

Nr. 09
München, 17. Oktober 2016
Presseinformation

Corinna Feicht
Projekt-PR Referentin
Tel. +49 89 949-21473
corinna.feicht@
messe-muenchen.de

ISPO baut digitale Angebote weiter aus

Consumer Insights und spannende neue ISPO OPEN INNOVATION Projekte

Wissen was der Kunde denkt: Ein neuer Service der ISPO COMMUNITY setzt auf Consumer Insights. Die Nutzer können künftig durch regelmäßige Befragungen als Trendbarometer der Branche dienen. ISPO arbeitet dafür mit der Innolytics GmbH zusammen. Das Unternehmen hat sich auf die Zukunftsmarktforschung und die Entwicklung digitaler Community-Plattformen spezialisiert. Bei ISPO OPEN INNOVATION sind nach wie vor die Consumer Experts gefordert. Jede Menge neue Projekte sind derzeit am Start. Darunter die Weltneuheit Clim8. Ein Shirt, das eigenständig die Wärme reguliert und so für optimalen Tragekomfort sorgt.

Die digitalen Angebote von ISPO entwickeln sich weiter und werden zukünftig neben den Consumer Experts auch die Consumer Insights stärker miteinbeziehen. Mit dem neuen Service der ISPO COMMUNITY sollen die Nutzer durch regelmäßige Befragungen als Trendbarometer der Branche dienen. Mit diesen Consumer Insights können Trends deutlich schneller als durch klassische Methoden der Marktforschung identifiziert werden. Dafür hat sich ISPO die Innolytics GmbH als Experten ins Boot geholt. Das Unternehmen hat sich auf die Zukunftsmarktforschung und die Entwicklung digitaler Community-Plattformen spezialisiert. Das erste Projekt ist bereits abgeschlossen: Im Rahmen einer Marktforschung

wurden Ansprüche und Anforderungen an Reise- und Outdoor-Equipment auf der Plattform abgefragt.

Kunden direkt in den Entwicklungsprozess von Unternehmen einbinden – mit dieser Vision startete ISPO OPEN INNOVATION als Pilotprojekt der Messe München im Dezember 2013. Sogenannte „Consumer Experts“ testen und bewerten seitdem Neuerscheinungen von Herstellern der Sportbranche. Sie bringen ihre Ideen in die Entwicklung neuer Produkte ein und helfen Unternehmen so, erfolgreiche Innovationen auf dem Markt zu etablieren. Dabei kann die Plattform auch auf das weltweite Netzwerk der Messe München zurückgreifen. Zu den rund 40 Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien gehören auch Weltleitmessen wie bauma und electronica. Dadurch lassen sich branchenübergreifende Zielgruppen für die Projekte aus der Sportbranche ansprechen.

Der Service kommt an und stößt auf wachsende Nachfrage: Bis Jahresende stehen weitere Projekte und Studien in den Startlöchern. „Unser Ziel ist es, die führende, neutrale Plattform für die Entwicklung und Einführung neuer Produkte und Angebote in der Sportbranche zu werden“, sagt Tobias Gröber, Head of ISPO Group.

„Open Innovation Plattformen wie die von ISPO revolutionieren das Verhältnis zwischen Unternehmen und Kunden.“ ergänzt Dr. Jens-Uwe Meyer, Geschäftsführer der Innolytics GmbH. „Gerade in Zeiten eines immer schärferen Wettbewerbs und der Digitalisierung ist das ein großer Wettbewerbsvorteil“.

Von der Weltpremiere eines „intelligenten Shirts“, über „Smart Tags“, die jedes Sportprodukt mit dem Internet verbinden, bis hin zu schlaunen kleinen Helfern für Sportschuhe: Die neuen Projekte auf ISPO OPEN INNOVATION bieten einen direkten Blick in die Zukunft von Sportprodukten. Aber nicht nur das: Alle Produkte können sogar exklusiv getestet werden. Weitere Informationen zu den [Projekten](#)

„Unternehmen wie Dachstein, Haglöfs, Kari Traa, Ternua, Toray und X-BIONIC, haben mittlerweile mit uns zusammengearbeitet, so Tobias

Gröber, Head of ISPO Group. „Wir konnten beweisen, dass die Einbindung von Kunden in den Entwicklungsprozess für Unternehmen klare Vorteile bringt. Und wir beobachten erfreulicherweise gerade, dass nicht nur Aussteller diesen Service nutzen, sondern auch vermehrt Start-Ups sich mit interessanten Projekten bei uns melden.“

Messe München

Die Messe München ist mit mehr als 40 eigenen Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien am Standort München und im Ausland einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Über 30.000 Aussteller und rund zwei Millionen Besucher nehmen jährlich an den Veranstaltungen auf dem Messegelände, im ICM - Internationales Congress Center München und im MOC Veranstaltungszentrum München teil. Außerdem veranstaltet die Messe München Fachmessen in China, Indien, der Türkei, in Südafrika und Russland. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien und Afrika sowie über 60 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder, ist die Messe München weltweit präsent.

Über ISPO

SPORTS. BUSINESS. CONNECTED. ISPO ist die internationale Sports Business Plattform und versteht sich dabei als Partner der Sportbranche. Unter der Familienmarke ISPO befinden sich die weltgrößten Multisegment-Messen für Sports Business Professionals: ISPO MUNICH, ISPO BEIJING und ISPO SHANGHAI sowie das Online-Newsportal ISPO.COM mit einer eigenen Redaktion und die Services ISPO ACADEMY, ISPO OPEN INNOVATION, ISPO BRANDNEW, ISPO AWARD, ISPO JOB MARKET und ISPO TEXTRENDS. Mit diesen integrierten Angeboten unterstützt ISPO Unternehmen in jeder Entwicklungsstufe auf den globalen Sportmärkten 365 Tage im Jahr. Dabei werden relevante Marktentwicklungen identifiziert, Innovationen vorangetrieben sowie gezielt Consumer Experts eingebunden, um Orientierung über die internationalen Märkte geben zu können.