

Mit über 85.000 Besuchern neuer Rekord bei der ISPO MUNICH 2017 – Internationalität gestiegen

Über 85.000 Besucher und 2.732 Aussteller aus aller Welt sind in den vergangenen vier Tagen zur ISPO MUNICH gekommen, dem Treffpunkt der internationalen Sportbranche. Die Internationalität der Messe ist noch einmal gestiegen. Zuwächse gab es vor allem aus Italien, Russland, Großbritannien, China und den USA. Messechef Klaus Dittrich ist über diese positive Bilanz sehr erfreut:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf der Messe. Wir konnten vorher schon einen neuen Ausstellerrekord verzeichnen konnten, jetzt können wir auch noch einen neuen Rekord bei den Besuchern vermelden mit etwa sechs Prozent, vor allem aus dem Ausland. Zuwächse gab es hier aus Russland, Großbritannien, China und den USA.*

Die Stimmung der Branche war während der ISPO MUNICH war sehr gut:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *die Branche ist nicht auf Rosen gebettet, die letzten Winter waren nicht ganz einfach, die Digitalisierung bringt viele neue Herausforderungen. Mein Eindruck ist, dass man gestärkt und optimistisch von der Messe gegangen ist. Es hat richtig gebrummt. Man sieht eine sehr positive Stimmung auf der ISPO.*

Besonders erfreulich war in diesem Jahr, dass einige Aussteller, allen voran adidas wieder auf der ISPO MUNICH mit dabei waren:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *adidas ist elf Jahre lang nicht mehr auf der ISPO MUNICH gewesen, dass sie wieder zurück sind ist ein starkes Zeichen für die IPSO. Die ISPO ist mittlerweile nicht nur Messe an vier Tagen, sondern mittlerweile mit ispo.com und den anderen Services eine enorme Reichweite hat. Auf der anderen Seite ist es auch ein starkes Zeichen an den Fachhandel, dass selbst adidas sagt, wir brauchen den Fachhandel, um unsere Produkte in der Fläche anzubieten.*

Eines der Kernthemen bei Ausstellern und Besuchern war in diesem Jahr die Digitalisierung:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *Digitalisierung geht alle an, man muss sich dieser Entwicklung*

stellen. Wir haben es positiv gesehen, welche Wachstumsimpulse kommen aus der Digitalisierung. Es geht los mit der voll automatisierten Fertigung, es geht um das Thema Kommunikation, dann geht es um ein neues Einkaufserlebnis mit Virtual Reality, aber es geht auch um das Thema Multi-Channel-Lösungen anzubieten.

Ebenfalls im Fokus stand heuer das Thema „Frauen im Sport“:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *das ist ein Thema, das immer wichtiger wird. Der Fachhandel ist unter Druck mit dem Internet, dann überlegt man sich, was kann man tun, um den Markt noch besser zu erreichen. Vor dem Hintergrund hat man realisiert, dass sich der Sportfachhandel auf die Bedürfnisse von Frauen zu wenig einstellt. Frauen haben andere Erwartungen an Produkte, das führt auch zu der Frage, gibt es genügend Frauen in der Sportindustrie, die authentisch solche Produkte schaffen können. Dafür haben wir auf der ISPO Raum geschaffen. Eines der Highlights war auch dazu der Besuch der Frauenmannschaft des FC Bayern. Das Thema wird sicherlich auch weiter von Bedeutung sein, wir diskutieren im Moment mit der Mannschaft, wie man gemeinsam mehr Zuschauern zu den Spielen bringen kann.*