



Messe München

Connecting Global Competence

# Alles, was zählt.

Zahlen & Fakten zur  
OutDoor by ISPO.

**OutDoor**  
by ISPO

# OutDoor by ISPO. Auf dem Weg zu neuen Horizonten.

„Ever new Horizons“ ist unser Bekenntnis, alle Outdoor-Enthusiasten zu vereinen, neue zu gewinnen und auf neuen Wegen zu begleiten. Wir sind geborene Entdecker. Lasst uns das Neue finden: neue Märkte, Zielgruppen und Branchen. All die unerkannten und ungenutzten Möglichkeiten um uns herum. Lasst uns andere mit dieser Haltung anstecken.

Mit 1.018 Ausstellern und mehr als 22.000 Fachbesuchern läutete die erstmalig in München stattfindende OutDoor by ISPO 2019 eine neue Ära für die Outdoor-Branche ein. Zur Premiere war schnell eine Aufbruchstimmung spürbar. Ein neues, offenes Hallenkonzept, 18 themenspezifische Focus Areas inner- und außerhalb der Hallen sowie ein umfangreiches Rahmenprogramm für das Fachpublikum ließen die Messe zu einer Erlebnisplattform für ein modernes Outdoor-Verständnis werden. Branchenübergreifend im Fokus: das Thema Nachhaltigkeit.



**22.000+ Besucher**

**1.018 Aussteller**

**921 Journalisten**

## Die perfekte Plattform für die Branche.

- // 9 übersichtliche Hallen mit ca. 100.000 m<sup>2</sup>
- // 4 stark frequentierte Messetage
- // Großzügiger äußerer Ausstellungsbereich

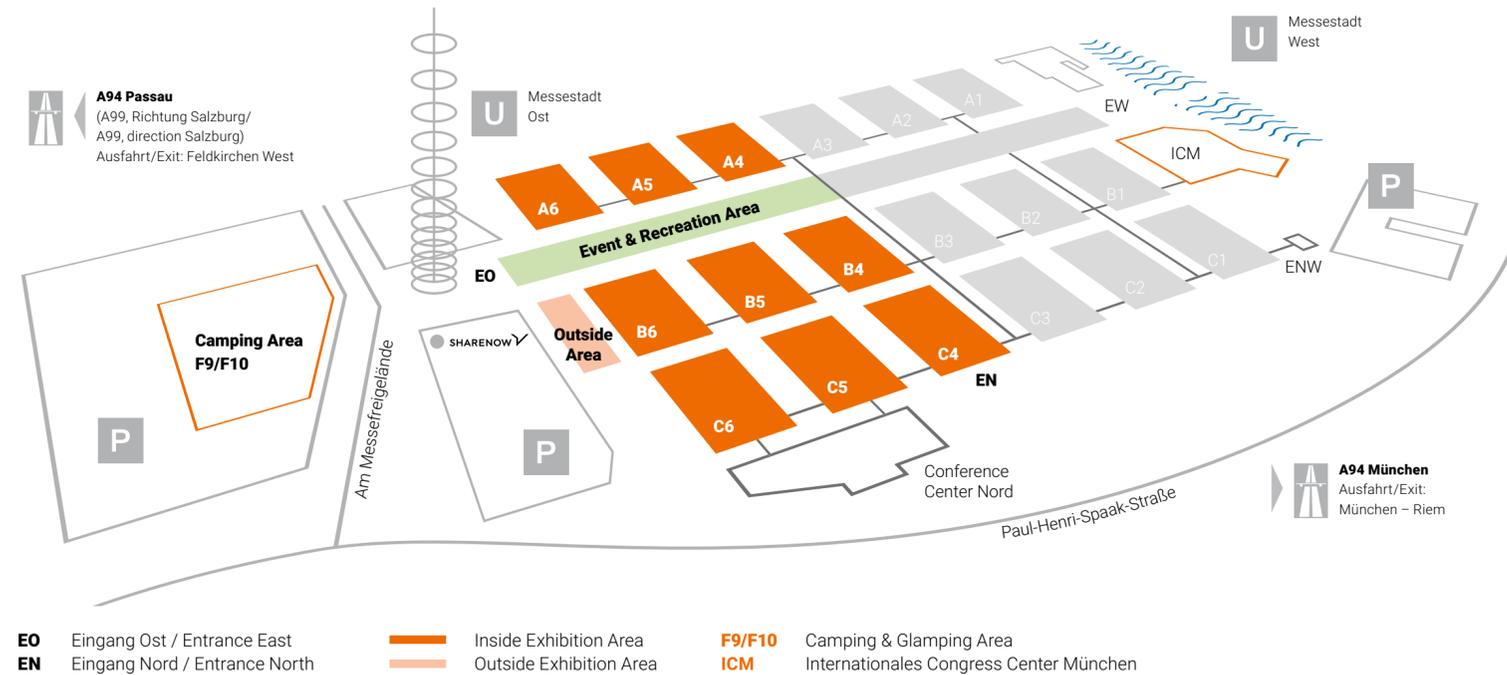
### Aus aller Welt – die Besucher.

Mehr als 22.000 Fachbesucher aus rund 90 Ländern besuchten die OutDoor by ISPO, davon kamen rund zwei Drittel aus dem Ausland. Die besucherstärksten Länder waren Deutschland, Italien, Österreich, Schweiz, UK, Frankreich und die Niederlande.

### Internationaler Maßstab – die Aussteller.

1.018 Aussteller präsentierten zur Premiere von OutDoor by ISPO ihre Produkte und Innovationen. Der internationale Anteil erreichte bereits zur Premiere 84 Prozent. Zu den stärksten Ländern zählten Deutschland, UK, Italien, die Niederlande, China, Schweden und die USA.

# 9 Hallen und 3 Segmente.



## OutDoor+

Der Verbraucher erlebt und definiert Outdoor nicht in Produktkategorien, sondern anhand von Zielen, Wünschen und Werten – und diese haben die traditionelle Definition von Outdoor längst hinter sich gelassen. OutDoor+ spiegelt genau das wieder und bietet so den perfekten Rahmen für eine verbraucherorientierte Ausrichtung.

- // Abenteuer- & Destinationstourismus
- // Alternative & Urban Outdoor
- // MTB, E-MTB, Gravelbike
- // Outdoor Fitness
- // Paddeln, Kayak, SUP
- // Paragliding
- // Surfen und Wassersport
- // Yoga/Well-being/Gesundheit
- // Ernährung
- // Digital Outdoor/Elektronik/Wearables

## Core OutDoor

Outdoor ist und bleibt ein Lebensgefühl: Bergsteigen, Klettern, Wandern, Camping oder Reisen – die Aktivitäten im Freien sind extrem variabel. Der Core OutDoor Bereich umfasst die Produkte und das Angebot basierend auf jenem, was nun seit Jahrzehnten den Kern der Outdoor-Bewegung bildet.

- // Bergsteigen
- // Wandern
- // Klettern
- // Bouldern
- // Camping
- // Reisen
- // Trailrunning
- // Functional Fabrics, Fibres und Textrends

## X-Industry

Outdoor und neue Technologien wachsen immer weiter zusammen. Ob smarte Textilien, Wearables, Logistik, Automatisierung oder Umwelttechnologien – bei X-Industry verbindet sich die Outdoor-Bewegung mit anderen Branchen, um Innovationen und neue Kooperationen entstehen zu lassen.

- // Digitale Handels- & Industrielösungen
- // Umwelttechnologien
- // Gedruckte & organische Elektronik
- // Elektronische Komponenten
- // Transport und Logistik
- // Immobilienbranche
- // Automatisierung und Robotik

# Die Ausstellerbefragung.

“ Die erste OutDoor by ISPO präsentiert sich mit einem tollen offenen Format – eine sehr ansprechende Wirkung mit Platz und Raum für Entwicklung. Das erweiterte Outdoor-Konzept bietet viele Möglichkeiten: Eine starke Plattform für die Branche um neue, zukunftssträchtige Wege zu gehen. Ich bin gespannt auf die OutDoor by ISPO 2020. ”

Nicole Espey, Geschäftsführerin BSI

## Wiederteilnahme. Kommen Sie erneut?

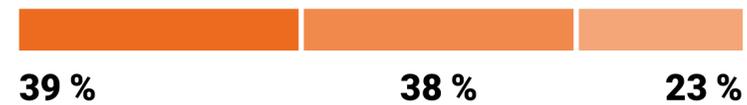
Wer einmal auf der OutDoor by ISPO war, kommt wieder: **81 %** der Aussteller geben an, im kommenden Jahr bestimmt oder eventuell auf der OutDoor by ISPO auszustellen.



bestimmt | wahrscheinlich ja | eventuell

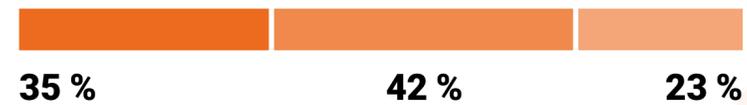
## Haben sich Ihre Erwartungen erfüllt?

Prozentuale Zahl der Aussteller, die ihre erreichten Ziele mit ausgezeichnet, sehr gut oder gut bewerten.



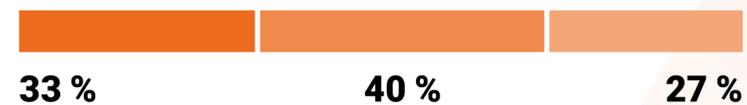
### Geschäftsbeziehungen pflegen

Perfekte Kundenbindung: **77 %** der Aussteller bewerteten die OutDoor by ISPO als Plattform, um bestehende Geschäftsbeziehungen zu pflegen mit ausgezeichnet, sehr gut oder gut.



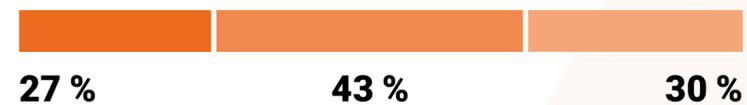
### Kollektions-, Produkt- und Neuheitenpräsentation

Die OutDoor by ISPO setzt Maßstäbe. Als Plattform für Neuheiten und Innovationen zeigt die Messe Wirkung. Den Launch-Effekt für neue Produkte beurteilen **77 %** der Aussteller als ausgezeichnet, sehr gut oder gut.



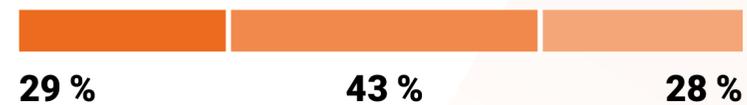
### Imagepflege

Starker Imagetransfer: **73 %** der Aussteller profitieren vom Imagefaktor der OutDoor by ISPO und schätzen die imagebildende Wirkung des Messeauftritts als ausgezeichnet, sehr gut oder gut ein.



### Networking, Kontaktpflege und -aufbau

Den Horizont erweitern: **70 %** nutzen die OutDoor by ISPO zum Netzwerken und finden die Möglichkeiten für Kontaktpflege & -aufbau ausgezeichnet, sehr gut oder gut.



### Wettbewerbsbeobachtung und Marktübersicht

Optimale Wettkampfbedingungen: Von **72 %** der Aussteller erhält die OutDoor by ISPO Bestnoten, wenn es darum geht, den kompletten Markt der Outdoorbranche zu scannen.

ausgezeichnet/sehr gut | gut | annehmbar/schlecht

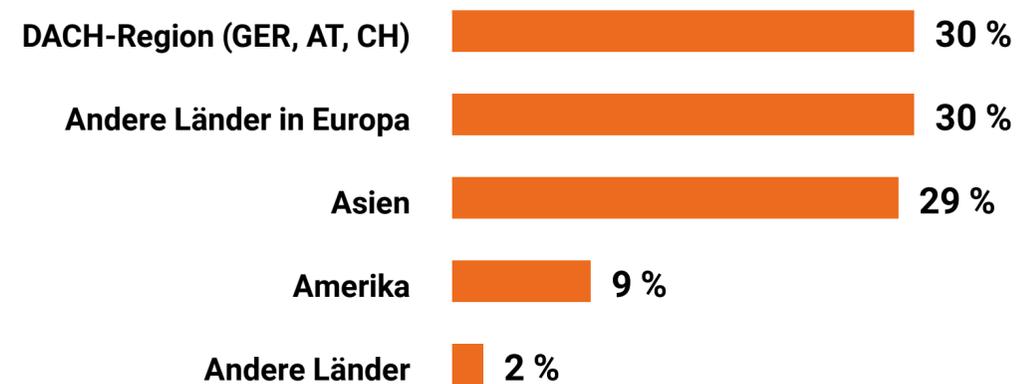
# Die Ausstellerbefragung.

“ Die Branche braucht eine Erneuerung, deshalb ist es richtig, OutDoor breiter aufzustellen und Bereiche wie Beach oder Bike mitzudenken. Eine Messe ist dafür die beste Plattform. ”

Klaus Haas, CEO Maloja

## Aus aller Welt.

Aus welchem Land kommen die Aussteller?



## TOP-FIVE Ziele.

- // Akquise von Neukunden
- // Pflege der Bestandskunden
- // Ausbau des internationalen Netzwerks
- // Markteinführung von Produktneuheiten
- // Erschließung neuer Märkte/Marktsegmente

## Das schätzen die Aussteller an der OutDoor by ISPO.

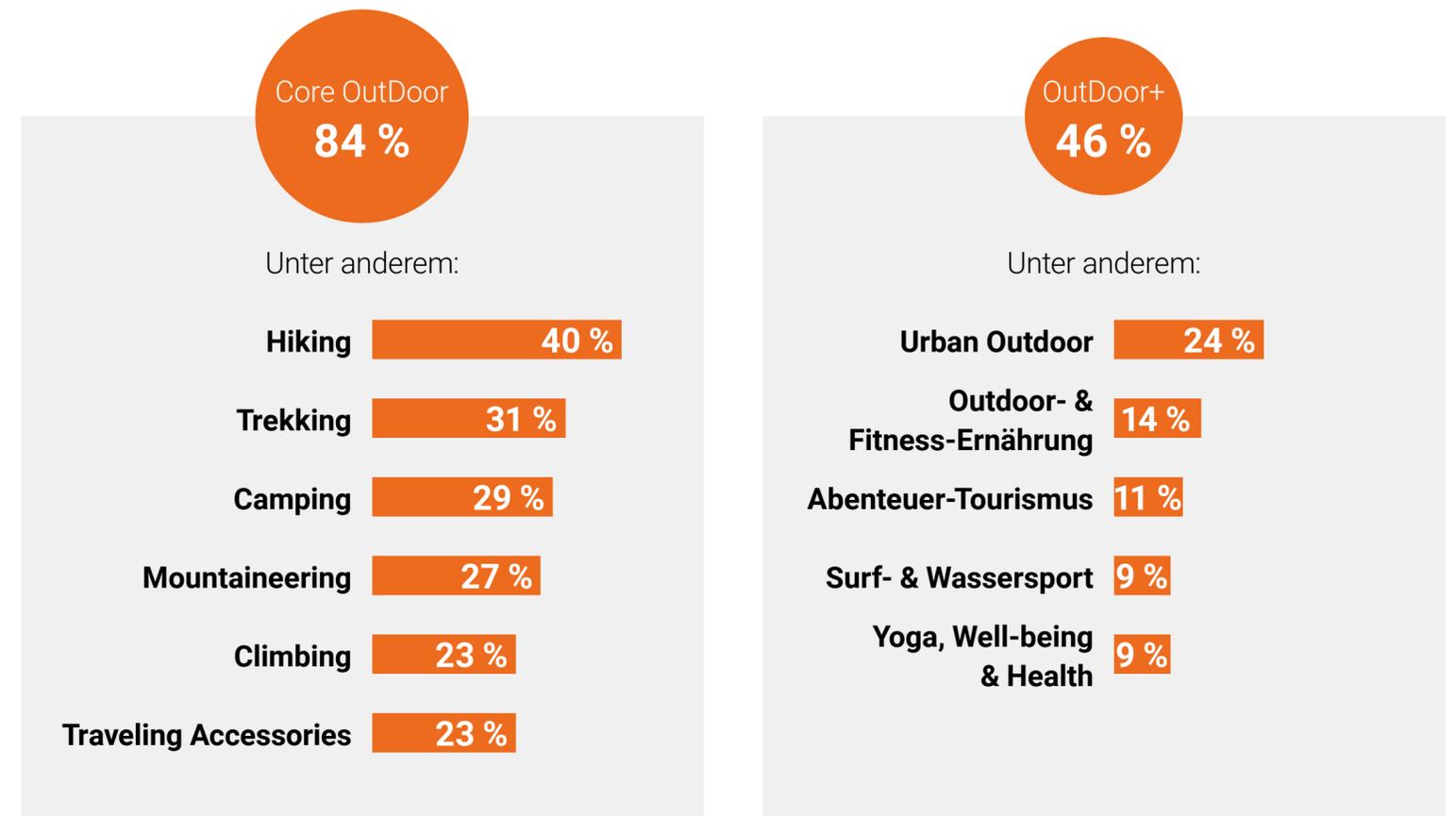
Sie bewerten mit ausgezeichnet, sehr gut und gut:

- 69 % die Qualität der Ausstellerservices
- 67 % die Vollständigkeit des Marktangebotes
- 67 % die Qualität der Informationsaufbereitung auf ispo.com/outdoor
- 62 % die Internationalität der Besucher
- 59 % die Qualität der Besucher

## Produkte an der Startlinie.

### Angebote innerhalb der Produktsegmente

Um die perfekte Balance aus Fortschritt und Authentizität zu finden, liegt der Fokus unseres Konzepts auf drei Säulen: Core OutDoor, OutDoor+ und X-Industry. Die Grenzen innerhalb dieser Segmente verschieben sich ständig und öffnen sich in Richtung neuer Horizonte. Dies bedeutet auch neue Räume für neue Ideen zu öffnen.\*



\* Einzelne Aussteller bieten Produkte aus mehreren Segmenten an.

Quelle: Ausstellerbefragung OutDoor by ISPO 2019

# Die Besucherbefragung.

## Der Besucher als Schlüsselfigur.

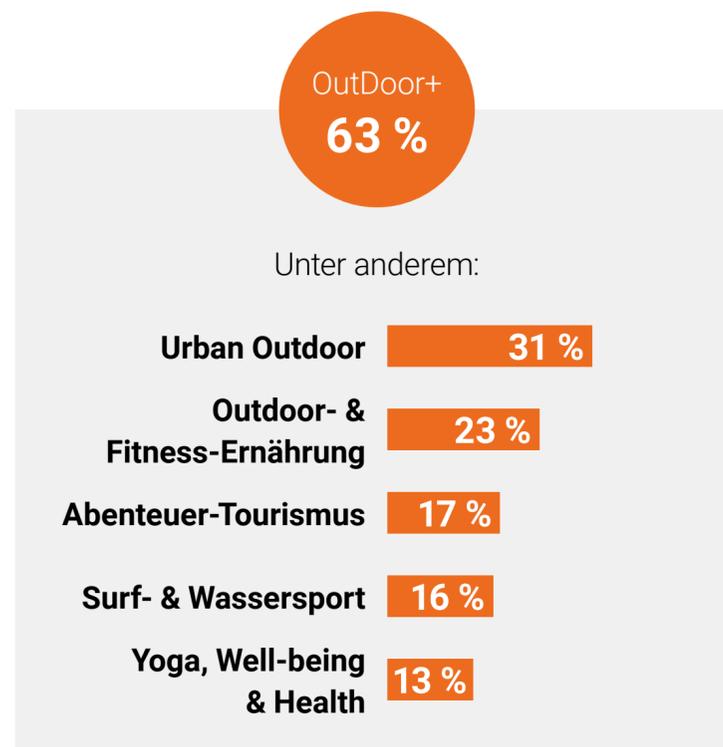
### Was schätzen die Besucher an der OutDoor by ISPO?

- Sie bewerten mit ausgezeichnet, sehr gut und gut:
- 89 %** die Registrierung und das Messeeinlass-System.
  - 87 %** die Internationalität der Aussteller.
  - 81 %** das komplette Marktangebot.
  - 81 %** die Präsenz der Marktführer.
  - 80 %** die Atmosphäre der OutDoor by ISPO.

### Die Begeisterung des Publikums.

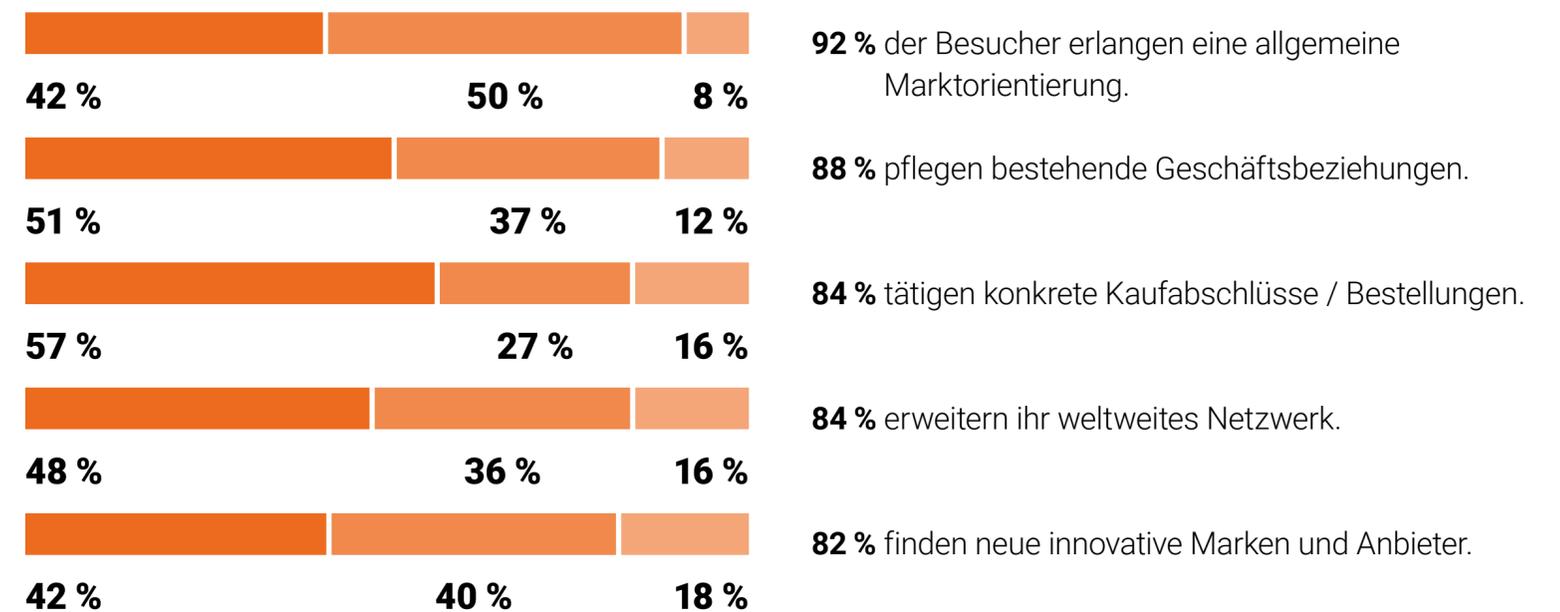
- 93 %** der Besucher werden die OutDoor by ISPO bestimmt oder bei Gelegenheit weiterempfehlen.
- 92 %** der Besucher planen die OutDoor by ISPO bestimmt oder eventuell wieder zu besuchen.
- 89 %** der Besucher schätzen den Nutzen des Besuchs der OutDoor by ISPO von mittel bis sehr groß ein.
- 87 %** der Besucher beurteilen die OutDoor by ISPO mit ausgezeichnet, sehr gut oder gut.

### In welchen Bereichen liegen die Tätigkeitsschwerpunkte der Besucher\*?



## Mehr als eine Messe.

### Was erreichen die Besucher auf der OutDoor by ISPO?



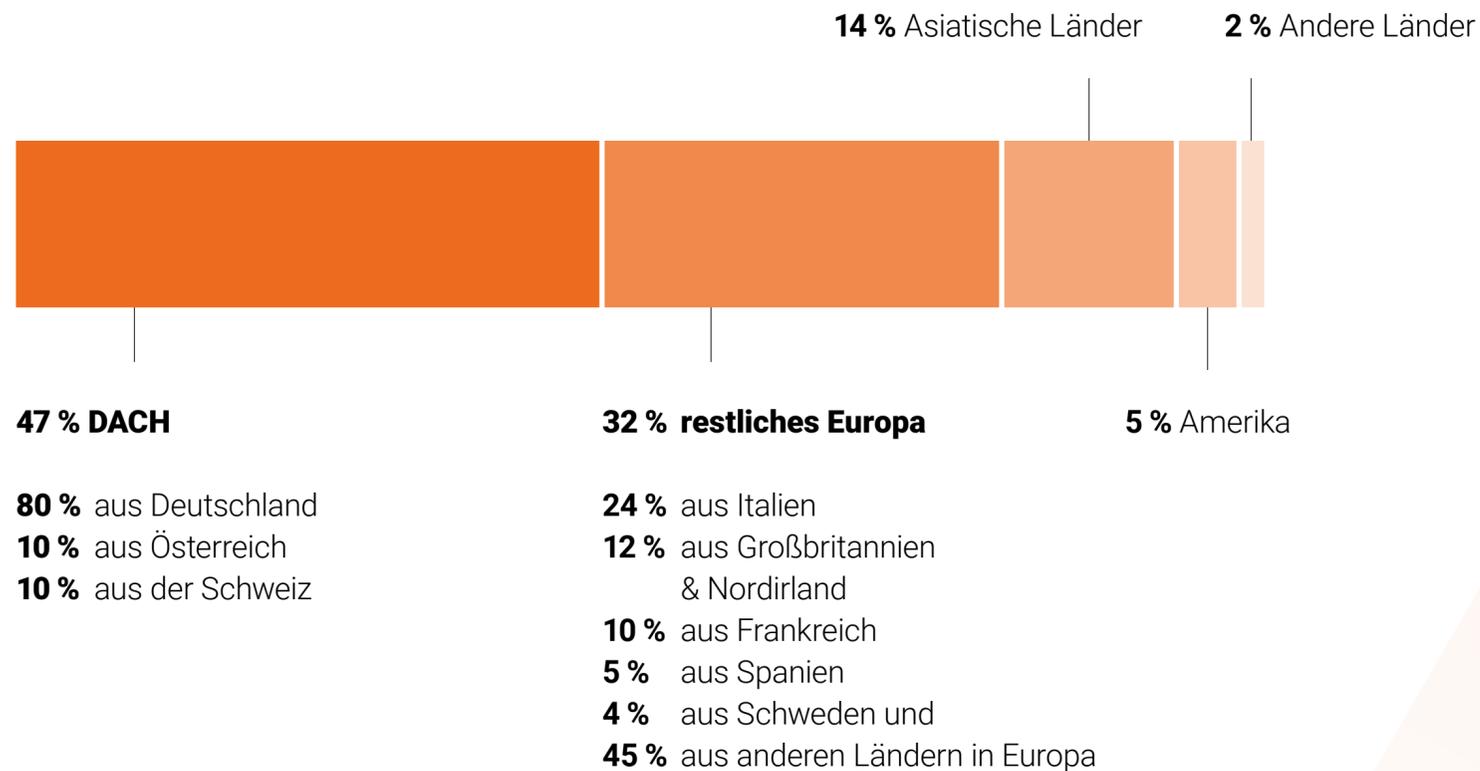
ausgezeichnet/sehr gut | gut | annehmbar/schlecht

\* Viele OutDoor by ISPO Besucher sind Spezialisten in mehreren Segmenten.

# Die Besucherbefragung.

## Die Besucher aus aller Welt ...

Die Herkunftsländer der Besucher.



“ Für uns war die OutDoor by ISPO sehr erfolgreich: Wir hatten inspirierende Meetings und eine fantastische Atmosphäre an unserem neuen Messestand. Für unsere globalen Marken ist es wichtig, dass die Messe internationaler geworden ist. ”

Martin Axelhed, CEO Fjällräven International AB  
und Executive Vice President Brands Fenix Outdoor AB

## ... sind vom Fach.

Die Aufgabenbereiche der OutDoor by ISPO Besucher.

64 % sind **produktorientiert**, 17 % kommen aus dem Bereich **Service** und 2 % aus dem Bereich **Rechte**. 19 % geben „Andere Tätigkeit“ an.

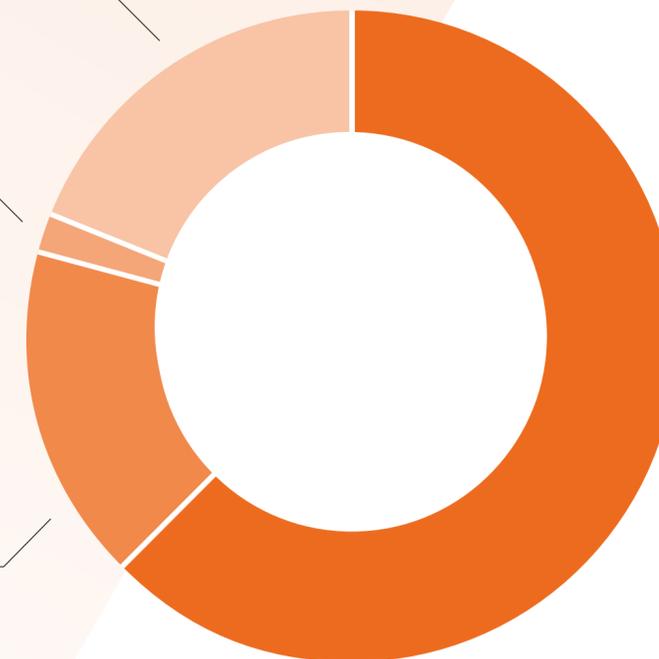
**19 % Other**

**2 % Rights**

darunter professionelle Athleten & Sportler, Sponsoren oder Merchandising-Vertreter

**17 % Service**

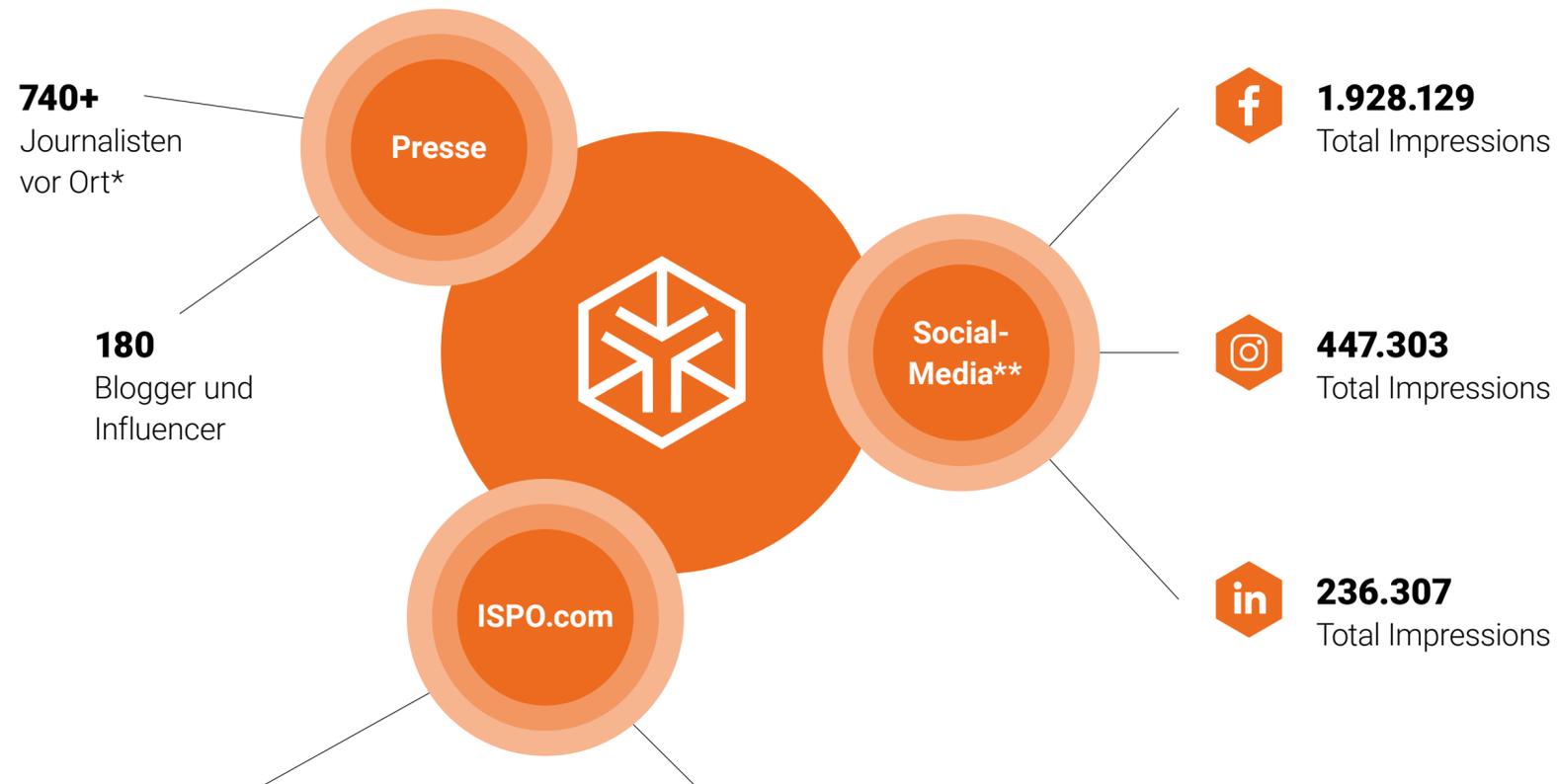
darunter Designer, Agenturen, Universitäten und Forschungsvertreter u.v.m



**64 % Product**

- 23 % Markenhersteller
- 15 % Einzelhändler
- 9 % Distributoren und Handelsvertreter
- 7 % Großhändler
- 4 % Medienvertreter (B2B, B2C inkl. Sportzeitschriften)
- 6 % Auftrags-, Stoff-, Zubehörhersteller, Zulieferer

# Die mediale Präsenz der OutDoor by ISPO.



01.07.2018–31.07.2019

**1.153.376**

Page Impressions/Monat

**296.646**

Unique Users/Monat

Während der OutDoor by ISPO

**506.155**

Page Impressions

**143.415**

Unique Users

**02:17 Min.**

Durchschnittliche Verweildauer

Quelle: Messe München

\* Stand: OutDoor by ISPO 2019

\*\* Facebook, LinkedIn Juli 2018–Juli 2019, Instagram seit Jan 2019

“ **Das Hallenkonzept mit den breiten Mittelgängen macht eine Orientierung leicht, schafft einen klaren Überblick und eine tolle Arbeitsatmosphäre. Wichtige segmentspezifische Outdoor-Themen und auch branchenübergreifende Themen die früher im Messedschungel fast erstickt sind, haben jetzt den nötigen Raum und die Sichtbarkeit.** ”

Matthias Zaggl,  
Global Business Leader Footwear Sports:

“ **Unsere Erwartungen sind voll erfüllt. Wir schätzen das professionelle Arbeitsklima um unsere Produkte zu präsentieren. Gute Besucheranzahl und vor allem hochwertige Besucher an unserem Stand. Unsere Kunden finden die schnelle Erreichbarkeit von München ideal.** ”

Lukas Meindl,  
Geschäftsführung Meindl



**OutDoor by ISPO Hotline**

outdoorvisitor@ispo.com

+49 89 949 11558

Live Updates und News auf ISPO.com

**Save the date. OutDoor by ISPO.  
28. Juni–1. Juli 2020**