

München, 3. Juli 2019

## Presseinformation

### OutDoor by ISPO 2019 – offizieller Schlussbericht

## Erfolgreicher Start ins neue Outdoor-Zeitalter

- **1.018 Aussteller aus 35 Ländern**
- **mehr als 22.000 Besucher aus rund 90 Ländern**
- **Branche zeigt sich immer nachhaltiger**

Amrei Kommer  
PR Manager  
Tel. +49 89 949-21406  
kommer@ispo.com

**Mit 1.018 Ausstellern und mehr als 22.000 Fachbesuchern läutete die OutDoor by ISPO vom 30. Juni bis 3. Juli eine neue Ära für die Outdoor-Branche ein. Unter dem Motto „There’s a perfect outdoor for everyone“ fand Europas größte Outdoor-Fachmesse zum ersten Mal in München statt. Zur Premiere war eine Aufbruchstimmung spürbar. Ein neues, offenes Hallenkonzept, 18 themenspezifische Focus Areas inner- und außerhalb der Hallen sowie ein umfangreiches Rahmenprogramm für das Fachpublikum ließen die Messe zu einer Erlebnisplattform für ein modernes Outdoor-Verständnis werden. Branchenübergreifend im Fokus: das Thema Nachhaltigkeit.**

Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München: „Der große Zuspruch aus der Branche beweist den Erfolg unseres neuen Konzepts. Wir konnten unsere Versprechen aus dem Vorfeld einlösen und sogar übertreffen. Gemeinsam mit der Branche sind wir in ein neues Zeitalter gestartet, in dem „Outdoor“ keine vorgegebene Definition der Industrie, sondern der Überbegriff für die individuelle Haltung eines jeden Einzelnen ist.“

### Die OutDoor by ISPO 2019 in Zahlen

1.018 Aussteller präsentierten zur Premiere von OutDoor by ISPO ihre Produkte und Innovationen. Der internationale Anteil erreichte bereits zur Premiere 84 Prozent. Zu den stärksten Ländern zählten Deutschland, UK, Italien, die Niederlande, China, Schweden und die USA.

**Presseinformation** | 3. Juli 2019 | 2/5

Mehr als 22.000 Fachbesucher aus rund 90 Ländern besuchten die Messe, davon kamen rund zwei Drittel aus dem Ausland. Die besucherstärksten Länder waren (in dieser Reihenfolge) Deutschland, Italien, Österreich, Schweiz, UK, Frankreich und die Niederlande. Der Anteil der Entscheider betrug 85 Prozent. Laut offizieller Marktforschung der Messe München bezeichneten 87 Prozent aller Besucher die Erstveranstaltung als gut bis ausgezeichnet.

Wie bei allen Veranstaltungen der Messe München werden auch die Besucher- und Ausstellerzahlen der OutDoor by ISPO von der Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen (FKM) zertifiziert.

### **Inklusiver Outdoor-Gedanke lockt Neuaussteller an**

Offene Mittelgänge transportierten, dem Freiheitsgedanken folgend, den wahren Outdoor-Spirit und dienten als Fläche für die Inszenierung relevanter Themen. Zudem gewannen alle Hallen so eine starke und durchgängige erste Reihe im Stile einer Einkaufsmeile und boten mehr Freiraum für die Präsentationen der ausstellenden Unternehmen.

Die präsentierten Themen reichten von den klassischen Outdoor-Aktivitäten wie Wandern oder Klettern über Trailrunning, Wassersport und Urban Outdoor bis hin zur erstmaligen Integration von Adventure Travel und Bike. Guten Zuspruch erfuhr das neue Segment Cross-Industry mit Präsentationen der Fachmessen automatica, electronica, EXPO REAL, IFAT, LOPEC, LASER World of PHOTONICS und transport logistic und Vorträgen jeweiliger Branchenvertreter, die Potenziale für die Zusammenarbeit mit anderen Branchen außerhalb von „Outdoor“ aufzeigten.

Mit dieser Ausweitung des klassischen Outdoor-Verständnisses gelang es OutDoor by ISPO zahlreiche neue Aussteller zu gewinnen. So zeigte sich das Traditionsunternehmen Gabor im Rahmen des Shoe & Traillrunning Villages erstmals überhaupt auf einer Outdoor-Fachmesse. Ebenfalls neu in der Reihe der Aussteller waren unter anderem die Bike-Softgoods-Marken ION und Endura ebenso wie Billabong, Element und Griffin mit Ständen auf der neuen Urban Outdoor-Fläche THE BORDERLANDS™. Im Rahmen des Bike Test Tracks präsentierten sich die Komplettradmarken Husqvarna, Scott, Raymon, BH Bikes, Cake, Ttici, Geos, HNF Nicolai sowie TQ Systems.

**Presseinformation** | 3. Juli 2019 | 3/5

Zahlreiche Vorträge, Präsentationen, Shows und Diskussionsrunden stellten handelsrelevante Inhalte aus allen Segmenten in den Mittelpunkt, gaben Tipps und Inspiration für den Point of Sale sowie die Kundenansprache.

Themenspezifische Round Tables mit namhaften Unternehmen widmeten sich den Entwicklungen und Visionen der wachsenden Kletterszene und Outdoor-Schuhindustrie.

„Mit OutDoor by ISPO bietet die Messe München genau die moderne Plattform, die die Branche angesichts der aktuellen Marktveränderungen benötigt. Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit dem ISPO-Team auch in Zukunft ein reichweitenstarkes internationales Forum bieten zu können“, sagt Arne Strate, Generalsekretär der European Outdoor Group.

### **Nachhaltigkeit als gemeinsames Ziel der Branche**

Über alle Segmente hinweg war ein Thema allgegenwärtig: Nachhaltigkeit ist längst zu einem absoluten Muss für die gesamte Outdoor-Industrie geworden. Nicht nur im CSR Hub & Sustainability Kiosk wurden zahlreiche Initiativen und Projekte für eine nachhaltigere Branche gezeigt, auch in den übrigen Focus Areas und auf den Ständen der Aussteller war das Thema flächendeckend sichtbar. Branchengrößen wie adidas oder Vaude aber auch kleinere Firmen wie Picture Organic Clothing, Pyua oder der Newcomer Palgero beweisen, dass recycelte Polyesterfasern ebenso wie natürliche Stoffe – beispielsweise Fasern aus Holz oder Braunalgen – echte Alternativen zu konventionellen Kunstfasern darstellen.

Mit der Einführung eines eigenen Code of Conducts, einem Verhaltenskodex für umweltfreundliches und sozialverantwortliches Handeln positionierten sich auch OutDoor by ISPO klar in Sachen Nachhaltigkeit. Er gab Organisatoren, Ausstellern und Besuchern der Messe konkrete Empfehlungen, klimaneutral und nachhaltig zu handeln. Das ISPO-Team selbst achtete bei der Planung und Umsetzung der Veranstaltung ebenfalls darauf, ressourcensparend zu agieren. Die Branche ging mit gutem Vorbild voran: Rund 75 Prozent der Teilnehmer reisten mit öffentlichen Verkehrsmitteln an.

Presseinformation | 3. Juli 2019 | 4/5

## Die OutDays – ein Festival für Outdoor-Kultur

Nicht nur das Fachpublikum, sondern auch die Endverbraucher als wichtige Zielgruppe wurden in die neue Outdoor-Bewegung mit eingebunden. Gemeinsam mit 43 Partnern, vor allem aus Industrie und Handel, fanden 33 Events und Aktionen in München und dem Münchner Umland bis in die Alpen hinein statt: von Open-Air-Filmabenden, über Meet & Greets mit bekannten Outdoor-Persönlichkeiten wie Tim Leatherman bis hin zur „Icecold Midsummernight“, ein Biwak-Camp am Hintertuxer Gletscher in 3.000 Metern Höhe. Parallel dazu fand in Hamburg ein erster OutDays-Ableger statt. Im kommenden Jahr soll das Angebot weiter ausgeweitet werden.

## Ganzjähriges Informationsangebot

Ergänzend zur jährlichen Messe bietet OutDoor by ISPO eine reichweitenstarke ganzjährige [Plattform](#) für die gesamte Outdoor-Community. Sie basiert auf dem Ökosystem des ISPO-Netzwerks mit zahlreichen analogen und digitalen Services entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Hersteller, Händler aber auch Endkonsumenten erhalten somit 365 Tage im Jahr Zugriff auf relevante und aktuelle Branchenthemen.

## Service

Weitere Informationen und Hintergründe zu den vier Messetagen und Branchennews gibt es auf [ispo.com](http://ispo.com). Bildmaterial ist in der [Mediendatenbank](#) erhältlich. Alle TV-Podcasts finden Sie auf in unserer [Mediathek](#). Im [Downloadbereich](#) stellen wir Ihnen kostenfrei Hörfunk-Beiträge von der OutDoor by ISPO Munich in Sendequalität zur Verfügung. Offizielle Ausstellerstatements zur Premiere finden Sie ebenfalls auf der [Website](#).

Die nächste OutDoor by ISPO Fachmesse findet vom 28. Juni bis 1. Juli 2020 in München statt.

Die weiteren kommenden Termine aus dem ISPO-Netzwerk:

- ISPO Shanghai vom 5. bis 7. Juli 2019
- ISPO Munich vom 26. bis 29. Januar 2020
- ISPO Beijing vom 12. bis 15. Februar 2020

Presseinformation | 3. Juli 2019 | 5/5

## **Über OutDoor by ISPO**

OutDoor by ISPO ist die ganzjährige internationale Plattform für eine neue Outdoor-Bewegung, kombiniert mit der jährlichen größten europäischen Fachmesse für die Outdoor-Branche. Diese wird in enger Partnerschaft mit dem Branchenverband European Outdoor Group (EOG) durchgeführt. ISPO Business Solutions erweitern das Portfolio ganzjährig sowohl um digitale als auch analoge Services und schaffen eine reichweitenstarke Plattform für die gesamte Outdoor-Community. Die Fachmesse OutDoor by ISPO fand erstmals von 30. Juni bis 3. Juli 2019 auf dem Gelände der Messe München statt. Von 1993 bis einschließlich Juni 2018 war Friedrichshafen der Messestandort.

## **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 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 MOC Veranstaltungszentrum München sowie im Ausland teil. Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften organisiert die Messe München Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Russland, der Türkei, Südafrika, Nigeria, Vietnam und im Iran. 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.