

München, 22. Januar 2018

Presseinformation

ISPO Digitize

Die digitale Zukunft beginnt jetzt

Kathrin Hagel
PR Manager
Tel. +49 89 949-21474
hagel@ispo.com

Mit 2.801 Ausstellern startet am 28. Januar die internationale Sportfachmesse ISPO Munich. In den 16 ausgebuchten Hallen erwarten die Fachbesucher nicht nur Produktneuheiten aus den Bereichen Outdoor, Health & Fitness und Wintersport. Auf der ISPO Munich wird in diesem Jahr auch der Startschuss für ein neue Veranstaltung gegeben: ISPO Digitize. Im Mittelpunkt der neuen Plattform steht die Digitalisierung der Sportbranche. Das Konzept wurde auf der [heutigen Pressekonferenz](#) vorgestellt.

Die digitale Transformation hat die Struktur der Sportindustrie entlang ihrer Wertschöpfungskette bereits verändert. Ob neue Produktionstechniken, die zunehmende Verschmelzung von Technologie und Funktion bei Sportartikeln oder veränderte Marketing- und Vertriebsaktivitäten, die den Kunden in den Mittelpunkt stellen: Die Systeme werden immer komplexer und erfordern neues Know-how. Oft fehlen das Wissen und die digitale Kompetenz in den Unternehmen. Die sind jedoch essenziell, um die unzähligen digitalen Lösungen auf dem Markt zu verstehen und richtig einzusetzen. Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München: „Wir haben diese Herausforderung erkannt und mit ISPO Digitize eine Plattform ins Leben gerufen, die den digitalen Wandel der Branche begleitet. Unser Ziel ist es, die Sportindustrie und den Sportfachhandel zu stärken und in eine digitale, wettbewerbsfähige Zukunft zu führen“.

ISPO Digitize – Jährliches Event zur Digitalisierung

ISPO Digitize findet erstmals von 28. bis 29. Juni 2018 im ICM - Internationales Congress Center München statt und wird jährlich durchgeführt. Experten vermitteln an zwei Tagen sowohl Digital-Neulingen als auch Fortgeschrittenen aus Industrie und Handel digitale Kompetenzen, um die Transformation im eigenen Unternehmen anzupacken und umzusetzen. Basis dafür ist der [Digital Readiness Check](#). Ein neues Tool, das den Teilnehmern die Frage beantwortet: Wie „bereit“ ist mein Unternehmen für die Digitalisierung? Mit dem Test wird das eigene Unternehmen auf den digitalen Prüfstand gestellt. Die Auswertung zeigt den aktuellen Status quo und die Bereiche, in denen Nachholbedarf besteht. Teilnehmer können diesen ab sofort unter ispo.com kostenlos

durchführen. Die Ergebnisse des Test fließen dann in die inhaltliche Gestaltung des Events mit ein.

Als interaktive Veranstaltung geht ISPO Digitize auf Fragen und Bedürfnisse der Teilnehmer ein. In Workshops, Roundtables oder Expert Townhalls erhalten die Teilnehmer individuelle Antworten. „Die Themen werden nicht starr gesetzt und Produkte nicht nur einfach präsentiert. Hier lernen Kunden interaktiv, welche Möglichkeiten ihnen die Digitalisierung bietet und wie sie die Tools und Lösungen in ihrem Unternehmen effektiv, zukunftsfähig und gewinnbringend einsetzen können“, erklärt Messechef Klaus Dittrich.

ISPO Digitize Area mit adidas

Eine Vorschau auf ISPO Digitize bekommen Interessierte auf der ISPO Munich. Auf über 1.000 Quadratmetern erhalten Händler, Hersteller und Marken im Rahmen der [ISPO Digitize Area](#) in Halle A4 einen Überblick über digitale Lösungen und Services, von Produktion bis Marketing. Darüber hinaus können Messebesucher vor Ort den [Digital Readiness Check](#) durchführen. Als digitaler Vorreiter und technologischer Innovationsführer innerhalb der Sportbranche wird adidas eine Auswahl seiner digitalen Lösungen präsentieren, teilt seine Erfahrungen und trägt mit diesem Wissenstransfer bei, die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit der Branche sicher zu stellen. Der Frage „Are you ready for the digital future?!“ gehen die Sprecher des diesjährigen Symposiums von ISPO und adidas auf den Grund.

Neben adidas präsentieren Lectra und foursource ihre Konzepte und Technologien. Welche neuen Technologien für den Point of Sale eingesetzt werden können, zeigt das Sportmas Retail Lab. Für einen zusätzlichen Wissenstransfer sorgt ein umfangreiches [Vortragsprogramm](#) im Rahmen der ISPO Academy. Im ISPO-Showroom werden zudem die einzelnen ISPO-Produkte vorgestellt. Teilnehmer haben die Möglichkeit, an geführten Touren über die ISPO Digitize Area teilzunehmen. Weitere Informationen und Anmeldung sind [online](#) verfügbar.

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, 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. 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.