

München, 25. September 2017

Presseinformation

ISPO MUNICH gefragter denn je

Kathrin Hagel
PR Manager
Tel. +49 89 949-21474
kathrin.hagel@
messe-muenchen.de

Als Weltleitmesse ist die ISPO MUNICH die wichtigste Branchen- und Netzwerkplattform im Sport Business: Jährlich präsentieren mehr als 2.700 Aussteller in 16 Hallen Trends und Neuheiten der kommenden Saison. Im Mittelpunkt der ISPO MUNICH 2018 stehen die Top-Themen Digitalisierung, Cross Industry, Frauen im Sport sowie Nachhaltigkeit. Mit einem erweiterten Angebot bildet die ISPO MUNICH von 28. bis 31. Januar 2018 zudem die aktuellen Entwicklungen im Sports Business ab.

Über 86.000 Besucher und mehr als 2.700 Aussteller – 2017 war ein Rekordjahr für die ISPO MUNICH. 2018 setzt die Messe mit einem breiteren Angebot neue Anreize und ist gefragter denn je. Markus Hefter, Projektleitgruppenleiter der ISPO MUNICH, erklärt: „Zum jetzigen Zeitpunkt haben wir eine um 15 Prozent höhere Nachfrage an Fläche als im Vergleich zur Vorveranstaltung. Um dem gesteigerten Interesse Rechnung zu tragen, greifen wir mit unserem erweiterten Hallenkonzept die aktuellen Entwicklungen im Sport Business auf. Die Fachbesucher erhalten einen idealen Überblick über die gesamte Sportbranche, den Ausstellern bieten wir eine bestmögliche Präsentation ihrer Brand-Botschaften.“ Die [16 Hallen](#) sind in [acht Segmente](#) unterteilt: Snowsports, Outdoor, Health & Fitness, Urban, Teamsports, Vision, Manufacturing & Suppliers sowie Trends und Innovation & Industry Services. Für einen konzentrierten Einblick in einzelne Themenbereiche bietet die Messe innerhalb der acht Segmente themenspezifische Focus Areas. Beispielsweise bekommt der Bereich Watersports eine großflächige Präsenz innerhalb des Outdoor-Segments oder Wearables im Bereich Health & Fitness.

Unter dem Dach „[Snowsports](#)“ stellen im Januar die Hersteller das gesamte Produktspektrum des Wintersports vor: von Skifahren, Freeski und Snowboarden über Schneeschuhwandern, Langlaufen und Schlittenfahren. „Die Vielfalt des

Wintersports in all seinen Facetten findet sich hier wieder. Es werden Synergien zu allen Wintersportarten geschaffen, ohne die Kernthemen Ski und Snowboard aus den Augen zu verlieren“, so Hefter.

Information, Inspiration und Innovationen finden Händler, Distributoren und Sportenthusiasten im Segment [Trends und Innovation & Industry Services](#). Hier präsentieren Newcomer und Start-ups die Zukunft der Sportindustrie. Richtungsweisende Entwicklungen zeigen Weiterbildungs- und Innovationsplattformen wie das Retail Lab und die ISPO ACADEMY auf. Im Zentrum der geplanten Vorträge, Seminare und interaktiven Foren steht die digitale Transformation der Sportbranche. Unter dem Stichwort „Digital Readiness“ erfahren Vertreter von Industrie und Handel, wie sie ihr Business wettbewerbsfähig in die Zukunft führen.

Mehr Fläche für wachsende Segmente

Wachstum und Potenzial bei Absatzkanälen und Handelsflächen versprechen die Segmente [Outdoor](#) sowie [Health & Fitness](#). 2018 gehen diese mit mehr Ausstellungsfläche an den Start. Die vier Outdoor-Hallen liefern Informationen über Trends und Neuheiten von Bergsteigen und Klettern bis hin zu Bouldern, Trailrunning, Camping und Wassersport. Unter Health & Fitness werden unter anderem die Trends bei Running, Urban Fitness, Body & Mind und Athleisure gezeigt.

Zukunftsthemen im Fokus

Welche neuartigen Konzepte das Thema Digitalisierung im Sport bereithält, können die Besucher auf der Messe live erleben: per App steuerbare Sportgeräte, wasch- und dehnbare Sensoren in Funktionsbekleidung, digitale Kundenservices oder Online-Lösungen für den Sportfachhandel – digitale Business-Modelle sowie smarte, vernetzte Sportprodukte entwickeln sich ständig weiter. Neue Technologien geben wichtige Impulse für die Sportartikelindustrie und treiben Innovationen voran. Mit "Cross Industry" hat ISPO ein Format geschaffen, das Business Professionals branchenübergreifend vernetzt, Know-how verbindet und so den Blick über den Tellerrand ermöglicht. Auf der ISPO MUNICH 2018 wird das Erfolgskonzept fortgesetzt.

Erstmals 2017 als Top-Thema beleuchtet, richtet die ISPO MUNICH 2018 ihr Augenmerk erneut auf „Frauen im Sport Business“. Dies umfasst Bereiche wie

Frauen in Führungspositionen oder Gendermarketing – für Fachbesucherinnen, Ausstellerinnen, Journalistinnen und Influencerinnen ist die Messe der ideale Treffpunkt, um sich zu informieren, Inspiration zu finden und Kontakte zu treffen. Geplant sind wieder die ISPO Munich Women's Lounge, geführte Touren „Experts4Women“ sowie Podiumsdiskussionen im Rahmen der ISPO ACADEMY.

Über ISPO

SPORTS. BUSINESS. CONNECTED. ISPO ist die internationale Sports Business Plattform und versteht sich dabei als Partner der Sportbranche. Unter der Familienmarke ISPO befinden sich die weltgrößten Multisegment-Messen für Sports Business Professionals: ISPO MUNICH, ISPO BEIJING und ISPO SHANGHAI sowie das Online-Newsportal ISPO.COM mit einer eigenen Redaktion und die Services ISPO ACADEMY, ISPO OPEN INNOVATION, ISPO BRANDNEW, ISPO AWARD, ISPO JOB MARKET und ISPO TEXTRENDS. Mit diesen integrierten Angeboten unterstützt ISPO Unternehmen in jeder Entwicklungsstufe auf den globalen Sportmärkten 365 Tage im Jahr. Dabei werden relevante Marktentwicklungen identifiziert, Innovationen vorangetrieben sowie gezielt Consumer Experts eingebunden, um Orientierung über die internationalen Märkte geben zu können.

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.