, Südkorea und Neuseeland. Laut der Besucherumfrage der Gelszus Messe-Marktforschung sagen 45 Prozent der Besucher, dass die ISPO Munich weiter an Bedeutung gewinnen wird.

An der Messe nahmen 2.850 Aussteller teil (2019: 2.926). Neben klassischen Sport- und Outdoor-Marken war erstmals Toyota auf der ISPO Munich vertreten und präsentierte dem internationalen Publikum sein Mobilitätskonzept.

Die nächste ISPO Munich findet von 28. bis 31. Januar 2021 in München statt. Noch bis zum 1. Februar läuft die [ISPO Munich Sports Week](#), die mit dem Night Run im Olympiapark endet. Dieser verzeichnet vorab einen Rekord: mehr als 1.000 Läuferinnen und Läufer haben sich bereits angemeldet.

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](#). 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.