

München, 13. September 2018

Presseinformation

ISPO Munich

Der Sportfachhandel profitiert von neuen Ticketpreisen

Mit einer veränderten Preisstruktur und vergünstigten Tickets stellt die ISPO Munich (3. bis 6. Februar 2019) die Fachhändler als wichtigste Fachbesuchergruppe in Zukunft noch deutlicher in den Mittelpunkt. Ab 2019 ergänzt das [neue Ticketmodell](#) die bereits verfügbaren Services speziell für diese Zielgruppe. Die ISPO Munich stärkt damit nicht nur die Teilnahme der Sportfachhändler. Die weltweit größte Sportfachmesse will damit auch den Charakter als Handelsplattform ausbauen und damit messbare Vorteile für die ausstellenden Marken erreichen.

Die ISPO Munich entwickelt sich mehr als positiv. Nach einem Besucherrekord 2017 konnte sie 2018 erstmals mehr als 2.800 Aussteller verzeichnen, davon kamen 88 Prozent aus dem Ausland. Diese Ergebnisse unterstreichen ihre Position als weltweit führende Plattform für die internationale Sportbranche. Besuchertickets sind jedes Jahr begehrt – als B2B-Messe bleibt die Veranstaltung jedoch dem Fachpublikum vorbehalten. Dazu zählen vor allem Sportfachhändler, die sich für die Neuheiten der Aussteller interessieren.

Um den Besuch für diese wichtige Zielgruppe attraktiv zu gestalten, bietet die ISPO Munich seit jeher eine Reihe attraktiver Specials und Services. So erhalten die Aussteller unter anderem Freitickets für ihre bedeutendsten Handelskunden. Angebote der Deutschen Bahn und der Lufthansa verschaffen Vorteile bei der Reisebuchung; ein einfacher Zimmerbuchungsservice erleichtert die Suche nach Unterkünften. Markus Hefter, Projektgruppenleiter ISPO Munich, will das Engagement noch weiter ausbauen: „Zukünftig werden wir die Aktivitäten in Richtung Handel deutlich verstärken und den Besuch noch einfacher, effizienter und kostengünstiger gestalten.“

Mit der veränderten Preisstruktur setzt die ISPO Munich ein klares Zeichen und rückt die Fachhändler wie Einzel- und Großhändler sowie Distributoren weiter in den Vordergrund. In Zukunft kostet ein online gebuchtes Händler-Tagesticket 19 Euro. Bei Buchung vor Ort werden 29 Euro berechnet. Entsprechend kostet das 4-Tages-Ticket 29 beziehungsweise 49 Euro.

Kathrin Hagel
PR Manager
Tel. +089 949 21747
hagel@ispo.com

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



Presseinformation | 13. September 2018 | 2/2

Andere Fachbesucherguppen wie Produktmanager, Designer, Auftrags-, Stoffe- und Zubehörhersteller, Zulieferer oder auch Eventagenturen und Betreiber von Sporteinrichtungen werden künftig in einem eigenen Preissegment gebündelt. Die Ticketpreise dort variieren zwischen 69 Euro und 169 Euro, je nachdem ob die Tages- oder 4-Tages-Tickets online oder vor Ort erworben werden.

Die ISPO Munich wird weiterhin für andere Fachbesucherguppen geöffnet sein. „Denn ein wichtiger Punkt ist die Anbahnung von neuen Geschäftsbeziehungen“, führt Heffter weiter aus. Neben der Präsentation von Produktneuheiten und Trends ist die Fachmesse eine wichtige Netzwerkplattform für die internationale Sportindustrie. Aussteller wie Fachbesucher nutzen sie, um Kontakte zu pflegen und Kundengespräche zu führen. Um bereits vor Messebeginn mit den relevanten Business-Kontakten zu kommunizieren, bietet die [ISPO Munich App](#) eine neue Networking-Funktion. Diese kann bereits mit dem Ticketkauf kostenpflichtig dazu gebucht werden.

Weitere Informationen zur neuen Ticketstruktur und den Preisen sind [online](#) verfügbar.

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 sowie die 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 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.