

München, 8. September 2022

Presseinformation

Premiere der ISPO Munich im November: New Perspectives on sports

Christian Faltin
PR Manager

Tel +49 (0)170 204 97 84
ispo@cocodibu.de@.

Nach zweijähriger Covid-Pause findet die ISPO Munich erstmals vom 28. bis 30. November auf dem Münchner Messegelände statt. Der Restart steht unter dem Motto: „New perspectives on sports“. Neu in diesem Jahr: Ein zentral gelegenes Future Lab, in dem u.a. alle relevanten Themen rund um Innovation, Handel, Digitalisierung sowie Nachhaltigkeit diskutiert und gezeigt werden. In insgesamt zehn, mittlerweile nahezu ausgebuchten Hallen können sich die Aussteller:innen und Besucher:innen vor Ort endlich wieder persönlich austauschen.

In den vergangenen zweieinhalb Jahren hat sich im Sport und in der Sportartikelindustrie mehr verändert als sonst in zehn Jahren. Einerseits haben sich die Umsätze der Sportartikelindustrie in Teilbereichen während der Pandemie durchaus positiv entwickelt. Andererseits sind neue Herausforderungen wie gestörte Lieferketten, veränderte Orderzyklen und eine zunehmende Digitalisierung zu bewältigen. Auch eine mögliche Energieknappheit in den kommenden Monaten kann ganze Wintersportbereiche massiv beeinflussen. „Daher brauchen wir neue Perspektiven – auf den Markt, die Konsumenten, den Handel und den Sport an sich. Wir machen deshalb auf der ISPO Munich im November eine zentrale Halle zum Innovationslabor. Hier treffen sich die wichtigsten Köpfe der Branche und diskutieren, was jetzt zu tun ist. Wir wollen Lobbyplattform sein und dem Sport die wichtige Stimme geben, die seiner Stellung in der Gesellschaft entspricht“, sagt Tobias Gröber, Head of ISPO Group, zum neuen Konzept der ISPO Munich, die 2022 erstmals Ende November und damit zum Start des Orderzeitraums stattfindet. Insgesamt werden Aussteller:innen aus 55 Ländern vertreten sein, die Standgröße wurde auf maximal 200 Quadratmeter reduziert.

Messe München GmbH
Messegelände
81823 München
Germany
messe-muenchen.de



Presseinformation | 8. September 2022 | 2/3

Future Lab: Das neue Herzstück der ISPO Munich

Obwohl die Messe mit diesmal insgesamt zehn Hallen fast ausgebucht ist, reserviert die ISPO Munich eine größere, zentrale Fläche als „Future Lab“. Das Innovationslabor soll als neues Herzstück nicht nur einen Erfahrungsraum für Neuerungen und Transformation bieten, sondern auch im Retail, Digitize und Sustainability Hub über den Tellerrand der eigenen Branche hinausblicken. Die Halle ist außerdem Bühne für die zahlreichen Sportler:innen, die die ISPO Munich in diesem Jahr erwartet, für den ISPO Award und natürlich auch für die ISPO Cup Night. Die Verleihung des neu konzipierten ISPO Cup wird ebenfalls im Future Lab am Abend des ersten Messtages stattfinden. Mit ihm werden künftig Initiativen von Sportler:innen sowie Sport-Influencer:innen ausgezeichnet, die einen positiven gesellschaftlichen Beitrag leisten.

Die ISPO Conference findet ebenfalls im Future Lab ihre Bühne. Führende Köpfe aus der Branche sowie Experten anderer Bereiche diskutieren über die brisantesten Themen wie Nachhaltigkeit, Inklusion und Diversität sowie die Herausforderungen für Logistik und Handel. Als erste Speaker:innen haben bereits Merijn Dols, Global Director for Open Innovation and Circular Economy Danone, Laura Santucci, ehemaliges Mitglied der Obama-Administration und Ex-Direktorin des World Food Programms, und Hunter Lovins, CEO Natural Capitalism Solutions und Mitglied des Club of Rome, zugesagt.

Auch viele aktive und ehemalige Sportler:innen werden auf der ISPO Munich erwartet. So wird Triathlet Sebastian Kienle sich in einer Live-Aufnahme für den Red Bull-Podcast mit dem Thema Biohacking auseinandersetzen. Zehnkampf-Olympiasieger Christian Schenk, der gerade ein „All-inklusive“-Festival für Menschen mit und ohne Behinderung veranstaltet hat, beleuchtet die Themen Diversity und Lobbying for Good. Und unter dem Motto „Stories to be told“ präsentiert eine Session der Initiative „Frauen Verbinden“ prominente Female Entrepreneurs, Persönlichkeiten und Athletinnen. Sein Kommen zugesagt hat auch der Alpinist Kazuja Hiraide, der als erster Japaner den 17th [Piolet d'Or](#) Award, den "Academy Award" des Bergsteigens, erhielt.

Presseinformation | 8. September 2022 | 3/3

Begleitet wird der Restart der ISPO Munich 2022 mit einer neu gestalteten Werbekampagne, die das Motto „New perspectives on sports“ ins Bild setzt.

„ISPO war schon lange mehr als eine reine Sportartikelmesse. Wie wichtig und wertvoll die ISPO Munich als globaler Branchentreffpunkt ist, auf dem persönliche Kontakte zwischen Herstellern, Fachhandel und anderen Branchenplayern im Vordergrund stehen, zeigt die trotz teilweise noch vorherrschender Reise-Einschränkungen sehr hohe Internationalität der Aussteller:innen, die auch in diesem besonderen Jahr bei über 90 Prozent liegt“, freut sich Lena Haushofer, Exhibition Director der ISPO Munich.

Fotos und Grafiken zur ISPO Munich gibt es online in der Bild-Datenbank

Weitere Informationen zur ISPO Group und den verschiedenen Plattformen unter <https://www.ispo.com/about>

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-Magazin ISPO.com sowie die Business Solutions ISPO Brandnew, ISPO Collaborators Club, ISPO Award, ISPO Academy und ISPO Textrends. 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 rund 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 Conference Center Nord und im MOC Veranstaltungszentrum München sowie im Ausland teil.

Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften organisiert die Messe München Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Russland, Afrika, der Türkei und in Vietnam. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien und Südamerika sowie rund 70 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder ist die Messe München weltweit präsent.