

Shanghai, 21. Juni 2018

## Presseinformation

### **ISPO Shanghai 2018: Der Countdown läuft**

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

**In wenigen Tagen ist es soweit: Die asiatische und internationale Sportartikelbranche trifft sich auf der ISPO Shanghai. Mehr als 450 Aussteller und über 440 Marken präsentieren im Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) Produkthighlights aus den vier großen Bereichen Running, Health & Fitness, Outdoor und Wassersport. Die Besucher erwartet ein umfangreiches Rahmenprogramm mit zahlreichen Events.**

Vom 5. bis 7. Juli öffnet die ISPO Shanghai ihre Tore für internationale Branchengrößen und chinesische Marktführer wie Decathlon, Fjällräven, Marmot und Yvette. Auch aufstrebende Jungunternehmer, darunter ARYS sowie Skinners Technologies, nutzen die Plattform, um im Startup Village ihre innovativen Produkte dem asiatischen Fachpublikum zu präsentieren. Neben dem Ausblick auf das neueste Sportequipment und die aktuellen Sporttrends bietet die Messe den Teilnehmern zahlreiche Möglichkeiten Kontakte zu knüpfen.

#### **Einstieg in den chinesischen Online-Markt:**

Bei der Digitalisierung ist China vielen Ländern einen Schritt voraus. Das größte Land der Welt ist Spitzenreiter im E-Commerce. Rund 75 Prozent der chinesischen Konsumenten kaufen bereits Sportprodukte online. Egal ob internationale Branchengröße oder kleines Start-up: Um als Marke dieses Potenzial auszuschöpfen, bedarf es den richtigen Online-Handelspartner. Eine einzigartige Netzwerkmöglichkeit bietet das [E-Commerce Matchmaking Programm](#). Aussteller und Besucher treffen während der ISPO Shanghai auf große Online-Händler und Kaufhäuser, wie Amazon, Dangdang und JD.

#### **Highlights und Events:**

An den ersten beiden Messetagen findet die „ISPO goes Tmall Sports Fashion Show“ statt. Models präsentieren auf dem Laufsteg aktuelle Trends großer Marken, darunter Columbia und Jack Wolfskin. In Zusammenarbeit mit der B2C-

Plattform Tmall können Konsumenten auch abseits des Messegeländes das Event online über den ISPO Tmall Flagship Store mitverfolgen.

Neben dem Live-Broadcasting der Fashionshow erwartet die Zuschauer sportliche Prominenz aus Deutschland. Der deutsche Bundesligist FC Schalke 04 ist mit dem Sportartikelhersteller UMBRO zu Gast. Der Traditionsverein stellt am ersten Messetag via Tmall Live-Broadcasting das neue Trikot vor. Im Anschluss daran findet eine Autogrammstunde mit dem ehemaligen Spieler Gerald Asamoah statt. Der FC Schalke 04, der als erster deutscher Sportverein ein E-Sports Team in den Videospiele FIFA und League of Legends integriert hat, bringt große Erfahrung im virtuellen Sport mit. Diese Expertise teilt Alexander Jobst, Marketingvorstand des FC Schalke 04, im ISPO Shanghai Digitize Forum.

Im Anschluss spricht Eric Cao, IT-Leiter bei Nike, über das Potenzial von innovativen Produkten durch digitale Vermarktung. Vertreter von Patagonia, The North Face und TOREAD diskutieren im späteren Verlauf des Tages im Rahmen eines Roundtables über rentable Digitallösungen für Sportunternehmen. Neben der Digitalisierung sind Kinder ein weiterer Schwerpunkt des Rahmenprogramms. In Zusammenarbeit mit dem Shanghai Sports Bureau halten im China Kids Sport Industry Forum erfolgreiche Athleten, darunter Wang Yihan, Vize-Olympiasiegerin im Badminton, inspirierende Vorträge über den Jugendsport.

Im China Sports Fashion Trend Forum informieren sich die Besucher über Farbtrends und Stoffinnovationen der Herbst-/Winterkollektion 2019/20. Mr. Chen Lijie, Chefdesigner der New York Fashion Week von Li-Ning, ist unter anderem als Sprecher zu Gast und gewährt Einblicke in die Modewelt von morgen.

Eine Gesamtübersicht aller [Vorträge, Podiumsdiskussionen und Foren](#) ist online erhältlich.

## 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 Digitize, 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.