



Messe München

Connecting Global Competence

ALLES, WAS ZÄHLT.

ZAHLEN & FAKTEN ZUR ISPO MUNICH.



ISPO.COM



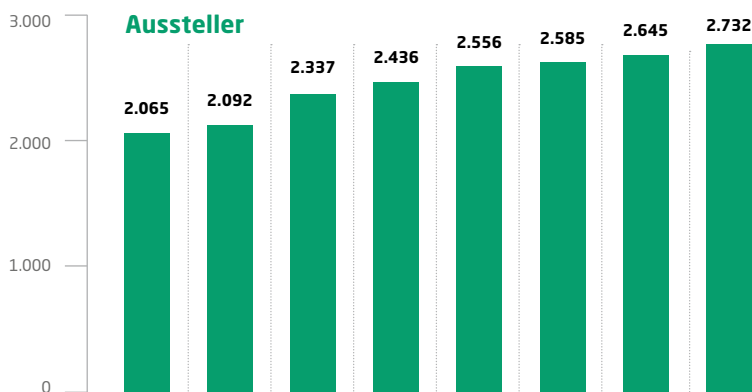
Die Welt des Sports. Auf einen Blick.

In welchen Trends steckt das Potenzial für Leidenschaft? Wie entwickelt sich der komplette Markt der Sportbranche? Profitieren Sie vom Know-How führender Experten, erweitern Sie Ihr Netzwerk und bauen Sie zukünftige Geschäftsbeziehungen gewinnbringend aus. Entdecken Sie, was möglich ist. Auf der ISPO MUNICH. Mit über 2.700 Ausstellern und fast 87.000 Branchenexperten aus 120 Ländern ist die ISPO MUNICH die erfolgreichste Multisegmentmesse der Sportbranche. Weltweit. Hier trifft sich die Zukunft des Sports. Die ISPO MUNICH präsentiert und setzt die neuen Trends des Sportmarktes der kommenden Jahre. Visionär. Leidenschaftlich und voller Begeisterung.

Überzeugend. Die Zahlen & Fakten der ISPO MUNICH seit 2010.

Perfekte Plattform der Sportbranche

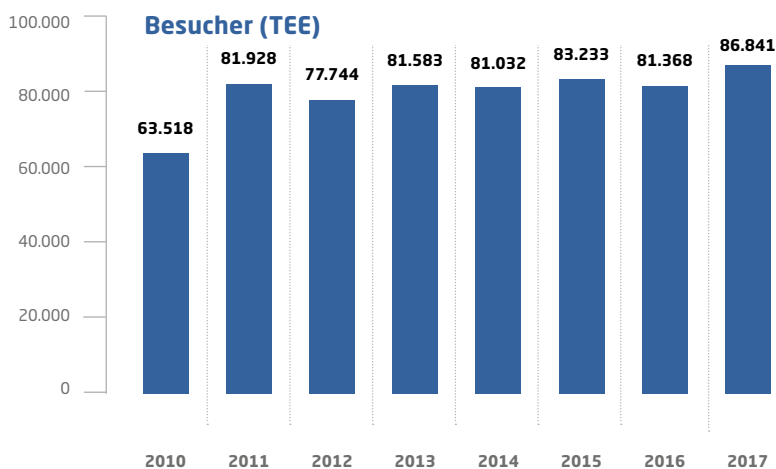
- 4 stark frequentierte Messetage
- 4 direkte Eingänge
- 16 übersichtliche Hallen
- Ein komplett belegtes Messegelände von 180.000 m²



Internationaler Maßstab - Die Aussteller

Beeindruckend: 2017 erreichte die Zahl der Aussteller mit 2.732 einen historischen Höchststand.

Auch der Anteil internationaler Aussteller schlägt 2017 mit 87% alle Bestmarken.

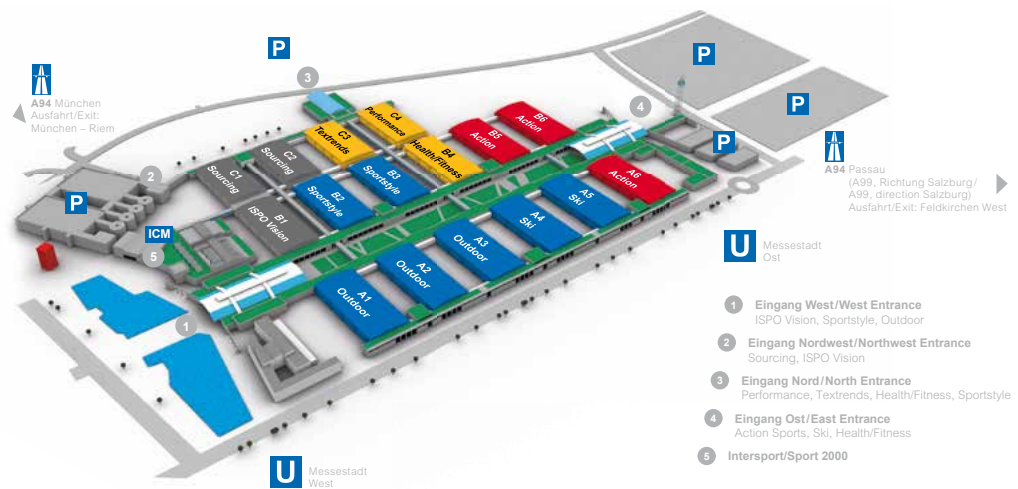


Aus aller Welt - Die Besucher

Begehrnt: 87.000 Branchenspezialisten aus aller Welt strömten 2017 auf die ISPO MUNICH.

Seit 2010 wuchs die Besucherzahl um ca. 24.000 bei einem internationalen Anteil von konstant fast 70%.

Für Multitalente. Die Segmente der ISPO MUNICH.



Behalten Sie den Überblick.

Als weltweit erfolgreichste Multisegmentmesse des Sports bietet die ISPO MUNICH den kompletten Marktüberblick. Bleiben Sie aktuell und informieren Sie sich über die neusten Trends des Sports.

Action Sports - Heiße Coolness

Drei Hallen, eine Community. In den **Hallen A6, B6 plus B5** heißt es Surf and Skate, Ride and have fun. Die angesagtesten Neuheiten der Szene in Action. Für Free-rider, Skater und Wellenreiter.

Health & Fitness - Basis für Leidenschaft

Über alle Sportarten hinweg wachsen der Markt und Angebote für Gesundheit und Fitness kontinuierlich. Informieren Sie sich auf der ISPO MUNICH in **Halle B4** über sinnvolle Kooperationen und aktuelle Entwicklungen.

ISPO Vision - Kollektion der Zukunft

Welche Design-Innovationen bieten internationale Premium-Sportmarken und welche Marktführer-Kollektionen prägen die Sportbranche? In **Halle B1** präsentiert ISPO Vision die gestalterischen Ideen des Marktes der Zukunft.

Outdoor - Die Natur kennt keine Gnade

Alles drin für draußen. Die **Hallen A1 bis A3** bieten Bekleidung, Ausstattung und Zubehör für Abenteurer, Gipfelstürmer und Cityläufer. Damit Ihre Kunden perfekt ausgerüstet sind für das pure Naturerlebnis.

Performance - Die Mannschaft zählt

Führende Hersteller präsentieren in den **Hallen C3 und C4** Bekleidung, Ausrüstung und Accessoires für Mannschaften, Wassersportler und Racket Sports. Damit Teams zusammenwachsen, Leidenschaft Wellen schlägt und Rackets Funken sprühen.

Ski - Der Gipfel des Sports

High-Tech am Berg. In den **Hallen A4 und A5** präpariert die internationale Skiszene ihre Kunden für die kommende Skisaison mit Kollektionen für den klassischen Skisport über den Langlauf bis zum Cross-Country-Skiing (XC).

Sourcing - Globales Potenzial

Greifen Sie zurück auf ein weltweites Angebot und finden Sie die optimale Beschaffungsstrategie für Ihr Unternehmen. In den **Hallen C1 und C2** versammeln sich die neuesten Produkte des globalen Sporthandels.

Sportstyle - Der Style des Spitzensports

Sport ist Lebensstil. Ausdruck. Bekenntnis. In den **Hallen B2 und B3** finden Sie den individuellen Lifestyle Ihrer Zielgruppe und das Lebensgefühl Ihrer Kunden.

Textrends - Die Fasern des Netzwerks

Der Stoff, aus dem die Träume sind. Die **Halle C3** ist eine einzigartige Sourcing- und Networking-Plattform. Hersteller, Designer und Produktmanager finden hier die neuesten Stoffe, Isoliermaterialien, Komponenten und Accessoires für außergewöhnliche Sportbekleidung.

Was zählt sind Fakten: Die Daten zur ISPO MUNICH. Die Ausstellerbefragung.

„Die ISPO MUNICH 2016 bietet uns die optimale Plattform, auf der wir Fjällräven als Marke global gut positionieren können. Ich bin seit Jahren großer Fan der ISPO MUNICH und freue mich jedes Jahr auf die intensive und erfolgreiche Arbeit auf der Messe.“

Martin Axelhed, CEO, Fjällräven, Schweden

Einmal ISPO immer ISPO. Kommen Sie erneut?

Wer einmal auf der ISPO MUNICH war, kommt wieder: 97% der Aussteller geben an, im kommenden Jahr bestimmt oder eventuell auf der ISPO MUNICH auszustellen. Der seit Jahren konstant hohe Wiederteilnahmewert bestätigt den nachhaltigen Erfolg der ISPO MUNICH und den wertvollen Nutzen für die Aussteller.



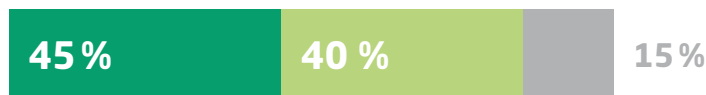
Das Ziel vor Augen. Haben sich Ihre Erwartungen erfüllt?

Prozentuale Zahl der Aussteller, die Ihre erreichten Ziele mit ausgezeichnet, sehr gut oder gut bewerten.



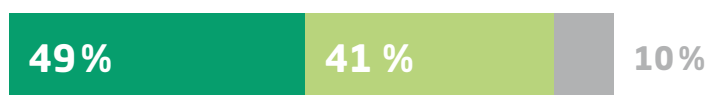
In direktem Kontakt mit den Kunden: Geschäftsbeziehungen pflegen

Perfekte Kundenbindung. 93% der Aussteller bewerteten die ISPO MUNICH als Plattform, um bestehende Geschäftsbeziehungen zu pflegen mit ausgezeichnet, sehr gut oder gut.



Neue Chancen: Networking. Kontaktpflege und -aufbau

Den Horizont erweitern. 85% nutzen die ISPO MUNICH zum Netzwerken und finden die Möglichkeiten für Kontaktpflege & -aufbau ausgezeichnet, sehr gut oder gut.



Trendsetting: Kollektions-, Produkt- und Neuheitenpräsentation

Die ISPO MUNICH setzt Maßstäbe. Als Plattform für Neuheiten und Innovationen zeigt die Messe Wirkung. Den Launch-Effekt bei der Markteinführung neuer Produkte beurteilen 90% der Aussteller als ausgezeichnet, sehr gut oder gut.



Sport ist Wettkampf: Wettbewerbsbeobachtung und Marktübersicht

Optimale Wettkampfbedingungen. Von 84% der Aussteller erhält die ISPO MUNICH Bestnoten, wenn es darum geht, den kompletten Markt der Sportbranche zu scannen.



Hohe Strahlkraft: Imagepflege

Starker Imagetransfer. 89% der Aussteller profitieren vom Imagefaktor der ISPO MUNICH und schätzen die imagebildende Wirkung des Messeauftritts als ausgezeichnet, sehr gut oder gut ein.

Wie eine Weltmeisterschaft.

Aus welchem Land kommen die Aussteller?

Wachsende globale Bedeutung. Die Internationalität der ISPO MUNICH nimmt im Vergleich der letzten drei Jahre kontinuierlich zu.

TOP-FIVE Ziele.

Bestnoten von den Ausstellern. Seit Jahren.

- Pflege der Bestandskunden
- Markteinführung von Produktneuheiten
- Imagepflege
- Ausbau des internationalen Netzwerks
- Marktorientierung

Das schätzen die Aussteller an der ISPO MUNICH.

Bewertung mit ausgezeichnet, sehr gut und gut.

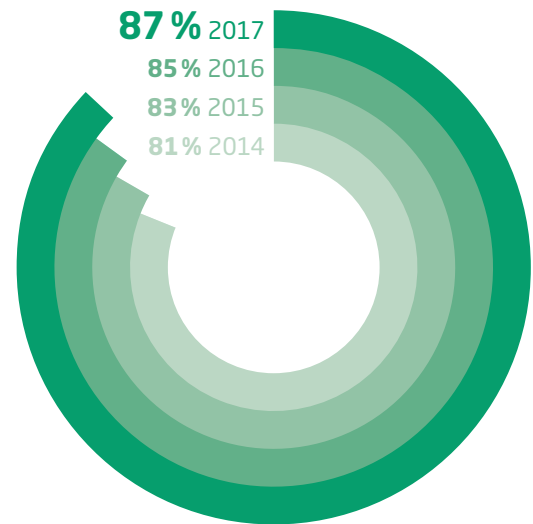
83 % Internationalität der Besucher

84 % Leitmessecharakter der ISPO MUNICH in der Sportbranche

86 % Vollständigkeit des Marktangebotes

83 % Qualität der Ausstellerservices

84 % Übersichtlichkeit der Hallenstruktur

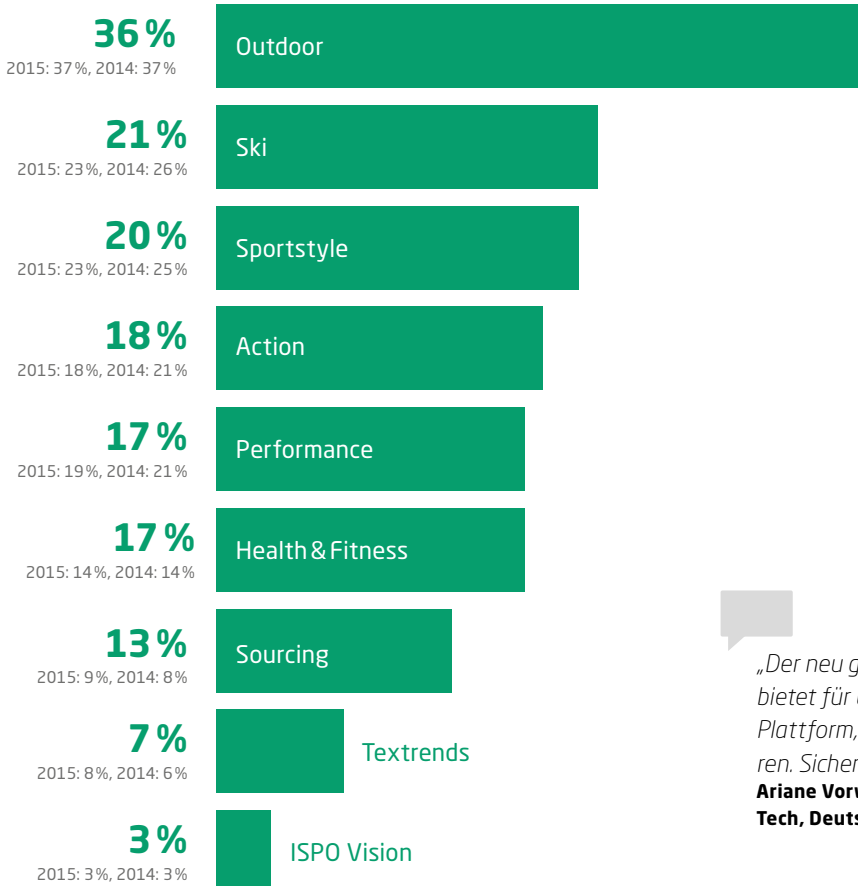


Prozentualer Anteil der internationalen Aussteller in den vergangenen 3 Jahren

Produkte am Start. Die Angebote in den Produktsegmenten.

Vielfältige Angebote in den Segmenten Outdoor, Ski und Sportstyle und wachsende Märkte in den Segmenten Sourcing und Health & Fitness.* Grüne Zahlen von 2016.

*Einzelne Aussteller nutzen die große Nachfrage der ISPO MUNICH Besucher und bieten Produkte aus mehreren Segmenten an.



„Der neu geschaffene Bereich Health & Fitness bietet für unser Unternehmen eine hervorragende Plattform, unsere Produktneuheiten zu präsentieren. Sicherlich sind wir auch 2017 wieder dabei.“

Ariane Vorwald, Marketing Manager, Johnson Health Tech, Deutschland

Die Besucherbefragung.

Leistungsträger. Die Entscheidungsqualität der Besucher

82% der Besucher haben höchste Kompetenz bei der Kauf- und Beschaffungsentscheidung oder üben beratenden Einfluss aus.



Treue Fans. Die Begeisterung des Publikums.

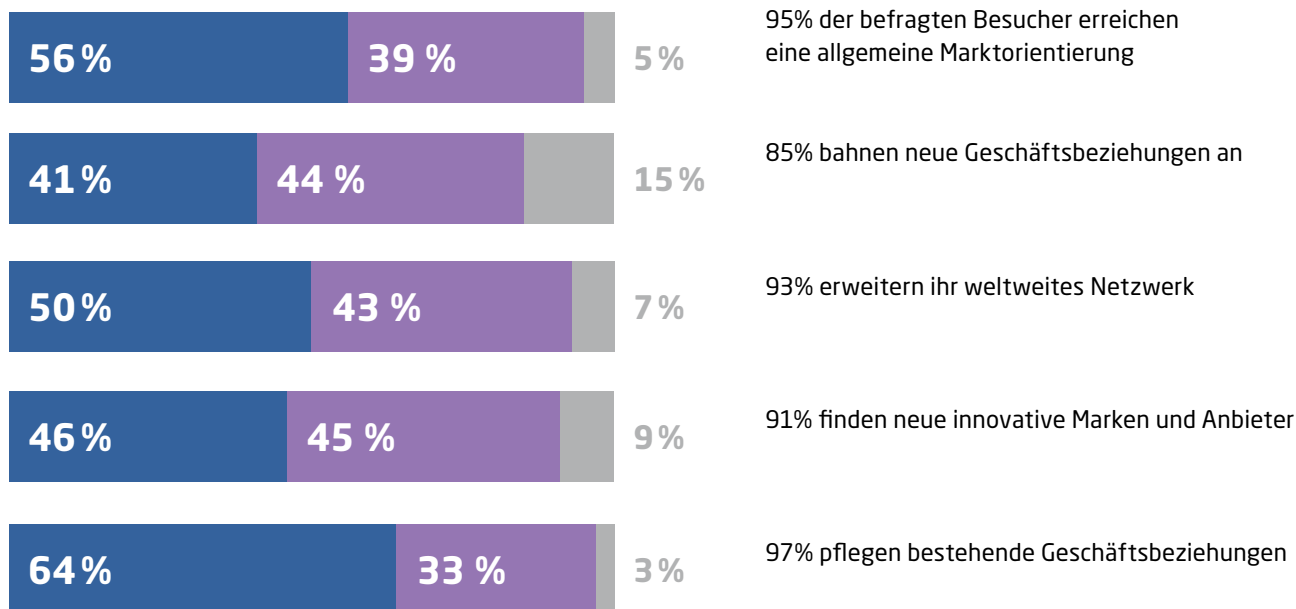
98% der Besucher beurteilen die ISPO MUNICH mit ausgezeichnet, sehr gut oder gut.

99% der Besucher werden die ISPO MUNICH bestimmt oder bei Gelegenheit weiterempfehlen.

98% der Besucher planen die ISPO MUNICH bestimmt oder eventuell wieder zu besuchen.

96% der Besucher schätzen den Nutzen des Besuchs der ISPO MUNICH von mittel bis sehr groß ein.

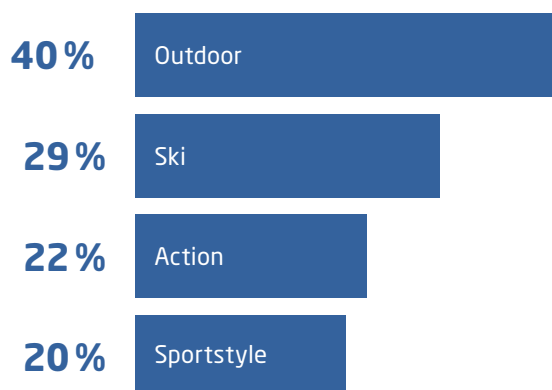
Klare Ziele. Was suchen die Besucher auf der ISPO MUNICH?



ausgezeichnet/sehr gut gut annehmbar/schlecht

Profis. Aus welchen Segmenten kommen die Besucher*?

*Viele ISPO MUNICH Besucher sind Spezialisten in mehreren Segmenten.



Hohe Anerkennung.

Was schätzen die Besucher an der ISPO MUNICH?

Bewertung mit ausgezeichnet, sehr gut oder gut.

95% Internationalität der Aussteller

93% Präsenz der Marktführer

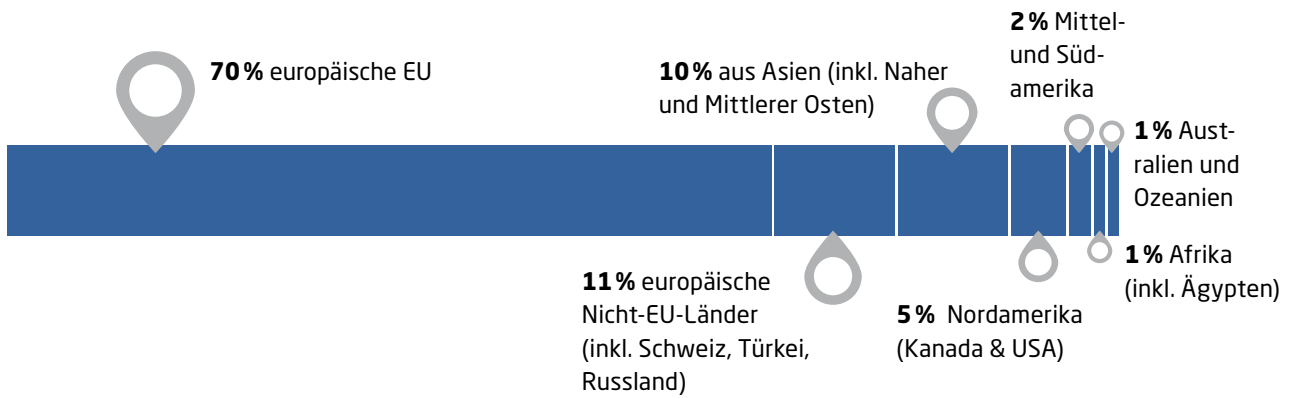
95% Erreichte Ausstellerzielgruppen

93% Komplettes Marktangebot

95% Atmosphäre der ISPO MUNICH

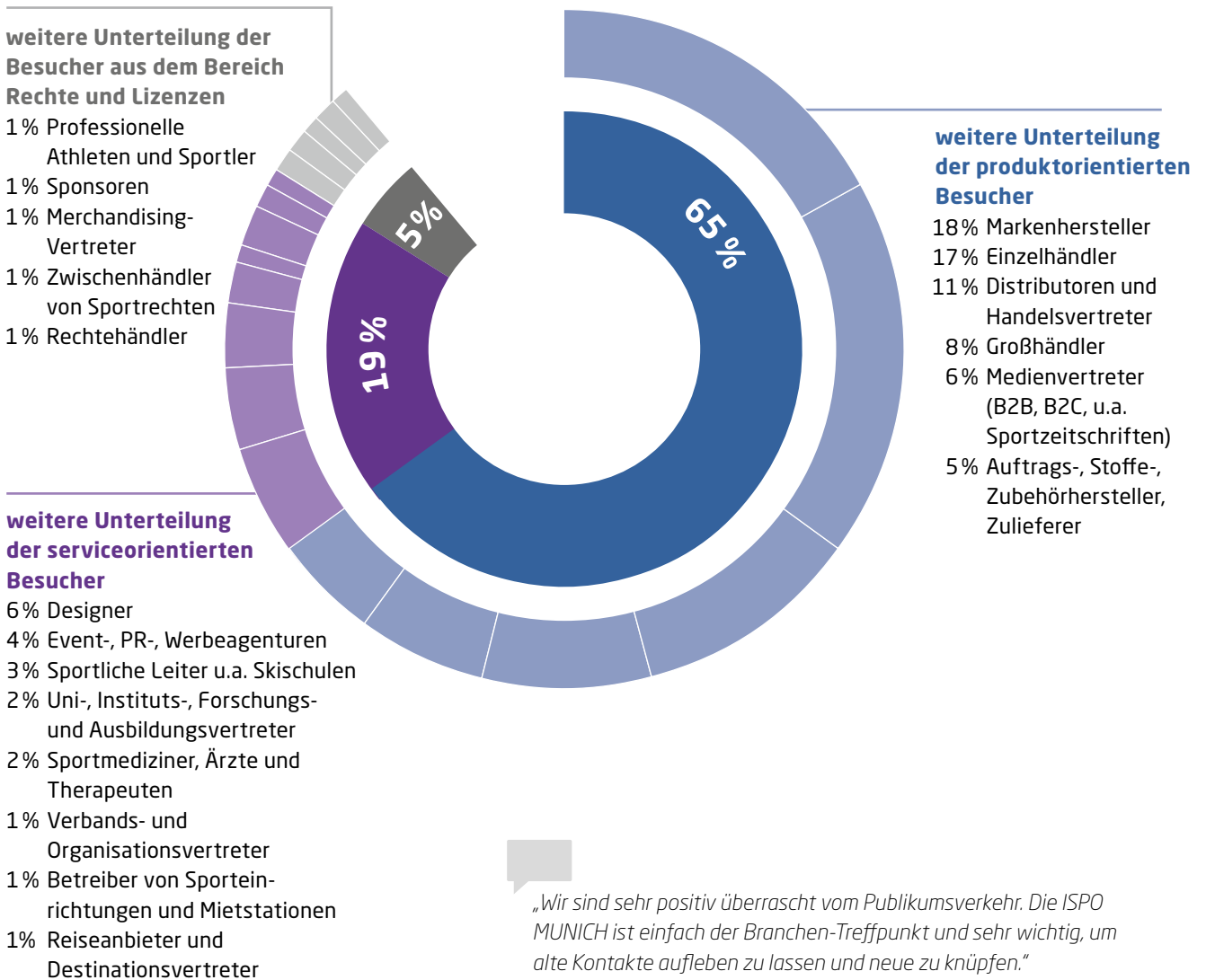
96% Führungsrolle der ISPO MUNICH in der Sportbranche

Die Herkunftsländer der Besucher



Vom Fach. Die Aufgabenbereiche der Besucher

65% sind **produktorientiert**, 19% kommen aus dem Bereich **Service** und 5% aus dem Bereich **Rechte**.
Angabe „Andere Tätigkeit“ 11% (weiße Fläche).



„Wir sind sehr positiv überrascht vom Publikumsverkehr. Die ISPO MUNICH ist einfach der Branchen-Treffpunkt und sehr wichtig, um alte Kontakte aufleben zu lassen und neue zu knüpfen.“

Bernhard Ritzer, Global Brand Director, O'NEILL, Niederlande

Aufmerksamkeitsstark. Die mediale Präsenz der ISPO MUNICH.

Von der ISPO MUNICH direkt zum Kunden. Ein eigenes Redaktionsteam von ISPO.com berichtet live über die ISPO MUNICH und verbreitet ihre Botschaften weit über die Drehtür der Messe hinaus. Umfassende Reichweite: Die Kommunikation der ISPO MUNICH reicht in die ganze Welt. Auf allen Kanälen. Vor, während und nach der ISPO MUNICH.

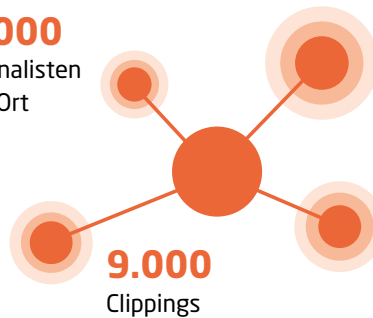
Superkompensation.

Die Multiplikation Ihrer Botschaft.

Die hohe Qualität der PR-Aktivität der ISPO MUNICH führt zu meinungsbildender Medienpräsenz. Der hohe Anteil an Fachartikeln und die weite Verbreitung von Ausstellerproduktmeldungen schafft kontinuierliche Berichterstattung in der in- und ausländischen Presse.

2.000

Journalisten
vor Ort



200 Mio.

Reichweite durch
Print-Medien

180 Mio.

Reichweite durch
Hörfunk und TV



Die Macht im Netz.

Die Social-Media-Daten der ISPO MUNICH

177.871 Unique Engaged Users während der letzten 12 Monate

4.171 544 Total Reach während der letzten 12 Monate

12.060 492 Total Impressions während der letzten 12 Monate

„Zuerst möchte ich der ISPO MUNICH ein großes Lob aussprechen. Die Unterstützung, die wir als Patagonia erfahren haben, war herausragend.“

Stefan Wahlén, Managing Director, Patagonia Europe

„Die ISPO ist inzwischen weit mehr als eine Messe. Sie fungiert als Netzwerk-Plattform und lenkt die Aufmerksamkeit auf die Kreativität und Business-Trends. Dies unterstreicht unsere Entscheidung die ISPO MUNICH zu einem wichtigen Bestandteil in unserem Einkaufsprogramm für das Vereinigte Königreich und Irland zu machen.“

Tom Foley, General Manager, Intersport UK and Ireland

„Die ISPO MUNICH 2016 hätte für uns nicht besser laufen können. Dies spiegelt sich auch im medialen Interesse und den Aufträgen unserer Händler wider.“

Kai Tutschke, Geschäftsführer DACH, GARMIN, Deutschland

SAVE THE DATE
ISPO MUNICH 2018
28. - 31. JANUAR

Quelle: Messe München