

ISPO Munich 2019 – Allgemeine Messevorschau

ISPO Munich setzt Fokus auf "Gesundheit, Bewegung und Sport"

Die ISPO Munich ist die erste Adresse für das internationale Sports Business. Auf der Weltleitmesse präsentierten sich im Januar 2018 über 2.800 Aussteller in 16 Hallen – 2019 kommen zwei weitere Hallen dazu. Herstellern, Marken und Sportfachhändlern bietet die Multisegment-Messe alle Branchenhighlights für das bevorstehende Sportjahr sowie viel Platz für Austausch und Vernetzung. Erstmals in nun 18 Hallen dreht sich 2019 alles um das Thema "Gesundheit, Bewegung und Sport". Darüber hinaus widmet die ISPO Munich Themen wie "Digitalisierung" sowie „Frauen im Sports Business“ besondere Aufmerksamkeit. Die ISPO Munich findet von 3. bis 6. Februar 2019 statt.

Die ISPO Munich zieht Branchenvertreter aus aller Welt an. 2018 kamen rund 84.000 Fachbesucher aus 120 Ländern nach München – die weltweit größte Fachmesse für die Sportartikelindustrie ist mit einem Anteil internationaler Aussteller von 68 Prozent und internationaler Besucher von 88 Prozent im letzten Jahr noch globaler geworden. Auf einer Gesamtfläche von erstmals 200.000 Quadratmetern lädt die kommende ISPO Munich zu Information, Austausch und Networking ein. Gesprächsstoff gibt es genug: Von den neuesten Trends im Bereich Textil und Sportequipment über Outdoor- und Fitness-Innovationen bis hin zu digitalen Konzepten und der Frauen im Sports Business ist die ISPO Munich als Plattform für Sport Professionals entscheidend. Mit den beiden neuen Hallen C5 und C6 bekommt das erst 2018 erweiterte Hallenkonzept noch mehr Raum für Produkte, Innovationen und Inspiration. Die Besucher können sich auf ein umfangreiches Portfolio mit Neuigkeiten aus den Segmenten Health & Fitness, Outdoor, Snowsports, Trends, Innovation & Industry Services, Manufacturing & Suppliers sowie Vision, Teamsports und Urban freuen. Einzelne Focus Areas in den Segmenten stellen zudem themenspezifische Bereiche wie „Body & Mind“ oder „Snow & Safety“ in den Mittelpunkt.

Topthemen: "Gesundheit, Bewegung und Sport", Frauen im Sports Business und die digitale Transformation

Aktuelle Studien wie der Weltgesundheitsorganisation (WHO) vom September 2018 zeigen, dass Bewegungsmangel ein globales Problem ist. Bewegung ist jedoch wichtig, stärkt den Körper und fördert das Wohlbefinden – sie hält gesund. Sport ist ein wesentlicher, unverzichtbarer Bestandteil dessen. Die ISPO Munich setzt "Gesundheit, Bewegung und Sport" daher in den Kontext einer Reihe von Themen, die die Branche und Sportinteressierte bewegen. In München strahlt das Thema auf die neuesten Sporttrends und Produkte ab. Zudem wird gezeigt, wie mit digitalen Entwicklungen, neue Anreize für sportliche Aktivitäten gesetzt werden können. Die ISPO Munich entfacht mit ihrem Multisegment-Portfolio die Begeisterung für sportliche Aktivitäten neu und bietet Marken und Herstellern die Gelegenheit, sich in einem vielseitigen Umfeld zu präsentieren. Dem Sportfachhandel wird zudem das passende Know-how geboten, zum Beispiel über digitale Retail-Lösungen, damit dieser in Zeiten der Digitalisierung weiterhin ein kompetenter Begleiter für den Kunden ist.

Weiterhin intensiv von der ISPO Munich begleitet werden die Entwicklungen im Bereich **Frauen im Sports Business**. Im Mittelpunkt der Diskussion stehen die Themen „Frauen in Führungspositionen“ und „Frauen als Zielgruppe“. Letzteres ist vor allem für den Fachhandel spannend, den Frauen interessieren sich zunehmend für Sport. Allerdings bringen sie andere Bedürfnisse und Anforderungen mit, die es zu erfüllen gilt. In der "Womens Lounge" tauschen sich Branchenvertreterinnen und -vertreter über diese Themen aus, knüpfen Kontakte und zeigen wie sich die Welt der weiblichen Sport Professionals in den letzten Jahren entwickelt hat und was die Zukunft bereithält. Geplant sind wieder Rundgänge über die Messe sowie ein Vortragsprogramm. Männliche Zuhörer und Besucher der Lounge sind explizit willkommen, um den Austausch und die Entwicklung weiter voranzutreiben.

Im Hinblick auf den digitalen Wandel in der Sportbranche wurde mit ISPO Digitize erstmals eine Plattform geschaffen, die Lösungen für die **Digitalisierung** thematisiert. Gestartet als Ausstellungsfläche im Rahmen der ISPO Munich 2018, präsentierte sich ISPO Digitize im Sommer 2018 erstmals einem interessierten Publikum als eigenständige Veranstaltung, dem [ISPO Digitize Summit](#). Auf der ISPO Munich 2019 findet die erweiterte Messeplattform in der Halle C6 statt und bringt digitale Themen von Wearables-Trends über digitale Retail-Lösungen bis hin zu digitalem Beschaffungsmanagement und Marketing zur Sprache. Fachbesucher profitieren darüber hinaus von Showcases und Best-Practise-Beispielen.

Das Sport Business in 18 Hallen

Dank der beiden neuen Hallen C5 und C6 kann die ISPO Munich 2019 über wachsende Themenfelder noch umfangreicher informieren. Die Halle C6 ist die Heimat der **ISPO Digitize** im erweiterten Messeformat mit Ausstellungsfläche und begleitender Konferenz im bewährten ISPO Academy Format. Zusätzlich zu Informationen, erlebbaren Produkten und Lösungen für Produktmanager und -entwickler, Vertrieb- und Marketingverantwortliche sowie Händler zeigt die Plattform auf, wie Sport Professionals den technologischen Wandel für sich nutzen und industrieübergreifend zusammenarbeiten (Cross Industry) können. Die in der Halle stattfindende **Wearables Technology Conference** liefert Markteinblicke sowie Forschungsergebnisse zu IoT-Geräten (Internet of Things) und bringt Business-Entwickler und Sales Teams auf den neuesten Stand. Ebenfalls in Halle C6 nimmt die **ISPO Academy** mit einem **umfangreichen Vortragsprogramm** an allen vier Messetagen das Publikum mit in das Sports Business von morgen. Blogger und Influencer finden hier zudem in passender Atmosphäre eine eigene Lounge vor, die zum Netzwerken mit Ausstellern und Gleichgesinnten einlädt.

Die neuesten **ISPO Textrends** finden Fachbesucher in den Hallen C4 und C5 vor. Der wachsende Markt wartet mit innovativen Materialien und Stoffen für die bevorstehenden Sportjahre auf, die von zwei Textrend Foren noch eingehender beleuchtet werden. Produktmanager und Designer kommen hier voll auf ihre Kosten.

Nicht verpassen sollten Markenvertreter die Hallen C1 bis C3. Alle Neuigkeiten in den Bereichen Beschaffungsmanagement, Produktion und Verarbeitung von Rohmaterialien werden hier im Rahmen von **Sourcing, Herstellung und Zulieferketten** präsentiert. Die produzierende Industrie ist auf eine makellose Wertschöpfungskette angewiesen, um das

zunehmende Interesse an Isoliermaterialien, atmungsaktiven und wasserabweisenden Textilien zu befriedigen.

Die neu gestaltete Halle B5 vereint alle Skimarken unter einem Dach. Eingebettet ist die Halle in das Segment **Snowsports**, das in den Hallen B1 bis B6 dem Wintersport großzügig Raum gibt. Ski und Snowboard, Schneeschuhwandern, Langlauf und Schlittenfahren sowie die passende Bekleidung und Accessoires umfasst das Portfolio, das führende internationale Markenhersteller hier präsentieren. Darüber hinaus stehen Ausstellern und Kunden eine Lounge für Gespräche zur Verfügung. Wichtige Themenschwerpunkte sind darüber hinaus unter anderem die Individualisierung (Customisation) und das Fitting von Wintersportprodukten.

Im Mittelpunkt der Hallen A1 bis A4 steht das Segment **Outdoor** – ein Kernthema der ISPO Munich. Bergsport, Wassersport und andere Aktivitäten in der Natur sind auch 2019 äußerst beliebt. Dem Segment **Health & Fitness** in den Hallen A5 und A6 widmet die ISPO Munich mehr Ausstellungsfläche und wird so dem anhaltenden Boom mit Themen wie Athleisure, Nutrition oder Fitnessstraining gerecht.

ISPO Award, ISPO Brandnew – Zukunftsweisendes Rahmenprogramm

Die weltweit größte Fachmesse für die Sportbranche ist alljährlich auch ein Schaulaufen für Innovationen. Produkte, die den **ISPO Award** gewonnen haben, sind nicht nur Trendbarometer und Orientierungshilfe für die Zukunft des Sports Business. Sie können auch auf der Messe in den jeweiligen Segmenthallen bestaunt werden. **ISPO Brandnew** hat in Halle B5 einen perfekten Platz, um die Aufmerksamkeit auf Start-Ups und Gründer in der Branche zu lenken, die als Motor die Sportwelt fortwährend vorantreiben.

ISPO Munich goes Sportfans

Die ISPO Munich ist und bleibt eine Fachmesse. Um dennoch den Konsumenten mehr einzubinden, veranstaltet die ISPO Munich zum zweiten Mal die **ISPO Munich Sports Week**. Münchner Sportfachhändler können mit der Strahlkraft der ISPO Munich selbst zu Events einladen und so den Kontakt zum Kunden intensivieren. Bei der Premiere der ISPO Munich Sports Week im vergangenen Jahr stand die Stadt schon einmal eine Woche lang ganz im Zeichen des Sports und lockte beim **ISPO Munich Night Run** durch den Olympiapark zusätzlich rund 530 Teilnehmer an. An der Retail-Woche nahmen insgesamt elf Partner mit rund 35 Aktionen und rund 2.000 begeisterte Sportfans teil.

Für Fachbesucher: Gratis-WLAN, App und attraktive Ticketpreise

Für die optimale Besuchsplanung empfiehlt sich die ISPO Munich [App](#). Sie filtert unter anderem für jeden User die individuell relevanten Informationen wie Events oder Aussteller und stellt sie übersichtlich dar. Für einen entspannten, effektiven und bequemen Messebesuch sorgt darüber hinaus das kostenlose [Messe-WiFi](#) auf dem Messegelände.

Vor allem der Sportfachhandel wird durch das neue [Ticketmodell](#) der ISPO Munich gestärkt. Vereint in einem eigenen Preissegment buchen Einzel- und Großhändler sowie Distributoren ihr Tagesticket schon ab 19 Euro. Andere Fachbesucherguppen wie Produktmanager, Designer, Zubehörhersteller, Zulieferer oder auch Eventagenturen und Betreiber von Sporteinrichtungen starten bei einem Ticketpreis von 69 Euro.

Daten und Fakten

Veranstaltungsort: Messe München

Datum: 03. bis 06. Februar 2019

Öffnungszeiten: Sonntag, 03. Februar bis Dienstag 05. Februar 9-18 Uhr, Mittwoch 06. Februar 9-17 Uhr

Tickets & Registrierung: <https://www.ispo.com/munich/tickets>