

.....
PRESSE-INFORMATION · PRESS-RELEASE · COMMUNIQUÉ DE PRESSE · COMUNICATO STAMPA

06. März 2008

Messe München mit neuem Sommerkonzept für Sportmessen

- ispo summer wird nach Absprache mit Einkaufs- und Branchenverbänden bis auf Weiteres ausgesetzt
- Neue Angebote 2008 „Running“ und „Sports Source Europe“
- Weitere segment-spezifische Messeangebote ab 2009
- Messe München GmbH hat strategische Allianz mit dem größten nordamerikanischen Sportmessenanbieter Nielsen Business Media geschlossen / Kooperation in allen Märkten / Planung gemeinsamer Messen ab 2009

Die Messe München GmbH hat ein neues Konzept für ihre Sommerveranstaltungen im Bereich Sportartikel/Sportstyle entwickelt, um dem tief greifenden Wandel des Sommersport-Marktes Rechnung zu tragen. Zwei große Veränderungen prägen die Branche: Zum einen die starke Segmentierung in einzelne Teilbereiche wie Running, Outdoor, Kanu/Kajaking und Sourcing mit ihren eigenen Akteuren, Order-Rhythmen, Bedürfnissen und Lebenswelten und zum anderen die rasant fortschreitende Internationalisierung. „Wir als Messe München arbeiten eng mit der Sportartikel- und Sportstyle-Branche zusammen, um Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und bei unseren Angeboten berücksichtigen zu können. In zahlreichen Gesprächen mit Ausstellern und Händlern hat uns die Branche bestätigt, dass der Bedarf nach Plattformen im Sommer nach wie vor groß ist. Wie schon seit über 35 Jahren berücksichtigen wir auch jetzt neue Entwicklungen im Markt und bieten der Branche auf die jeweiligen Segmentmaßgeschneiderte Angebote. In Abstimmung mit den Einkaufsverbänden Intersport und Sport 2000 sowie den Branchenverbänden World Federation of the Sporting Goods Industry (WFSGI), Bundesverband der Deutschen Sportartikel Industrie e.V. (BSI) und dem Verband Deutscher Sportfachhandel e.V. (VDS) haben wir uns daher entschieden, die sehr breit angelegte ispo summer bis auf Weiteres auszusetzen. Es wird jedoch auch weiterhin Sommerplattformen der Messe München für die Sportartikel-Branche geben. Mit der Running Order Show und der Sports Source Europe bieten wir bereits im Sommer 2008 Konzepte, die auf die spezifischen Bedürfnisse dieser Segmente maßgeschneidert sind.“, sagt Manfred Wutzlhofer, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH.

Running Order Show wird weltweit erste B2B-Veranstaltung für Running-Segment

Die Messe München GmbH veranstaltet vom 29. Juni bis 1. Juli 2008 die Running Order Show im M,O,C, in München-Freimann. „Damit bieten wir weltweit die einzige B2B-Plattform für das Running-Segment, das mit etwa 20 Prozent Umsatzanteil die treibende Kraft des Sportfachhandels ist“, erläutert Tobias Gröber, Head of ispo Group.

Die Messe wird gemeinsam mit der LEX-Gruppe, dem Zusammenschluss der Lauf- und Walking-Händler, veranstaltet. „Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit mit der Messe München. Viele von uns waren früher eifrige ispo-Besucher. Wir erwarten von der Running Order Show neue Denkanstöße in Richtung unserer Positionierung am Markt in den nächsten Jahren“, so Christian Bossow, Geschäftsführer der LEX-Gruppe.

Die Running Order Show ist in die Bereiche Schuhe, Bekleidung, Accessoires, Triathlon, Nordic Walking, Ernährung, Laufanalysemethoden und Warenwirtschaft gegliedert.

Sports Source Europe bringt Zulieferer und Aussteller in Europa zusammen

Mit der Sports Source Europe, die vom 29. Juni bis 1. Juli 2008 parallel zur Running Order Show im M,O,C,-Veranstaltungscenter stattfindet, schafft die Messe München GmbH dem wachsenden Sourcing-Segment zusätzlich zur 2007 erfolgreich gestarteten Sports Source Asia eine professionelle und eigenständige Plattform in Europa. „Auf unseren Messen haben uns immer mehr Aussteller und Großhändler mit eigenen Hausmarken auf eine eigenständige Sourcing-Plattform in Europa angesprochen. Es ist für sie viel effizienter als die einzelnen Sourcing-Märkte einzeln zu besuchen.“, erläutert Tobias Gröber. „Da Sportartikel immer modischer und lifestyleiger werden, unterliegen sie auch stärker kurzfristigen Trends. Neben Asien als führende Produktionsregion für Sportartikel gewinnen mehr und mehr auch die Sourcing-Märkte vor der Tür wie Nordafrika und Osteuropa, besonders auch die Türkei und Portugal an Bedeutung.“

Ein weiteres Messeangebot wird 2009 gestartet

Die Messe München bereitet derzeit eine weitere Fachmesse in München vor. „Unser besonderes Augenmerk gilt dabei dem Wachstumssegment Sportstyle. Wir planen daher 2009 eine eigenständige Messeplattform für sportinspirierten Lifestyle.“, so Manfred Wutzlhofer.

Strategische Allianz mit Nielsen Business Media

Die Messe München hat mit dem größten nordamerikanischen Sportmessenanbieter Nielsen Business Media eine strategische Allianz geschlossen, um zukünftig weltweit in allen wichtigen Märkten agieren zu können. „Das Aufkommen neuer lukrativer Märkte, allen voran China, tragen zur fortschreitenden Internationalisierung der Sportartikelbranche bei. Wir haben daher mit dem größten nordamerikanischen Sportmessenveranstalter Nielsen Business Media eine strategische Allianz geschlossen. Zusammen sind wir weltweit auf allen wesentlichen Märkten

vertreten. Durch die Kooperationen können wir auch unsere Vertriebsaktivitäten auf dem wichtigen nordamerikanischen Markt deutlich ausweiten. Darüber hinaus planen wir, mit gemeinsamen Messen auf neuen Märkten aufzutreten.“, so Manfred Wutzlhofer.

Kontakt:
Susanne Fischer
Messe München GmbH
Leiterin Marketing & Kommunikation Konsumgütermessen
Tel: +49 (89) 949 20870
susanne.fischer@messe-muenchen.de

MK/sf