

www.ispo.com

München, 11. Juli 2019

Presseinformation

Digitalisierung wird für die Sportbranche immer wichtiger

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

- Zweiter ISPO Digitize Summit für Sportfachhändler, Hersteller und Marken
- Digitale Technologien schaffen Wettbewerbsvorteile
- Erfolgreicher Auftakt der Electronic Sports Competition (ES_COM)

Der zweite ISPO Digitize Summit, der letzte Woche zu Ende ging, konnte Top-Sprecher wie Moritz Hagenmüller von Accenture Strategy, Steffen Hack und Tim Janaway von adidas, Sebastián Lancestremère von Microsoft und Carsten Keller von Zalando SE präsentieren. Mehr als 500 Teilnehmer waren vor Ort, um sich über die Chancen und Wege des digitalen Wandels in der Sportbranche zu informieren. Anschließend an den Summit feierte die Electronic Sports Competition (ES_COM) Premiere, das erste eSports- und Gaming-Festival in München. Hier zeigte sich, wie groß das Interesse an eSports und damit das Potenzial für das Sport-Business ist.

Wie sich die Zukunft des Handels gestalten und der Point of Sale digitalisieren lässt, welche Möglichkeiten sich durch eSports ergeben, wo die Chancen für KI-basierte Geschäftsmodelle in der Sport- und Fitnessindustrie liegen und wie digitales Change Management und eine Standardisierung in der Wertschöpfungskette aussehen kann – darüber sprachen Experten im Rahmen des zweiten ISPO Digitize Summits, der am 3. und 4. Juli in München stattfand. Die [Resonanz war durchweg positiv](#) und spiegelt sich in den Zahlen wider: Mehr als 500 Teilnehmer aus Industrie und Handel waren vor Ort, davon rund ein Drittel aus dem Ausland. Christoph Rapp, Projektleiter ISPO Digitize Summit: „Das Bewusstsein in der Branche, wie wichtig digitales Know-how ist, ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich gewachsen. Das große Interesse bestärkt uns, mit dem ISPO Digitize Summit die richtige strategische Entscheidung getroffen zu haben.“ Über diesen Summit hinaus begleitet ISPO die digitale Transformation in der Sportbranche ganzjährig auf ispo.com.

Erfolgreiche Premiere der ES_COM

Großes Wachstumspotenzial für das Sport-Business verspricht eSports. Von 5. bis 7. Juli fand erstmals die Electronic Sports Competition (ES_COM) in München statt. An drei Tagen versammelten sich mehr als 860 eSports- und Gaming-Fans sowie Influencer und zeigten sich [begeistert](#). Das nahezu 20-stündige Live-Programm generierte mehr als 145.000 Views im Livestream via Twitch. Insgesamt erzielte das Event eine Reichweite von 6,5 Millionen. Highlights waren unter anderem die Finals von Super Smash Bros. Ultimate, Mario Kart 8, Just Dance sowie der AMD Masters Rocket League Cup. Zum Start des neuen „A Toy Story“-Films wurde mit Unterstützung von Disney eine Roblox Game Jam umgesetzt. Die Teilnehmer konnten in Workshops ihr eigenes Spiel bauen. Abschluss machte am Sonntag das offline FIFA Turnier mit rund 400 Spielern.

Bildmaterial steht im [Bildarchiv](#) kostenfrei zum Download bereit.

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.