

Nr. 22

9. Februar 2011

Schlussbericht

Weltmeisterlich: ispo 2011 erzielt neue Rekorde

- Über 25% Besucherzuwachs
- Sportartikelbranche blickt voller Optimismus in die Zukunft

Die ispo 2011 hat ihre Stellung als weltweit führende Sport-Business Plattform nicht nur eindrucksvoll bestätigt, sondern mit der gesamten Sportartikelbranche ein neues Niveau erreicht. Mit über 80.000 Fachbesuchern aus 106 Ländern verbuchte die 71. ispo einen historischen Zuwachs von über 25% gegenüber dem Vorjahr und endet mit einem neuen Besucherrekord. Die stärksten Besucherzuwächse kamen neben Deutschland aus Italien, Österreich, der Schweiz, Frankreich, der Russischen Föderation, Spanien, Polen, Schweden, Norwegen und den USA.

Bereits vor Messebeginn zeichnete sich ein Gipfelsturm der ispo 11 ab: Die Zahl der Aussteller stieg um 200 auf 2.267, die Nettoausstellungsfläche um rund 13 Prozent auf 101.100 qm. Das gesamte Gelände der Neuen Messe München war mit insgesamt 185.000 qm ausgebucht. Auch in diesem Jahr bewies die ispo wieder ihre hohe Internationalität: 67 Prozent der Besucher und 84 Prozent der Aussteller kamen aus dem Ausland.

Unterstrichen wurde die weltweite Bedeutung der ispo durch die Anwesenheit von Pascal Lamy bei der jährlichen Generalversammlung des Weltverbandes der Sportartikelindustrie (WFSGI). Der Generaldirektor der Welthandelsorganisation (WTO) betonte in seiner Rede vor den wichtigsten Vertretern der Sportartikelindustrie, dass Produkte wie Sportschuhe mehr und mehr ein Produkt "Made in the World" sind. Als Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH und verantwortlicher Geschäftsführer für die ispo wurde Klaus Dittrich zudem in das Board der World Federation of the Sporting Goods Industry gewählt. Aber nicht nur politisch spielt die ispo auf einem überragenden Niveau, sondern auch bei der Präsentation von Innovationen. So feierte auf der ispo 11 eine neue Technologie von Willy Bogner Weltpremiere. In einem eigens entworfenen Filmtheater wurde ein 360-Grad-5D-Film gezeigt, der den Zuschauern das faszinierende Gefühl des Skifahrens wirklichkeitsnah präsentiert.

Die Stimmung während der vier Tage war äußerst positiv. Rund 65 Prozent der Fachbesucher beurteilten die ispo 11 als sehr gut bis ausgezeichnet , weitere 32 Prozent als gut. Das phänomenale Wintergeschäft aber auch das steigende Gesundheitsbewusstsein beflügelten die Sportartikelbranche.

Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH: Die ispo hat alle unsere Erwartungen übertroffen. Insbesondere der sensationelle Besucherzuwachs macht die überragende Bedeutung der ispo im internationalen Sport Business deutlich. Mit diesem Ergebnis sehen wir zuversichtlich der Zukunft entgegen, in der wir die Kompetenzen aus aller Welt ganzjährig vernetzen und Entwicklungen sowie Trends im Sport-Business aktiv vorantreiben werden.

Statements:

David Udberg, Präsident der European Outdoor Group: Die ispo ist seit langem ein wichtiger Partner der Outdoor-Industrie und bietet unserer Branche eine wichtige Plattform für den Handel und natürlich die Chance, unseren Gemeinschaftsgeist zu teilen. Die ispo 11 hat alle unsere -ohnehin schon hohen - Erwartungen im Hinblick auf die Teilnahme übertroffen und die Qualität der Veranstaltung hat einmal mehr ein neues Niveau erreicht.

Timo Schmidt Eisenhart, Vize- Präsident und General Manager The North Face (EMEA): Wir sind rundum zufrieden. Die ispo 11 war eine sehr erfolgreiche Messe für uns, vielleicht die beste Show aller Zeiten. Unser Stand war die ganze Zeit voll mit Leuten und wir konnten eine Menge neuer Kontakte aus der ganzen Welt knüpfen. Die Atmosphäre in den Hallen ist wirklich positiv. Es scheint, als ob die Sportartikelbranche ein neues Niveau erreicht hat.

Peter Kappler, Geschäftsführer Jet Set AG: Wir sind seit 15 Jahren zum ersten Mal wieder auf der ispo und unsere Erwartungen wurden bei Weitem übertroffen. Die positive Resonanz von Kunden und Presse war enorm. Wir kommen nächstes Jahr wieder und Überraschungen sind gewiss!

Christian Scheffold, Geschäftsführer Skins GmbH: Die ispo hat in diesem Jahr erneut ihre Rolle als international führende Plattform für das Sport Business bestätigt. Wir hatten alle Top-Kunden am Stand und haben ein sehr positives Feedback erhalten. Erfreulich ist, dass die Themen Kompression und Healthstyle nicht mehr nur ein Nischendasein fristen, sondern beim Kunden nachhaltig angekommen sind, verstanden und angenommen werden. Und nachdem die ispo als Gradmesser für die Saison sehr erfolgreich ist, sehen wir hier auch zukünftig ein großes Potential.

Giancarlo Zanatta, Präsident Tecnica Group: Die Besucherfrequenz war sehr gut und mit einem sichtbaren Anstieg der Besucher im Vergleich zum Vorjahr. Für die Tecnica-Gruppe ist diese Messe eine echte Referenz, daher haben wir unsere Präsenz erhöht. Mit Sicherheit ist dies die Plattform der Welt..

Olaf Dunz, Brand Director EMEA Oakley: Die ispo ist für uns eine tolle Plattform, um unser Brandportfolio (Oakley und Arnette) und unsere 2011-Produktinnovationen wie die Airbrake Goggle und das Modular Apparel System optimal in Szene zu setzen. Die Frequenz von Händlern und Medienseite ist zufriedenstellend, insbesondere aus den neuen Wachstumsmärkten. Für uns ist die Messe sehr gut verlaufen, da wir mit unseren Handelspartnern intensive Gespräche führen konnten.

Michael Schineis, Präsident Winter Sports Equipment Amer Sports Corporation: Die ispo war im Schnitt eine der besten der letzten Jahre. Wir hatten eine gute Kundenfrequenz. Die Kunden zeigten sich sehr interessiert an neuen Produkten und Innovationen. Alles in allem ein geglückter Start in die Verkaufssaison 2011/2012.

Die ispo 12 findet vom 29. Januar bis 01. Februar 2012 auf dem Gelände der Neuen Messe München statt.

Weitere Informationen zur ispo finden Sie unter www.ispo.com. Fotos zum Download sind im [Bildarchiv](#) veröffentlicht.

22/MK/vH



Foto: ispo 2011 / Messe München GmbH

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 messerrelevante 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