

Aktuelle O-Töne von der Hauptpressekonferenz zur ISPO Munich 2019

Vom 3. bis 6. Februar 2019 dreht sich auf dem Münchner Messegelände alles rund um das Thema Sport. Auf der weltweit größten Multisegment-Messe der Sportartikelindustrie, der ISPO Munich werden über 2.900 Aussteller aus mehr als 100 Ländern erwartet. Alle 18 Messehallen sind belegt. Mit den beiden neuen Hallen C5 und C6 bekommt das erst 2018 erweiterte Hallenkonzept noch mehr Raum für Produkte, Innovationen und Inspiration:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung Messe München; *in dem Winter kann die Stimmung nur gut sein, die Branche verzeichnet im Januar Zuwachsraten, aber die ISPO ist ja nicht nur Wintersport. Wir haben in diesem Jahr 2.943 Aussteller, das sind 5 Prozent mehr als im Jahr 2018. Die beiden neuen Hallen sind belegt, damit ist die ISPO größer denn je.*

Zu den Trendthemen und Highlights gehören in diesem Jahr:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung Messe München; *neben dem Wintersport und dem was dazugehört wie Skier, Snowboards und Bekleidung, spielt das Outdoor-Segment eine große Rolle; das Thema Gesundheit und Fitness hat immer mehr Bedeutung und die letzten Jahre gewinnt auch der Bereich Textilien an Qualität und Umfang; gemeint sind damit neuartige Textilien, die recycelbar sind und dabei wasserabweisend bis hin zu Fasern, die zu leuchten anfangen, wenn es dunkel wird.*

Im Vorfeld der ISPO Munich ist die Stimmung in der Branche gut, erklärt Stefan Herzog, Generalsekretär des Verbands des Deutschen Sportfachhandels (VDS):

Oton Stefan Herzog, Generalsekretär Verband des Deutschen Sportfachhandels (VDS); *die Stimmung ist sensationell, das ist natürlich getrieben von dem sensationellen Winter, dieser bedeutet hohe Umsätze für den Sportfachhandel.*

Die Zahlen für das vergangene Jahr sind allerdings etwas verhalten. Nach Worten von Herzog stieg der Umsatz im Sportfachhandel leicht um ein Prozent und lag 2018 bei rund acht Milliarden Euro:

Oton Stefan Herzog, Generalsekretär Verband des Deutschen Sportfachhandels (VDS); *die Zahlen sind nur um knapp zwei Prozent gestiegen auf acht Milliarden. Wir sehen einige Anteile abwandern zu den großen Internetportalen. Außerdem muss man sagen, dass das Sommerhalbjahr mit dem guten Wetter schwierig war, weil da die Menschen lieber am See saßen als einkaufen zu gehen.*

Etwas Sorgen bereiten Herzog zwei Tendenzen im Sportfachhandel. Herzog spricht von einem Strukturwandel:

Oton Stefan Herzog, Generalsekretär Verband des Deutschen

Sportfachhandels (VDS); *zum einen die großen Internethändler einerseits, die sehr gute Umsätze machen, zum anderen sehen wir die Tendenzen der großen Marken, die eigene Shops aufmachen und eigene Internetseiten betreiben. Das sind Umsätze, die dem Sportfachhandel erst einmal fehlen.*

Ein wichtiges Thema auf der ISPO Munich ist die Digitalisierung, die auch vor der Sportartikelbranche nicht Halt macht. Diese bietet den Herstellern von Sportartikeln neue Möglichkeiten:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung Messe München; *durch die Digitalisierung ergeben sich Möglichkeiten, Produkte einzigartig auf den Kunden anzupassen. Das kennt man schon z.B. beim Skischuh, der angepasst wird. Aber jetzt mit Hilfe des 3D-Drucks mit künstlicher Intelligenz kann man die Körpermaße exakt erfassen, aber auch die Leistungsfähigkeit von Sportgeräten direkt erfassen und sie individuell auf den Sportler anpassen wie zum Beispiel Skier.*

Der Verband hat in diesem Zusammenhang den sogenannten VDS Digital Fitness Check ins Leben gerufen und präsentiert die Initiative zum ersten Mal auf der ISPO Munich:

Oton Stefan Herzog, Generalsekretär Verband des Deutschen Sportfachhandels (VDS); *der VDS wird ab der ISPO seinen Händler unterstützen bei seinem Weg in die Digitalisierung und zwar mit dem „VDS Digital Fitness Check“; hier können wir alle Dimensionen bei einem Händler abchecken in einem Selbsttest und danach Handlungsempfehlungen aussprechen. Das reicht von einer Strategieberatung bis hin zu einer Online-Marketingstrategie.*

Gewachsen ist in diesem Jahr auf der ISPO Munich auch der Bereich Health und Fitness, zwei Hallen sind hier belegt. Dieses Segment boomt auch weiterhin:

Oton Ralph Scholz, erster Vorsitzender des Deutschen Industrieverbands für Fitness und Gesundheit (DIFG) e.V.; *das ist ein absoluter Wachstumsmarkt, und die ISPO bildet das gut ab, wenn man das in Health & Fitness hier bündelt. Wir reden beim Thema Fitness über das Thema Bewegung, da gehört auch Reha und Prävention dazu.*

In diesem Jahr gibt es auch wieder eine ISPO Munich Sport Week, die bereits im vergangenen Jahr sehr gut angenommen wurde:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung Messe München; *die ISPO ist und bleibt eine Fachmesse, aber wir wollen dem Interesse der Bevölkerung Rechnung tragen und die Sportbegeisterung wecken und fördern. Wir haben im letzten Jahr begonnen die ISPO Munich Sport Week zu initiieren. 'Dieses Jahr sind es über 130 Veranstaltungen von Plogging-Lauf, bei dem man joggend Müll sucht, bis hin zu einem Workshop zum Thema Lawinenkunde oder ein Schrauberworkshop am eigenen Rad.*