

Nr. 03
Shanghai, 23. Juni 2016
Pressemitteilung

Corinna Feicht
Tel.: +49 89 949-21477
Fax: +49 89 949-9721477
Corinna.feicht@
messe-muenchen.de

ISPO SHANGHAI 2016 mit attraktivem Rahmenprogramm zum Mitmachen

In entspannter Atmosphäre Produkte testen, Kontakte knüpfen und Neues erfahren – dazu lädt das Rahmenprogramm der ISPO SHANGHAI 2016 ein. Los geht es am Montag, 4. Juli, zwei Tage vor dem eigentlichen Messebeginn, mit den Seminaren und Workshops der ISPO ACADEMY. Außerdem gibt es einen gemeinsamen Lauf durch Shanghais Century Park, eine Party mit Business-Speed-Dating, einen Skateboard-Contest und einen Demo-Tag, an dem Besucher die neuesten Produkte selbst testen können.

Große Bühne für den Laufsport

Eine der wichtigsten Rollen der diesjährigen ISPO SHANGHAI übernimmt der Laufsport. Im **RUNNING VILLAGE** werden Trainingskurse für erfahrene Läufer angeboten, ein offener Seminarbereich ermöglicht halbstündige Vorträge. Wie man erfolgreich kommerzielle Laufgruppen etabliert, erfahren Interessierte im **ISPO RUNNING FORUM**. Bei der abendlichen Party erleichtert ein „Speed Dating“ mit Investoren und Experten sowie Vertretern von Marken und Medien das gegenseitige Kennenlernen. Weitere Infos:

<http://shanghai.ispo.com/en/Trade-show-Visitors/Highlights-Events/Running-village/>

Gemeinsamer Lauf durch Shanghais Century Park

Er gilt als Shanghais schönster Ort zum Laufen: der Century Park. Auf einer fünf Kilometer langen Strecke geht es beim **ISPO Lightning Run** am zweiten Messetag, Donnerstag, 7. Juli, durch den Park. Weitere Infos:

<http://shanghai.ispo.com/en/Trade-show-Visitors/Highlights-Events/Running-village/>

Messe München GmbH
Messegelände
81823 München
Deutschland
www.messe-muenchen.de



Fashion meets Sport

Sportsfashion und Streetstyle stehen im **ACTION & SPORTSTYLE VILLAGE** im Mittelpunkt. In der „Sneaker Show“ zeigen die Hersteller besondere Sneaker, zum Teil aus limitierten Auflagen. Der „Sportstyle Workshop“ gibt einen Einblick in die neuesten Mode-Trends. Dazu kommen Skateboard-Kurse für Kinder, Wettbewerbe und Longboard Vorführungen.

Weitere Infos: <http://shanghai.ispo.com/en/Trade-show-Visitors/Highlights-Events/Action-Sportstyle-village/>

Rauf aufs Wasser!

Gut aussehen tun sie ja, aber wie machen sich Kajak, Kanu oder Stand-up-Paddling (SUP)-Board auf dem Wasser? Das lässt sich schnell herausfinden, denn zum **PADDLING & WATERSPORTS VILLAGE** gehört ein 200 Quadratmeter großer Indoor-Pool. Dort zeigen auch die Profis ihr Können: Es gibt Vorführungen im Kajakfahren, Slacklining und SUP-Yoga. Außerdem geben Experten Einblick in die Wassersport-Industrie. Weitere Infos:

<http://shanghai.ispo.com/en/Trade-show-Visitors/Highlights-Events/Paddling-Watersports-village/>

Rein ins Kajak!

Vom Anfänger bis zum Profi, vom Kajak-Fan bis zum Skateboarder – beim **ISPO Open Demo Day** sind Medienvertreter, Händler und Besucher eingeladen die neuesten Sportprodukte bereits vor Eröffnung der Messe zu testen. Am Dianshan Lake, westlich von Shanghai, stehen dafür am Dienstag, den 5. Juli, von 10 bis 17 Uhr, aktuelle Produkte aus den Bereichen Wasser- und Laufsport, Skaten und Outdoor bereit.

Weitere Infos und Anmeldung: <http://shanghai.ispo.com/en/Trade-show-Visitors/Highlights-Events/ISPO-Open-Demo-Day/>



Action-Sport mit Chinas Skateboard- und BMX Szene

Beim **Game of Skate** treten die besten Skateboarder in einem Finale erstmals auf der ISPO gegeneinander an. Neben bekannten Pro-Skatern wie Li Zhixing, Johnny Tang und Jeremy Hu sind bei diesem Contest auch acht Amateur-Skater mit am Start. Die teilnehmenden Amateure werden in Kooperation mit dem KickerClub, Chinas größter Skateboard-Community, in Vorrunden-Wettbewerben in verschiedenen Städten ermittelt. Die jeweils Bestplatzierten sind beim Finale während der ISPO SHANGHAI dabei.

Jam statt Contest, Party statt Wettbewerb heißt es bei den BMX-Fahrern: Im Rahmen des in Frankreich entstandenen „Festival International des Sports Extrêmes“ (FISE) zeigen die BMX-Fahrer in der Disziplin „Flatland“ ihre Akrobatik am Rad. Beide Veranstaltungen sind in Halle N1, Stand 1.122 zu finden.

Wertvolles Wissen und praktische Tipps

Informationen über aktuelle Entwicklungen in der Sportindustrie bietet die **ISPO ACADEMY**. Podiumsdiskussionen, Seminare und Workshops sorgen für neue Impulse und Anknüpfungspunkte. An chinesische Händler richtet sich die Konferenz „Stock and Order Management“ am Montag, 4. und 5. Juli. Die Teilnehmer erfahren ab 13 Uhr im Rainbow Hotel Shanghai, wie ein gut geführter Lagerbestand zum Erfolg beiträgt. Ab 18 Uhr ist ein Austausch beim ISPO ACADEMY Dinner vorgesehen.

Weitere Infos und Anmeldung: <http://shanghai.ispo.com/en/Trade-show-Visitors/Highlights-Events/ISPO-ACADEMY-Tour/>

Messe-Highlights schneller finden

Gar nicht so einfach, auf einer Messe die besten Produkte aufzuspüren. Die Profis aus dem Sportgeschäft sichten Hunderte neuer Artikel – auch solche, die nicht auf der Messe ausgestellt werden – und wählen nach klar festgelegten Kriterien die besten davon aus. Diese werden mit dem **ISPO AWARD** ausgezeichnet und haben nun auch auf der ISPO SHANGHAI die Möglichkeit,



sich in China vorzustellen. Ausgestellt werden die Product of the Year sowie die Gold Winners. Weitere Infos: <http://award.ispo.com/en/>

ISPO-BRANDNEW-Finalisten starten in China durch

Für die Gewinner und Finalisten von **ISPO BRANDNEW** der vergangenen Jahre, gibt es auf der ISPO SHANGHAI ein besonderes Angebot: Für sie wurde eigens ein Business-Paket geschnürt, um ihnen den Start in China zu erleichtern. Dazu gehört neben einem Messestand die Teilnahme am **Market Introduction Program**. An zwei Seminar-Tagen, von Montag, 4. Juli bis Mittwoch, 6. Juli 2016, gibt es für alle Teilnehmer Informationen über Marktanalysen und Strategien, zudem besuchen sie chinesische Einzelhändler vor Ort. Beim abendlichen Distributor Networking Dinner lassen sich geschäftliche Kontakte anbahnen oder intensivieren. Weitere Infos: <http://shanghai.ispo.com/en/Trade-show-Visitors/Accompanying-program/Market-introduction-program/>

Trends bei Farben und Materialien

Welche Stoffe werden im Frühjahr und Sommer 2018 gefragt sein? Welche Farben und Materialien sind im Kommen? Um das herauszufinden, berücksichtigen die Experten Einflüsse aus Film, Musik, (sozialen) Medien, Kunst und vielen anderen Bereichen. Das Ergebnis ist auf der Plattform **ISPO TEXTRENDS** zu sehen und ist die Basis für frische und spannende Neuprodukte. Die ISPO SHANGHAI präsentiert damit erstmals auch die künftigen Frühjahrs- und Sommerrends, ergänzend zu den Herbst- und Winterrends der ISPO MÜNCHEN. Weitere Infos: <http://textrends.ispo.com/en/Trends/Trends-Spring-Summer-2018/>

Weitere Informationen zur ISPO SHANGHAI 2016 finden Sie unter shanghai.ispo.com.



Über ISPO

SPORTS. BUSINESS. CONNECTED. ISPO ist die internationale Sport 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 TEXTRENDS und ISPO JOB MARKET. 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

Die Messe München ist mit rund 40 Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien allein am Standort München einer der weltweit führenden Messeveranstalter. 14 dieser Veranstaltungen sind in ihrer Branche international die Nummer 1. Mehr als 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. Darüber hinaus veranstaltet das Unternehmen Fachmessen in China, Indien, der Türkei und in Südafrika. Mit Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien und in Afrika und mit über 60 Auslandsvertretungen, die mehr als 100 Länder betreuen, ist die Messe München weltweit präsent.

