

Nr. 11  
München, 28. November 2016  
**Presseinformation**

Corinna Feicht  
Projekt-PR Referentin  
Tel. +49 89 949-21473  
corinna.feicht@  
messe-muenchen.de

## **ISPO ACADEMY präsentiert Studie zum Sportartikelmarkt**

### **ISPO SPORTS EVOLUTION REPORT liefert erstmalig Antworten zu Zukunftsfragen der Sportindustrie**

**Die Grenzen zwischen den einzelnen Sportsegmenten verschwimmen immer mehr. Die Sportartikelindustrie steht vor der Herausforderung neue Wachstumspotentiale zu erschließen und Trends rechtzeitig zu erkennen. Wissen, was der Kunde denkt und welche Interessen er hat, wird daher immer wichtiger. In einer repräsentativen Studie hat ISPO ACADEMY in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Konzept & Markt über 3.500 Konsumenten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. Dabei wurde der Sportartikelmarkt aus Sicht des Verbrauchers intensiv betrachtet und neu definiert. Der ISPO SPORTS EVOLUTION REPORT gibt umfassende Orientierung für Handel und Markenhersteller und liefert wichtige Consumer Insights für die Weiterentwicklung der Branche.**

Die repräsentative Studie, die ISPO in Zusammenarbeit mit der Konzept & Markt GmbH erstellt hat, bietet erstmals umfassende Einblicke von über 3.500 Konsumenten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Dabei wurden zusätzlich Consumer Experts aus der ISPO COMMUNITY gezielt befragt und der repräsentativen Grundgesamtheit an Konsumenten gegenübergestellt. Der ISPO SPORTS EVOLUTION REPORT zeigt die Interessen und Bedürfnisse der Kunden auf, gibt Einblick in das Einkaufsverhalten und macht deutlich, dass das Thema Nachhaltigkeit beim Sportartikelkauf immer wichtiger wird. Die stärker

greifende Digitalisierung in der Gesellschaft verursacht interessante Entwicklungen in vielen Bereichen des Sports. So hatten über 60 Prozent der Befragten bereits einen Fitnessstracker zu Hause, oder beabsichtigten sich in naher Zukunft einen zu kaufen. Auch Fitness-Apps erfreuen sich bereits großer Beliebtheit – Tendenz steigend.

Diese und weitere Ergebnisse aus der Studie werden im Rahmen der ISPO MUNICH 2017 der breiten Öffentlichkeit vorgestellt. Die Studie ist ebenfalls im ISPO SHOP zu erwerben: <http://shop.ispo.com>

#### **Messe München**

Die Messe München ist mit mehr als 40 eigenen Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien am Standort München und im Ausland einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Über 30.000 Aussteller und rund zwei Millionen Besucher nehmen jährlich an den Veranstaltungen auf dem Messegelände, im ICM - Internationales Congress Center München und im MOC Veranstaltungszentrum München teil. Außerdem veranstaltet die Messe München Fachmessen in China, Indien, der Türkei, in Südafrika und Russland. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien und Afrika sowie über 60 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder, ist die Messe München weltweit präsent.

#### **Über ISPO**

SPORTS. BUSINESS. CONNECTED. ISPO ist die internationale Sports Business Plattform und versteht sich dabei als Partner der Sportbranche. Unter der Familienmarke ISPO befinden sich die weltgrößten Multisegment-Messen für Sports Business Professionals: ISPO MUNICH, ISPO BEIJING und ISPO SHANGHAI sowie das Online-Newsportal ISPO.COM mit einer eigenen Redaktion und die Services ISPO ACADEMY, ISPO OPEN INNOVATION, ISPO BRANDNEW, ISPO AWARD, ISPO JOB MARKET und ISPO TEXTRENDS. Mit diesen integrierten Angeboten unterstützt ISPO Unternehmen in jeder Entwicklungsstufe auf den globalen Sportmärkten 365 Tage im Jahr. Dabei werden relevante Marktentwicklungen identifiziert, Innovationen vorangetrieben sowie gezielt Consumer Experts eingebunden, um Orientierung über die internationalen Märkte geben zu können.