München, 11. Dezember 2018

Presseinformation

Kathrin Hagel
PR Manager
Tel. +49 89 949-21474
hagel@ispo.com

"Altogether to Munich"
ISPO Munich baut internationales Programm für Händler aus

Das Retail-Programm "Altogether to Munich" unterstützt ab sofort Sportfachhändler aus Großbritannien, Italien, Spanien, Österreich, Polen, der Schweiz und Skandinavien bei der Messeplanung für die ISPO Munich und vor Ort. Das Rundum-Sorglos-Paket beinhaltet von der Registrierung und Hotelbuchung bis zur Vereinbarung von Gesprächsterminen und Messerundgängen in Landessprache alles, was Sportfachhändler brauchen, um sich einen Marktüberblick auf der Weltleitmesse des Sports Business zu verschaffen. Das Programm erweitert den "Club ISPO France", der bereits seit fünf Jahren Händler aus Frankreich mit Partnern und Ausstellern vernetzt. Die ISPO Munich findet von 3. bis 6. Februar statt.

Mehr als zwei Drittel der Besucher, die jedes Jahr auf die ISPO Munich kommen, haben einen Bezug zum Handel. Die einzige Multisegment-Messe im Sports Business ist für Einzel- und Großhändler, Handelsvertreter und Distributoren aus der ganzen Welt die wichtigste Plattform, um sich über Marktentwicklungen, Innovationen und Trends in der Sportwelt zu informieren und sich mit Geschäftspartnern auszutauschen.

"Altogether to Munich" unterstreicht die Internationalität der ISPO Munich
Um internationalen Händlern den Zugang zur ISPO Munich zu erleichtern, bietet das Retail-Programm ab sofort zusätzlich Sportfachhändlern aus Großbritannien, Italien, Österreich, Spanien, Polen, der Schweiz und Skandinavien ein umfangreiches Paket für ihren Messebesuch in München. Neben der Unterstützung bei allen Anreiseformalitäten bringt die Initiative Ansprechpartner von Marken, Händlern und Distributionen zusammen, zeigt Best-Practises-Shops auf einer Retail-Tour durch die bayerische Landeshauptstadt und sorgt mit einem Abendprogramm für eine zusätzliche Netzwerk-Plattform. Darüber hinaus dient eine jeweils länderspezifische Online-Plattform zur einfacheren Terminvereinbarung und zum Networking im Vorfeld der Messe. Das Händlerprogramm hat sich für den französischen Fachhandel bereits bewährt. 2018 kamen mehr als 600 Teilnehmer über den "Club ISPO France" nach München.

Markus Hefter, Projektleitgruppenleiter der ISPO Munich: „Die Initiative ist sowohl für Aussteller als auch Händler ein Gewinn. Während Marken und Hersteller die Präsenz des internationalen Fachhandels als wichtigste Besuchergruppe schätzen, erhalten teilnehmende Händler einen Zugang in Landesprache und können sich Dank der Organisation im Vorfeld optimal auf Ihren Messebesuch vorbereiten."

Um zusätzlich den Charakter der ISPO Munich als Handelsplattform zu unterstreichen, wurde die Ticketstruktur für Sportfachhändler optimiert. Das online gebuchte Händlerticket kostet ab 2019 nur noch 19 Euro. Weitere Informationen zur Preisstruktur sind online zu finden.

ISPO Munich macht die Zukunft des Sports Business erlebbar

Die ISPO Munich bietet neben einen Ausblick auf Innovationen und Trends alljährlich den Blick über den Tellerrand. Da auch im Sports Business die Digitalisierung immer bedeutender wird, widmet sich ISPO verstärkt digitalen Trends, auch für den Retail-Bereich. Mit der ISPO Digitize wurde eine Plattform geschaffen, auf der sich unter anderem Sportfachhändler von digitalen Vorreitern inspirieren lassen können und digitale Retail-Technologien zum Anfassen präsentiert bekommen. Während der ISPO Munich findet die ISPO Digitize in Halle C6 statt.

Für Internationalität und Wissenstransfer sorgt zudem die ISPO Academy. Sie ist mit einem umfangreichen Konferenzprogramm auf der ISPO Munich vertreten und bietet ganzjährig Konferenzen, Seminare und online wie offline Trainingsprogramme für das Sports Business an. Zusätzlich greift die ISPO Academy auf lokalen Konferenzen etwa in Frankreich, Korea, Japan, Brasilien, Polen oder der Schweiz Themen auf, die einzelne Märkte bewegen.

ÜBER ISPO

ISPO ist das weltweit führende Sportnetzwerk für Business Professionals und Consumer Experts. Die seit 1970 bestehende Plattform bündelt unter der Familienmarke ISPO ein integriertes Angebot aus branchenbezogenen analogen und digitalen Dienstleistungen. Dazu zählen die weltgrößten Multisegment-Messen ISPO Munich, ISPO Beijing und ISPO Shanghai, das Online-Newsportal ISPO.com sowie die Business Solutions ISPO Brandnew, ISPO Open Innovation, ISPO Award, ISPO Academy, ISPO Textrends, ISPO Job Market und ISPO Shop. Mit diesem reichweitenstarken Portfolio aus Innovationsförderung, Branchenvernetzung, Know-how und redaktionell aufbereiteten Inhalten agiert ISPO an 365 Tagen im Jahr mit dem Ziel, Unternehmen und Sportenthusiasten zu unterstützen und die Leidenschaft für den Sport weltweit zu fördern.

Messe München

Die Messe München ist mit über 50 eigenen Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Insgesamt nehmen jährlich über 50.000 Aussteller und rund drei Millionen Besucher an den mehr als 200 Veranstaltungen auf dem Messegelände in München, im ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungscenter München sowie im Ausland teil. Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften organisiert die Messe München Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Russland, der Türkei, Südafrika, Nigeria, Vietnam und im Iran. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien, Afrika und Südamerika sowie rund 70 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder ist die Messe München weltweit präsent.