

Weltweit führende Sport-Business-Plattform

1. – 5. Februar 2021, Online

The world's leading sports business platform

February 1–5, 2021, Online

ispo.com/munich



München, 15. Dezember 2020

Presseinformation

ISPO Munich Online 2021: Das erwartet die Teilnehmer

- Online-Konzept erfährt starken Rückhalt aus der gesamten Branche
- Expo Area mit digitalen ‚Brandrooms‘ zur Marken- und Produktpräsentation
- Umfangreiches Konferenzprogramm mit tagesgebundenen Themenschwerpunkten

Daniel Keppler
Brand Manager
Tel. +49 89 949-21486
keppler@ispo.com

Erstmals in der 50-jährigen Geschichte findet die ISPO Munich, Weltleitmesse des Sports, von 1. bis 5. Februar 2021 rein digital statt. Knapp sieben Wochen vor Veranstaltungsbeginn haben sich bereits zahlreiche internationale Marken angemeldet, die sich und ihre Produkte in der Expo Area präsentieren.

Ergänzend erwartet die Teilnehmer ein umfangreiches Konferenzprogramm. Dieses ist an jedem Tag einem anderen Themenschwerpunkt gewidmet: Von Kreativität über Digitalisierung und Gesundheit bis hin zu Nachhaltigkeit.

Die ISPO Munich ist auch im virtuellen Format die zentrale Plattform für die internationale Sportbranche. Branchengrößen wie adidas Terrex, Gore, Mammut, icebreaker und YKK beweisen ihr Vertrauen, indem sie sich vollumfänglich als Event Partner engagieren. Hinzu kommt die Unterstützung weiterer namhafter Unternehmen, Verbände und Organisationen aus allen Bereichen des Sports, darunter die Deutsche Sporthilfe, die European Championships Munich 2022, die European Outdoor Group und die World Federation of the Sporting Goods Industry.

Konferenzprogramm zu Megatrends und gesellschaftlichen Themen

Neben der Vorstellung neuer Kollektionen und Produkte in den digitalen [Brandrooms](#) der Expo Area stehen übergeordneten Themen und Trends im Fokus der Veranstaltung: Nicht zuletzt die Corona-Pandemie hat gezeigt, welchen wachsenden Stellenwert Sport und Outdoor in der Gesellschaft haben und wie sie helfen können, Krisen zu überwinden. Die Konsequenzen und der Nutzen für die Branche werden im Konferenzprogramm präsentiert, interpretiert und diskutiert. Jeder Tag ist einem übergreifenden Thema gewidmet: Kreativität, Digitalisierung, Gesundheit und

Presseinformation | 15. Dezember 2020 | 2/3

Nachhaltigkeit. Zum hochkarätigen interdisziplinären Sprecherfeld gehören bereits Vertreter der BMW Group, des Deutschen Industrieverbands für Fitness und Gesundheit, von Microsoft, Nielsen Sports und YouTube, aber auch Spitzensportler wie der katalanische Ultramarathonläufer und Alpinist Kilian Jornet.

Die Veranstaltung im Überblick

Der Ablauf des Programms folgt täglich einem einheitlichen Schema. Nach einem kurzen Opening am Vormittag ist ausreichend Zeit, um in der Expo Area eine Marktübersicht zu gewinnen, Netzwerke zu pflegen und auszubauen sowie Trends aufzuspüren. Ab Mittag stehen Workshops & Masterclasses der ausstellenden Unternehmen auf der Agenda. Danach folgen Vorträge, Talks und Panel Diskussionen auf der Hauptbühne. All diese Programmpunkte richten sich an das Fachpublikum. Der Tag endet jeweils mit ‚Public Streams‘ für sport- und outdoor-begeisterte Endkonsumenten in der ganzen Welt – von Trainings-Sessions über Produktschulungen und Tutorials bis hin zu Live Talks.

Erste Programmhilights

Bewährte und bekannte Formate wie die Verleihungen und Gewinner-Präsentationen von [ISPO Award](#) und [ISPO Textrends](#) sind ebenso Teil des Programms wie der interaktive Live-Pitch um den Titel des [ISPO Brandnew](#) ‚Overall Winners‘. Am Montagabend wird im Zuge der ‚Unveil Night‘ der ISPO Cup-Gewinner bekannt gegeben und es werden weitere spannende Themen mit wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Relevanz behandeln. Einen thematischen Deepdive ins Thema Laufsport gibt das Laufsymposium presented by RUNNER’S WORLD. Am Dienstag findet erstmals die [Sports Tech Conference Europe 2021](#) unter dem Dach der ISPO Munich statt. Diese bietet wertvolle Impulse rund um die Schnittstelle zwischen Sport und Technologie und ist für alle Ticketbesitzer kostenfrei.

Ein Programmüberblick ist [online](#) verfügbar, detaillierte Informationen zum Programm und den Sprechern folgen in Kürze.

Presseinformation | 15. Dezember 2020 | 3/3

Daten und Fakten

Datum: 1.-5. Februar 2021

Business Hours:

- Expo Area (B2B): ganztägig (0-24 Uhr) geöffnet, Kernzeiten: 9:00-18:00 Uhr CEST
- Konferenz (B2B): 10:00-18:30 Uhr CEST
- Public Streams (B2C): 18:30-20:00 Uhr CEST

Tickets & Registrierung: ispo.com/munich/tickets

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 eine der weltweit führenden Plattformen für Vernetzung. Getreu dem Claim „Connecting Global Competence“ agiert die Messe München als globale Vernetzungsplattform und bringt Entscheider aus der ganzen Welt zusammen. Im Portfolio der Messe München finden sich über 50 eigene Fachmessen für Investitions- und Konsumgüter sowie Neue Technologien, die sich mit gesellschaftlich-aktuellen Themen befassen. Hierzu gehören die Weltleitmessen bauma, BAU, IFAT und ISPO Munich. Die jährlich rund 200 Veranstaltungen der Messe München ziehen rund 50.000 Aussteller und drei Millionen Besucher an.

Die Messe München verfügt über eines der modernsten Messegelände der Welt und bietet ihren Kunden mit dem gesamten Messegelände in Riem, dem ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungszentrum München und im Conference Center Nord vier Locations, die sämtliche Kundenwünsche individuell erfüllen. Neben dem Heimatmarkt München ist die Messe München auch im Ausland sehr erfolgreich und mit Präsenzen in China, Indien, Südafrika, Brasilien, Russland und der Türkei in allen wichtigen Wachstumsmärkten der Welt aktiv. Insgesamt ist die Messe München mit ihrem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften und Auslandsvertretungen in mehr als 100 Ländern präsent.