

München, 8. Februar 2021

## Presseinformation

### ISPO Munich Online 2021 – offizieller Schlussbericht

## Größte Sportmesse der Welt setzt auch virtuell neue Maßstäbe

- Sportbranche macht ISPO Munich Online zum Gemeinschaftserfolg
- 545 Aussteller und mehr als 31.000 Teilnehmer aus 110 Ländern nehmen teil
- Erstmals „Public Streams“ für den Endverbraucher

Daniel Keppler  
Brand Manager  
Tel. +49 89 949-21486  
[keppler@ispo.com](mailto:keppler@ispo.com)

**Die ISPO Munich Online 2021 erwies sich in der Pandemie als gefragtes Branchentreffen für die internationalen Sport- und Outdoorbranche: Insgesamt 31.574 Teilnehmer aus 110 Nationen besuchten vom 1.-5. Februar die digitalen Plattformen der Weltleitmesse für Sport unter dem Motto „Sport is stronger“. Neben den Produkt- und Unternehmenspräsentationen von 545 Ausstellern in der Expo Area, war auch das Konferenzprogramm zu den gesellschaftlichen Megatrends Nachhaltigkeit, Gesundheit, Digitalisierung und Kreativität stark nachgefragt.**

„Die ISPO Munich ist auch als Digital-Veranstaltung in der aktuellen Situation ihrer Rolle als führende Plattform und Impulsgeber für die gesamte Sport- und Outdoorbranche gerecht geworden“, resümiert Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München. „Gerade jetzt ist es wichtiger denn je, den gesellschaftlichen Herausforderungen gemeinsam gegenüberzutreten. Der Leitgedanke „Sport is stronger“ vereint unsere Branche. Das haben wir in den vergangenen Tagen eindrucksvoll gesehen.“

Dr. Jeanette Friedrich, Global Head of ISPO Group, unterstreicht: „Wir sind sehr dankbar für das Vertrauen, das uns Aussteller, Speaker und Partner im Vorfeld geschenkt haben. Nur gemeinsam können wir uns weiterentwickeln. Die ISPO Munich Online ist ein starkes Signal für eine Sportbranche, die digital auf der Höhe der Zeit

**Presseinformation** | 8. Februar 2021 | 2/4

agiert und die beim Thema Nachhaltigkeit und der Verknüpfung von Sport und Gesundheit eine Vorreiterrolle einnimmt.“

### **Die ISPO Munich Online 2021 in Zahlen**

545 Aussteller aus präsentierten zur ISPO Munich Online 2021 ihre Produkte und Innovationen. 31.574 Fachbesucher aus 110 Ländern nahmen das zweigeteilte Angebot mit digitaler Expo Area und ergänzendem Konferenzprogramm mit mehr als 150 Vorträgen, Diskussionsrunden und Workshops wahr. Die Top-Nutzerländer waren nach Deutschland (in dieser Reihenfolge): Italien, Großbritannien, Österreich, Japan und China. Die erstmals angebotenen „Public Streams“ für Endverbraucher wurde von mehr als 22.000 Personen genutzt.

### **Expo Area bildete Vielfalt der Branche ab**

In der Expo Area war die gesamte Bandbreite der Sport- und Outdoorindustrie vertreten: Branchenführer wie adidas Terrex, Gore, Mammut, Icebreaker genauso wie Textilizulieferer und innovative Start-ups. Sie alle präsentierten sich und ihre Produkte in digitalen Brandrooms und boten einen umfassenden Marktüberblick.

### **Programm zu aktuellen Fragestellungen trifft Nerv der Zeit**

Das Konferenzprogramm war an jedem der fünf Veranstaltungstage einem Schwerpunkt gewidmet: Von Innovation & Kreativität über Digitalisierung und Gesundheit bis hin zu Nachhaltigkeit. ISPO Munich Online übertrug bewährte Formate wie das ‚Runner’s World Symposium‘ rund um den Laufsport oder den interaktiven ISPO Brandnew Live-Pitch erfolgreich in die digitale Welt. Hochkarätig und international besetzte Live-Talks unterstrichen den Veranstaltungsanspruch, die Meinungsführer und Vordenker zusammenzubringen. Dazu gehörte beispielsweise das Women Empowerment Panel by „Frauen Verbinden“ oder die große Podiumsdiskussion zur Nachhaltigkeit bei denen Teilnehmer aus der Wirtschaft, der Politik, von NGOs und Verbänden die wichtigsten Schritte für eine nachhaltige Zukunft diskutierten. Alle Konferenzbeiträge und zahlreiche Workshops werden allen Konferenz-Ticketinhaber nach der Veranstaltung [online](#) zur Verfügung gestellt.

**Presseinformation** | 8. Februar 2021 | 3/4

### **Aktive Einbindung der Endkonsumenten**

Endkonsumenten haben sich längst von passiven Empfängern zu aktiven Mitgliedern der Sport-Branche gewandelt. Dieser Entwicklung folgend, hat ISPO in diesem Jahr erstmals alle Sport- und Outdoorfans via Streaming in die ISPO Munich Online eingebunden. Zusammen mit Partnern wie Peloton, Blackroll, European Outdoor Film Tour, Technogym, den European Championships Munich 2022 und dem FreerideFilm Festival presented by ABS & PYUA erstellte ISPO ein abwechslungsreiches Programm aus Filmen, Interviews und Mitmachangeboten. Darüber hinaus organisierte das ISPO-eigene Qualitätssiegel ISPO Award erstmals einen ‚Public Choice Award‘ um zusammen mit der Sportcommunity das beste Produkt des Jahres zu ermitteln. Der Ausdauer-Extremsportler Kilian Jornet bekam den prestigeträchtigen ISPO Cup überreicht. Die 51. Edition der Ehrung für besondere Persönlichkeiten des Sports wurde erstmals live im Internet übertragen. Parallel dazu sammelte ISPO mit hunderten Läufern beim Run for Good Spenden für die Kilian Jornet Foundation zum Schutz der Bergwelt.

### **Aussteller und Partner zeigen sich zufrieden**

Aussagen von Ausstellern und Partnern unterstreichen den Erfolg der ISPO Munich Online 2021: „Die digitale ISPO Munich ist ein weiteres, positives Beispiel der digitalen Transformation unserer Welt. Wir schätzen das professionelle Setup. Für uns war es ganz klar ein Muss, Teil der ISPO Munich Online zu sein“, sagt Achim Löffler, Global Business Leader Consumer Oriented Fabrics bei Gore.

Dr. Oliver Pabst, CEO Mammut Sports Group

„Die ISPO Munich ist für unsere Industrie eine zentrale Austauschplattform und ein wichtiger Taktgeber. Die erste digitale ISPO Munich war für uns eine hervorragende Gelegenheit zu zeigen, wie wir die Digitalisierung nutzen, um unsere Marke und die Fokusthemen Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Innovation und Qualität zu präsentieren. Mich hat persönlich gefreut, wie der Brandroom zum intensiven Austausch mit unseren Handelspartnern genutzt wurde.“

Marc Fischer, Senior Director bei adidas Outdoor Europa bestätigt: „Besonders in dieser speziellen Zeit der Pandemie, bietet uns die ISPO Munich Online eine ideale Plattform, um adidas Terrex als innovative Outdoor Marke zu präsentieren.“

**Presseinformation** | 8. Februar 2021 | 4/4

Aber auch der Wunsch nach dem persönlichen Kontakt bleibt bestehen, wie Fabian Heigemeier, Product & Sales Manager bei HEAD Sportswear beschreibt: „In der aktuellen Krise ist die Plattform ISPO Munich Online ein hilfreiches Tool, um den ein oder anderen neuen Kontakt zu knüpfen. Nichtsdestotrotz spürt man gerade in der jetzigen Zeit, wie wichtig der persönliche Kontakt ist. Wir freuen uns schon jetzt darauf, unsere Kunden und Interessenten wieder persönlich in München begrüßen dürfen.“

### **Ausblick**

Als nächster Event im ISPO-Netzwerk findet vom 2.-4. Juli die ISPO Shanghai in China statt. Wenig später wird vom 6.-8. Juli 2021 Europas größte Outdoor-Fachmesse die [OutDoor by ISPO](#) in München stattfinden. Sie wird als Hybrid-Veranstaltung konzipiert – mit Angeboten sowohl on-site auf dem Messgelände als auch online.

### **Service**

Weitere Informationen und Hintergründe zu den fünf Messetagen und Branchennews sind auf [ispo.com](#) verfügbar. Bildmaterial von der Veranstaltung stehen in der [Mediendatenbank](#) zum Download bereit. Offizielle Ausstellerstatements zur Premiere finden sie ebenfalls auf der Website. Alle öffentlich übertragenen Inhalte der Konferenz, inklusive Tages-Openings, ISPO Award Präsentationen und Public Streams, können über [YouTube](#) abgerufen werden.

### **Über ISPO**

ISPO ist das weltweit führende Sportnetzwerk für Business Professionals und Consumer Experts. Die seit 1970 bestehende Plattform bündelt unter der Familienmarke ISPO ein integriertes Angebot aus branchenbezogenen analogen und digitalen Dienstleistungen. Dazu zählen die weltgrößten Multisegment-Messen ISPO Munich, ISPO Beijing und ISPO Shanghai, Europas größte Outdoor-Fachmesse OutDoor by ISPO, das Online-Newsportal ISPO.com sowie die Business Solutions ISPO Digitize, ISPO Brandnew, ISPO Open Innovation, ISPO Award, ISPO Academy, ISPO Textrends, ISPO Job Market und ISPO Shop. Mit diesem reichweitenstarken Portfolio aus Innovationsförderung, Branchenvernetzung, Know-how und redaktionell aufbereiteten Inhalten agiert ISPO an 365 Tagen im Jahr mit dem Ziel, Unternehmen und Sportenthusiasten zu unterstützen und die Leidenschaft für den Sport weltweit zu fördern.

### **Messe München**

Die Messe München ist eine der weltweit führenden Plattformen für Vernetzung. Getreu dem Claim „Connecting Global Competence“ agiert die Messe München als globale Vernetzungsplattform und bringt Entscheider aus der ganzen Welt zusammen. Im Portfolio der Messe München finden sich über 50 eigene Fachmessen für Investitions- und Konsumgüter sowie Neue Technologien, die sich mit gesellschaftlich-aktuellen Themen befassen. Hier-zu gehören die Weltleitmessen bauma, BAU, IFAT und ISPO Munich. Die jährlich rund 200 Veranstaltungen der Messe München ziehen rund 50.000 Aussteller und drei Millionen Besucher an.

Die Messe München verfügt über eines der modernsten Messegelände der Welt und bietet ihren Kunden mit dem gesamten Messegelände in Riem, dem ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungszentrum München und im Conference Center Nord vier Locations, die sämtliche Kundenwünsche individuell erfüllen. Neben dem Heimatmarkt München ist die Messe München auch im Ausland sehr erfolgreich und mit Präsenzen in China, Indien, Südafrika, Brasilien, Russland und der Türkei in allen wichtigen Wachstumsmärkten der Welt aktiv. Insgesamt ist die Messe München mit ihrem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften und Auslandsvertretungen in mehr als 100 Ländern präsent.