



Messe München

Connecting Global Competence

Alles, was zählt.

Zahlen & Fakten zur ISPO Munich.

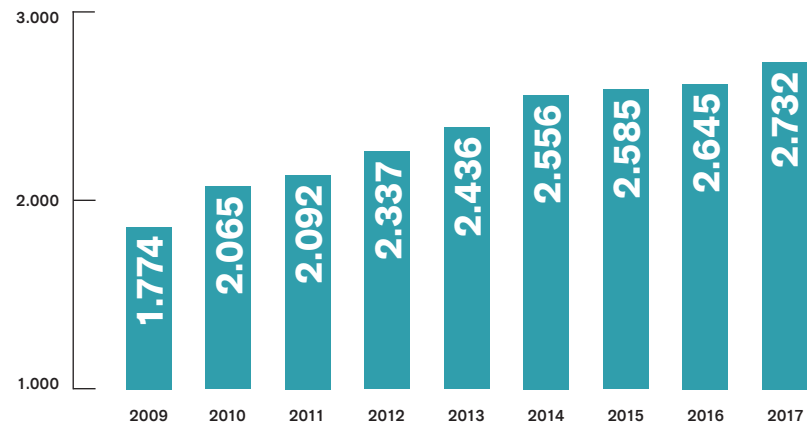


Die Welt des Sports. Auf einen Blick.

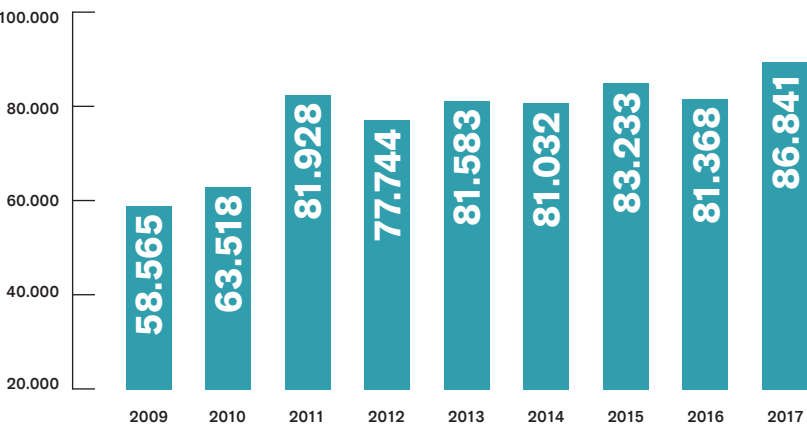
In welchen Trends steckt das Potenzial für Leidenschaft? Wie entwickelt sich der komplette Markt der Sportbranche? Profitieren Sie vom Know-how führender Experten, erweitern Sie Ihr Netzwerk und bauen Sie zukünftige Geschäftsbeziehungen gewinnbringend aus. Entdecken Sie, was möglich ist. Auf der ISPO Munich.

Mit über 2.700 Ausstellern und fast 87.000 Branchenexperten aus 120 Ländern ist die ISPO Munich die erfolgreichste Multisegmentmesse der Sportbranche. Weltweit. Hier trifft sich die Zukunft des Sports. Die ISPO Munich präsentiert und setzt die neuen Trends des Sportmarktes der kommenden Jahre. Visionär. Leidenschaftlich und voller Begeisterung.

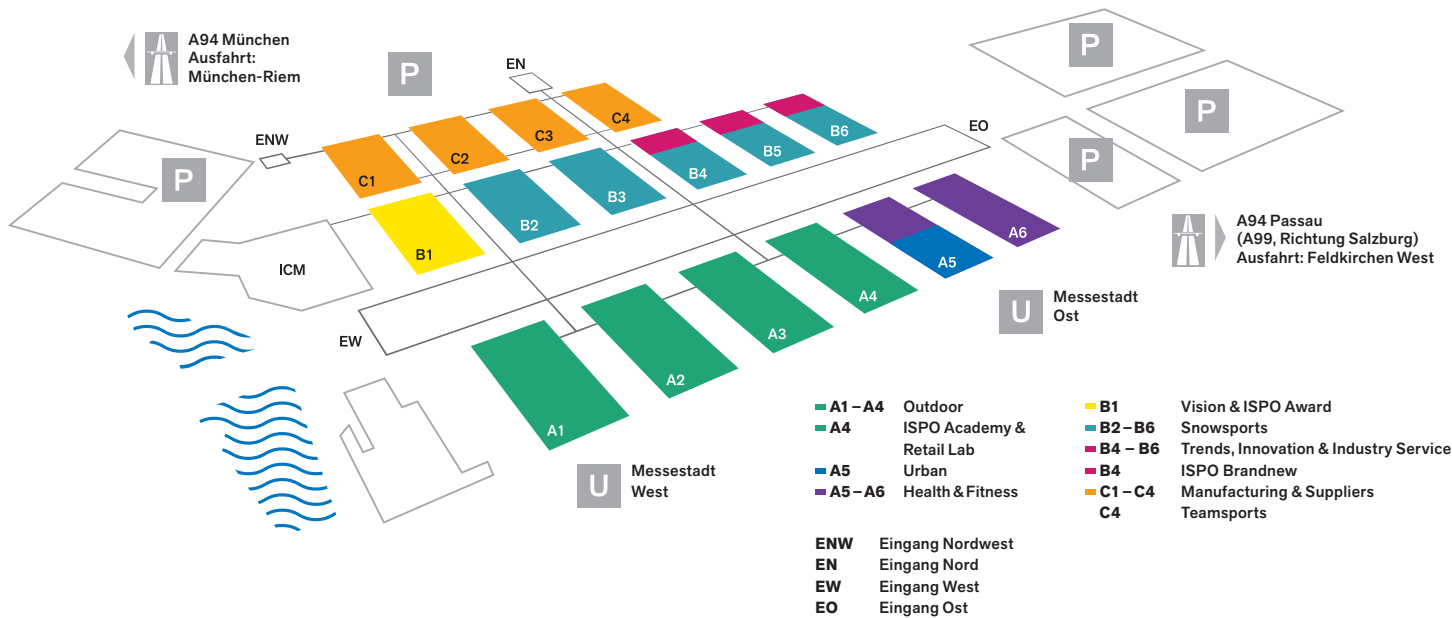
Aussteller



Besucher (TEE)



Modernes Hallenkonzept – erweiterte Segmente & neue Focus Areas.



Lassen Sie sich treiben – mit Überblick.

Die weltweit erfolgreichste Multisegmentmesse des Sports ist immer in Bewegung und bietet wie gewohnt einen kompletten Marktüberblick. Ein modernes Hallenkonzept, erweiterte Segmente und mitreißende Focus Areas: Trends, Innovationen und neue Produkte auf einen Blick! Bleiben Sie stets aktuell und bestens informiert in der Welt des Sports.

Outdoor – alles drin für draußen.

In ab sofort vier Hallen (A1 bis A6) finden Bergfreunde, Gipfelstürmer, Abenteurer als auch Trailrunner, Wasserfreunde und Skitourengeher eine große Auswahl an Bekleidung, Ausrüstung und Accessoires für ihre sportliche Auszeit vor der Haustür.

Urban – die Stadt als Laufsteg.

Urbane Sportswear und Streetkultur: Ausdruck eines Lifestyles – die Verbindung aus Sport und Fashion ist wichtig wie nie. Highlight-Ausstellung der urbanen Sportsfashion in B1 und Plattform der urbanen Skate-, Longboard-, Wheeler- und Cycling-Szene in A5.

Health & Fitness – Running, Wearables & Yoga.

Gesundheit ist das neue Statussymbol – aufgrund des anhaltenden Trends widmen wir diesem Thema ein erweitertes Segment (A5 und A6), um richtungsweisende Trends wie Body & Mind, Active Wear, Athleisure und Wearables aufzuzeigen.

Vision – Mode-Trends im Luxussegment.

Die Welt der Premium-Sportswear hat in B1 ihr Zuhause. Hier geht es um exklusive Produkte, erstklassigen Style, Luxus-Accessoires und High Fashion. Auch die Gewinner des ISPO Awards finden hier in einer Ausstellung zusammen.

Snowsports – eine Heimat für alle.

Fünf Hallen, eine Vielzahl an Ski-Hardware, Bekleidung und Accessoires sowie Services: In B2 bis B6 dreht sich alles um Ski Alpin, Freeriding, Splitboarding, Skitourengehen sowie Cross Country Skiing und viele weitere Wintersportarten.

Trends, Innovation & Industry Service – die Zukunft der Sportindustrie.

Wie sieht das Sportgeschäft der Zukunft aus? Welches Sportgerät löst den nächsten Boom aus? Welche digitalen Technologien werden den Sport revolutionieren? In den Hallen B4 bis B6 bieten wir mit dem neu geschaffenen Segment einen Blick in die Zukunft. Ebenfalls in B4: ISPO Brandnew Village.

Manufacturing & Suppliers – der Treffpunkt für Zulieferer und Hersteller.

Performance-Textilien und andere hochwertige Materialien sind der Schlüssel zu erfolgreichen Produkten. Stoffe, Fasern, Knöpfe, Reißverschlüsse und verschiedenste Dienstleistungen: In den Hallen C1 bis C4 finden Produktmanager, Designer und Unternehmen die richtigen Partner und Materialien.

Teamsports – die Mannschaft zählt.

Teamsport ist ein Lebensgefühl. Eines, dem gleich ein eigenes Segment in Halle C4 gewidmet wurde. Hier zeigt die Sportindustrie ihre neuesten Produkte rund um alle Teamsportarten – sowohl die etablierten wie Fußball, Hockey und Basketball wie auch Floorball und Darts.

Überzeugend. Die Zahlen & Fakten der ISPO Munich seit 2010.

Perfekte Plattform der Sportbranche

- 4 stark frequentierte Messetage
- 4 direkte Eingänge
- 16 übersichtliche Hallen
- Ein komplett belegtes Messegelände von 180.000 m²

Internationaler Maßstab – die Aussteller.

Beeindruckend: 2017 erreichte die Zahl der Aussteller mit 2.732 einen historischen Höchststand.
Auch der Anteil internationaler Aussteller schlägt 2017 mit 87 % alle Bestmarken.

Aus aller Welt – die Besucher.

Begeehrt: 87.000 Branchenspezialisten aus aller Welt strömten 2017 auf die ISPO Munich. Seit 2010 wuchs die Besucherzahl um ca. 24.000 bei einem internationalen Anteil von konstant fast 70 %.

Quelle: Messe München

Was zählt, sind Fakten. Die Daten zur ISPO Munich. Die Ausstellerbefragung.

„Auf der ISPO Munich treffen wir alle wichtigen Outdoor- und Activewear-Marken, die auf der Messe eine perfekte Plattform finden. Wir konnten erfolgreich unsere Innovationen in einer neuen Dimension präsentieren.“

Benoit Cugnet, Head of Strategic Marketing, Freudenberg Performance Materials, Deutschland



bestimmt/wahrscheinlich ja | eventuell | wahrscheinlich nicht/bestimmt nicht

Einmal ISPO, immer ISPO. Kommen Sie erneut?

Wer einmal auf der ISPO Munich war, kommt wieder: **97%** der Aussteller geben an, im kommenden Jahr bestimmt oder eventuell auf der ISPO Munich auszustellen. Der seit Jahren konstant hohe Wiederteilnahmewert bestätigt den nachhaltigen Erfolg der ISPO Munich und den wertvollen Nutzen für die Aussteller.

Das Ziel vor Augen. Haben sich Ihre Erwartungen erfüllt?

Prozentuale Zahl der Aussteller, die ihre erreichten Ziele mit ausgezeichnet, sehr gut oder gut bewerten.



In direktem Kontakt mit den Kunden: Geschäftsbeziehungen pflegen.

Perfekte Kundenbindung. **95%** der Aussteller bewerteten die ISPO Munich als Plattform, um bestehende Geschäftsbeziehungen zu pflegen, mit ausgezeichnet, sehr gut oder gut.



Trendsetting: Kollektions-, Produkt- und Neuheitenpräsentation.

Die ISPO Munich setzt Maßstäbe. Als Plattform für Neuheiten und Innovationen zeigt die Messe Wirkung. Den Launch-Effekt bei der Markteinführung neuer Produkte beurteilen **92%** der Aussteller als ausgezeichnet, sehr gut oder gut.



Hohe Strahlkraft: Imagepflege.

Starker Imagetransfer. **92%** der Aussteller profitieren vom Imagefaktor der ISPO Munich und schätzen die imagebildende Wirkung des Messeauftritts als ausgezeichnet, sehr gut oder gut ein.



Neue Chancen: Networking. Kontaktpflege und -aufbau.

Den Horizont erweitern. **89%** nutzen die ISPO Munich zum Netzwerken und finden die Möglichkeiten für Kontaktpflege und -aufbau ausgezeichnet, sehr gut oder gut.



ausgezeichnet/sehr gut | gut | annehmbar/schlecht

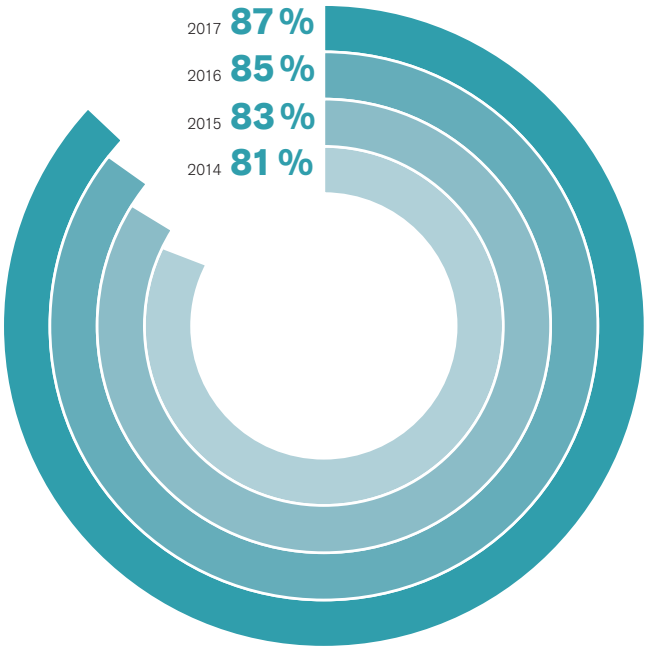
Sport ist Wettkampf:

Wettbewerbsbeobachtung und Marktübersicht.

Optimale Wettkampfbedingungen. Von **89%** der Aussteller erhält die ISPO Munich Bestnoten, wenn es darum geht, den kompletten Markt der Sportbranche zu scannen.

„Die ISPO Munich ist das Aushängeschild der Industrie. Hier trifft sich alles, was Rang und Namen hat. Wir hatten in diesem Jahr nochmals mehr Besucher an unserem Stand als 2016. Vor allem neue Länder wie Sri Lanka konnten wir mit unseren Produkten überzeugen. Eine Teilnahme 2018 ist jetzt schon beschlossene Sache.“

Makio Oshima, Design Director, DESCENTE, Japan



Prozentualer Anteil der internationalen Aussteller in den vergangenen 4 Jahren.

Wie eine Weltmeisterschaft. Aus welchem Land kommen die Aussteller?

Wachsende globale Bedeutung. Die Internationalität der ISPO Munich nimmt im Vergleich der letzten vier Jahre kontinuierlich zu.

TOP-FIVE Ziele. Bestnoten von den Ausstellern. Seit Jahren.

- Pflege der Bestandskunden
- Markteinführung von Produktneuheiten
- Imagepflege
- Ausbau des internationalen Netzwerks
- Marktorientierung

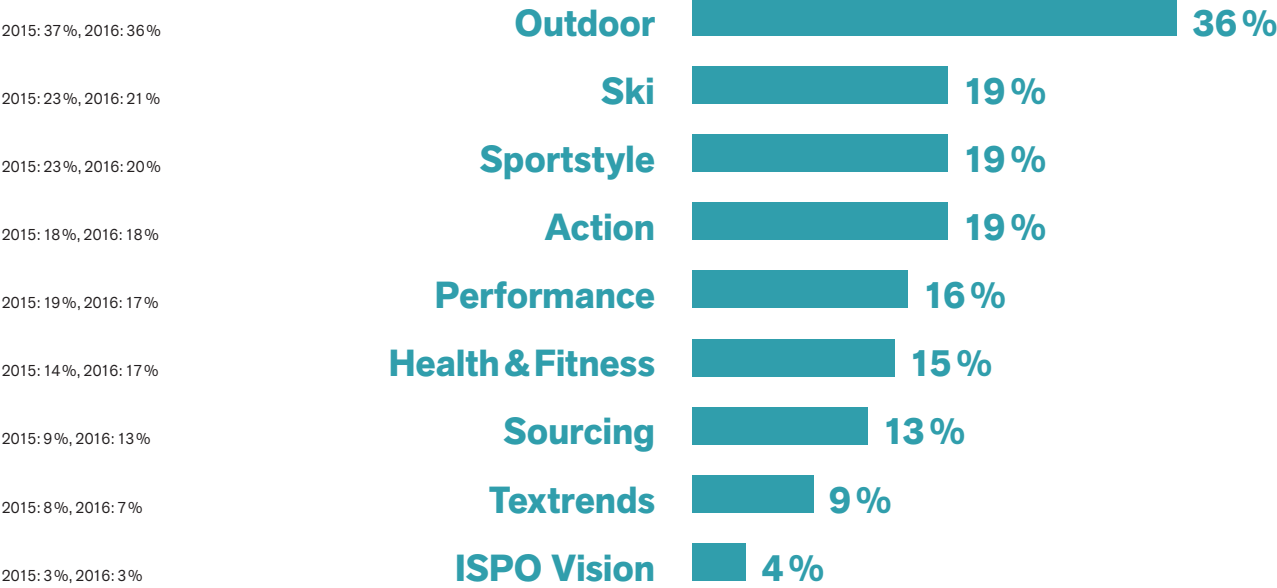
Das schätzen die Aussteller an der ISPO Munich.

Bewertung mit ausgezeichnet, sehr gut und gut.

- 87%** Internationalität der Besucher
- 88%** Leitmessecharakter der ISPO Munich in der Sportbranche
- 89%** Vollständigkeit des Marktangebotes
- 85%** Qualität der Ausstellerservices
- 85%** Übersichtlichkeit der Hallenstruktur

Produkte am Stand. Die Angebote in den Produktsegmenten 2017.

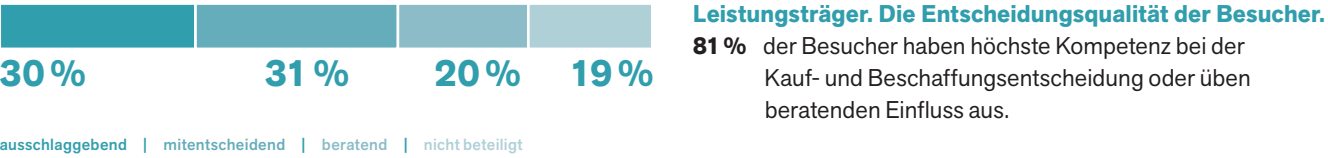
Vielfältige Angebote in den Segmenten Outdoor, Ski und Sportstyle und wachsende Märkte in den Segmenten Sourcing, Textrends und Vison.*



* Einzelne Aussteller nutzen die große Nachfrage der ISPO Munich-Besucher und bieten Produkte aus mehreren Segmenten an.

Quelle: Ausstellerbefragung ISPO Munich 2017

Die Besucherbefragung.



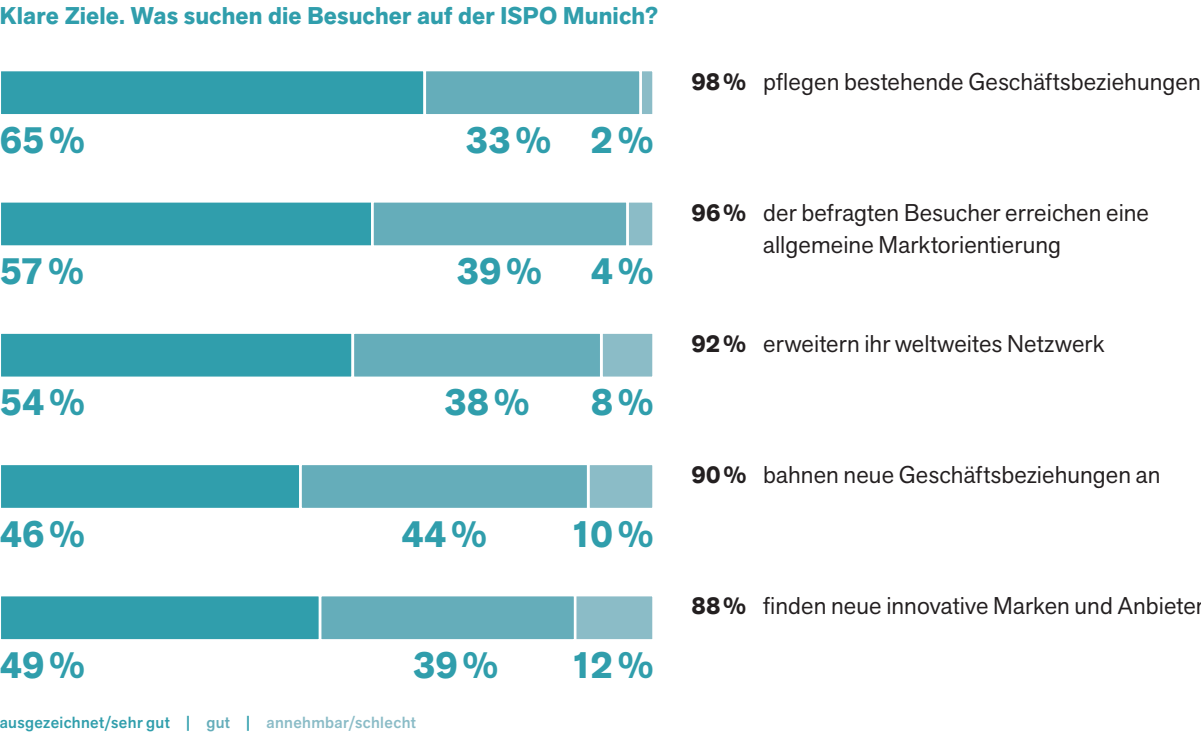
Treue Fans. Die Begeisterung des Publikums.

99 % der Besucher werden die ISPO Munich bestimmt oder bei Gelegenheit weiterempfehlen.

97 % der Besucher beurteilen die ISPO Munich mit ausgezeichnet, sehr gut oder gut.

97 % der Besucher planen, die ISPO Munich bestimmt oder eventuell wieder zu besuchen.

96 % der Besucher schätzen den Nutzen des Besuchs der ISPO Munich von mittel bis sehr groß ein.



Aufmerksamkeitsstark. Die mediale Präsenz der ISPO Munich.

Von der ISPO Munich direkt zum Kunden. Ein eigenes Redaktionsteam von ISPO.com berichtet live über die ISPO Munich und verbreitet ihre Botschaften weit über die Drehtür der Messe hinaus. Umfassende Reichweite: Die Kommunikation der ISPO Munich reicht in die ganze Welt. Auf allen Kanälen. Vor, während und nach der ISPO Munich.

Page Impression ISPO.com: >11.9 Mio Aug. 2016 bis Aug. 2017
Unique Visitors ISPO.com: >5.1 Mio Aug. 2016 bis Aug. 2017

Superkompensation. Die Multiplikation Ihrer Botschaft.

Die hohe Qualität der PR-Aktivität der ISPO Munich führt zu meinungsbildender Medienpräsenz. Der hohe Anteil an Fachartikeln und die weite Verbreitung von Berichterstattung in der in- und ausländischen Presse.



Die Macht im Netz. Die Social-Media-Daten der ISPO Munich

381.607 Unique Engaged Users während der letzten 12 Monate
8.293.863 Total Reach während der letzten 12 Monate
36.762.673 Total Impressions während der letzten 12 Monate

200 Mio.

Reichweite durch Print-Medien

2.000

Journalisten vor Ort

9.000

Clippings

180 Mio.

Reichweite durch Hörfunk und TV

Quelle: Messe München

„Wir konnten unsere Marke Aztech Mountain durch die Teilnahme an der ISPO Munich 2017 noch weiter im europäischen Markt etablieren und erfolgreich expandieren. Ein Highlight war für uns, unseren Inhaber und Business Partner Bode Miller der ISPO Community vorzustellen. Wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf der Messe und beeindruckt von der Qualität und Größe der Veranstaltung. Wir sind definitiv bei der ISPO Munich 2018 wieder dabei.“

Michael Shea, Vice President Sales & Marketing, Aztech Mountain, USA

„Die ISPO Munich ist für uns eine perfekte Plattform, um Kontakte mit der Wintersport-industrie zu pflegen.“

Silvan Poltera, Wintersport Marketing Manager, Scott Sports, Deutschland

„Wir sind sehr zufrieden, die Veranstaltung war wieder eine gute Gelegenheit, das bestehende Netzwerk zu pflegen, Geschäftsbeziehungen zu vertiefen und neue Kontakte aufzubauen. Wir haben uns sehr über die vielen potenziellen chinesischen Neukunden gefreut und konnten insgesamt wertvolle Kontakte knüpfen. Die ISPO Munich bringt die gesamte Branche für ein paar Tage näher zusammen – im wörtlichen und übertragenen Sinn.“

Timo Regier, Executive Vice President Sales, KJUS – LK International, Schweiz

**Save the date
ISPO Munich
28.–31. Januar 2018**

Immer aktuell informiert
auf ispo.com