

Sie wächst und wächst und wächst. Innerhalb von fünf Jahren hat die FIBO ihre Besucherzahl fast verdreifacht und die Zahl der ausstellenden Unternehmen um die Hälfte gesteigert. Zur FIBO 2010, damals noch in Essen, waren 53.000 Besucher und 560 Aussteller gekommen. Heute sind es 136.000 Besucher und 725 Aussteller. Dennoch findet FIBO-Chef Ralph Scholz eher bedachte Worte: „Wir müssen die hochtourige Dynamik etwas bremsen und das qualitative Wachstum im In- und Ausland beschleunigen.“ Die gesteckten Ziele sind ehrgeizig: Der Fachbesuchercharakter soll gestärkt werden, die FIBO PASSION ein neues, größeres Format erhalten und die Präsenz der FIBO durch zusätzliche Fitness Festivals ausgebaut werden.



FIBO 2016:
mehr Internationalität – mehr Fläche – neue Veranstaltungen

Weichenstellungen für die Zukunft

Ralph Scholz und sein FIBO-Team sind viel unterwegs in diesen Tagen und Wochen. Wer einen Blick in den Teamkalender wirft, bekommt einen guten Eindruck davon, was die FIBO derzeit umtreibt. Shanghai vor gut zwei Wochen: Hier ging die zweite FIBO China nach der letztjährigen Premiere mit gutem Erfolg über die Bühne. Mit dabei waren erneut die großen Player, egal ob Technogym, Life Fitness und Matrix oder Precor, gym80/Shu Hua, Sports Art und Star Trac. Im November folgt die International Sport & Fitness Saudi in Jeddah, eine Kooperationsveranstaltung der FIBO für den arabischen Raum. Und Ende Januar, Anfang Februar 2016 stehen Istanbul, Moskau, Warschau, Mailand

und Stockholm auf dem Veranstaltungsplan der Düsseldorfer Messemacher von Reed Exhibitions Deutschland. Dann startet die zweite FIBO Innovation Tour. Ebenfalls eine Initiative, mit der die FIBO, in diesem Fall unterstützt von der EuropeActive Association, einem Kreis ausgewählter Hersteller die Möglichkeit bietet, gezielt neue Märkte im Ausland zu erschließen.

Internationalisierung hat höchste Priorität

Pläne, die zeigen, wohin die Reise geht. „Das Thema Internationalisierung hat höchste Priorität“, gibt Ralph Scholz die Marschroute in seinem dritten Jahr als FIBO-Chef vor. „Wir wollen im Ausland



Das Thema Internationalisierung hat laut FIBO-Chef Ralph Scholz höchste Priorität

und mit dem Ausland wachsen. Das liegt im Interesse der Branche, die der Enge der gesättigten Märkte entkommen muss, wenn sie weiterwachsen will.“ Das gilt auch für die FIBO, die nach ihrem Umzug nach Köln zwar äußerst dynamisch wächst, aber trotz aller Erfolge auch ihre Problemzonen hat. „Der quantitative Wachstumssprung darf nicht zu Lasten der Qualität gehen. Hier müssen wir zu einer neuen Balance kommen und den internationalen Fachbesuchercharakter künftig stärken“, so der 50-jährige Veranstaltungsmanager. Schon heute wächst die FIBO im Ausland deutlich kräftiger als im Inland, was die Zahl der Aussteller und Besucher anbelangt. Im Inland dagegen setzt die FIBO EXPERT

weiterhin verstärkt auf die Themen Gesundheitsförderung und Prävention, die durch das im Juni verabschiedete Präventionsgesetz weiter an Bedeutung gewinnen werden.

FIBO PASSION: Hier schlägt das Herz der Fitnessfans

In völlig neuer Form und Größe wird sich im kommenden Jahr die FIBO PASSION präsentieren, also der Teil der Messe, der speziell Trainer, Presenter und die vielen aktiven Fitnessfans anspricht und zum Mitmachen, Ausprobieren und Shopping animiert. „Die FIBO PASSION soll zum Hotspot der Szene werden. Ausgestaltung, Angebot und aktionsgeladenes Programm sollen signalisieren, dass hier



In völlig neuer Form und Größe wird sich im kommenden Jahr die FIBO PASSION präsentieren. Hier kommen Trainer, Presenter und die aktiven Fitness- und Shoppingfans auf ihre Kosten





das Herz der Fitnessfans schlägt“, so Ralph Scholz, der damit einen zusätzlichen Anziehungspunkt markieren will. Der Rahmen ist großzügig. Zusätzlich zur Halle 5.1 wird die FIBO PASSION künftig auch die Hallen 4.1 und 4.2 belegen. Das schafft viel Platz für neue Präsentationsformen, eine vergrößerte Shoppingmall, eine Trend- und Modenschau und Aktiv-Bühnen.

Die neuen FIBO Fitness Festivals ab Sommer 2016

Und dann gibt es noch die FIBO Fitness Festivals. Nur einmal im Jahr zur FIBO?

Das war gestern. Ab Sommer 2016 geht die FIBO mit ihren FIBO Fitness Festivals auf Tour quer durch Deutschland. Berlin, Hamburg, Frankfurt und München sind die Standorte. Zwei Tage lang bietet das FIBO Fitness Festival ein aktives Fitness-Fun-Programm für alle, die Fitnessfans sind, und solche, die ihr Leben künftig aktiv gestalten wollen. Auf dem Programm stehen Aktionsflächen für Indoor Cycling, Functional Training und Equipment. Im Convention-Areal steht unter anderem das Thema Gruppenfitness auf dem Programm. Im Health & Wellness Garden wird es Beratungsmög-

Die FIBO EXPERT setzt weiterhin verstärkt auf die Themen Gesundheitsförderung und Prävention

FIBO-Festival-Termine

- 23./24.7.2016
Hamburg – Horner Rennbahn
- 6./7.8.2016
Berlin – Flughafen Tempelhof
- 20./21.8.2016
Frankfurt a.M. –
Festplatz am Ratsweg
- 3./4.9.2016
München – Messe München

lichkeiten rund um die gesundheitsrelevanten Fragen und Angebote aus dem Bereich Wellness und Beauty geben. Und natürlich soll auch das Einkaufen nicht zu kurz kommen. Der direkte Weg dorthin führt auf die Shopping Avenue. Rund 15.000 Besucher erwartet die FIBO zu jeder der vier Veranstaltungen. „Etwas Vergleichbares hat es bisher noch nicht gegeben. Das Interesse seitens der Industrie und des Handels ist sehr vielversprechend“, so Ralph Scholz.



Die FIBO-Messeleitung reagiert auf den stark gestiegenen Besucherzuspruch und hat einige Maßnahmen ergriffen (siehe Interview mit Ralph Scholz und Kasten „Infos zum Ticketing“)

Drei Fragen an FIBO-Chef Ralph Scholz



body LIFE: Die enorm weitergewachsene Attraktivität der FIBO führte dazu, dass die Messeleitung wieder Maßnahmen ergreifen musste, damit die Hallen nicht überfüllt waren. Welche Maßnahmen sind für 2016 geplant?

Ralph Scholz: Tatsächlich hat der enorme Wachstumssprung dazu geführt, dass wir strikte Auflagen der zuständigen städtischen Behörden zu erfüllen haben. So ist beispielsweise die Zahl der Privatbesuchertickets, die bisher für das Wochenende in den Verkauf gehen durften, auf jeweils 29.100 Karten für Samstag und Sonntag limitiert. Das führte angesichts des Run auf die FIBO und dem Boom der Branche unweigerlich zu einer Verknappung mit Auswirkungen, die uns natürlich nicht gefallen – sei es auf dem Schwarzmarkt, gegen den wir strikt vorgehen, sei es durch den Verkauf von Fachbesuchertickets an Nichtfachbesucher oder die großflächige, teilweise unkontrollierte Weitergabe von Eintrittskarten.

Zur FIBO 2016 wird es ein Bündel von Maßnahmen geben, die drei zentrale Ziele verfolgen: den Fachbesuchercharakter der FIBO national wie international zu stärken, die Fach- und Privatbesucherströme klar zu definieren und der FIBO PASSION mehr Platz und ein ganz eigenes Profil zu geben. In der Praxis heißt das: erstens eine strikte Kontrolle des Fachbesucherstatus ohne zusätzliche Begleittickets. Zweitens wird durch die deutlich vergrößerte FIBO PASSION die Attraktivität des Wochenendbesuchs für Privatbesucher gesteigert. Und drittens können wir durch die Einbeziehung zusätzlicher Ausstellungsfläche die Zahl der Privatbesuchertickets auf jeweils 35.000 für Samstag und Sonntag erhöhen; auch davon versprechen wir uns eine Entlastung der Fachbesuchertage.

body LIFE: Weniger Fachbesucher einplanen, damit mehr Fachbesucher auf die Messe kommen – das klingt paradox. Was ist damit gemeint?

Ralph Scholz: So würde ich das nicht formulieren, weil es verwirrend klingt. Gemeint ist, den nationalen wie internationalen Fachcharakter der FIBO weiter auszubauen. Und das heißt, die Fachbesucherqualität speziell an den beiden ersten Tagen zu steigern. Qualität geht vor Quantität.

Wer am Donnerstag und Freitag auf der FIBO war, der hat, glaube ich, gesehen, dass eine ganze Reihe von FIBO-Fans Fachbesuchertickets ergattert haben, ohne allerdings diesen Status zu haben. Da sprechen wir nicht über Hunderte von Kartenmissbräuchen, sondern von Tausenden, die rein statistisch gesehen zwar in die Fachbesucherzahl einfließen, de facto aber die Qualität der FIBO-Fachbesuchertage verwässern und ihr auf Dauer schaden können.

Von daher liegt ein Hauptaugenmerk darauf, durch Formate wie beispielsweise das European Health and Fitness Forum, das Spitzenvertreter aus aller Welt zusammenbringt, die Bedeutung der FIBO als weltweit wichtigste Branchenveranstaltung zu stärken.

body LIFE: „FIBO Festival“ ist ein komplett neues Konzept, bei dem Ihr zum ersten Mal das Messegelände verlasst, den Spieß umdreht und auf die Straße direkt zu den Menschen geht. Was habt Ihr da genau geplant?

Ralph Scholz: Wenn der Berg nicht zum Propheten geht, muss die FIBO kommen (lacht). Im Ernst: Ziel der FIBO Fitness Festivals ist es, die Kraft der Marke FIBO zu nutzen, um Fitnessfans in ganz Deutschland zu erreichen und Menschen für das Thema Fitness neu zu begeistern. Im Sommer 2016 geht es los, das Ganze an den vier Standorten Berlin, Hamburg, Frankfurt und München. Jeweils für zwei Tage. Im Kern geht es darum, die Branche dabei zu unterstützen, neue Mitglieder zu gewinnen und damit einen Beitrag zur Gesundheit der Bevölkerung zu leisten. Wir unterstützen deshalb auch die Initiative „Deutschland trainiert“.

Infos zum Ticketing

Fachbesucherregistrierung zwingend erforderlich. Jetzt anmelden.

Zur FIBO 2016 wird es ein neues Zulassungsverfahren für Fachbesucher geben. Dafür ist es notwendig, sich erneut zu registrieren und geeignete Nachweise zu erbringen. Die Registrierung ist unter www.fibo.de/karten ab sofort möglich. Die frühzeitige Anmeldung wird empfohlen.

Tickets können ebenfalls ab sofort im Online-Ticketshop gekauft werden. Fachbesucherstatus haben Besucher, die zumindest einen der folgenden Nachweise erbringen: Bestätigung und Kopie des branchenbezogenen Gewerbescheins des Arbeitgebers, Handelsregisterauszug, Trainerschein, Berufsurkunde, Approbationsurkunde oder Ausbildungsnachweis.

Eintrittskartengutscheine von Ausstellern:

Wer zur FIBO 2016 von einem Aussteller mit einem Eintrittskartengutschein eingeladen wird, ist automatisch als Fachbesucher zugelassen. Neu: Inhaber von Eintrittskartengutscheinen können künftig keine weiteren Begleittickets kaufen.

Tickets für Privatbesucher:

Tickets für die Privatbesuchertage am Samstag und Sonntag sind weiterhin nur limitiert verfügbar. Jeweils 35.000 Tickets gehen für die beiden Wochenendtage in den freien Verkauf. Achtung: Die Tickets sind ausschließlich im Online-Ticketshop erhältlich.

Rückfragen sind telefonisch unter 0211 90191-400 oder per E-Mail: csc@reedexpo.de möglich.