

Nr. 18
München, 1. Februar 2017
Presseinformation

Ausstellerrekord

Starke internationale Präsenz auf der ISPO MUNICH 2017

Kathrin Hagel
PR Manager
Tel. +49 89 949-21474
Fax +49 89 949-9721474
kathrin.hagel@
messe-muenchen.de

Mit 2.732 Ausstellern startet am 5. Februar die ISPO MUNICH. Für vier Tage wird München zum Treffpunkt des internationalen Sportbusiness. Mit einem deutlichen Plus an Unternehmen aus dem Ausland, legt die Messe in ihrer Internationalität weiter zu. Von den neuesten Wintersport-Trends, der passenden Outdoor-Ausrüstung bis hin zu Fitness- und Sportmode-Trends und technischen Textilien: die Branche zeigt, was in der kommenden Saison in den Handel kommt. Die ISPO MUNICH findet von 5. bis 8. Februar statt.

Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München, zeigt sich auf der heutigen ISPO MUNICH Pressekonferenz angesichts dieser Entwicklungen hoch erfreut: „Die 16 Hallen der Messe München sind komplett ausgebucht. 89 Prozent der Aussteller kommen aus dem Ausland.“ Die teilnehmerstärksten Länder sind neben Deutschland, China, Italien, Taiwan, Großbritannien und die USA. Zu den Neuausstellern zählen unter anderem Samsung, Casio und Triumph. Stark gewachsen ist der Outdoor-Bereich mit 40 neuen Ausstellern. Unter anderem mit internationalen Marken wie Scrubba, ein ehemaliger BRANDNEW Finalist (2015) aus Australien, oder Sealand Gear aus Südafrika.

Alle Aussteller sind im [Ausstellerverzeichnis](#) sowie in der [ISPO MUNICH-App](#) zu finden.

Die ISPO bietet als Branchen- und Kommunikationsplattform 365 Tage im Jahr eine große Reichweite. Teil dieses Netzwerks ist erstmals nach 16 Jahren wieder adidas. Gemeinsam mit adidas veranstaltet die ISPO am Montag ein Symposium zum Thema „Digitalisierung als Wachstumsimpuls für Industrie und Handel“. Anschließend findet zudem ein Produktevent statt.

Wachstumspotenziale für die Branche

Um langfristig erfolgreich am Markt zu bestehen, gilt es für Unternehmen neue Wachstumspotenziale zu erschließen. Wo diese liegen, zeigt der ISPO Verbraucherreport, eine Umfrage unter 3.500 Konsumenten in der DACH-Region. Diesen hat die ISPO in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Konzept & Markt erstellt. Einen großen Zukunftsmarkt bieten Gesundheits- und Fitnesssportarten, wie Yoga oder Pilates, die sich immer größerer Beliebtheit erfreuen. Zudem beeinflusst der Sport immer mehr die Mode, so dass sich auch hier Potenziale ergeben. Vielversprechend zeigt sich weiterhin der Markt für tragbare Elektronik, so genannte Wearables. Auf der ISPO MUNICH präsentieren Aussteller wie Samsung, Casio, Garmin oder Polar ihre Neuheiten in Halle B5 auf der Sonderfläche „Mobile Health & Fitness“.

Das Thema Virtual Reality im Handel greift das Gemeinschaftsprojekt der ISPO MUNICH mit Bogner und dem Fraunhofer Institut für Integrierte Schaltungen auf. Dank einer Virtual-Reality-Brille steht der Besucher auf einem 500 Meter hohen Eisturm inmitten einer Winterwelt. Ein Adler kreist über ihm, es herrscht ein Schneesturm. Eine schmale Brücke führt den Gast durch ein Portal und es beginnt eine Zeitreise durch die Welt von Bogner. Abschließend unternimmt der Reisende noch eine kurze Skiabfahrt mit den neuesten Bogner Outfits.

Ergebnisse der ISPO-Verbraucherumfrage, dem ISPO SPORTS EVOLUTION REPORT, werden im Rahmen der ISPO ACADEMY vorgestellt (Sonntag, 5. Februar von 14:00 bis 15:30 Uhr und Mittwoch, 8. Februar von 11:15 bis 11:45 Uhr)

Herrmann Maier wird mit dem ISPO-Pokal geehrt

Am Dienstag wird Skirennlegende Hermann Maier im Rahmen des ISPO VIP Dinners als „Sportpersönlichkeit des Jahres“ ausgezeichnet. Maier ist ein Ausnahmesportler und der zweiterfolgreichste Skirennläufer der Weltcupgeschichte. Messechef Klaus Dittrich über den diesjährigen Preisträger: „Hermann Maier ist ein Ausnahmesportler, der im Lauf seiner Karriere Außergewöhnliches geleistet hat. Mit seinem Kampfgeist und seiner Entschlossenheit hat er den Skisport geprägt wie nur wenige Sportler vor ihm.“

Zudem werden weitere Gäste aus Sport und Politik erwartet. Unter anderem werden Wind- und Kitesurfer Robby Naish, die Ski-Legenden Bode Miller und Maria Höfl-Riesch und der Ultraläufer Florian Neuschwander vor Ort sein. Dank der europäischen Vereinigung der Sportartikelindustrie (FESI) wird am Dienstag die EU-Kommissarin für Binnenmarkt, Industrie, Unternehmertum und KMU,

Elżbieta Bieńkowska, auf der ISPO MUNICH sein. Damit wird die Beziehung zwischen den europäischen Institutionen und der Sportartikelindustrie weiter gestärkt.

Alle [Events](#) und eine [Übersicht prominenter Gäste](#) sind auf der ISPO MUNICH Website veröffentlicht.

Im Fokus: „Frauen im Sport“

Durch eine gezielte und spezielle Ansprache von Frauen lassen sich neue Umsatzpotenziale in der Sportindustrie erschließen. Die ISPO MUNICH bietet dem Thema „Frauen im Sport“ erstmals ein Forum. Ob als Führungskräfte, Influencerinnen oder als Zielgruppe für die Sportindustrie, der Status-quo zeigt, dass Handlungsbedarf besteht. Im Rahmen der ISPO ACADEMY sind Diskussionsrunden über Frauen als Zielgruppe der Sportindustrie geplant. In Halle B1 erwartet Besucherinnen die ISPO Women Business Lounge. Hier startet von Sonntag bis Dienstag jeweils um 11:00 und 15:30 Uhr die ISPO Experts4Women Tour zu ausgewählten Marken. Zudem findet ein Messe-Rundgang für Frauen gemeinsam mit dem Netzwerk der Messe München [„Frauen verbinden“](#) statt. Ein Messe-Highlight ist der Besuch der FC Bayern Frauenmannschaft mit 5 Olympia-Siegerinnen am Montag, 6. Februar.

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 BUSINESS SOLUTIONS 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.

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 China, Indien, der Türkei und in Südafrika. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien und Afrika sowie über 60 Auslandsvertretungen, die mehr als 100 Länder betreuen, verfügt die Messe München International über eine weltweite Präsenz. Auch beim Thema Nachhaltigkeit übernimmt sie eine Vorreiterrolle: Als erste Messeeinrichtung wurde sie mit dem Zertifikat „Energieeffizientes Unternehmen“ vom TÜV SÜD ausgezeichnet.