

Nr. 12  
München, 16. Dezember 2013  
**Presseinformation**

## **ISPO startet 2015 mit einer Sommermesse in China**

**Die Messe München reagiert auf die Nachfrage des Marktes während der diesjährigen ISPO BEIJING sowie der ISPO ACADEMY in Shanghai und startet 2015 mit der ersten Sommer-ISPO in China. Das genaue Datum und der Veranstaltungsort werden zusammen mit den Marktteilnehmern festgelegt.**

Sylvia Schalli  
Communications Manager  
Tel. +49 89 949-21473  
sylvia.schalli@messe-muenchen.de

Auf der seit zehn Jahren stattfindenden ISPO BEIJING wird der Wunsch der Branche nach einer Sommer-Plattform in China immer stärker. Neben der Winter-ISPO soll sie die nötige Marktabdeckung erleichtern. Im Juni 2013 kam die Messe München mit der ISPO ACADEMY in Shanghai der Nachfrage ein Stück näher und bot Handel und Industrie einen gelungenen Service. Nahezu 250 Branchenvertreter waren vor Ort und diskutierten über den Zukunftsmarkt China. Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München, erklärt: „Es wurde immer deutlicher, dass die Branche eine zweite Plattform wünscht, um der dynamischen Entwicklung des chinesischen Sportartikelmarktes auf Seiten der Industrie und des Fachhandels gerecht zu werden.“ Derzeit wachsen vor allem die Segmente Action, Sportstyle, Watersports und Performance jährlich auf einem hohen Niveau. Zeitgleich entwickeln sich die Händler weiter: von spezialisierten Fachhändlern zu Multisegment Händlern.

Die Messe München reagiert auf die Nachfrage seitens der Marktteilnehmer und startet 2015 eine zweite ISPO in China, die zusammen mit der Branche konzipiert wird. Mit der ISPO BEIJING bietet die Messe München im Winter bereits eine etablierte Messe mit diversen Segmenten. Diese wertvollen Erfahrungen werden in das neue Konzept integriert. Auf der neuen Sommer Plattform können sich Händler dann auf nur einer Messe über die Bereiche Action, Performance, Outdoor, Style und den neuen Trend – Wassersport informieren.



Um ein geeignetes Veranstaltungsdatum und einen idealen Veranstaltungsort festzulegen, integriert die Messe München sowohl Aussteller als auch Besucher aktiv in den Entscheidungsprozess.

Unter der Dachmarke ISPO werden 2014 auf verschiedenen Veranstaltungen ausführliche Umfragen mit den Marktteilnehmer durchgeführt: ISPO MUNICH 2014, ISPO BEIJING 2014 und der ISPO ACADEMY Shanghai im Juni 2014.

Dieses Kundenfeedback fließt sowohl in die Entscheidungen als auch in das neue Sommer-Konzept ein.

Weitere Informationen zur ISPO finden Sie unter [www.ispo.com](http://www.ispo.com) und auf facebook: <http://www.facebook.com/ispo>.

Die aktuellsten Votings aus dem ISPO Netzwerk stehen Ihnen unter folgendem Link zur Verfügung: [www.ispo.com/community](http://www.ispo.com/community)

#### **Messe München International**

Die Messe München International ist mit rund 40 Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien allein am Standort München 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. Die internationalen Leitmessen der Messe München International sind FKM-zertifiziert, d.h. dass die Aussteller- und Besucherzahlen sowie Flächenangaben nach einheitlichen Standards ermittelt und durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer testiert werden.

Darüber hinaus veranstaltet die Messe München International Fachmessen in Asien, in Russland, im Mittleren Osten, in Südamerika und in Südafrika. Mit zwölf Beteiligungsgesellschaften in Europa und Asien sowie über 60 Auslandsvertretungen, die mehr als 90 Länder betreuen, verfügt die Messe München International über ein weltweites Netzwerk. Auch beim Thema Nachhaltigkeit übernimmt sie eine Vorreiterrolle: Als erste Messeeinrichtung wurde sie mit dem Zertifikat „Energieeffizientes Unternehmen“ vom TÜV SÜD ausgezeichnet.

#### **Über die ISPO**

Unter der Marke ISPO bietet die Messe München International Veranstaltungen und ganzjährige Services für die weltweite Sportbranche an. Ziel ist es, Kunden umfassende Mehrwerte für ihre erfolgreiche Positionierung im Markt zu verschaffen.

Die Services helfen, die Kunden bei ihrer unternehmerischen Entwicklung zu unterstützen sowie persönliche Kontakte und Beziehungen zu vertiefen. Hierzu zählen bereits ISPO ACADEMY, ISPO COMMUNITY, ISPO AWARD, ISPO BRANDNEW, ISPO TEXTRENDS, ISPO CARD, ISPO JOBS und ISPO NEWS. Als international erfolgreiche Sport Business Plattformen und Multisegment-Messen gewähren die ISPO MUNICH und die ISPO BEIJING einen Gesamtüberblick über ihre jeweiligen Märkte.

