

München, 21. September 2020

Presseinformation

All eyes on your product

Start der Bewerbungsphase ISPO Award 2021

- Gesucht: Produktneuheiten & Innovationen der Sportbranche
- Bewerbungszeitraum: 28. September – 4. Dezember 2020
- ISPO Award feiert 10-jähriges Jubiläum

Thomas Camsky
Brand Manager
Tel. +49 151 400 722 40
thomas.camsky@messe-muenchen.de

Bereits zum zehnten Mal zeichnet ISPO herausragende Produkte und Services der Sportbranche mit dem renommierten ISPO Award aus. Unternehmen aus der gesamten Sportartikelindustrie können ihre Neuheiten zwischen dem 28. September und dem 4. Dezember 2020 einreichen. Die international besetzte Fachjury urteilt nach einem exakt definierten Kriterienkatalog. Das etablierte Gütesiegel ermöglicht den ausgezeichneten Unternehmen eine besondere Aufmerksamkeit für ihr Business.

Mit dem ISPO Award kürt das international führende Sport-Business Netzwerk ISPO jedes Jahr die Highlight-Produkte der Sportbranche. Dabei bewertet eine internationale und neutrale Expertenjury bestehend aus Medienvertretern, Händlern, Athleten, Konsumenten und Materialexperten mehrere Hundert Einsendungen anhand bestimmter Kriterien wie Design, Funktion Nachhaltigkeit und Innovation. Zur Teilnahme sind Unternehmen aus der gesamten Sportindustrie willkommen. Unabhängig davon, ob sie auf einer ISPO Messe als Aussteller teilnehmen oder nicht.

Franziska Zindl, Head of Awards & Innovation bei ISPO, geht von einer großen Beteiligung aus: „Für den ISPO Award 2021 erwarten wir mehr denn je richtungsweisende Produktneuheiten, da viele Unternehmen Corona bedingt im Sommer Kollektionen verkleinert, verschoben oder sogar haben ausfallen lassen und ihre ganze Kraft nun auf die kommende Saison bündeln.“

Um den Innovationen eine noch größere Reichweite zu bieten, wird erstmalig ein Livestreaming der Preisverleihung von der ISPO Munich 2021 stattfinden. Dadurch erhalten die ausgezeichneten Produkte noch mehr internationale

Sichtbarkeit und ein weltweites Publikum kann live dabei sein, wenn die neuesten Produktinnovationen ausgezeichnet werden.

Auszeichnung mit starker Wirkung

Der ISPO Award ist in unterschiedlichen Segmenten – von Outdoor und Snowsports über Running bis hin zu Fitness und Teamsports – seit zehn Jahren das Gütesiegel für Innovation, Qualität und Funktionalität mit hoher Außenwirkung. Die Gewinner profitieren vom Award-Effekt gleich mehrmals: Der Fachhandel orientiert sich an den Auszeichnungen und zieht diese bei der nächsten Sortimentsauswahl hinzu. Konsumenten dient der Award als Kaufargument und Journalisten als Informationsquelle über die Highlights der nächsten Sportsaison.

Die Preisträger erhalten zudem ein umfangreiches Kommunikations- und Vorteilspaket. Dieses bietet unter anderem mit dem ISPO Award Label, Hangtags und Stickern für die Produktauszeichnung am Point-of-Sale (POS) sowie Product Features und einer umfassenden medialen Präsenz auf der News-Plattform ispo.com eine Reihe zusätzlicher Marketing-Möglichkeiten für eine gesteigerte Außenwahrnehmung im Sportfachhandel und bei Verbrauchern.

Bewerbungsphase mit Early-Bird-Bonus

Bis zum 6. November 2020 können Firmen von speziellen Early-Bird-Tarifen bei der Produkteinsendung profitieren. Aussteller der ISPO Munich und ISPO Beijing zahlen darüber hinaus pro Produkt-Einsendung nur 125 Euro (statt 325 Euro) im Early-Bird-Tarif und 200 Euro (statt 450 Euro) im regulären Tarif.

Preisverleihung auf der ISPO Munich

Die Verleihung der ISPO Awards findet im Rahmen der ISPO Munich vom 31. Januar bis zum 03. Februar 2021 statt.

Weitere Informationen zum ISPO Award sind [online](#) verfügbar.

Über den ISPO Award

In seiner langjährigen Geschichte hat sich der ISPO Award als Gütesiegel der Sportartikelindustrie etabliert. Der Award zeichnet sich ganzjährig als Orientierungshilfe der kommenden Sortimentsauswahl aus und richtet sich an Fachhändler, Journalisten und Endkunden. Im Fachgeschäft ist das Gütesiegel beispielsweise über Auszeichnungen am Produkt sowie über Point-of-Sale- Systeme erkennbar. Die internationale Jury setzt sich aus Athleten, Händlern, Journalisten, Designern und Konsumenten zusammen, die nach intensiven Diskussionen und in geheimer Abstimmung die besten Sportprodukte wählen. Die besten Innovationen aus jedem Segment werden von der Fachjury als „Product of the Year“ ausgezeichnet. Insgesamt wird der ISPO Award in 80 Kategorien verliehen. Das spiegelt die große Produktvielfalt der Sportartikelbranche wider. Die prämierten Produkte sind ganzjährig auf ispo.com zu sehen.

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 eine der weltweit führenden Plattformen für Vernetzung. Getreu dem Claim „Connecting Global Competence“ agiert die Messe München als globale Vernetzungsplattform und bringt Entscheider aus der ganzen Welt zusammen. Im Portfolio der Messe München finden sich über 50 eigene Fachmessen für Investitions- und Konsumgüter sowie Neue Technologien, die sich mit gesellschaftlich-aktuellen Themen befassen. Hierzu gehören die Weltleitmessen bauma, BAU, IFAT und ISPO Munich. Die jährlich rund 200 Veranstaltungen der Messe München ziehen rund 50.000 Aussteller und drei Millionen Besucher an.

Die Messe München verfügt über eines der modernsten Messegelände der Welt und bietet ihren Kunden mit dem gesamten Messegelände in Riem, dem ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungszentrum München und im Conference Center Nord vier Locations, die sämtliche Kundenwünsche individuell erfüllen. Neben dem Heimatmarkt München ist die Messe München auch im Ausland sehr erfolgreich und mit Präsenzen in China, Indien, Südafrika, Brasilien, Russland und der Türkei in allen wichtigen Wachstumsmärkten der Welt aktiv. Insgesamt ist die Messe München mit ihrem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften und Auslandsvertretungen in mehr als 100 Ländern präsent.