

München, 25. April 2018

Presseinformation

ISPO Digitize Summit: Das Event zur digitalen Zukunft im Sports Business

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

- **Jährliche Plattform für Sportfachhandel und Sportartikelindustrie**
- **Ticketverkauf gestartet**
- **Erste Sprecher stehen fest**

Die Digitalisierung bietet Sportfachhandel und -industrie neue Chancen und Wachstumsmöglichkeiten. Digitale Kompetenzen werden dabei immer wichtiger, um in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben. Mit dem ISPO Digitize Summit steht der Sportbranche erstmals eine jährliche Plattform zur Verfügung, um sie fit für den digitalen Wandel zu machen. Renommierete Keynote-Speaker wie Kasper Rorsted, Vorstandsvorsitzender von adidas, oder Günther Althaus, Vorstandsvorsitzender der ANWR Group, geben Einblicke in die digitale Zukunft der Branche. Zudem erwarten die Teilnehmer praxisnahe Workshops und Expertenrunden. Der ISPO Digitize Summit findet vom 28. bis 29. Juni 2018 im ICM – Internationales Congress Center München statt. Mit einer limitierten Anzahl an vergünstigten Tickets ist heute der [Ticketverkauf](#) gestartet.

In der Sportbranche ist der Handlungsbedarf bekannt: Zwar macht im Handel allgemein bereits mehr als jeder zehnte stationäre Händler, der auch im Internet seine Ware verkauft, über die Hälfte seines Umsatzes online, so eine aktuelle Bitkom-Studie*. Dennoch ist für 66 Prozent die Digitalisierung nach wie vor die größte Herausforderung – 77 Prozent sehen sich als digitale Nachzügler. Fachhändler befürchten wegen des Wachstums der Online-Vertriebskanäle einen Rückgang ihres stationären Geschäfts. Viele sehen sich dem digitalen Wandel nicht gewachsen. Denn allein einen Onlineshop zu betreiben, reicht nicht aus. Online-Werbung, digitale Bezahlmöglichkeiten und Service rund um die Uhr – Kunden erwarten, dass Händler die digitale Transformation mitgehen. Hinzu kommen neue Möglichkeiten durch die Digitalisierung interner Abläufe – vom Bestellwesen bis zur Lagerhaltung.

*Bitkom-Studie: Shopping digital – Wie die Digitalisierung den Handel tiefgreifend verändert, November 2017

Mit dem digitalen Wandel ergeben sich neue Geschäftsmodelle und Marktpotenziale für die gesamte Sportartikelbranche. Doch wo und wie fängt der Unternehmer an? Wichtig ist die Bereitschaft, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen – und ein Ort, an dem Praxiswissen und Kontakte gebündelt werden. Hier setzt der ISPO Digitize Summit an.

Branchenexperten zeigen Chancen und Lösungen auf

Mit digitalen Vorreitern wie adidas oder Lectra als Partner ist es das Ziel des Summits, Handel und Industrie Orientierung zu verschaffen und konkrete Handlungsempfehlungen zu geben. Wie sehen moderne Bezahlsysteme aus? Wie können CRM-Lösungen bei der Kundenbindung unterstützen? Und wie funktioniert erfolgreiches Marketing im digitalen Zeitalter? Darauf geben Experten im Rahmen der zweitägigen Konferenz mit Workshops und Expertenrunden Antworten. Im Mittelpunkt stehen zudem Sicherheits- und Tracking-Lösungen, Digital Signage, Point-of-Sales-Strategien, neue Transport- und Logistikmöglichkeiten sowie die Themen Automatisierung und Industrie 4.0. Die Teilnehmer erwartet ein volles Programm mit renommierten Sprechern wie Philipp Roesch-Schlanderer, Gründer von eGym, Nils Stamm, Chief Digital Officer der Telekom Deutschland sowie Professor Bernd Thomsen, CEO der Thomsen Group. Darüber hinaus präsentieren im Ausstellungsbereich Technologie-Anbieter wie MobiMedia und wirecard ihre aktuellen Lösungen und Services.

Digital Readiness Check

Mit Hilfe des kostenlosen „[Digital Readiness Checks](#)“ können die Teilnehmer bereits im Vorfeld der Veranstaltung den digitalen Reifegrad ihres Unternehmens testen. Mit der anonymen Auswertung sehen die Teilnehmer, wo die digitalen Baustellen im Unternehmen liegen und welche Fähigkeiten, Ressourcen und Veränderungen nötig sind, um zukunftsfähig zu bleiben. Der [Digital Readiness Check](#) dient den Teilnehmern als eine kontinuierliche Bestandsaufnahme ihres digitalen Reifegrades. Die konsolidierten und anonymisierten Ergebnisse aller Tests fließen in die Konzeption des Summits 2018 sowie in die zukünftige, inhaltliche Ausrichtung der ISPO Digitize innerhalb der ISPO Munich und der OutDoor by ISPO ein.

Gelungener Kick-Off auf der ISPO Munich 2018

Die [ISPO Digitize](#) findet vom 28. bis 29. Juni 2018 im ICM – Internationales Congress Center München statt. Vor wenigen Monaten fiel in den Messehallen nebenan während der ISPO Munich 2018 der Startschuss für das neue Event: Der als Zukunftslabor inszenierte Bereich, die „[ISPO Digitize Area](#)“, zog viele Besucher an, die dort digitale Produkte und die digitalisierte Sportartikelbranche hautnah erleben konnten. Zusätzlich informierten Experten in Fachvorträgen über die Shopping-Zukunft, Vertrieb 4.0, Digitalisierung im Laden und bei Produkten. Highlight was das gemeinsame Symposium von ISPO und adidas, auf dem unter anderem adidas [Vertriebsvorstand Roland Auschel](#) die Chancen der Digitalisierung aufzeigte.

Tickets für den ISPO Digitize Summit sind ab sofort [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.