

München/Peking, 8. Januar 2018

## **Presseinformation**

### **ISPO Beijing – Wintersport und Fußball im Fokus**

**Vom 16. bis 19. Januar öffnet die ISPO Beijing 2019 ihre Türen. Rund 400 Aussteller mit 700 Brands werden zum 15. Jubiläum in der neuen Location, dem China International Exhibition Center (CIEC) New Venue, erwartet, um ihre neuesten Produkte und Technologien aus den Bereichen Wintersport, Outdoor sowie Health & Fitness dem Fachpublikum zu präsentieren. Eines der Highlights in diesem Jahr ist die Kooperation mit der deutschen Fußball-Bundesliga, in deren Rahmen sich einige prominente deutsche Erstligisten präsentieren. Verschiedene Vorträge, Podiumsdiskussionen und Foren begleiten die Veranstaltung.**

Amrei Kommer  
PR Manager  
Tel. +49 89 949 21406  
kommer@ispo.com

Ein Blick auf die Ausstelleranmeldungen zeigt auch in 2019 die Relevanz des chinesischen Marktes für die internationale Sportartikelbranche: Rund 50 Prozent der Marken bei der ISPO Beijing kommen aus dem Ausland. Neben Branchengrößen wie Fjällräven, Marmot, Rossignol und Scarpa, die bereits über viele Jahre hinweg auf der Messe ausstellen, gehen auch einige neue Brands den Schritt nach Asien, darunter Active Sportswear (Dänemark) und Walltopia (Bulgarien). Absolutes Neuland betreten die Jungunternehmen Doppelpass und Aesthetic Sports aus Deutschland sowie Sled Dogs aus Ungarn und Rebellboost aus Finnland, die sich mit Ausstellungsflächen im Startup-Village präsentieren.

### **Markteinführungsprogramm für China**

Mit dem Market Introduction Program (MIP) bietet die ISPO Academy im Rahmen der ISPO Beijing ein zweitägiges Seminar für alle Brands an, die an einem Markteintritt in China interessiert sind. Mit Ausblick auf die kommenden Olympischen Winterspiele 2022 in Peking liegt der Fokus in 2019 auf Wintersport. Die Teilnehmer bekommen exklusive Einblicke in die chinesische Sportbranche und deren Potenzial. Mit dem gewonnenen Wissen lassen sich Chancen und Herausforderungen für die eigene Marke leichter identifizieren und einordnen.

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

**Presseinformation** | 8. Januar 2018 | 2/2

### **Der Ball rollt in der Football Activation Area**

Deutsche Fußballvereine haben das Potenzial des chinesischen Marktes längst für sich entdeckt und zahlreiche Fans für sich gewonnen. Laut dem Red Card Report – einer jährlichen Untersuchung zum Einfluss des europäischen Fußballs in China – ist die deutsche Bundesliga 2018 bereits zum vierten Mal in Folge auf Platz eins der einflussreichsten europäischen Ligen gekürt worden. Im Rahmen ihrer Auslandsmarketingstrategie präsentieren sich in der gemeinsamen Football Activation Area der ISPO Beijing nicht nur die Bundesliga International als Dachmarke, sondern auch sieben der 18 Erstligisten selbst: Bayer 04 Leverkusen, Borussia Dortmund, Borussia Mönchengladbach, Eintracht Frankfurt, FC Schalke 04, VfB Stuttgart und VfL Wolfsburg bringen das Fußballerlebnis direkt in die Messehalle.

### **Influencer erweitern das Besucherportfolio**

Eine Studie zeigt, welche Relevanz die Inhalte der sozialen Medien für die chinesischen Endkonsumenten haben: Rund die Hälfte der 665 Millionen Chinesen, die dort aktiv sind, nutzen die Kanäle zur Produktrecherche. 70 Prozent der sogenannten Generation Z (Jahrgang 1995 und jünger) kaufen ihre Produkte am liebsten direkt über Social Media. Zum Vergleich: Der globale Durchschnitt liegt bei 44 Prozent.

Die ISPO Beijing reagiert auf den verbundenen wachsenden Einfluss der Influencer – in China Key Opinion Leaders (KOL) genannt – auf die Sportartikelbranche: Prominente und Athleten, bekannte Blogger, aber auch Influencer von Sportclubs und -stätten sind ab sofort Teil der Besucherzielgruppe. 500 von ihnen werden 2019 erstmals zur Messe erwartet. Einige der KOLs vermitteln auf der eigens eingerichteten Bühne ihre Erfahrungen an Aussteller und Händler.

Weitere Informationen zur ISPO Beijing 2019 sind online verfügbar unter <https://www.ispo.com/beijing>

**Presseinformation | 8. Januar 2018 | 3/3**

## **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.