

## **80.000 Besucher in 18 Messehallen auf der ISPO MUNICH 2019**

Rund 80.000 Besucher strömten an vier Messetagen zur ISPO MUNICH, der weltweit größten Messe der Sportartikelindustrie. Über 2.900 Aussteller aus mehr als 50 Ländern zeigten erstmals in 18 Messehallen die neuesten Produkte und Trends aus allen Bereichen des Sports. Der Vorsitzende der Geschäftsführung der Messe München, Klaus Dittrich ist mit diesen Zahlen sehr zufrieden:

**Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München;** *wir hatten auf der ISPO 2019 wieder 80.000 Besucher aus 120 Ländern der Welt zu Gast. Das ist eine starke Frequenz. Die Stimmung in den Hallen wurde beflügelt durch den tollen Winter, den wir im Moment haben. Wobei der eine oder andere bei der Anreise doch Herausforderungen zu bewältigen hatte.*

Erstmals waren auch die beiden neuen Messehallen C5 und C6 belegt:

**Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München;** *wir hatten in den neuen Hallen vor allem das Thema ISPO Digitize gespielt, das Thema e-Sports haben wir zum ersten Mal gebracht, das sehr gut angenommen wurde; ich glaube, das ist eine Riesenchance für den Handel, die jüngere Zielgruppe anzusprechen und letztlich vielleicht auch anzuregen, mehr Sport zu machen.*

Zu den weiteren Themen auf der ISPO 2019 gehörten Nachhaltigkeit bei Sportprodukten sowie die Digitalisierung, die auch vor der Sportartikelbranche nicht Halt macht:

**Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München;** *das Thema Nachhaltigkeit nimmt an Bedeutung zu. Die Menschen haben verstanden angesichts der starken klimatischen Schwankungen, dass wir uns alle um die Umwelt kümmern müssen. Es sind viele Produkte gezeigt worden, die aus recyceltem Plastik hergestellt worden sind oder die, wenn sie nicht mehr gebraucht werden, umweltverträglich entsorgt werden können.*

**Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München;** *die Digitalisierung treibt alle um. Die Frage besteht, welche Rolle dabei der Fachhandel spielt, wenn ich viele Produkte online bestellen kann. Aber es geht auch darum, welche Chancen die Digitalisierung der Branche bietet, den Kunden anzusprechen, auch individuell auf den Kunden zugeschnittene Produkte auf den Markt zu bringen.*

Für die nächste ISPO im Jahr 2020 geht Dittrich davon aus, dass neben der Digitalisierung vor allem auch das Thema Individualisierung von Sportartikeln noch wichtiger werden wird:

**Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München;** *ich glaube persönlich, dass das Thema Digitalisierung noch stärker werden wird. Wir haben die Situation, dass in China 75 Prozent aller Sportartikel online bestellt werden. Da muss der Fachhandel überlegen, wie er darauf reagiert. Man muss kreativ sein, die Kunden über die sozialen Medien ansprechen und die Beratungskompetenz ausspielen. Ich glaube, dass das Thema Individualisierung immer reifer wird, dass jeder im Grunde nicht nur Skischuhe oder Skier, sondern auch die gesamte Bekleidung auf seine eigenen Bedürfnisse anfertigen lassen kann.*