

München, 26. Juni 2019

Presseinformation

OutDoor by ISPO 2019

Neuheiten und Höhepunkte bei Europas größter Outdoor-Fachmesse

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

- **Themenvielfalt zeigt umfassendes, inklusives Verständnis von „Outdoor“**
- **Vorträge, Präsentationen und Workshops unter Beteiligung zahlreicher Branchengrößen und -kenner**
- **Integration branchenfremder Industrien**

Von Klettern und Wandern über Wassersport und Trailrunning bis Abenteuerreisen und Urban Outdoor: Mehr als 1.000 Aussteller aus 35 Ländern präsentieren sich vom 30. Juni bis 3. Juli 2019 auf der ersten OutDoor by ISPO Fachmesse in München. Wie wird „Outdoor“ zukünftig aussehen? Wie kann die Branche weiterhin wachsen? Was bedeutet das für die einzelnen Branchenmitglieder? Antworten auf diese Fragen geben nicht nur die Innovationen der ausstellenden Marken, sondern auch das umfassende, themenspezifische Rahmenprogramm.

In wenigen Tagen feiert OutDoor by ISPO Premiere in München.

Mit dem Umzug in die bayerische Landeshauptstadt hat sich nach 25 Jahren nicht nur der Standort von Europas größter Outdoor-Fachmesse geändert, auch das Konzept der Veranstaltung wurde komplett neu aufgesetzt. Das Fachpublikum darf sich über eine Waren- und Themenpräsentation freuen, die einem konsumentenzentrierten Ansatz folgt und die Belange des Handels in den Fokus stellt. Einem inklusiven Outdoor-Gedanken folgend, sind traditionelle Outdoor-Themen wie Wandern oder Klettern ebenso Teil der Messe wie neuere Aktivitäten, beispielsweise Trailrunning oder Mountainbike. Hinzu kommt der Schulterschluss mit anderen Branchen.

Presseinformation | 26. Juni 2019 | 2/4

Vielfältig und individuell wie das Outdoor-Verständnis der Konsumenten

Die Gestaltung der Ausstellungsfläche unter Einbindung von zahlreichen Focus & Activation Areas zeigt die Vielfalt von „Outdoor“. Auf der Fläche für Sportklettern und Bouldern, dem **Indoor Climbing Hub**, dem **River Lake Camp** rund um Wassersport, **THE BORDERLANDS™** als Ausstellungsfläche für urbane Outdoor-Kultur oder dem **Adventure, Tourism & Travel Hub** mit dem Fokus Abenteuerreisen steht die jeweilige Aktivität mit all ihren Spielarten im Mittelpunkt. Hinzu kommen einige Flächen, auf denen übergreifende Themen behandelt werden.

Der **CSR Hub & Sustainability Kiosk** in Halle B6 widmet sich dem immer wichtiger werdenden Thema Nachhaltigkeit. CSR-Experten geben Einblicke in die neuesten Nachhaltigkeitsprojekte und -produkte der Branche. Die European Outdoor Group (EOG) widmet sich dem Umgang der Branche mit Einweg-Kunststoffen, das Institut Hohenstein dem Thema biologisch abbaubarer Materialien. Ebenfalls Teil des Programms sind eine Präsentation des weltweit ersten klimapositiv gestellten Outdoor-Schuhproduzenten Icebug sowie ein Vortrag von The North Face zu den Erfahrungen und Zukunftsplänen in der Herstellung nachhaltiger Produkte. adidas zeigt seine adidas X Parley Kollektion, basierend auf aufbereitetem Plastikmüll, der an Stränden und in Küstenregionen gesammelt wurde. Ein Highlight wird die Keynote des deutschen Bundesministers für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Dr. Gerd Müller mit dem Titel „Nachhaltigkeit geht nur im gesellschaftlichen Konsens“ am Montag, 1. Juli, ab 14.20 Uhr.

Mit dem **Shoe & Trailrunning Village** in Halle A5 bekommen den neuesten Trends und Modellen aus der Welt der Schuhe, Socken und Accessoires den passenden Rahmen in einer eigenen Sonderschau. Eine 50 Meter lange Teststrecke lädt zum Ausprobieren ein. Vom technischen Hochtourenstiefel bis hin zum Urban Outdoor Sneaker: Große Marken aus dem Segment präsentieren sich vereint, darunter Aku, Kamik, Keen, Lowa, Meindl, Merrell, On, Tecnica, der Einlegesohlspezialist Sidas sowie Aussteller aus dem klassischen Schuhfachhandel wie zum Beispiel Gabor. Die Fläche ist auch Schauplatz des Run & Trail Summits am Dienstag, 2. Juli. Auf der Agenda steht unter anderem ein Elevator-Pitch für die innovativsten Trailrunning-Produkte der Messe.

Presseinformation | 26. Juni 2019 | 3/4

Das Programm der **Women's in Outdoorbusiness Lounge** in Zusammenarbeit mit der Messe München Initiative „Frauen verbinden“ in Halle B5 beweist, dass Frauen längst wichtige Treiberinnen der Branche sind – in Führungspositionen, als Athletinnen, Meinungsbildnerinnen und Konsumentinnen. So berichten beispielweise Marion Schöne, Geschäftsführerin des Olympiapark München und Hetty Key, Abenteurerin und Bloggerin von ihren Erfahrungen, Wünschen und Visionen.

Die **Retail Lounge** in Halle A4 lädt das Fachpublikum aus dem Einzelhandel zum Austausch und Relaxen ein. Die Vorträge und Podiumsdiskussionen greifen vor allem digitale Themen auf, informieren umfassend in einem fachhandelsorientierten Programm über dessen Entwicklung und Zukunftsperspektiven sowie den wachsenden Einfluss von Social Media. Zudem findet in der Retail Lounge an jedem Messemorgen um 9 Uhr das Detox Happy Hour Breakfast statt.

Nicht nur in den Hallen wird das neue Outdoor-Mindset zelebriert: Auch das Freigelände wird zur interaktiven Ausstellungsfläche. In der **HangOut Area** warten zahlreiche Produkte aus den Bereichen Camping, Glamping und Outdoor-Kitchen darauf, direkt ausprobiert zu werden. Eine großzügige Lounge lädt zum Verweilen ein.

Die erste OutDoor by ISPO in München wird gebührend gefeiert: Das Atrium zwischen den Hallen A4 und B4 verwandelt sich am Abend des 2. Juli, ab 18 Uhr von der Relax Area in eine große Party-Zone für die Community.

X-Industry: über den Tellerrand hinaus

Einen Blick über die Grenzen der Outdoor-Branche hinaus bietet das X-Industry Segment. Im Rahmen der gleichnamigen Focus Area in Halle B5 präsentieren sich die Fachmessen [automatica](#), [electronica](#), [EXPO REAL](#), [IFAT](#), [LOPEC](#), [LASER World of PHOTONICS](#) und [transport logistic](#) verdeutlichen das Potenzial der Zusammenarbeit für die Outdoor-Branche. Hinzu kommen Vorträge von Branchenvertretern aus der gedruckten Elektronik. Für die Aussteller der automatica sowie der LOPEC findet zusätzlich ein Rundgang statt, der sie zu potenziellen Business-Partnern führt. Ebenfalls Teil von Cross Industry ist die Initiative Next Entrepreneurs, gemeinsam mit der Messe München GmbH, dem

Presseinformation | 26. Juni 2019 | 4/4

German Council of Shopping Centers e.V., dem Innovationsprogramm xStarters der Volkswagen Group sowie dem Outdoor-Ausrüster Vaude.

Alle Partner geben ein globales Thema mit Verbindung zu ihrem jeweiligen Business vor. Diese werden dann von acht Teams, bestehend aus Jugendlichen der Generation Z (im Alter von zwölf bis 17 Jahren), von Montag bis Mittwoch live auf der Fläche erarbeitet. Am 3. Juli folgen ab 13.30 Uhr die Präsentation und Bewertung der Ergebnisse.

Service

Einen Überblick zu allen ausstellenden Marken und Herstellern gibt das [Ausstellerverzeichnis](#). Der [Eventkalender](#) umfasst alle Termine während der Veranstaltung. Beide Datenbanken sind auch Teil der [OutDoor by ISPO App](#) – das ideale Tool für die Besuchsplanung. Die Medien-Akkreditierung ist [online](#) oder direkt vor Ort im Pressezentrum möglich. Eine Übersicht der bekannten [Pressetermine](#) finden Sie hier.

Über OutDoor by ISPO

OutDoor by ISPO ist die ganzjährige internationale Plattform für eine neue Outdoor-Bewegung, kombiniert mit der jährlichen größten europäischen Fachmesse für die Outdoor-Branche. Diese wird in enger Partnerschaft mit dem Branchenverband European Outdoor Group (EOG) durchgeführt. ISPO Business Solutions erweitern das Portfolio ganzjährig sowohl um digitale als auch analoge Services und schaffen eine reichweitenstarke Plattform für die gesamte Outdoor-Community. Die Fachmesse OutDoor by ISPO findet erstmals von 30. Juni bis 3. Juli 2019 auf dem Gelände der Messe München statt. Von 1993 bis einschließlich Juni 2018 war Friedrichshafen der Messestandort.

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, Europas größte Outdoor-Fachmesse 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.