

The Sports Community

BETREFF

The Sports Community Newsletter - No. 05/09

DATUM

03.03.2009

EMPFÄNGER

newsletterispo@messe-muenchen.de

INHALT ARTIKEL

ispo china 09: Erfolgreiche 5. Ausgabe mit neuem Besucherrekord 1
Bike Expo 2009: Ab sofort mit eigenem Presseportal2
ispo BrandNew Awards winter 09: Positive Resonanz2
Knapp 10.000 Besucher auf dem snow ice & rock summit – presented by Marmot2
ispo BoulderCup 09 auf dem snow ice & rock summit3
ispo winter 09 review: Best Ager werden als Kunden immer wichtiger 3
Wearable Technologies auf der ispo winter 09: Besucherhighlight mit 20 Ausstellern 4

INHALT TEASER

Erfolgreiche WT-Premiere auf der ispo china 2009 4
expobusiness congress: Effiziente Marketingstrategien 4



ispo china 09: Erfolgreiche 5. Ausgabe mit neuem Besucherrekord

Mit insgesamt 13.500 Fachbesuchern stellte die fünfte Ausgabe der ispo china, die vom 19. bis 21. Februar 2009 im International Exhibition Centre in Peking stattgefunden hat, einen neuen Besucherrekord auf. Wie stark und schnell sich die Sportartikelbranche in Asien entwickelt, zeigte sich deutlich an den insgesamt drei Messetagen in der schneebedeckten chinesischen Hauptstadt. Während der gesamten Messezeit drängte sich das Fachpublikum auf den insgesamt 25.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche, um die neuesten Produkte, Innovationen und Technologien der 300 internationalen Aussteller zu begutachten. Besonders viel Interesse zeigten die Besucher für die neue Plattform „Mountain and Winter Technologies“, die erstmals in enger Kooperation mit der italienischen Fachmesse Alpitem entstanden ist - Winter- und Bergtechnologien standen hierbei im Mittelpunkt.

Neben den neuesten Produktinnovationen führender Markenhersteller, konnte die ispo china 09 erneut durch ein umfangreiches Rahmenprogramm mit Events, Kongressen, Workshops und anderen interessanten Plattformen aufwarten. Eines der Highlights bildete die neue Kontaktplattform „Distributor Match Making“ für westliche Marken und potentielle Vertriebspartner in China. 370 Vertriebspartner hatten ihre Teilnahme bestätigt und die nächsten Wochen und Monate werden zeigen, wie viele Kontakte tatsächlich geknüpft werden konnten. Bereits etabliert hat sich die 4. China Outdoor Retailing Conference (CORC) sponsored by Gore-Tex, ebenso wie die 4. Asia Pacific Snow Conference (APSC) in Kooperation mit Alpitem, die insgesamt 160 Teilnehmer anlocken konnte. Über 150 Teilnehmer begleiteten den 3. China Pan-Outdoor Industry Summit. Hier trafen Profis aus verschiedenen Sport- und Freizeitbereichen zusammen, um verschiedene Themenschwerpunkte zu diskutieren.

Manfred Wutzlhofer, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH: "Wir sind positiv überrascht über den enormen Erfolg der fünften ispo china 09. Die Messe zeigte ein weiteres Mal die rasche Entwicklung der Sportartikelindustrie im asiatisch-pazifischen Raum. Wir sind sehr stolz und enorm glücklich darüber, jedes Jahr aufs Neue nach China zurückkehren zu dürfen und diesen starken Markt unterstützen

zu können. Mit einem neuen Besucherrekord hat die ispo china 09 unsere Erwartungen mehr als erfüllt.“



Bike Expo 2009: Ab sofort mit eigenem Presseportal

Mit der BIKE EXPO präsentiert die Messe München GmbH vom 23. - 26. Juli 2009 erstmalig eine umfassende Plattform für den Fahrradmarkt. Unter dem Motto „Cycling Trends for City and Nature“ zeigt die BIKE EXPO die neuesten Trends der Fahrradbranche. Das Konzept sieht im Kern eine Publikumsmesse mit vorgeschalteten Fachbesuchertagen vor. Die Ausstellungsfläche in den Hallen ist mit den Themenschwerpunkten E- und City- Bikes sowie Mode und Komponenten hauptsächlich auf das Fachpublikum ausgerichtet. Dirt- und MTB-interessierte Konsumenten finden dagegen eine Szene gerechte Ausstellung im Frei- und Testgelände mit umfangreichem Rahmenprogramm und Publikums-Radrennen durch den Münchener Osten.

Unter www.bike-expo.com finden Sie ab sofort und ständig aktualisiert alle wichtigen News und Infos rund um die Messe. Für alle chinesischen Fachbesucher und Aussteller wird es zudem eine eigene chinesische Internetseite geben. Außerdem informiert die Messe München GmbH mit einem Infostand im Rahmen der Taipei Cycle, die vom 17. bis 20. März in Taiwan stattfindet wird, über die Bike EXPO 2009.

www.bike-expo.com

www.taipeicycle.com.tw



ispo BrandNew Awards winter 09: Positive Resonanz

Zum 18. Mal wurden im Rahmen der ispo winter 09 die ispo BrandNew Awards presented by Thermo Cool vergeben. Insgesamt 283 Teilnehmer zeigten auch in diesem Winter erneut neben bemerkenswertem Innovationsreichtum, interessante, neue Produkte und viel versprechende neue Marken. Dementsprechend positiv äußerten sich auch die vielen Gewinner, wie z.B. Corran Addison, ispo BrandNew Awards Overall winner winter 09 von 2Imagine, ecological surfboards: „Ich bin komplett überwältigt. Der ispo Auftritt war der wichtigste Schritt für uns auf dem europäischen Markt. Die Teilnahme an BrandNew war eindeutig das beste, was uns passieren konnte, ohne jede Menge Geld für Anzeigen und Marketingaktionen verschwendet zu haben. Darüber hinaus hat uns der Preis nicht nur Respekt, sondern auch jede Menge Aufsehen eingebracht, und das von einer Organisation, die bekannt ist und überall respektiert wird. Wir sind der Meinung, dass die ispo BrandNew Awards eine unglaubliche Chance bieten, um sich auf dem Sportartikelmarkt als junge, unbekannte Marke zu bewähren. Abschließend kann ich nur sagen: Verpasst nicht eure Chance!“

Nutzen auch Sie Ihre Chance und melden Sie sich jetzt an! Anmeldeschluss ist am 20. Oktober 2009. Anmeldeformulare und nähere Informationen gibt es unter www.ispo-brandnew.com

Knapp 10.000 Besucher auf dem snow ice & rock summit – presented by Marmot

Ein riesiges Dankeschön gilt allen Beteiligten und Partnern des snow ice & rock summits, die die dritte Auflage des Branchentreffs zu einem vollen Erfolg gemacht



haben! An den vier Messetagen besuchten knapp 10.000 Gäste die Workshops, Fashion Shows, Partys und das Rahmenprogramm.

Das Prädikat „beste ispo Party seit Jahren“ erhielt das offizielle ispo Scandinavian get-together von zahlreichen begeisterten Gästen verliehen - ein Potpourri an guter Laune, professioneller Bühnenshow, Modenschau, Verlosung mit z.B. SAS und Nature's Best. DJ Bernd-Uwe Gutknecht vom BR3 rockte das Haus bis in die späten Abendstunden. Die super Stimmung gipfelte in der wohl größten Kissenschlacht, die jemals auf der ispo stattgefunden hat!

Ein unbestrittenes Programmhilichlight war auch die perfekt choreographierte Outdoor Fashion Show. Zwischen 500 und 1.000 Besucher kamen pro Show, um sich von den neuesten Trends, Farben und Innovationen inspirieren zu lassen.

Aber nicht nur Party und Unterhaltung waren auf dem snow ice & rock summit geboten: Vom Fachpublikum sehr gut angenommen wurden auch die themenspezifischen Beiträge wie der Workshop zum Thema Membrane oder die Podiumsdiskussion zum Thema Active Kids. Mit den fundierten und hochkarätig besetzten Workshops und Diskussionsforen setzt das Summit seit Jahren Akzente und trägt zur kontinuierlichen Entwicklung der Branche bei.

Ein besonderer Dank gilt an dieser Stelle noch dem Hauptsponsor Marmot, der mit Stefan Glowacz einen absoluten Top-Referenten für das snow ice & rock summit stellte. Stefans Vortrag über die Expedition „Baffin Island“ wurde vom Publikum hervorragend angenommen.



ispo Bouldercup 09 auf dem snow ice & rock summit

Schon mittlerweile traditionell fiel der Startschuss ins Wettkampffjahr der Deutschen Boulderer auf der ispo – bereits in den vergangenen Jahren fungiert die Sportartikelmesse erfolgreich als Partner des Boulder Cups und hatte auch in diesem Jahr wieder auf dem snow ice & rock summit einen perfekten Rahmen bereitgestellt. 69 Herren und 18 Damen wollten es wissen und stellten sich den äußerst anspruchsvollen Bouldern. Vor allem zum Halbfinale brummte das Haus: Gut 900 Zuschauer wollten die Vorentscheidung zum Finale sehen. Im Finale durchsetzten konnten sich letztlich Juliane Wurm bei den Damen und Bruno Vacka bei den Herren.



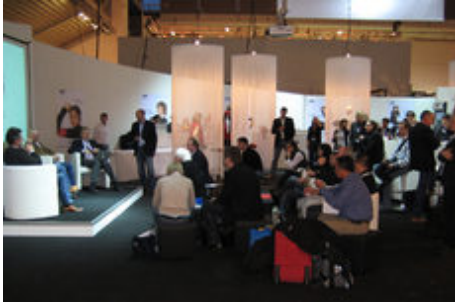
ispo winter 09 review: Best Ager werden als Kunden immer wichtiger

In den Kollektionen und Markenwelten aber auch bei der Warenauswahl und Präsentation am POS sind die Best Ager als Kunden in den vergangenen Jahren immer wichtiger geworden. Das enorme Potenzial der „jungen Alten“ sorgte auf der ispo winter 09 für eine sehr gute Stimmung. Models im besten Alter zeigten in der Fashion Show die neuesten Outfits für Schnee, Outdoor und Fitness. Gerade die Messebesucher, die sich selber zu den Best Agern zählen, schätzten die Präsentation. Auch Peter Hennekes vom Deutschen Skilehrerverband ist zufrieden mit der Entwicklung in diesem Kundensegment: „Wir stellen uns besonders auf die Zielgruppe der Kinder ein, auf die Situationen von Familien, schaffen Sportwelten für Freerider oder -styler und endlich bewegt sich auch etwas für die älteren Sportler. Da wir mit unserer Kampagne „Neuer Schwung im Leben“ gemeinsam mit allen Skischulen in Deutschland vorangehen, freuen wir uns über diese positive Entwicklung natürlich sehr.“ Stefan Sponer von Röhnisch stellte beim ispo Best Ager Business Breakfast fest: „Best Ager sind ja nicht alt, sondern nur länger am Markt.“ Den durch diese Erfahrung gesammelten Bedürfnissen der Kunden wollen zunehmend mehr Händler und Hersteller gerecht werden. „Wir sprechen mit den Händlern darüber, stärker ihre Kernkompetenzen herauszuarbeiten“, sagt Roland Scheuermeyer von Intersport zu

diesem Thema.

Klicken Sie hier www.ispo-bestager.com, um den Podcast der ispo Best Ager Gallery anzusehen.

www.ispo-bestager.com



Wearable Technologies auf der ispo winter 09: Besucherhighlight mit 20 Ausstellern

Die 400 Quadratmeter umfassende Wearable Technologies Show war mit knapp 20 Ausstellern, Produkt-Demos und Podiumsdiskussionen auch in diesem Winter wieder ein Besucherhighlight.

Die Liste der teilnehmenden Aussteller reichte von innovativen Newcomern wie Baybox und Sonim über Forschungsinstitute wie das Schweizer CSEM und Systemintegratoren wie Teksys bis hin zu renommierten Industriegrößen wie Polar, Nokia und die Bluetooth SIG. Die großen Themen dieses Winters waren Trainings- und Aktivitätsmonitoring sowie integriertes Heizen. Darüber hinaus standen aktuelle Technologie-Trends in den Bereichen Kommunikation und Unterhaltung sowie Hightech-Materialien im Mittelpunkt. In täglichen Produkt-Demonstrationen präsentierten die WT-Aussteller Funktionsweise, Technologien und Vertriebsstrategien ihrer Innovationen.

Im Rahmen der Wearable Technologies Show fand am Montag, 2. Februar, um 17:00 Uhr auch der Launch des ersten Bluetooth Innovation World Cup statt – ein internationaler Innovationswettbewerb, der nach Produktideen für den Sport-, Fitness- und Healthcare-Markt sucht, die den neuen Datenübertragungsstandard „Bluetooth low energy technology“ für die Vernetzung verschiedener Geräte / Sensoren und das Auslesen erfasster Daten und Leistungsprofile nutzen. Im Rahmen der Veranstaltungen sprachen sich hochrangige Vertreter von ispo, WFSGI, Polar und Nokia für die Relevanz des neuen Standards für die Sportindustrie aus. Der Wettbewerb startet am 1. Juni 2009 mit einer Online-Ideendatenbank auf www.innovation-worldcup.com und richtet sich an sportliche und technologische Innovatoren aus aller Welt.

Erfolgreiche WT-Premiere auf der ispo china 2009

Erstmals präsentierte die Navispace AG die Plattform Wearable Technologies auf der ispo china 09 vom 19. bis 21. Februar in Beijing. Mit aktuellen Lifestyle-Themen wie mobiler Stromversorgung durch integrierte Solarzellen, Temperaturregulierung in Kleidung oder Video-Streaming und Technologie-Trends wie Bluetooth low energy technology und Bewegungssensorik ist die erste Wearable Technologies Show sowohl bei den chinesischen als auch internationalen Besuchern auf großes Interesse gestoßen.

expobusiness congress: Effiziente Marketingstrategien

Vom 6. bis 7. Juli 2009 findet in Frankfurt der expobusiness congress statt. expobusiness2009, der 1. Jahreskongress für die ausstellende Industrie und für solche, die es werden wollen, liefert das Know-how, wie man durch ein erfolgreiches Besuchermarketing seinen Messe-ROI deutlich verbessern kann. Im Fokus der diesjährigen Veranstaltung steht das Thema Besucher-Marketing. Im Vordergrund des Kongresses stehen konkrete –direkt in die Praxis umsetzbare –Konzepte. In vier parallelen Fachforen werden branchenübergreifende, handfeste Lösungen innovativer Unternehmen und erstklassiger Referenten aufgezeigt. Zielgerichtete

Dialogmarketing-Kampagnen sowie neue Kundengewinnung auf Messen stehen dabei im Vordergrund.
www.expobusiness.de