

München/Peking 23. Januar 2019

Presseinformation

Schlussbericht ISPO Beijing

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

ISPO Beijing feiert erfolgreiches Jubiläum

Mehr als 400 Aussteller mit 682 Marken sowie rund 30.000 Fachbesucher und Key Opinion Leaders (KOLs) haben vom 16.-19. Januar 2019 im China International Exhibition Center (CIEC) an der ISPO Beijing und der Alpitec China teilgenommen. Die wichtigste Sportfachmesse im asiatisch-pazifischen Raum war in diesem Jahr geprägt von zahlreichen Foren, Trends und Innovationen aus den Bereichen Wintersport, Outdoor, Health & Fitness, Manufacturing & Suppliers. Erstmals im Fokus stand außerdem das Thema Fußball.

„Die Chinesen haben den Fußball für sich entdeckt, die Begeisterung wächst stetig. Große Vorbilder für den Nachwuchs sind vor allem die europäischen Vereine und Ligen. Mit der Bundesliga International konnten wir für die ISPO Beijing einen neuen starken Partner gewinnen, um den Fußballboom in Asien in den kommenden Jahren weiter voranzutreiben“, freut sich Elena Jasper, Projektleiterin ISPO Beijing. In der eigens geschaffenen Football Activation Area präsentierten sich die sieben deutschen Erstligisten Bayer 04 Leverkusen, Borussia Dortmund, Borussia Mönchengladbach, Eintracht Frankfurt, FC Schalke 04, VfB Stuttgart und VfL Wolfsburg. Sie forderten die Besucher bei verschiedenen Aktivitäten wie Speed Goal oder Torwandschießen heraus und versetzten sie in Fußballstimmung. Ergänzt wurde das Programm durch das Fußball Forum am ersten Messetag. Hochkarätige Sprecher der Vereine stellten ihre Strategien zur Markt-Aktivierung in China vor, präsentierten Konzepte zur Nachwuchsförderung und Markenpositionierung.

Wintersport mit Blick auf Olympia weiterhin im Trend

Seit Jahren im Mittelpunkt und mit den immer näher rückenden Olympischen Winterspielen 2022 in Peking omnipräsent: Wintersport. Auf Ausstellerseite gab es mit Burton und Oakley in diesem Segment namhafte Rückkehrer zur ISPO

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

Presseinformation | 23. Januar 2019 | 2/2

Beijing zu verbuchen. Das Market Introduction Program für Marken, die den Markteintritt in China anstreben, widmete sich ebenfalls dem Thema. Vertreter von zehn Marken aus Europa, Asien und der USA ließen sich im zweitägigen Seminarprogramm von Branchenkennern aus den Bereichen Distribution, On- und Offline-Retail sowie Handelsrecht die Besonderheiten des chinesischen Marktes nahebringen und knüpften erste Kontakte.

Bereits zum elften Mal fand die Asia Pacific Snow Conference in Zusammenarbeit mit der langjährigen Partnerveranstaltung Alpitec China, führende Fachmesse für Berg- und Wintertechnologien, statt. Vertreter aus der Technologie-, Sport- und Tourismusbranche diskutierten über die Entwicklung in den chinesischen Skigebieten sowie Modelle und Maßnahmen zu Erschließung, Instandhaltung und Ausbau.

Einen Eindruck von der Infrastruktur in den Wintersportgebieten und einen Vorgeschmack auf Olympia erhielten die Teilnehmer der Ski Resort Tour. Mit dem Olympic Parc Shougang sowie dem Wanlong Ski Resort und Genting Ski Resort Secret Garden standen drei Trainings- und Austragungsstätten der Olympischen Winterspiele 2022 auf dem Reiseplan. „Es ist beeindruckend, mit welcher Professionalität sich China auf das sportliche Großereignis vorbereitet. Hier entstehen Sportstätten nach modernsten Standards. Die Olympischen Spiele werden erst der Anfang der Wintersportnation China sein“, resümiert Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München.

Wertvoller Wissenstransfer in allen Bereichen

Auch zu den anderen Bereichen der Messe war ein umfangreiches Rahmenprogramm geboten. Das Sports Industry Forum widmete sich der Frage nach neuen Investitionsmöglichkeiten für das Sportbusiness in China, unter anderem im Hinblick auf Digitalisierung. Sportverletzungen und Angebote zur Rehabilitation standen im Fokus des Health & Fitness Forums. Im Rahmen des China Rock Summits wurde der China Climbing Report veröffentlicht. Welche textilen Trends im Bereich Materialien, Fasern, Schnitte und Accessoires die Branche in den kommenden Jahren erwartet, präsentierte Louisa Smith, International Consultant für Textiltrends, in der ISPO Textrends Area. Einen

Presseinformation | 23. Januar 2019 | 3/3

Überblick über die größten Produktinnovationen und neuesten Ideen aus der Gründerszene erhielten die Besucher in der ISPO Award-Ausstellung sowie dem ISPO Startup-Village.

Gründung eines Fachbeirats für die ISPO Beijing

Um die ISPO Beijing weiter entsprechend der Bedürfnisse des Marktes, der Aussteller und Fachbesucher zu entwickeln, wurde ein internationaler Fachbeirat eingerichtet. Vertreter der Aussteller, Branchenvertreter und Partner trafen sich erstmals am Vortag der diesjährigen Veranstaltung, um die strategische Ausrichtung der Messe zu diskutieren. Die übereinstimmende Meinung aller Beteiligten: Die ISPO Beijing in ihrer aktuellen Form bietet eine gute Basis mit viel Potenzial. Künftig sollen neue Segmente wie Sportsfashion und Travel in die Veranstaltung integriert und die Zielgruppe der Key Opinion Leaders (KOLs) weiter ausgebaut werden. Vor allem der Erfahrungsaustausch mit Europa steht im Mittelpunkt des Interesses.

Langjährige Aussteller für Treue geehrt

Neben dem Blick auf die Entwicklungen und Trends der kommenden Jahre, blickte die Messe München zum 15-jährigen Jubiläum der ISPO Beijing auch zurück – auf 15 Jahre voller Herausforderungen, Wandel und Erfolg. Im Rahmen der offiziellen Geburtstagsparty zeichnete das ISPO-Team die fünf Aussteller aus, die bereits seit Anbeginn Teil der Messe sind.

Die nächste ISPO Beijing findet von 12. bis 15. Februar 2020 im China International Exhibition Center (CIEC) New Venue statt.

Weitere Informationen zur ISPO Beijing finden Sie unter <https://www.ispo.com/en/beijing>

Presseinformation | 23. Januar 2019 | 4/4

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.