

Weltweit führende Sport-Business-Plattform
28. - 30. November 2022, ISPO Munich
12.- 14. Juni 2022 OutDoor by ISPO

The world's leading sports business platform
November 28-30, 2022, ISPO Munich
June 12-14, 2022, OutDoor by ISPO
www.ISPO.com



München, 14. Juni 2022

Presseinformation

OutDoor by ISPO

Emotionen, Innovationen, Business: OutDoor by ISPO, das richtige Konzept für eine neue Zeit!

Sabine Wagner
PR Manager
Tel. +49 89 949-20802
sabine.wagner@messe-muenchen.de

Die OutDoor by ISPO feierte vom 12. bis 14. Juni im Munich Order Center (MOC) mit rund 8.000 Fachbesucher:innen ein Energie geladenes Comeback. Die Branche wächst ungebrochen: Die European Outdoor Group, der exklusive, ideelle Träger der OutDoor by ISPO, vermeldet für 2021 einen Rekordumsatz.

Die europäische Outdoor-Branche boomt. Sie hat das Geschäftsjahr 2021 mit dem bisher höchsten Umsatz von 6,2 Mrd. Euro abgeschlossen, ein Plus von 19 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Umsatzstärkste Region ist dabei mit über 2,2 Mrd. Euro und einem Wachstum von 14 Prozent der deutschsprachige Raum. Die Rekordzahlen für die Branche vermeldete die European Outdoor Group (EOG), der exklusive, ideelle Träger der OutDoor by ISPO, auf der Fachmesse.

Die positive Marktentwicklung spiegelte sich auf Europas größtem Outdoor-Event wider, das nach drei Jahren Pandemie bedingter Pause zu einem neuen Termin an einem neuen Ort und mit neuem Konzept vom 12. bis 14. Juni erstmals im MOC in München stattfand. Rund 8.000 Fachbesucher:innen informierten sich vor Ort und knüpften wertvolle Businesskontakte. Rund zwei Drittel der Gäste und 70 Prozent der Aussteller:innen kamen aus dem internationalen Bereich. Vertreten waren u.a. Händler:innen, Einkäufer:innen und Markenvertreter:innen aus 70 Ländern, darunter europäische Kernmärkte wie Frankreich, Italien, Österreich und die Schweiz sowie die USA, Kanada und Asien. Die Fachbesucher:innen feierten bei sommerlichem Wetter ein persönliches Wiedersehen in vier Hallen und Atrien, in den Showrooms und auf den Freiflächen.



Presseinformation | 14. Juni 2022 | 2/3

„Der Restart der OutDoor by ISPO ist gelungen. Angesichts der aktuellen Herausforderungen für die Branche mit gestörten Lieferketten und Logistikproblemen hat sich der immense Wert persönlicher Gespräche und Kontakte auf der Messe bewiesen. Die OutDoor by ISPO war – in turbulenten Zeiten - eine perfekte Verbindung aus Business und Community“, bilanziert Klaus Dittrich, CEO der Messe München. „Die Kombination aus vielfältigen Ausstellungs- und Präsentationsflächen innen und außen ermöglichte persönliche Gespräche und den Aufbau neuer Beziehungen in einer familiären, positiven Atmosphäre“, ergänzt Lena Haushofer, Exhibition Director OutDoor by ISPO. Ausgelassene Stimmung herrschte insofern nicht nur auf den beiden Partys, die ein wichtiger Teil des Community-Building der Outdoor-Branche waren, sondern auch in den Gängen und auf den Ständen des MOC in München.

Inhaltlich dominierte auf der OutDoor by ISPO vor allem das Thema Nachhaltigkeit, regeneratives Wirtschaften sowie innovative Materialien. Außerdem ein großes Thema in vielen Diskussion: gestörte Lieferketten und fehlende Ressourcen. Viele Aussteller zeigten eine große Bandbreite an nachhaltigen Produkt-Highlights auf ihren Ausstellungsflächen. Auf der Conference der OutDoor by ISPO, die von der ISPO Group in Kooperation mit der EOG und NOW Partners veranstaltet wurde, diskutierten mehr als zwei Dutzend hochrangige Vertreter unterschiedlicher Branchen darüber, wie sich wirtschaftlicher Erfolg mit dem Schutz und der Regeneration von Mensch, Gesellschaft und Natur vereinbaren lassen. „Die große Chance besteht darin, branchenübergreifend zukunftsfähige Lösungen zu finden“, betonte Tobias Gröber, Head of ISPO Group. Gröber kündigte an, dass die Konferenz fester Bestandteil auch der ISPO Munich im November 2022 sowie der nächsten OutDoor by ISPO werden soll.

In ihrem Auftaktvortrag zur Conference beschrieb Antje von Dewitz, CEO von VAUDE, die vielfältigen Maßnahmen auf dem Weg zum klimaneutralen Unternehmen: „Der kleinste Fußabdruck steht für die höchste Lebensqualität.“ An der Abschluss-Session der Conference am zweiten Messetag nahm auch Schauspieler und Umweltaktivist Hannes Jaenicke teil, der sich seit Jahren für

Presseinformation | 14. Juni 2022 | 3/3

den Tier- und Naturschutz einsetzt und einen bewussten Umgang mit der Natur anmahnte.

Der mehrfache Rodel-Olympiasieger und -Weltmeister Felix Loch präsentierte auf der Fachmesse die Aktivitäten des Vereins Athletes for Ukraine: "Ukrainische Sportler kämpfen jetzt in einem realen Krieg hier in Europa. Wir müssen sie und ihre Familien von hier aus bestmöglich unterstützen und ihnen helfen", appellierte Loch, der mit dem Verein mehrfach Hilfsgüter in die Ukraine bringt. "Die ukrainischen Sportler und Sportstätten mit Equipment zu unterstützen, wäre ein sehr wichtiger Schritt, um den Sport in der Ukraine auch nach dem Krieg wieder aufzubauen", ergänzte Sergey Bubka, Vorsitzender des Nationalen Olympischen Komitees der Ukraine, in seinem Statement.

„Die diesjährige OutDoor by ISPO ist für mich persönlich ein sehr emotionaler Moment, weil es, nach 20 Jahren in verantwortlicher Funktion bei der Messe München, meine letzte Veranstaltung war. Ich habe mich sehr darüber gefreut, dass sich die Branche endlich wieder persönlich treffen kann und die Leidenschaft für die Natur und den Sport überall auf der OutDoor by ISPO zu spüren war. Ich danke allen Kunden, Partnern, Verbänden und Dienstleistern sowie dem Team der Messe München für das, was wir gemeinsam für die Branche erreicht haben“, sagt Klaus Dittrich, CEO der Messe München.

„Nach der durch die Pandemie verursachten Messepause war ein neuer Veranstaltungsort für die OutDoor by ISPO eine besondere Herausforderung für diese Messe. Wir sind hochofregreut, dass die Änderungen, die wir in diesem Jahr gemeinsam mit unserem Partner Messe München an der OutDoor by ISPO vorgenommen haben, offenbar gut angenommen werden und wir die lebendige Veranstaltung geschaffen haben, die unsere Branche braucht. Wir sind sehr dankbar für die Entschlossenheit und das Engagement aller Aussteller und Besucher, die sich für die Messe entschieden haben. Ihr Glaube an das Konzept hat sich als richtig erwiesen und die Mischung aus Zweckmäßigkeit, Atmosphäre, Spaß und Spannung machte die Veranstaltung zu etwas ganz Besonderem“, sagt Mark Held, Präsident der European Outdoor Group (EOG).

Presseinformation | 14. Juni 2022 | 4/3

Die Outdoor by ISPO findet 2023 vom 22. bis 24. Mai statt, dann wieder auf dem Gelände der Messe München.

Stimmen der Teilnehmer:

Andreas Bartmann, Geschäftsführer Globetrotter: „Die Tage waren Motivation pur für unsere Branche. Eine Messe, die in diesem Format und zu dem Zeitpunkt auf alle Fälle wieder Sinn macht.“

Jean-Phillip Birmelé, Sales Area Manager Petzl: „Wir freuen uns sehr, wieder mit unserem Netzwerk und unseren Kunden in Kontakt zu kommen. Wir haben die Messe auch genutzt, um unsere neuen Produkte aus diesem und dem kommenden Jahr vorzustellen.“

Pieter de Bodt, Group Buying Manager Yonderland Group: „Es war gut, wieder persönlich mit der Branche in Kontakt zu kommen, auch wenn nicht alle Marken anwesend waren. Die Themen, die heute besprochen werden müssen, standen vor zwei Jahren noch nicht einmal auf der Tagesordnung. Deshalb war es sehr hilfreich, sie von Angesicht zu Angesicht zu besprechen.“

Giulia Delladio, Corporate Marketing Director La Sportiva: „Die Rückkehr zu einer wichtigen, internationalen Messe wie OutDoor by ISPO nach zweieinhalb Jahren, in denen der Outdoor-Markt zwar gewachsen ist, es aber nicht viele Gelegenheiten gab, dieses Wachstum zu feiern, war ein guter Neustart. Endlich unsere Partner aus der ganzen Welt persönlich zu sehen, war eine aufregende Erfahrung. La Sportiva hat sich entschieden, sich auf signifikante Weise an der OutDoor by ISPO zu beteiligen, um seinen Optimismus und sein Vertrauen in diesen Neustart zu bekunden.“

Margit Gosau / Dominik Solleder, Geschäftsführung Sport 2000: „Die OutDoor by ISPO 2022 war aus unserer Sicht ein voller Erfolg. Umso schöner, dass die wichtigste Branchenplattform so eine starke Resonanz bei Händlern und Marken hatte, nachdem im Vorfeld viele unsicher waren, wie der Restart am neuen Ort gelingen würde. Eine Outdoor-Leitmesse mit diesem ganz besonderen Spirit wird absolut gebraucht!“

Presseinformation | 14. Juni 2022 | 5/3

Henry Hoogenveen, Brand Manager Europe Klean Kanteen: „Für uns war die Messe viel internationaler als erwartet. Wir haben viele internationale Einzelhändler getroffen (Deutschland, Österreich, Italien, Schweiz, Benelux usw.) und konnten sogar unser Vertriebsnetz erweitern, da wir mit mehreren Leuten aus Asien und sogar Südamerika gesprochen haben. Kurzum, für uns hätte die Messe nicht besser sein können.“

Jan Lorch, Vorsitzender der Fachgruppe Outdoor im Bundesverbandes der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V.: „Es war eine große Freude, die Menschen wieder persönlich zu treffen, was auch für tolle Stimmung sorgte. Uns freut vor allem, dass die OutDoor by ISPO ihren Fokus immer stärker auf Nachhaltigkeit legt. Auch als Vorstand des BSI halte ich die Outdoor für eine gute Plattform, um Präsenz zu zeigen.“

Andreas Mittag, Head of Marketing Maloja: „Nach zwei Jahren Corona Zwangspause war die Vorfreude groß, wieder Händler, Mitbewerber und die Branche zu treffen. Der etwas verhaltene Messerstart am Sonntag wurde abgelöst von einem Montag mit zahlreichen guten Besuchen - dies sowohl national, aber überraschenderweise auch sehr international. Das Konzept mit den drei Messetagen und dem Standort MOC ging sehr gut auf.“

Erik J. Møller, CEO Nordisk: „Es ist großartig wieder hier zu sein! Nach zwei sehr arbeitsreichen Tagen können wir mit Sicherheit sagen, dass wir nicht die Einzigen sind, die es vermisst haben, Menschen persönlich zu treffen. Wir haben ein unglaubliches Interesse an unserer Marke festgestellt, nicht zuletzt an unseren Glamping-Produkten im Außenbereich des Nordisk Village.“

David Nordblad, Generalsekretär Scandinavia Outdoor Group: „Wir sind sehr froh, dass Messen wieder zurück sind. Das Scandinavian Village war während der gesamten Messe sehr gut besucht und hat wirklich einen großen Eindruck bei den Besuchern hinterlassen. Wir freuen uns auf die ISPO Munich und kommende Messen.“

Presseinformation | 14. Juni 2022 | 6/3

Samuel Silverudd, Head of Marketing EMEA, Dometic: „Für uns ist die OutDoor by ISPO eine gute Gelegenheit, unsere Produkte und Innovationen zu präsentieren. Wir hatten einige wirklich gute Gespräche mit Kunden. Unser Ziel bei Dometic ist es, dass die Menschen draußen unterwegs sind und ihr Fahrzeug auf eine nachhaltigere Weise nutzen können.“

Mark van de Erve, Managing Director, Spac Sport: „Es war toll wieder dabei zu sein und die Energie zu spüren, die nur persönliche Treffen geben können. Und um ehrlich zu sein, haben wir viel mehr Leute getroffen, als wir erwartet hatten, und einige sehr schöne Produkte für die nächste Saison gefunden. Wir sind also froh, dass wir gekommen sind und freuen uns schon auf die Messe im nächsten Jahr.“

Umfangreiches Bildmaterial zur OutDoor by ISPO ist in der [Mediendatenbank](#) verfügbar.

Über OutDoor by ISPO

Outdoor by ISPO ist die moderne Event-Plattform der Outdoor-Branche. Hier können sich Händler einen Marktüberblick verschaffen, Innovationen entdecken und sich durch neue Produkte inspirieren lassen. Ausstellern bietet die Outdoor by ISPO eine perfekte Plattform um die gesamte Branche zu treffen und die wichtigsten Händler zum besten Zeitpunkt über die Produkte der neuen Saison zu informieren. Fachbesucher erwartet ein optimaler Mix aus Messe, Konferenz und Netzwerk-Events. Veranstalter der Outdoor by ISPO sind seit 2019 die Messe München und die European Outdoor Group (EOG). Sie findet 2022 vom 12. bis 14. Juni einmalig im MOC Veranstaltungs- und Ordercenter München statt. Die Outdoor by ISPO ist Teil der ISPO, der weltweit führenden Plattform für Sport Business Professionals und Consumer Experts.

Messe München

Die Messe München ist mit über 50 eigenen Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Insgesamt nehmen jährlich über 50.000 Aussteller und rund drei Millionen Besucher an den mehr als 200 Veranstaltungen auf dem Messegelände in München, im ICM – Internationales Congress Center München, im Conference Center Nord und im MOC Veranstaltungszentrum München sowie im Ausland teil. Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften organisiert die Messe München Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Südafrika und in der Türkei. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien, Afrika und Südamerika sowie rund 70 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder ist die Messe München weltweit präsent.