

München, 5. Oktober 2020

Presseinformation

ISPO Munich 2021

Der globale Branchentreff findet statt. Neues Hybrid-Konzept für maximale internationale Reichweite

- Hybrid-Konzept verbindet das Beste aus beiden Welten
- Konsequente Weiterentwicklung der Digital-Strategie von ISPO
- Erstmals werden Endkonsumenten digital in das Event eingebunden

Daniel Keppler
Brand Manager
Tel. +49 89 949-21486
keppler@ispo.com

Die Weltleitmesse ISPO Munich findet vom 31. Januar bis 3. Februar 2021 erstmals als Hybrid-Event sowohl physisch in München als auch digital weltweit statt. Das neue Konzept ist die konsequente Weiterentwicklung der Veranstaltung zur Plattform und manifestiert die umfassende digitale Kompetenz, die sich ISPO in den vergangenen zehn Jahren aufgebaut hat. Vor allem vor dem Hintergrund möglicher Reiserestriktionen bieten die digitalen Elemente die ideale Basis für die Einbindung globaler Zielgruppen: Während vor Ort vor allem die Vertreter aus den europäischen Märkten erwartet werden, erleichtert die digitale Verlängerung den Zugang für das interkontinentale Publikum. Neu im nächsten Jahr ist zudem die digitale Integration von Endkonsumenten.

„Sport und Outdoor – in diesen Zeiten besonders stark verknüpft mit dem Thema Gesundheit – sind gesellschaftlich so relevant wie nie zuvor. Daraus ergibt sich auch in der Branche ein gestiegenes Bedürfnis nach persönlichem Austausch. Der Wunsch neue Potenziale, Partnerschaften und Geschäftsmodelle zu präsentieren und zu diskutieren, ist größer denn je. So wird es uns von der Industrie gespiegelt und entsprechend haben wir auch unser Konzept aufgesetzt“, erklärt Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München.

Persönlicher Austausch trifft auf weltweite Partizipation

Neue Teilnahmemöglichkeiten, neue Themen, erweiterte Zielgruppen: Das zeigt sich vor allem in den zahlreichen physischen und digitalen Beteiligungsmöglichkeiten rund um die Fokusthemen Kreativität &

Presseinformation | 5. Oktober 2020

Digitalisierung, Gesundheit und Nachhaltigkeit. Neben den Produktpräsentationen in den Messehallen stehen Networking und Matchmaking, Wissenstransfer und Innovationen im Mittelpunkt des Geschehens.

Über die integrierten Hybrid Stages wird die Teilnahme an den Präsentationen, Vorträgen und Workshops nicht nur vor Ort, sondern weltweit ermöglicht. Marken, Key Player und Top-Athleten werden sich hier mit einem Publikum austauschen, das weit über die Messehallen hinaus geht. In die ISPO Munich integriert sind die jeweils eintägigen Konferenzformate ISPO Digitize Summit (1. Februar 2021) sowie die Sports Tech World Series Konferenz (2. Februar 2021).

Bei der Umsetzung des Hybrid-Konzepts kommt dem ISPO-Team die über die vergangenen zehn Jahre erworbene digitale Kompetenz und Reichweite zugute: Sie basieren auf dem Aufbau eines Ökosystems mit Services entlang der Wertschöpfungskette sowie der Umsetzung der rein digitalen ISPO Re.Start Days im Sommer 2020.

Neu: Digitale Integration von Endkonsumenten

Neben dem Fachpublikum erhalten erstmals auch Endkonsumenten die Möglichkeit der digitalen Partizipation und zum direkten Dialog mit der Branche. Mit Präsentationen, Workshops und Masterclasses haben Marken und Unternehmen die Möglichkeit, sich Sport- und Outdoor-Fans auf der ganzen Welt digital zu präsentieren und mit ihnen in den Austausch zu gehen. Dass diese Integration funktioniert, beweist bereits die ISPO Open Innovation Community: Die rund 80.000 Endkonsumenten bringen bei den Crowdfunding- und Marktforschungskampagnen ihr Know-how mit ein und liefern den Unternehmen ganzjährig wertvolle Impulse für neue Produkte und Ideen.

Der persönliche Austausch auf dem Messegelände in München bleibt weiterhin dem Fachpublikum vorbehalten.

Markus Hefter, Exhibition Group Director ISPO Munich & OutDoor by ISPO:
„Wir sind bereit für die ISPO Munich 2021 und freuen uns auf viele Impulse.
Klar ist: Auch wenn sich vieles digital lösen lässt, ist der Wunsch nach

Presseinformation | 5. Oktober 2020

persönlichen Treffen und Austausch durch Corona nochmals deutlich verstärkt worden. Wir freuen uns über den starken Rückhalt in der Branche und werden unseren Kunden eine sichere Plattform bieten.“

Maximale Sicherheit und Flexibilität

Für das Vor-Ort-Geschehen bei der ISPO Munich 2021 gilt ein umfangreiches [Schutz- und Hygienekonzept](#), das die Messe München mit der Bayerischen Staatsregierung erarbeitet hat. Die Sicherheit von Ausstellern und Besuchern genießt dabei höchste Priorität. Bereits seit dem 1. September finden auf dem Münchner Messegelände wieder erfolgreich Veranstaltungen statt. Für internationale Besucher gilt: Messteilnehmer können unter Berücksichtigung bestimmter Einreisebestimmungen aus allen Ländern nach Deutschland einreisen, da sie als [Geschäftsreisende mit wichtigem Grund](#) gelten.

Aussteller bekommen durch die Verschiebung von Deadlines und flexiblen Stornobedingungen mehr Flexibilität. Auf Wunsch kann auf vorgebaute Stände zurückgegriffen werden, um kostengünstig und effizient an der Veranstaltung teilzunehmen.

Zu weiteren Fragen rund um das Schutz- und Hygienekonzept steht Ausstellern und Besuchern die Messe München Hotline zu Verfügung. Telefonisch unter +49 89 949 11400 oder per E-Mail corona.support@messe-muenchen.de.

Die Service-Zeiten sind wie folgt: Montag bis Donnerstag 09:00 bis 17:00 Uhr und Freitag 09:00 bis 16:00 Uhr.

Presseinformation | 5. Oktober 2020

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, Europas größte Outdoor-Fachmesse OutDoor by ISPO, das Online-Newsportal ISPO.com sowie die Business Solutions ISPO Digitize, 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.