

München, 17. Oktober 2017

## Presseinformation

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

## ISPO investiert in cross-medialen Markenauftritt

**Das weltweit größte Sportnetzwerk, ISPO, präsentiert sich mit neu positionierter Familienmarke und einem aktualisierten Corporate Design. Mit dem neuen cross-medialen Markenauftritt werden die eigenen Digitalangebote mit dem internationalen Event- und Messegewerbe verknüpft. Gleichzeitig unterstreicht ISPO seinen B2B2C-Anspruch.**

Seit 1970 am Markt hat sich die Familienmarke ISPO vom reinen Messeveranstalter zu einer 365-Tage Plattform entwickelt. Heute bietet das Netzwerk seinen Kunden insgesamt elf branchenbezogene Angebote, darunter leistungsstarke digitale Lösungen für Unternehmen und Konsumenten sowie die internationalen Multi-Segment-Messen ISPO Munich, ISPO Beijing und ISPO Shanghai. Mit dem [überarbeiteten Auftritt](#) – einem kanalübergreifenden Design-Relaunch und neuem Marken-Claim – schärft ISPO seine Profilierung als Full-Service-Dienstleister für die Sportbranche und ermöglicht ein konsistentes analoges als auch digitales Markenerlebnis.

Darüber hinaus unterstreicht ISPO seinen Anspruch als B2B2C-Marke mit dem neuen Claim „Accelerating Sports“. Dieser basiert auf der neuen Markenmission „To accelerate the global Evolution of Sports“. Tobias Gröber, verantwortlich für die ISPO Gruppe, erläutert: „Unsere Motivation ist es, den Sport überall auf der Welt zu stärken, Menschen dafür zu begeistern. Damit möchten wir unseren Kunden einen echten Mehrwert bieten und schneller zum persönlichen Erfolg eines jeden einzelnen beitragen: vom Hersteller über den Händler bis hin zum Konsumenten.“

### 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. Mit einem reichweitenstarken Portfolio aus Innovationsförderung, Branchenvernetzung, Know-how und redaktionell aufbereiteten Insights agiert ISPO an 365 Tagen im Jahr mit dem Ziel, Unternehmen und Sportenthusiasten zu unterstützen und die Leidenschaft für den Sport weltweit zu fördern. Dazu zählen die weltgrößten Multisegmenten-Messen ISPO Munich, ISPO Beijing und ISPO Shanghai, das Online-Newsportal ISPO.com sowie die Business Solutions ISPO Brandnew, ISPO Open Innovation, ISPO Award, ISPO Academy, ISPO Textrends, ISPO Job Market und ISPO Shop.

**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.