

Liebe Kolleginnen und Kollegen,
mehr Sicherheit am Berg, soziales und nachhaltiges Engagement der Sportindustrie und die neuesten Trends und Sportprodukte für die kommende Saison – all das gibt es vom 3. bis 6. Februar auf der ISPO MUNICH 2019. Auf der weltweit größten Multisegment-Messe der Sportartikelindustrie werden über 2.900 Aussteller aus mehr als 50 Ländern erwartet. Alle 18 Messehallen sind belegt. Mehr Informationen über die wirtschaftliche Situation der internationalen Sportartikel- und Sportmodebranche sowie Highlights und Trends der ISPO Munich erhalten Sie auf der

Hauptpressekonferenz am Mittwoch, dem 30. Januar 2019, 10 Uhr im Konferenzraum Pressezentrum West, Eingang West, Messe München.

Dazu stellen wir Ihnen nach der Pressekonferenz ein O-Ton-Paket zum Download unter www.messeradio-muenchen.de kostenlos zur Verfügung.

Mit dabei sind:

- Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung Messe München
- Stefan Herzog, Generalsekretär Verband des Deutschen Sportfachhandels (VDS)
- Ralph Scholz, erster Vorsitzender des Deutschen Industrieverbands für Fitness und Gesundheit (DIFG) e.V.

Themen der Hauptpressekonferenz:

- Die aktuellen Zahlen zur ISPO Munich, die erstmals in 18 Hallen stattfindet
- Ausblick auf die Highlights der Messe
- ISPO-Umfrage „Frauen im Sport-Business“
- Individualisierung von Sportprodukten und Services (Customized Skier, Boot-Fitting etc.)
- Verbandssprecher stellen Zahlen aus ihren Bereichen vor

Hörfunkstudio, Pressezentrum West, Eingang West, 3. bis 6. Februar 2019 geöffnet

Während der Messe ist das Team des Messeradios für Sie wieder vor Ort, um OTöne zu Neuheiten, Trends und Innovationen der Branche einzuholen. Gerne können Sie auch unser Messestudio von Sonntag, 3. Februar, bis Mittwoch, den 6. Februar, von 9 bis 18 Uhr besuchen. Bei uns können Sie Ihre Interviews und OTöne bearbeiten und sendefertig produzieren, erfahrene Techniker stehen Ihnen zur Verfügung.

Hier ein Überblick über die geplanten Themen während der ISPO Munich:

- Fliegendes Lawinenverschüttetensuchgerät (LSV-Gerät), Kinderprotektor mit Alarmfunktion und airbagähnliche Protektoren – Produkte, die den Wintersport sicherer machen
 - Zielgruppe Frauen stärker denn je im Fokus der Sportartikelindustrie
 - Biologisch abbaubare Schuhe, Schlafsack aus Naturmaterialien und Innenschuhe aus recycelbaren Materialien – nachhaltige Produkte bleiben auch weiterhin sehr gefragt
 - Acroyoga in der Luft, Arbeiten und Sport gleichzeitig – Fitness und Health 2019 in zwei Messehallen
 - eSports zum Anfassen und Mitmachen auf der ISPO Munich 2019
- Ein fliegendes LVS-Gerät, Kinderprotektor mit Alarmfunktion und airbagähnliche Protektoren – Produkte die den Wintersport sicherer machen Gerade in den letzten Wochen, angesichts der starken Schneefälle in den Alpen und der damit teilweise sehr hohen Lawinengefahr, rückt das Thema Sicherheit am Berg wieder stark in den Fokus. Wer sicher unterwegs sein will, sollte Warnungen

ernst nehmen und sich nicht leichtsinnig abseits der Pisten bewegen. Zwingend notwendig ist zudem die richtige Ausrüstung. Auf der ISPO Munich zeigen Hersteller aus der ganzen Welt, wie der Wintersport durch das entsprechende Equipment sicherer gemacht werden kann. Dabei geht es zum Beispiel um Notfallausrüstung im Unglücksfall und um intelligente Sicherheitssysteme. Hier eine redaktionelle Auswahl:

- Ein fliegendes LVS-Gerät für Skitouren präsentiert Bluebird Mountain mit PowderBee. Die kleine gelbe Drohne ist für die Feinsuche im Unglücksfall gedacht. In wenigen Sekunden wird so die Suche nach Lawinenschüttungen aus der Luft unterstützt. (Bluebird Mountain, Halle B4, BrandNew Stand 55)
- BlackDiamont zeigt die Weiterentwicklung des Lawinenrucksacks JetForce Pro. Er ist kleiner und leichter als sein Vorgänger und bietet Bluetooth-Funktionen für einfache Updates. Nach der Aktivierung befüllt ein batteriebetriebene Gebläse des JetForce einen 200-Liter-Airbag. Dieser Vorgang benötigt den Angaben nach nur 3,5 Sekunden. (Black Diamont, Halle A3, Stand 402)
- Scott Sport hat auf der ISPO Munich einen innovativen Protektor für den ambitionierten Wintersportler, der aus dem Motocross-Bereich kommt. (Scott Sport, Halle B4, Stand 402)
- POC präsentiert einen neuen Rückenprotektor für Kids, der atmungsaktiv und per GPS trackbar ist. Im Falle eines Unfalls wird beim Trax-POC-Edition-Gerät Alarm ausgelöst. (POC, Halle B6, Stand 414)
- Einen neuen Skihelm für Kinder, der sich nach dem Herunterfallen z.B. auf den Boden selbst wieder repariert, präsentiert Rossignol. Außerdem ist der orangefarbene Helm mit einem Blinklicht ausgestattet, damit Kinder auch bei schlechten Sichtverhältnissen auf der Piste besser gesehen werden. (Rossignol, Halle B5, Stand 240)
- Flaxta-Helme aus Schweden richten sich in erster Linie an Freerider, die mit dem Board oder den Ski in unberührter Natur unterwegs sind. Im Falle eines Aufpralls sind relevante Informationen abrufbar und per Smartphone empfangbar. (Flaxta, Halle B6, Stand 110)
- Dainese stellt auf der ISPO Munich innovative Protektoren vor, die wie Airbags funktionieren. Bereits bei den Profis auf der Piste im Einsatz, sollen sie in der kommenden Saison auch für den Hobby-Sportler auf den Markt kommen. (Dainese, Halle B2, Stand 203)

Zielgruppe Frauen stärker denn je im Fokus der Sportartikelindustrie
Gendermarketing ist in den Köpfen der Händler und Marken mittlerweile auf breiter Basis angekommen. Es gibt inzwischen viele Produkte, die unter Mitwirkung von Frauen für Frauen konzipiert werden. Gendermarketing im Speziellen geht davon aus, dass Frauen andere Konsumbedürfnisse haben als Männer und ihre Kaufentscheidungen ebenfalls anders fällen, als das vermeintlich starke Geschlecht. Entsprechend diesen Bedürfnissen greifen zahlreiche Unternehmen der Sportartikelbranche inzwischen geschlechterspezifische Marketingstrategien auf und bieten Produkte an, die speziell für Frauen gemacht sind. Dazu gehört es auch, Einkaufserlebnisse speziell für Frauen zu schaffen. Das Team des Messeradios wird hierzu Marketing- und Brand Manager zu ihren Erfahrungen in den eigenen Unternehmen befragen. Auf der ISPO Munich können sich Branchenvertreterinnen und -vertreter in der "Womens Lounge" über diese Themen austauschen und Kontakte knüpfen. Sie zeigen, wie sich die Welt der weiblichen Sport Professionals in den letzten Jahren entwickelt hat und was die Zukunft bereithält. („Womens Lounge“ Halle A1, Stand 30)

Biologisch abbaubare Schuhe, Schlafsack aus Naturmaterialien und Innenschuhe aus recycelbaren Materialien – nachhaltige Produkte weiterhin sehr gefragt

Ein Trend, der die Sport- und Outdoor-Industrie bereits seit vielen Jahren begleitet,

ist die Herstellung nachhaltiger Produkte. Zahlreiche Marken sind sich ihrer Verantwortung bewusst, sie haben einen nachhaltigen Herstellungsprozess bei sich verankert und verkaufen nachhaltige Produkte. Auch die Verbraucher sind mittlerweile sensibilisiert. Hier eine redaktionelle Produktauswahl:

- Gruezi bag präsentiert den, nach eigenen Angaben, natürlichsten Schlafsack aller Zeiten: den „Biopod DownWool Nature“. Von der Verpackung bis zum letzten Knopf besteht der Schlafsack aus 100 Prozent Naturmaterialien. Für dieses Produkt gab es in diesem Jahr einen ISPO Award. (Gruezi bag, Halle A3, Stand 314A)
 - Berg Outdoor hat einen komplett biologisch abbaubaren Schuh im Programm. Nach Angaben des Unternehmens zerfällt der Schuh unter günstigen Umweltbedingungen innerhalb von sechs Monaten. (Berg Outdoor, Halle C5, Stand 412)
 - Holmenkol stellt auf der ISPO das erste biozertifizierte und zu 100 Prozent abbaubare Skiwachs vor. (Holmenkol, Halle B6, Stand 100)
 - Bei NORDICA aus Italien werden bereits mehr als 80 Prozent der Primaloft-Innenschuhe aus recycelten PET-Flaschen hergestellt, zudem werden in den Innenschuhen recycelte Weinkorken verbaut. (NORDICA, Halle B5, Stand 340)
 - Innovative Tourenboots aus dem pflanzenbasiertem Kunststoff Pebax Rnew gibt es bei LaSportiva. (LaSportiva, Halle A3, Stand 204)
- Acroyoga in der Luft und Arbeiten & Sport gleichzeitig – Fitness und Health 2019 in zwei Messehallen

Aktuelle Studien der Weltgesundheitsorganisation (WHO) zeigen, dass Bewegungsmangel ein globales Problem ist. Bewegung ist wichtig, stärkt den Körper, fördert das Wohlbefinden und hält letztlich gesund. Auf der ISPO Munich 2019 wird deshalb ein Schwerpunkt auf das Thema Fitness und Health gelegt. In diesem Jahr gibt es mit den Hallen A5 und A6 zwei Bereiche, auf denen von Crossfit bis zum Urban Running die vielfältigen Bereiche der Fitness- und Healthbranche thematisiert werden. Weiterhin stark im Trend ist Yoga. Außerdem können Besucher “fliegende Asanas” oder “AcroYoga” live miterleben – eine neue Form von Partnernyoga, das Elemente vom Boden in die Luft bringt. Zahlreiche Vorträge und Foren runden das Programm ab. Zur ISPO Munich gehören auch viele Prominente. So ist beispielsweise am Sonntag, den 3. Februar 2019, um 13:30 Uhr die Doppelolympiasiegerin und ehemalige Schwimmerin Britta Steffen zu Gast auf der Health & Fitness Area.

Hier eine Auswahl an Produktneuheiten:

- Die voll integrierte Smarttech-Bekleidung von diPulse für neuromuskuläre Elektrostimulation (NMES) stimuliert bestimmte Muskelbereiche vom Aufwärmen bis zur Regeneration. Dafür ist diPulse in diesem Jahr ISPO Brandnew Preisträger. (Halle B4 BrandNew Village Stand 52)
- Arbeiten und Sport gleichzeitig kann man jetzt mit dem neuen KETTLER move@work – einem Fitnessgerät mit integriertem Tisch. (Kettler, Halle A6, Stand 224)

eSports zum Anfassen und Mitmachen auf der ISPO 2019

Ganz neu in diesem Jahr ist im Rahmen der ISPO Digitize eSports zum Anfassen und Mitmachen. In Halle C6 haben Aussteller und Besucher die Gelegenheit, eSports live zu erleben. In Workshops geben Experten einen Einblick in das Thema und zeigen Potenziale für die Sportartikelindustrie und den Einzelhandel auf. eSports sind professionelle Wettkämpfe in Videospiele, die live und teilweise wie Rockkonzerte auf großen Bühnen mit tausenden Zuschauern stattfinden.

In den letzten Jahren hat das Interesse stark zugenommen. Rund 365 Millionen Menschen konsumieren eSports-Events weltweit. In Deutschland gibt es derzeit etwa drei Millionen aktive Spieler. Bis zum Jahr 2020 soll der Umsatz in diesem Segment weltweit auf rund 1,3 Milliarden Euro steigen. Die Bundesregierung hat eSports in ihren Koalitionsvertrag aufgenommen und erkennt die digitale Sportart mit Vereins- und

Verbandsrecht an. Auf der ISPO Munich finden in der eSport Arena live Spiele statt. Dabei ist unter anderem ein Freundschaftsspiel zwischen den Bayern Ballers Gaming, dem e-Sports-Team des FC Bayern Basketball und der Community geplant.