

Weltweit führende Sport-Business-Plattform

1. – 5. Februar 2021, Online

The world's leading sports business platform

February 1–5, 2021, Online

ispo.com/munich



München, 21. Januar 2021

Presseinformation

ISPO Munich Online 2021

Über 500 Aussteller und ein volles Programm prägen die digitale Edition der wichtigsten Sportmesse der Welt

- Mehr als 500 Aussteller beteiligen sich an virtueller Expo Area
- Digitale Konferenz mit rund 80 Vorträgen und Podiumsdiskussionen sowie über 100 Workshops
- Täglich: frei zugängliche Public Streams für Sport- und Outdoor-Enthusiasten

Daniel Keppler
Brand Manager
Tel. +49 89 949-21486
keppler@ispo.com

Die weltweit wichtigste Sportmesse findet in diesem Jahr erstmals als Online-Event statt. Vom 1. bis 5. Februar zeigen bei der ISPO Munich Online mehr als 500 internationale Unternehmen Neuheiten und Innovationen. Darüber hinaus bietet das digitale Konferenzprogramm mit rund 80 Vorträgen und Podiumsdiskussionen und über 100 Workshops wichtige Impulse für den Handel und die Sport- und Outdoorindustrie. Endverbraucher haben an allen Veranstaltungstagen die Möglichkeit, in kostenfreien Public Streams themenspezifische Sessions zu verfolgen.

In wenigen Tagen startet die erste digitale Ausgabe der ISPO Munich unter dem Motto „Sport is stronger“. Eine Woche lang tauschen sich Entscheider der internationalen Sportindustrie aus und diskutieren wichtige Aspekte rund um die Themenschwerpunkte Gesundheit, Nachhaltigkeit und Kreativität.

Expo Area – Das erwartet Besucher der digitalen Messe

Zum digitalen Branchengipfel haben sich mehr als 500 internationale Unternehmen angemeldet. Unter anderem sind in der ersten Februarwoche adidas Terrex, Gore-Tex, icebreaker, Mammut, myclimate und unzer mit eigenen Brandrooms in der Expo Area vertreten. Darin präsentieren die Marken ihre Neuheiten und Produkte anhand von Bildern, Präsentationen und Videos. Gleichzeitig können Teilnehmer über den Brandroom mit den Unternehmen direkt in persönlichen Kontakt treten.

Presseinformation | 21. Januar 2021 | 2/4

Konferenz – Viele Themen richten sich an Retailer

Wie wird der Handel durch Digitalisierung zukunftsfähig? Was macht die Industrie, um die Social Development Goals (SDG) der UN zu erreichen? Welche gesellschaftspolitische Relevanz haben Sportangebote in der Pandemie? Antworten auf diese und viele weiteren Fragen gibt die ISPO Munich Online Konferenz. In rund 80 Vorträgen und Podiumsdiskussionen sowie mehr als 100 Workshops und Masterclasses diskutieren Vertreter aus unterschiedlichen Branchen über Lösungen, Chancen und Visionen. Generelle Konferenzsprache ist Englisch, einzelne Programmpunkte werden in deutscher Sprache abgehalten.

Einige Highlights aus dem Konferenzprogramm:

- **Montag, 1. Februar:**
 - Panel „**RESTART Wintersportbranche: Jetzt branchen- und länderübergreifend handeln**“ von elan, Intersport, uvex und dem Verband Deutscher Sportfachhandel (VDS)
- **Dienstag, 2. Februar:**
 - „**The Future of Retail: How to get sustainable by digitization – showcase of Tegut**“
- **Mittwoch, 3. Februar:**
 - Panel „**Sozio-politische Relevanz von Sport-Angeboten in Zeiten der Pandemie**“ mit Sprechern des Deutschen Bundestags, des Deutschen Turner-Bunds, des Deutschen Industrieverbands für Fitness und Gesundheit (DIFG) sowie dem Sportwissenschaftler und Gesundheitsexperten Dr. Ingo Froböse von der Deutschen Sporthochschule Köln
- **Donnerstag, 4. Februar:**
 - Panel „**Teaming up for Circularity**“ mit Vertretern der EU, adidas und Fashion for Good
 - Panel „**Sustainability – A collaboration Imperative for our industry**“ mit Gore, HIGG, Mammut und Salomon
- **Freitag, 5. Februar**
 - Diskussionsrunde „**Warum sollte körperliche Aktivität Teil der Nachhaltigkeitsagenda sein?**“ mit Vertretern der European

Presseinformation | 21. Januar 2021 | 3/4

Championships Munich 2022, der It's Great Out There Coalition und der Fenix Group sowie Kilian Jornet

Public Streams – Die B2C Sessions der ISPO Munich Online

Neben dem Fachpublikum erhalten in diesem Jahr auch erstmals Endkonsumenten die Möglichkeit zur digitalen Teilnahme an der ISPO Munich. Die Public Streams bieten jeden Abend kostenlose Sessions zu verschiedenen Themenbereichen an. Diese reichen von Filmvorführungen der European Outdoor Film Tour und des Freeride Film Festivals über Workouts mit Blackroll, Peloton und Technogym, bis hin zum „Sustainability & Safety Talk“ mit ABS und PYUA.

Digitales Einladungstool sorgt für hohe Besucherfrequenz

Um auch im virtuellen Rahmen das Gefühl des Vor-Ort Branchentreffpunktes und Networking zu fördern, unterstützt die Messe München die teilnehmenden Unternehmen, wie Dr. Jeanette Friedrich, Global ISPO Group Director, erklärt: „Egal, ob online oder onsite, die richtigen Besucher sind entscheidend für ein erfolgreiches Event. Mit unserem digitalen Einladungstool bieten wir allen Ausstellern und Partnern die kostenlose Möglichkeit, ihre wichtigsten Kontakte unkompliziert in den Expobereich einzuladen. Somit stellen wir sicher, dass internationale Händler und Stakeholder das virtuelle Format besuchen werden.“ Das [Einladungstool](#) erlaubt Ausstellern, Kunden und Partnern unbegrenzt kostenfreie Tickets für die Expo Area zur Verfügung zu stellen.

„Wir freuen uns schon sehr, all unsere Partner, Kollegen und Freunde der Branche zumindest digital wiederzutreffen und gemeinsam voranzugehen!“, so Friedrich.

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, Europas größte Outdoor-Fachmesse OutDoor by ISPO, 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 eine der weltweit führenden Plattformen für Vernetzung. Getreu dem Claim „Connecting Global Competence“ agiert die Messe München als globale Vernetzungsplattform und bringt Entscheider aus der ganzen Welt zusammen. Im Portfolio der Messe München finden sich über 50 eigene Fachmessen für Investitions- und Konsumgüter sowie Neue Technologien, die sich mit gesellschaftlich-aktuellen Themen befassen. Hier-zu gehören die Weltleitmessen bauma, BAU, IFAT und ISPO Munich. Die jährlich rund 200 Veranstaltungen der Messe München ziehen rund 50.000 Aussteller und drei Millionen Besucher an.

Die Messe München verfügt über eines der modernsten Messegelände der Welt und bietet ihren Kunden mit dem gesamten Messegelände in Riem, dem ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungszentrum München und im Conference Center Nord vier Locations, die sämtliche Kundenwünsche individuell erfüllen. Neben dem Heimatmarkt München ist die Messe München auch im Ausland sehr erfolgreich und mit Präsenzen in China, Indien, Südafrika, Brasilien, Russland und der Türkei in allen wichtigen Wachstumsmärkten der Welt aktiv. Insgesamt ist die Messe München mit ihrem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften und Auslandsvertretungen in mehr als 100 Ländern präsent.