

Shanghai, 07. Mai 2018

Presseinformation

Trendthemen im Fokus der ISPO Shanghai 2018

Bereits zum vierten Mal trifft sich die asiatische Sportartikelbranche auf der ISPO Shanghai. Vom 5. bis 7. Juli 2018 präsentieren rund 500 Marken und 350 Aussteller im Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) die neuesten Innovationen des Sommersports aus den vier großen Segmenten Running, Health & Fitness, Outdoor und Wassersport. 2018 greift die Messe mit den Schwerpunktthemen Frauen sowie Kinder die Trends der chinesischen Sportartikelindustrie auf. Zukunftsfähige Digitallösungen erhalten Handel und Industrie im ISPO Digitize Forum.

Kathrin Hagel
PR Manager
Tel. +49 89 949-21474
hagel@ispo.com

Das bevölkerungsreichste Land der Welt verfolgt das Ziel, die Gesundheit der Bevölkerung zu verbessern. Die chinesische Regierung setzt dabei auf Sport. Bis 2020 soll der Umsatz der heimischen Sportartikelindustrie auf bis zu 460 Milliarden US-Dollar wachsen. Nationale und internationale Unternehmen, die am rasant wachsenden Sportmarkt Chinas teilnehmen, sehen großes Marktpotenzial bei Frauen und Kindern. Obwohl Frauen im Gegensatz zu Männern weniger Sport treiben, geben sie mehr Geld für Sportbekleidung und Trainingsstunden aus. Diesen Trend haben auch Sportartikelhersteller erkannt. Das Angebot an Women's-Only Stores nimmt hierzulande deutlich zu. Sportlerinnen gewinnen immer mehr an Wichtigkeit und stehen auf der diesjährigen ISPO Shanghai im Women Sports Industry Forum im Mittelpunkt. Hier referieren Experten aus der Praxis über ihre Erfahrungen und kommende Entwicklungen.

Das Konzept, sich auf eine Zielgruppe zu fokussieren, verfolgen Sportartikelhersteller auch im Bereich Kindermode. Laut Experten investieren 90 Prozent der chinesischen Eltern rund 300 Euro pro Jahr in die sportliche Aktivität ihrer Kinder. Diese positive Entwicklung für den Markt, in Anbetracht der steigenden Populationsrate, haben große Sportartikelhersteller im Multi-Segmentbereich bereits erkannt. Welche Möglichkeiten der Nachwuchs von heute Industrie und Handel bieten kann, erfahren die Teilnehmer durch den interaktiven Austausch im China Kids Sports Industry Forum.

Mit dem ISPO Digitize Forum auf dem Weg in die Sportindustrie von morgen:

Die digitale Transformation ist in China längst angekommen: Welche Besonderheiten bietet der chinesische Markt für internationale Unternehmen? Wie müssen Händler und Industrie agieren? Welche Geschäftsmodelle ergeben sich? Das ISPO Digitize Forum greift an den ersten beiden Messtagen diese Fragen auf. Im Rahmen von Podiumsdiskussionen und Vorträgen bieten Experten Lösungen für die digitale Zukunft des Sportsbusiness.

Mit Endverbraucher-Events dem Konsumenten entgegen

Auf der ISPO Shanghai 2018 wird die Kooperation mit Chinas größter E-Commerce Plattform Tmall fortgesetzt. Um Konsumenten abseits des Messegeländes einen Einblick in die neuesten Produkte zu gewährleisten, bietet Tmall ein Live Broadcasting von der Messe.

Der [Open Demo Day](#) im Rahmen des X-Mudders ermöglicht Sport-Enthusiasten die neuesten Sportartikel bereits vor Messebeginn zu testen: Von Wasser-Yoga über Stand-up-Paddeln bis hin zum Laufsport bietet die Aktion ein breites Angebot an Aktivitäten für Sportler. Aussteller haben die Chance, ihre Produkte den über 5.000 Teilnehmern und den rund 7.000 Zuschauern des Mud-Runs vorzustellen. ISPO Shanghai Ausstellern stehen vergünstigte Konditionen zur Verfügung.

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 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 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.