

München/Peking, 24. Januar 2018

Presseinformation

ISPO Beijing startet mit ausgebuchten Hallen

Heute beginnt im voll belegten China National Convention Center (CNCC) die ISPO Beijing. Vor Ort sind 463 Aussteller und 745 Marken, davon sind mehr als die Hälfte international. Die Wintersport-Euphorie im Land stärkt den gesamten chinesischen Sportmarkt: Durch die wachsende Sportbegeisterung in der Bevölkerung und der zunehmenden Bedeutung der Sportindustrie selbst, entstehen immer mehr junge Unternehmen. Sie präsentieren sich im Start-up-Village. Ein umfassendes Rahmenprogramm rundet die Messe ab.

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

2018 ist das gesamte Gelände ausgebucht – die Ausstellungsfläche hat sich insgesamt vergrößert und wurde um den dritten Stock erweitert. Die ISPO Beijing hat auf diese wachsende Nachfrage reagiert und wird 2019 mit einer größeren Ausstellungsfläche im New China International Exhibition Center (NCIEC) an den Start gehen.

Unter dem Dach internationaler Gemeinschaftsstände zeigen in diesem Jahr Aussteller aus Frankreich, Österreich, der Schweiz und Tschechien ihre Neuheiten. Neben Marktführern wie Fjällräven, Garmin, Head, Kailas sowie Marmot, Nordica und Rossignol präsentieren sich auch junge Unternehmen. Darunter zahlreiche chinesische Marken wie Active Intelligence, BodyPlus, goTele, Letsgo und Rico Lee China. Darüber hinaus sind ehemalige und neue ISPO Brandnew Gewinner wie PYUA oder Microsfere vor Ort.

Umfassendes Konferenzprogramm

Neben den zahlreichen Innovationen auf der Messe erwartet die Besucher der ISPO Beijing ein umfangreiches Rahmenprogramm, mit Vorträgen, Podiumsdiskussionen und Foren. Das Industry Forum widmet sich in diesem Jahr den „Sports Towns“. Dabei geht es um neu erschlossene und von der Regierung finanzierte Sportstätten und -ressorts abseits der Megacities, die Teil des

Fünfjahresplans der Regierung für die Entwicklung des Sports in China sind. Die international bekannten Trendexpertinnen Louisa Smith und Emily Qu vom China Textile Information Center sind auf dem Sport Fashion Trend Forum dabei. Sie geben Designer und Produktmanager eine Vorschau auf zukünftige Farben, Formen und Stoffe sowie die Innovationen der Herbst-/Winterkollektion 2019/2020.

Weitere Informationen zur ISPO BEIJING 2018 finden Sie unter beijing.ispo.com/en/

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, 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. 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.