

München, 5. Dezember 2017

## **Presseinformation**

### **Neues ISPO-Format für das digitale Sport Business**

Kathrin Hagel  
PR Manager  
Tel. +49 89 949-21474  
[hagel@ispo.com](mailto:hagel@ispo.com)

**Die digitale Transformation ist der größte Wachstumstreiber der Zukunft und verändert die Sportbranche grundlegend. ISPO begleitet diesen Wandel schon von Beginn an – und schafft ein neues Format für die digitale Zukunft des Sport Business. Der Startschuss fällt auf der ISPO Munich (28. bis 31. Januar 2018): In Halle A4 erfahren Besucher im Rahmen von „Digitize by ISPO Academy“ in Vorträgen, Seminaren und Foren alles über digitale Konzepte, Technologien und Marktpotenziale. Ab dem Sommer 2018 präsentiert sich die Plattform dann im großen Format und findet als Konferenz mit begleitender Ausstellung statt.**

#### **Topthema: Die Digitalisierung im Sports Business**

Sportprodukte sind heute schon digital. Ein gutes Beispiel dafür ist heizbare Bekleidung mit intelligenten Sensoren. Wohin die Entwicklung geht zeigen aber auch Golfschläger, die mehr als eine Million Bewegungsinformationen in Echtzeit registrieren und dabei Körperfunktionen analysieren, auswerten und dem Sportler rückmelden. Und doch hat der Wandel im Sports Business gerade erst begonnen. Handel und Industrie experimentieren mit neuen Technologien: Mit Virtual Reality oder innovativen Verbraucheransprachen wie interaktiven Umkleidekabinen wollen sie Kunden begeistern. Die Herausforderungen für diese Entwicklung sind groß, die Chancen, Verbraucher neu zu erreichen und ihnen nie dagewesene Markenerlebnisse zu präsentieren, aber auch. Vor diesem Hintergrund stehen Unternehmen vor der Herausforderung sich kulturell zu verändern und strategische Handlungsfelder zu identifizieren.

#### **Digitalisierung ist die Chance für den Fachhandel**

Wohin die digitale Reise geht, zeigt „Digitize by ISPO Academy“ auf der ISPO Munich: Der als Zukunftslabor inszenierte Bereich in Halle A4 wird im Januar zum Treffpunkt für Experten, Besucher, Kunden und Geschäftspartner, die sich einen Überblick über die Themen der digitalen Transformation verschaffen wollen. Interessierte lernen auf mehr als 1.000 Quadratmetern Innovationen kennen und

können in interaktiven Foren erste digitale Erfahrungen rund um das Sports Business sammeln. Für neue Impulse sorgen außerdem Podiumsdiskussionen und Vorträge sowie der „Digital Readiness Check“: Hier können Teilnehmer testen, wie fit ihr Business für die Zukunft ist. Dieser ist bereits ab Mitte Dezember auf [ISPO.com](https://www.ispo.com) verfügbar. Auch für eine angenehme Atmosphäre ist gesorgt: Eine Networking Lounge bietet Gelegenheit zu Gesprächen und Vernetzung.

### **ISPO unterstützt die Branche beim digitalen Wandel**

Die digitale Revolution in der Branche hat ISPO früh thematisiert und unterstützt Sports Business Professionals auch in Zukunft als zuverlässiger Partner auf ihrem Weg in die digitale Transformation. „ISPO schafft mit seinem Portfolio, darunter die ISPO Munich sowie die digitalen Services wie ISPO Open Innovation oder ISPO.com, ein einmaliges Angebot für Fachhändler und Marken. So können sie mit Partnern und Kunden über das ganze Jahr hinweg in Kontakt bleiben, Trends diskutieren und sich weiterbilden“, erläutert Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München. „Unser neues Format ist der nächste logische Schritt. Denn digitale Produkte müssen nicht nur vorgestellt, sondern erlebbar gemacht werden. Um sich in diesem anspruchsvollen Umfeld zu positionieren, heißt es smarte Kommunikation, e-Commerce und digitales Markenerlebnis optimal zu kombinieren.“

### **Alljährliches Top-Event**

Nach der ISPO Munich geht es erst richtig los: Das Konzept wird weiterentwickelt und zu einer Konferenz mit begleitender Ausstellung ausgebaut. Dann stellen Podiumsdiskussionen, Workshops, Seminare und Aussteller die digitale Transformation in allen Bereichen der Sportindustrie gezielt in den Mittelpunkt – von Management und Big Data über Produktion bis hin zu Marketing und Retail. Eine Termin für den im Sommer startende und jährlich stattfindende Summit wird noch bekanntgegeben.

### **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. Mit einem reichweitenstarken Portfolio aus Innovationsförderung, Branchenvernetzung, Know-how und redaktionell aufbereiteten Insights agiert ISPO an 365 Tagen im Jahr mit dem Ziel, Unternehmen und Sportenthusiasten zu unterstützen und die Leidenschaft für den Sport weltweit zu fördern. Dazu zählen die weltgrößten Multisegmenten-Messen ISPO Munich, ISPO Beijing und ISPO Shanghai, das Online-Newsportal

ISPO.com sowie die Business Solutions ISPO Brandnew, ISPO Open Innovation, ISPO Award, ISPO Academy, ISPO Textrends, ISPO Job Market und ISPO Shop.

### **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.