

www.ispo.com

München, 3. Juni 2019

Presseinformation

ISPO Digitize Summit

Mit digitalem Know-how die Zukunft gestalten

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

- Programm mit Keynotes, Workshops und weiteren Highlights ist online
- Top-Sprecher von adidas, Microsoft, Accenture und mehr
- Eröffnung durch Bayerische Staatsministerin für Digitales

Die Digitalisierung hat die Dynamik der Sportartikelbranche in den letzten Jahren enorm beschleunigt. Wie Hersteller und Händler neue digitale Möglichkeiten und Tools am besten für sich nutzen können, erfahren sie kompakt und übersichtlich am 3. und 4. Juli auf dem ISPO Digitize Summit in München, der Digitalkonferenz für das Sport-Business. Das [Programm](#) umfasst neben Vorträgen und Diskussionsrunden zahlreiche Workshops, in denen das Praxiswissen erweitert und neue Fähigkeiten erworben werden können. Eröffnet wird die Konferenz von der bayerischen Staatsministerin für Digitales, Judith Gerlach.

„Die digitale Welt dreht sich schnell. Neue Kommunikationswege und Tools entstehen gefühlt täglich. Damit ändern sich auch das Konsumentenverhalten und die Anforderungen an Hersteller und Händler“, erklärt Christoph Rapp, Projektleiter des ISPO Digitize Summits. „Digitales Know-how wird in vielen Unternehmensbereichen zur Kernkompetenz, um Kunden richtig zu erreichen und Prozesse effizient zu gestalten.“ Für die Teilnehmer des Summits hält das Programm viel neues Wissen bereit. Ein Trend, der im Digital-Marketing verstärkt Einsatz findet, sind Smart Speaker wie Alexa von Amazon oder Google Home. Sie durchdringen den Markt in einem rasanten Tempo. Beim Workshop mit Daniel Sprügel, Gründer und Eigentümer von Sports Maniac, erfahren die Teilnehmer mehr über die Potenziale der Voice-Technologie und darüber, wie sich die Sportindustrie auf diese Entwicklung vorbereiten kann. Um Kundenkommunikation geht es auch im Workshop mit Tanja Wimmer, Project Manager Innovation & Labs bei Wirecard. Sie geht darauf ein, wie durch digitale

Kundeninteraktion die Konversionsraten erhöht werden kann. MobiMedia Vorstand und COO Reinhold Wawrzynek widmet sich der Beziehung zwischen Herstellern und Händlern. Er zeigt, wie dank eines digitalen Orderportals die kontinuierliche Kommunikation zwischen beiden Seiten und damit eine optimale Warensteuerung, ein neuer digitaler Orderrhythmus und die Integration des Orderportals in die Vertriebssteuerung aussehen kann. Einen Überblick über alle geplanten Workshops liefert der [Online-Eventkalender](#).

Vorträge, Panel-Talks und Diskussionen

Für Inspiration und Vision stehen die Keynotes renommierter [Digital-Experten](#). Zu ihnen zählen Tim Janaway, Senior Vice President bei adidas Outdoor, und Steffen Hack, Director Digital Commerce Outdoor bei adidas, die zum Thema „Digital in the real world“ sprechen werden. Moritz Hagenmüller, Geschäftsführer bei Accenture, leitet das Strategieberatungsgeschäft für den deutschsprachigen Raum und Russland und ist Experte für Unternehmens- und Wachstumsstrategien im Zeitalter der digitalen Transformation. Mit seinem Vortrag „Jenseits des Omni-Channels – Die nächste Welle digitaler Innovationen“ gibt er einen Ausblick auf globale Digitaltrends. Sebastian Lancestremere, Präsident des Global Sports Innovation Center bei Microsoft, spricht darüber, wie Sport, angetrieben von künstlicher Intelligenz, neu gedacht werden kann. Nach E-Commerce kommt M-Commerce: mobiles Shopping, das besonders bei der jüngeren Zielgruppe beliebt ist. Melanie Mohr, Geschäftsführerin von yeay, erläutert wie Influencer Marketing hier richtig eingesetzt werden kann. Mehr als 500 Unternehmen haben bereits den Digital Readiness Check durchgeführt, mit dem sich der digitale Reifegrad eines Unternehmens ermitteln lässt. Einen Überblick über die Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen für die Branche gibt Stefan Herzog, Generalsekretär des Verbands des Deutschen Sportfachhandels (VDS).

Zur Diskussion laden Panel-Talks mit Sprechern der Plattformen ECD und K5 ein. Wertvolle Erfahrungen teilen zudem Stefan Zessel, Director Sales bei shopware, und Sebastiaan van de Loo, verantwortlich für das internationale Business Development bei Color Digital, der zu den visionären Brückenbauern in der Textilbranche zählt. Das aktuelle Programm sowie Tickets sind [online](#) verfügbar.

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 erhalten Interessierte täglich aktuelle Informationen und Einblicke.

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.