

München, 1. Dezember 2017

**Presseinformation**

**ISPO Beijing 2018 spiegelt das große Potenzial der chinesischen Sportindustrie wider**

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

**Wenn am 24. Januar 2018 die ISPO Beijing ihre Tore öffnet, trifft sich die chinesische Sportindustrie bereits zum 14. Mal in Peking. Als wichtigste Messe für die Sportartikelbranche im asiatisch-pazifischen Raum blickt die ISPO Beijing optimistisch ins neue Jahr: Über 400 Aussteller, mehr als 600 Marken werden bis zum 27. Januar vor Ort sein, damit das Gelände des China National Convention Center (CNCC) voll belegt. Ein umfangreiches Konferenz- und Rahmenprogramm rundet die Messe ab.**

**Wintersport-Euphorie dank der Olympischen Winterspiele 2022**

Wintersport ist der Schwerpunkt der [ISPO Beijing](#). Die Olympischen Spiele 2022 in Peking und ein staatlich gefördertes Wintersportprogramm sind die treibenden Kräfte für das Wachstum der Sportindustrie. China investiert derzeit stark in den Ausbau von Skigebieten und Infrastruktur. Das begeistert auch immer mehr Chinesen für die vielfältigen Disziplinen des Wintersports. In den kommenden Jahren soll auf diese Weise die Zahl der wintersportbegeisterten Chinesen von bisher rund zehn Millionen auf 300 Millionen steigen.

Beflügelt von der Ski-Euphorie und dem boomenden Markt weitet ISPO Beijing ihr Angebot über die bestehenden Wintersportthemen hinaus aus. 2018 kommt Eissport hinzu sowie Dienstleistungen rund um Tourismus, Winterspiele und Trainingsmöglichkeiten. Namhafte Hersteller aus dem Fashion- und Sportartikelbereich sowie Betreiber von Skigebieten und Dienstleister haben für die Wintersport Area zugesagt, darunter Halti, Head, Nordica, Rossignol, Thaiwoo und Völkl.

### **Chinesen entdecken Outdoor und Health & Fitness für sich**

Der Aufwärtstrend zeigt sich nicht nur beim Wintersport. Dieser ist im gesamten chinesischen Sportmarkt angekommen: Immer mehr Chinesen interessieren sich für Outdoor, Gesundheit und Fitness und sorgen so für weitere Wachstumspotenziale. Der Markt für Funktionskleidung und Wearables steckt noch in den Kinderschuhen – Hersteller und Anbieter wollen sich dieses Spielfeld nicht entgehen lassen und werden in Peking präsent sein, wie Fjällräven, Kailas, Lorna Jane, Petzl, Scarpa und Thule. Gemeinsam mit weiteren Marktführern wie Garmin oder Marmot, die zum wiederholten Mal dabei sind, sowie neuen Ausstellern wie Trespass haben sie die Zukunft der Outdoor-Sparte im Gepäck.

Das globale Interesse am asiatischen Markt zeigt sich auch hier: In internationalen Messe-Pavillons stellen Unternehmen aus Frankreich, Österreich, Kanada, Korea, der Schweiz, Taiwan und Tschechien ihre Innovationen vor. Unterstrichen wird die Bedeutung der ISPO Beijing zusätzlich durch die parallel stattfindende [Alpitec China](#), die wichtigste Messe im Asien-Pazifik-Raum für Technologien rund um Berg- und Wintersport. Sie verzeichnet in diesem Jahr einen Flächenzuwachs von knapp 50 Prozent.

### **Umfangreiches Konferenzprogramm begleitet die Messe**

Flankiert wird die ISPO Beijing von einem vielfältigen [Rahmenprogramm](#). Besucher können sich bei Vorträgen, Podiumsdiskussionen, in Foren und Präsentationen über Trends und Neuheiten informieren. So widmet sich die **Asia Pacific Snow Conference** dem Wintersport. Experten diskutieren insbesondere die Entwicklung von Skigebieten und Tourismus. Auch das aktuelle „2017 China Ski Industry White Book“ wird hier vorgestellt.

Über 200 Experten treffen sich auf dem **Sports Industry Forum** und teilen in Fallbeispielen ihre Ideen und Erfahrungen. Dieses findet in diesem Jahr zum Thema „Sports Towns“ statt. Diese sind Teil von Chinas Fünfjahresplan für die Entwicklung des Sports. Danach soll sich das Marktvolumen der chinesischen Sportindustrie bis Ende 2020 auf über drei Billionen Yuan (405 Milliarden Euro) belaufen. Dafür investiert die chinesische Regierung in Infrastruktur, um den Sport auch abseits der Megacities zu fördern.

Aufgrund des großen Potenzials für Outdoor-Sportartikel wird im Rahmen des **Sports Industry Forum** zudem der „China Outdoor Goods Market Survey Report“ präsentiert. Welche neuen Designs, Technologien und Farben die kommende Saison bestimmen werden, das erfahren Besucher auf dem **Sports Fashion Trend Forum** sowie bei **ISPO Textrends**.

#### **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.