

## Presse Information • press release • communiqué de presse • comunicato stampa

Nr. 25

Februar 2010



Schlussbericht

### ispo 2010 weiter auf Wachstumskurs

- Exzellente Stimmung bei den Messeteilnehmern
- Internationalität bei den Besuchern deutlich gestiegen

Vom 07.-10. Februar 2010 hat die ispo ihre Stellung als international führendes Sport-Business Netzwerk auch in ihrem 40. Jahr weiter ausgebaut. Internationale Spitzenrepräsentanten aus Industrie, Sport, Medien, Wirtschaft und Politik versammelten sich in München und wurden in ihren Erwartungen weit übertroffen. Aussteller wie Besucher haben die ispo 10 durchweg als sehr gut bewertet. Die Stimmung in den Hallen war vor allem durch die sehr gut verlaufende Wintersaison, aber auch das breite, qualitativ hochwertige Angebot außerordentlich gut, stellenweise sogar enthusiastisch. Auf Ausstellerseite wurde insbesondere der hohe Besucherandrang gelobt. Auch das neue Opinion Leader Konzept wurde positiv angenommen. Bei den Besuchern fand die neue Hallengliederung großen Zuspruch. Die thematische Bündelung der einzelnen Hallen ermöglichte eine optimale Orientierung und schuf kurze Wege.

Die 70. ispo schloss nach vier Tagen mit einer hervorragenden Bilanz bei Ausstellern, Besuchern und Nettogröße ihre Tore. Über 64.000 internationale Fachbesucher aus 117 Ländern informierten sich über die neuen Trends und Innovationen. Dies ist ein neuer Besucherrekord und ein Zuwachs von knapp 7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Auslandsanteil bei den Fachbesuchern lag bei gut 68 Prozent und konnte noch um rund 2 Prozent gesteigert werden. Besonders stark vertreten waren die Besucher aus den Ländern Italien, Schweiz, Österreich, Frankreich, Großbritannien und Nordirland, Spanien, Niederlande, Republik Korea, Tschechische Republik und Schweden. Mit 2045 Ausstellern aus 45 Ländern konnte die ispo 10 schon vor Beginn einen Zuwachs von 5 Prozent vermelden. Sie wuchs im Vergleich zum Vorjahr auch bei der Ausstellungsfläche, nämlich um gut 2 Prozent auf 89.000 qm netto, und belegte 15 Hallen der Neuen Messe München, d.h. 175.000 qm.

Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH: „Wir freuen uns sehr über das exzellente Ergebnis, mit dem die Jubiläums-ispo, die ispo 10, zu Ende geht. Diese

Messe München GmbH  
Marketing & Kommunikation  
Konsumgüter  
Messegelände  
81823 München  
Deutschland

Tel (+ 49 89) 9 49 - 2 06 10  
Fax (+ 49 89) 9 49 - 97 2 06 10  
Maud.Hoff@messe-muenchen.de  
[www.ispo.com](http://www.ispo.com)

Zahlen belegen wie stark die ispo als internationales Sport-Business Netzwerk ist. Der ispo ist es gelungen, auch nach 4 Jahrzehnten der „Place to be“ innerhalb der weltweiten Sportartikelbranche zu sein. Mit Innovationen und neuen Konzepten, wie zum Beispiel für die ispovision oder das Opinion Leader Konzept, werden wir diese Position in Zukunft weiter ausbauen.“

Statements:

Armin Fuchs, Geschäftsführer Amer Sports Deutschland: Unser Stand war sehr gut besucht. Die Besucher zeigten ein sehr großes Interesse an unseren Produkten und Innovationen. Unsere Strategie, ein Komplettangebot für jeden Wintersportler anzubieten, überzeugt und wird vom Handel bestätigt.

Bernd Kuhlmann, Geschäftsführer Deuter Sport: Brillante Plattform für die Outdoor Branche. Wir sind sehr zufrieden, haben uns sehr gut repräsentiert gefühlt und eine klasse Stimmung gehabt. Bisher, also an den ersten 3 Tagen, war es knalle voll und wir hatten immer Betrieb..

Hans Taubenberger, Inhaber und Geschäftsführer Toni Sailer Sports: Wir sind sehr zufrieden. Super Frequenz - national, noch stärker international. Alle wichtigen internationalen Kunden waren da. Zahlreiche neue Top-Kunden. Insgesamt sind die Kunden mit der Saison und mit der Kollektion zufrieden. Die geplanten Veränderungen in der ispovision sind klar zu erkennen - wir sind sehr gespannt auf die nächste Saison.

Benedikt Pelikan, Director Customer Service / Key Account Europe Burton Snowboards: Die ispo 10 ist für uns sehr positiv verlaufen, der Handel zeigt sich im allgemeinen wieder motivierter, größere Ordern zu platzieren. Für uns erfüllt die ispo hauptsächlich zwei Funktionen: Für die Verkaufssaison ist die ispo ein sehr wichtiger Termin im Jahr – alle Vorbereitungen bündeln sich auf die ispo hin. Zugleich ist die ispo ein Benchmark, in der wir als Brand voll im Rampenlicht stehen und mit anderen Brands aus der Industrie verglichen werden.

Barry Mellis, General Manager INTERSPORT UK: „Wir sehen die ispo als die globale Sport-Business Plattform. Deshalb haben wir uns entschieden, unsere wichtigste Nachricht bezüglich der Fusion zwischen INTERSPORT UK and Allied Partners Ltd, hier bekannt zu geben.“

Kevin Young, Head of Marketing, Snow & Rock: „Die ispo ist der einzige Ort, wo wir die beste Auswahl an Marken sehen und wirklich die Entscheider der Marken treffen können. Die ispo ist durch den Standort München ideal zu erreichen und ein wirklich angenehmer Ort, um zu verweilen.

Die ispo 11 findet vom 6. - 9. Februar 2011 auf dem Gelände der Neuen Messe München statt.

Weitere Informationen zur ispo gibt es unter [www.ispo.com](http://www.ispo.com)

### Über die Messe München International (MMI)

Die Messe München International (MMI) ist mit rund 40 Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Über 30.000 Aussteller aus mehr als 100 Ländern und mehr als zwei Millionen Besucher aus über 200 Ländern nehmen jährlich an den Veranstaltungen in München teil. Darüber hinaus veranstaltet die MMI Fachmessen in Asien, in Russland, im Mittleren Osten und in Südamerika. Mit sechs Auslandsbeteiligungsgesellschaften in Europa und Asien sowie 64 Auslandsvertretungen, die mehr als 90 messerelevante Länder der Welt betreuen, verfügt die MMI über ein weltweites Netzwerk. Als global tätiges Unternehmen leistet die Messe München International bei Umweltschutz und Nachhaltigkeit einen wesentlichen Beitrag.

Weitere Informationen unter [www.messe-muenchen.de](http://www.messe-muenchen.de)

Fotos zum Download sind im [Bildarchiv](#) veröffentlicht.

