

www.ispo.com

München, 28. März 2019

**Presseinformation**

**ISPO Digitize Summit**

## **Digitalkonferenz für die Sportbranche geht in die zweite Runde**

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

- Wissenstransfer für das digitale Sport-Business
- Top-Sprecher von Wirecard und Zalando vor Ort
- Vergünstigte Tickets online erhältlich

**Nach der erfolgreichen Premiere im Juni 2018 findet der ISPO Digitize Summit am 3. und 4. Juli 2019 zum zweiten Mal in München statt. Im Fokus der Digitalkonferenz für die Sportbranche stehen vier große Handlungsfelder: Data Analytics & CRM, Digital Talents & Recruiting, Change Management & Digital Culture sowie Digital Infrastructure. Darüber hinaus werden übergreifend die Potenziale, die eSports Marken und Händler bietet, aufgegriffen. [Vergünstigte Tickets](#) sind bis zum 28. Mai 2019 online erhältlich.**

Die Digitalisierung bietet dem Sportfachhandel und der Sportartikelindustrie eine große Bandbreite an Potenzialen und neuen Möglichkeiten. Digitale Kompetenzen werden dabei immer wichtiger, um auch in der Zukunft wettbewerbsfähig zu sein. Christoph Rapp, Projektleiter des ISPO Digitize Summits: „Die Digitalisierung verstehen, Chancen erkennen und Lösungen erhalten – das bieten wir den Teilnehmern konzentriert an zwei Tagen und machen sie fit für den digitalen Wandel.“ Für die unterschiedlichen Anforderungen der Besucher stehen jeweils passende Formate auf dem Programm: In Vorträgen geben Sprecher und Pioniere der Digitalbranche einen Ausblick auf Visionen und Trends, Experten zeigen anhand von Fallbeispielen, wie die Digitalisierung in der Praxis umgesetzt werden kann. Darüber hinaus können die Teilnehmer in Workshops wertvolle Praxiserfahrung sammeln. Über aktuelle Digital-Services und -Lösungen informieren Anbieter in der Experience Area.

Im Mittelpunkt stehen vier großen Handlungsfelder: Data Analytics & CRM, Digital Talents & Recruiting, Change Management & Digital Culture sowie Digital Infrastructure. Dabei geht es unter anderem um die Frage, wie Marken und Fachhändler ein besseres Verständnis und vollständiges Bild ihrer digitalen Kunden gewinnen können. Dieses Wissen sichert Unternehmen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Weiter geht die Fragestellung, wie sich Kundendaten besser analysieren lassen und diese für eine optimale Customer Journey genutzt werden können. Dazu sind oft Fachkräfte notwendig. Doch wie sind diese digitalen Talente für das eigene Unternehmen zu gewinnen? Hinzu kommt, dass die digitale Transformation für viele Unternehmen ein Kulturwandel bedeutet. Wie Mitarbeiter begleitet, Prozesse verändert und zuletzt eine wettbewerbsfähige digitale Infrastruktur aufgebaut werden kann – das zeigen Experten im Rahmen des ISPO Digitize Summits auf.

### **Ausblick auf erste Programm-Highlights**

Einer der Höhepunkte ist das hochkarätige Konferenzprogramm. Zu den Sprechern zählen 2019 unter anderem Vertreter von Accenture Strategy, tradebyte Software und Wirecard. Dr. Carsten Keller, Vice President Direct-to-Consumer bei Zalando SE, ist zuständig für die Einbindung des stationären Handels in die Zalando Plattform. Innerhalb seines Vortrags – und eines anschließenden Praxis-Workshops – beleuchtet er die Möglichkeit, wie stationäre Händler Umsätze direkt mit Zalando Kunden generieren können, ohne eine digitale Infrastruktur aufbauen zu müssen. Impulse von außerhalb der Sportbranche bringt Susanne Franz, Global Marketing Communication Director bei SEAT, mit. Sie gibt Einblicke, wie der Automobilkonzern der zunehmenden Komplexität und Geschwindigkeit aufgrund der digitalen Transformation begegnet. Weitere Partner, die ihr Know-how und Wissen in Form von Vorträgen, Workshops und Praxisaustausch einbringen sind Color Digital, ECD, MobiMedia, Outdoor Active, Redpoint Solutions, shopware sowie The Walt Disney Company.

### **Über ISPO Digitize**

Mit dem Format ISPO Digitize verlängert ISPO die Digitalstrategie in die Offline-Welt und unterstützt den Sportfachhandel und die Sportindustrie auf ihren Weg in eine digitale, wettbewerbsfähige Zukunft. Der ISPO Digitize Summit ist die

Digitalkonferenz für die Sportbranche, die jährlich im ICM – Internationales Congress Center stattfindet. Darüber hinaus ist das Format ISPO Digitize in bestehende Plattformen und Messen wie die ISPO Munich, ISPO Beijing und ISPO Shanghai integriert. Auf [ispo.com](https://ispo.com) erhalten Interessierte täglich aktuelle Informationen und Einblicke.

Weitere Informationen und aktuelle Inhalte zum Summit-Programm [sind online](#) zu finden.

### **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, OutDoor by ISPO, ISPO Beijing und ISPO Shanghai, 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 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.