

München, 14. November 2017

Presseinformation

ISPO baut internationales Netzwerk aus

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

Der neuen Markenmission folgend – Sport überall auf der Welt zu stärken, Menschen dafür zu begeistern und Kunden einen Mehrwert zu bieten – baut ISPO im Rahmen der ISPO Academy sein internationales Netzwerk aus. Neben zahlreichen europäischen Ländern wie Frankreich, Polen, der Schweiz und Spanien ist die ISPO Academy im asiatischen Raum in China, Japan und Korea vertreten. Von November 2017 ab zudem in Brasilien und Indien.

Tobias Gröber, verantwortlich für die ISPO-Gruppe, erklärt: „Mit diesem strategischen Schritt stärken wir ISPO als weltweit führendes Sportnetzwerk und bauen unsere Kompetenz in zukünftigen Wachstumsmärkten der Sportartikelindustrie weiter aus.“ Zum Angebot von ISPO zählt die ISPO Academy, die mit ihrem Programm Wissen vermittelt, Branchenvertreter weltweit vernetzt und Zugang in neue Märkte bietet. Neu im Portfolio sind [Indien](#) und [Brasilien](#). Beide Länder verbindet ein zunehmendes Interesse der wachsenden Mittelschicht sportlich aktiv zu sein. Damit ergeben sich für die globale Sportindustrie neue Absatz- und Investitionsmöglichkeiten.

Indiens Sportmarkt im Aufschwung

In [Indiens](#) Mittelschicht wächst nicht nur das Einkommen, auch das Interesse an Sport und das Bewusstsein für einen gesünderen Lebensstil nimmt zu. Sportarten wie Laufen, Radfahren oder Teamsportarten sind sehr beliebt und versprechen Potenziale für die Sportartikelindustrie. Ob Bekleidung oder Sportgeräte, die wachsende Anzahl an Konsumenten treiben deren Nachfrage nach oben. Experten gehen davon aus, dass mit den Marktveränderungen, Indiens Sportmarkt in den kommenden Jahren einen enormen Aufschwung erleben wird. Die indische Regierung unterstützt darüber hinaus diese Entwicklung und subventioniert zum Beispiel mit Projekten wie der staatlich initiierten „Fitness-Bewegung“ den Bau von Sportstätten. Private Initiativen wie India@75 fördern

das Bewusstsein für Sport in der Bevölkerung und verfolgen das Ziel, Indien zum Medaillengold bei den Olympischen Spielen zu führen. Gut ausgebildete Trainer, hochwertiges Sportequipment und der Ausbau der Infrastruktur stehen dabei im Fokus.

Im Rahmen der Global Sports Business Show findet am 17. November in Mumbai die erste [ISPO Academy in Indien](#) statt. Der Fokus liegt 2017 auf den Auswirkungen der Digitalisierung auf die Textilindustrie.

Investitionschancen in Brasilien

Wie der Olympische Geist die Begeisterung für Sport stärken kann, ist am Beispiel [Brasilien](#) zu sehen. Der Anteil an sportlich Aktiven in der Bevölkerung ist nach den Spielen deutlich gewachsen. Neben Fußball sind Volleyball, Tischtennis, Schwimmen und Futsal die beliebtesten Sportarten.

Vielversprechend ist derzeit der brasilianische Outdoor-Markt. Dieser setzt pro Jahr 300 Millionen US-Dollar um und wächst im Durchschnitt jährlich um 25 Prozent. Inzwischen werden zwei Millionen Outdoor-Sportler verzeichnet. Stark ist zudem die Textilindustrie: die Bekleidungshersteller exportieren 15 Prozent ihrer Produktion in andere südamerikanische Länder.

Die erste [ISPO Academy in Brasilien](#) findet als Teil des Sports Business Forums in São Paulo statt. Der inhaltliche Fokus der ISPO Academy liegt auf der Sport- und Textilindustrie und zeigt das Potential des brasilianischen Marktes auf.

ISPO Academy

Den fortlaufenden Wandel im Sport Business begleitet die [ISPO Academy](#). Händler wie Verkäufer finden auf den ganzjährig stattfindenden Konferenzen, Vorträgen und Seminaren immer neue Impulse für ihr Geschäft. Aus allen Industriezweigen steuern Experten Fachwissen bei und schärfen den Blick für die Sportbranche von morgen. Die ISPO Academy bietet zusätzlich zu den eigenständigen Konferenzen ein breit gefächertes Online-Angebot: Studien, Artikel, E-Learning-Seminare und Web-Vorträge bilden die Grundlage für einen branchenübergreifenden Dialog.

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.