

www.ispo.com

Shanghai, 13. Juni 2019

Presseinformation

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

ISPO Shanghai: Der Eintritt in Chinas Sport-Business

- Bundesliga International zu Gast in Shanghai
- China besser verstehen dank Wissenstransfer
- Neue Impulse für internationale Sport-Business Professionals

Dank einer kaufkräftigen Mittelschicht mit wachsendem Sportinteresse wird China für Sportartikelhersteller immer attraktiver. Nicht nur das Sport-Business hat das Potenzial erkannt, auch internationale Fußballclubs wetteifern um die Gunst des chinesischen Sportfans. Zutritt zu diesem Markt bietet die ISPO Shanghai, die von 5. bis 7. Juli im Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) stattfindet. Neben zahlreichen Unternehmen ist in diesem Jahr die Bundesliga International mit dem FC Bayern, Borussia Dortmund, Schalke 04, Borussia Mönchengladbach, VfL Wolfsburg und Bayer 04 Leverkusen vertreten.

Von Running-Trends über das neueste Outdoor-Equipment bis hin zu aktuellen Wassersport-Highlights: auf der ISPO Shanghai präsentieren internationale Branchengrößen und chinesische Marktführer wie Arys, Ballop, Buff, Deuter, Polygiene, Streetstrider, Uyn, Wakingbee und Yvette ihre Neuheiten. Aufstrebende Marken wie Tafeng, Taluer und Trickcoo sind im Startup Village vor Ort. Mit dabei ist auch das chinesische Start-up Carey Design, das 2019 zu den [ISPO Brandnew Finalisten](#) zählt und die Jury mit seiner innovativen Alltagsbekleidung überzeugt hat, die via App die Temperatur kontrolliert.

Zu den weiteren Highlights zählt der [Outdoor Lifestyle Pavilion](#), der Outdoor-Aktivitäten und -Trends wie Trailrunning in den Mittelpunkt stellt. Diese werden in China immer beliebter, laut Studien liegt das Umsatz-Volumen im [chinesischen Outdoor-Markt](#) inzwischen bei rund 8,4 Milliarden Euro. Wintersport ist in China zu jeder Jahreszeit beliebt. Dank entsprechender Infrastruktur ist Skifahren auch

im Sommer möglich. Gemeinsam mit der Golden Snowflake Ski Industry Alliance, einer Organisation zur Förderung der chinesischen Skiindustrie, sind erstmals 18 Marken zum Thema Wintersport auf der ISPO Shanghai vertreten. Ein weiterer Höhepunkt ist die gemeinsame [Fashion Show mit Tmall](#), die bereits zum zweiten Mal stattfindet.

Der Ball rollt nach China

Im weltweiten Ländervergleich zählen chinesische Fußballfans zur größten Fangemeinde. Konsequenterweise sind internationale Fußballclubs verstärkt in China präsent. Elena Jasper, Projektleiterin der ISPO Shanghai: „Wir freuen uns, dass wir unsere Zusammenarbeit mit der Bundesliga International und ihren Clubs auf der ISPO Shanghai fortführen.“ Vor Ort sind 2019 der FC Bayern, Borussia Dortmund, Schalke 04, Borussia Mönchengladbach, VfL Wolfsburg und Bayer 04 Leverkusen. Geplant sind zahlreiche Fußballaktivitäten mit den Vereinsvertretern, die im [International Football Forum](#) zudem über ihre Vereinsarbeit, zum Beispiel die Nachwuchsförderung, informieren. Darüber hinaus wird der Red Card Report, eine jährliche Untersuchung zum Einfluss des europäischen Fußballs in China, vorgestellt. Der Report liefert zusätzlich wertvolle Einblicke in das chinesische Fanverhalten und die unterschiedlichen Bedürfnisse vor Ort. Einsatz zeigen und Spielerqualitäten testen können Besucher auf einem Smart Court. KickID bietet auf dem intelligenten Spielfeld eine Spieleranalyse in Echtzeit an, die bereits heute in Nachwuchsleistungszentren sowie in der Profiligen zum Einsatz kommt.

Neue Impulse dank Wissenstransfer

Einblicke in den chinesischen Markt und Konsumenten erhalten Interessierte im Rahmen des umfangreichen [Foren- und Konferenzprogramms](#). Im [Women & Kids Sports Industry Forum](#) diskutieren Experten unter anderem darüber, wie sich die Anforderungen von Frauen an Sportprodukte geändert haben und was die aktuellen Online-Trends bei Athletinnen sind. Retail in China unterscheidet sich von westlichen Ländern grundlegend. Im [Retail Forum](#) erhalten Marken und Hersteller Strategie- und Lösungsvorschläge für den chinesischen Markt. Im [Water Sports & Diving Industry Forum](#) drehen sich die Inhalte um die Entwicklung der chinesischen Tauchindustrie. Designer und Produktmanager dürfen sich im

[China Sports Fashion Trend Forum](#) auf Experten wie Wang Chaoran, Chefdesigner der Li Ning New York Fashion Week und der Li Ning Classic Series, freuen. Darüber hinaus stehen Vorträge von Trendexpertin Louisa Smith und Jochen Lagemann, Senior Vice President und Managing Director Europe & Asia bei PrimaLoft, auf dem Programm.

ISPO Textrends zeigt die neuesten Textiltrends der Saison Frühling/Sommer 2021. In der ISPO Award Area können sich die Besucher über aktuelle Award-Produkte von mehr als 30 Marken wie Blackyak, Grüzibag, EngineBird, Kailas, Mammut, Mijia, Nitecore und QOOL informieren.

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.