

München, 15. Juni 2018

Presseinformation

ISPO Digitize Summit: Die Highlights des ersten Digital-Events für die Sportbranche

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

Wenn sich vom 28. bis 29. Juni 2018 die Sportartikelbranche auf dem ISPO Digitize Summit in München trifft, stehen Sportfachhändler und Hersteller im Fokus. Mit dem Einzug digitaler Technologien haben sich die Strukturen entlang der gesamten Wertschöpfungskette verändert. Der ISPO Digitize Summit thematisiert den digitalen Wandel und stellt die Chancen in den Mittelpunkt. Vorträge und Workshops liefern einen Überblick, wie Händler und Marken die Digitalisierung für sich nutzen können und geben wertvolles Praxiswissen an die Hand.

Von der Digitalisierung am Point-of-Sale (POS) über Omnichannel-Management bis hin zu neuen Bezahlssystemen: [Internationale Sprecher und Referenten](#) machen die digitale Transformation greifbar und inspirieren die Besucher, den Wandel anzupacken. Im Mittelpunkt steht die digitale Customer Journey. Sie ermöglicht Unternehmen, Kunden und ihre Bedürfnisse besser kennenzulernen, sie zu informieren, sich mit ihnen auszutauschen und sie langfristig zu binden. Nicolas Boudot von SoftBank Robotics Europe spricht zum Beispiel in seiner Keynote, wie heute schon Künstliche Intelligenz und Roboter eingesetzt werden, um Kunden ein einmaliges Erlebnis während der Customer Journey zu bieten – und wie Sportfachhändler diese Technologie nutzen können.

Wissenstransfer für den Praxiseinsatz

In [Workshops](#) vermitteln Experten den Teilnehmern wertvolles Praxiswissen. Handlungsempfehlungen für die Sportbranche, resultierend aus den Ergebnissen des [Digital Readiness Checks](#), stellt Professor Karl Peter Fischer von der Hochschule für angewandtes Management in Ismaning vor. Die Mobile-Business-Expertin Heike Scholz informiert in ihrem Beitrag „New Retaility - Wie die Digitalisierung den Point of Sale verändert“, wie digitale Technologien und innovative Konzepte dazu beitragen, dass der Verkaufsraum zum Erlebnisraum wird. Wie Händler die Customer Journey durchgehend begleiten und wie die

unterschiedlichen Touchpoints verwaltet und verknüpft werden können, damit beschäftigt sich der Workshop von The Retail Performance Company (rpc), "Improvement of capability through digital touchpoints at the point of sale". Das zugehörige Coaching "Retail Intelligence" vertieft das Touchpoint-Management digitaler und stationärer Schnittstellen am Point of Sale und erörtert Möglichkeiten für ein noch größeres Kundenerlebnis. Interessant wird außerdem der Workshop von Gamify Now. Die Gaming-Experten übersetzen detailreiche Grafiken sowie interaktive Mechanismen der Spieleindustrie in andere Industriebereiche und stellen wettbewerbsfähige Konzepte für den Handel vor.

Besondere Einblicke für Marken und Hersteller verspricht die Session von Mammut und Foursource. In ihrer gemeinsamen Case Study „Digital Sourcing – Die Einfugschneise in die Digitalisierung“ beleuchten die Referenten das Beschaffungsmanagement in der digitalen Ära. Mammut-CEO Oliver Pabst und Foursource-CSO Jonas Wand erläutern, wie digitale Prozesse die Produktentwicklung oder Beschaffung flexibler, agiler und effizienter machen. Im Workshop von ECD erhalten Sportfashion-Brands Antworten auf eine der dringlichsten Fragen: Wie müssen Prozesse, Teams und Kundenbindung organisiert sein, damit alles funktioniert?

Zudem findet zum Thema Datenschutz und der neuen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) ein Workshop statt. Dieser wird organisiert von bridgingIT und der [Command Control](#), dem neuen Cyber Security Summit. Dieser findet erstmals von 20. bis 22. September 2018 in München statt.

Rund um die Sessions können sich die Teilnehmer mit ausstellenden Herstellern und Anbietern vor Ort austauschen – beispielsweise mit MobiMedia. Der Spezialist für CRM-Lösungen im B2B-Konsumgüterbereich sieht im Ordermanagement große Vorteile durch die Digitalisierung. „Die große Aufgabe wird nicht der Einsatz von digitalen Tools darstellen, sondern die Neudefinition vieler gewohnter, eingelebter Prozesse im Vertrieb“, sagt MobiMedia-CEO Hannes Rambold.

Weitere Highlights sowie Informationen zum [Programm](#), den Sprechern und den Ausstellern sind online erhältlich.

Der ISPO Digitize Summit findet von 28. bis 29. Juni 2018 im ICM – Internationales Congress Center statt. Tickets für den ISPO Digitize Summit sind [online erhältlich](#).

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 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.