

ISPO Munich 2021 als reines Online-Event

## **Der BSI unterstützt die Entscheidung der Messe München und schaut gespannt auf die Premiere der ersten digitalen ISPO Munich**

**Die ISPO Munich 2021 findet vom 1. bis zum 5. Februar 2021 aufgrund der aktuellen Entwicklungen der Corona-Pandemie als reine Online-Veranstaltung statt. Diese Entscheidung der Messe München findet dabei die volle Unterstützung des Bundesverbandes der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. (BSI) und seiner Mitgliedsunternehmen. Für das ideale Konzept der Zukunft hält die Mehrheit der Verbandsmitglieder Hybrid-Veranstaltungen – also einen Mix aus Präsenz- und Onlineformaten. Der Wunsch nach der Begegnung von Angesicht zu Angesicht bleibt also stark, auch wenn die Unternehmen natürlich längst begonnen haben, ihre digitalen Kompetenzen in Sachen Produktpräsentation auszubauen.**

In der aktuellen Situation war die Entscheidung der Messe München, bei der Durchführung der ISPO 2021 gänzlich auf die Präsenz von Ausstellern und Besuchern in den Hallen zu verzichten, der einzig gangbare, wenn auch schmerzliche Weg. „Eine verlässliche Planung des eigenen Messeauftritts wäre für die ausstellenden Unternehmen unter den gegebenen Umständen nicht möglich gewesen“, sagt BSI-Präsidiumsmitglied Monique van Dooren-Westerdaal. „Zudem lebt die ISPO noch einmal mehr als viele andere Branchentreffs von der Internationalität von Ausstellern und Besuchern, deren sichere Anreise derzeit nicht gewährleistet werden kann.“

Die Messe München kann bereits auf eine gut ausgebaute digitale Infrastruktur und Erfahrung mit eigenen Online-Formaten zurückgreifen – insofern ist der BSI e.V. als ideeller Träger der ISPO Munich überzeugt, dass auf Hersteller und Fachhändler attraktive Möglichkeiten der Produktpräsentation, des Wissenserwerbs und -austauschs sowie der Vernetzung auf der ersten digitalen ISPO warten werden.

### **Hybride Veranstaltungen als Format der Zukunft**

Unabhängig von den Einschränkungen für Präsenzveranstaltungen, die durch die Corona-Pandemie aktuell gegeben sind, geht eine Vielzahl von BSI-Mitgliedern in einer aktuellen Befragung davon aus, dass Präsenzmessen auch in Zukunft weiterhin eine wichtige Rolle spielen werden – ob als Vertriebs- und Marketing-Plattform, als Treffpunkt für den Kontakt zu Zulieferern und Distributoren, als Taktgeber für Trends und Innovationen oder als Wissensplattform. „Viele Kunden unserer Mitgliedsunternehmen vermissen das persönliche Gespräch. Auch den weiter bestehenden Wunsch, Produkte vor Ort anzufassen oder zu testen, können digitale Formate natürlich nicht befriedigen“, gibt Monique van Dooren-Westerdaal entsprechende Rückmeldungen wieder.

Allerdings werden alternative digitale Formate an Bedeutung gewinnen und das klassische Messekonzept, das auf der Vermietung von Standflächen beruht, ergänzen. In diesem Sinne haben in Zukunft Hybridveranstaltungen, welche die physische und virtuelle Welt miteinander verbinden, nach Einschätzung der BSI-Mitglieder die besten Chancen, sich als zentraler Anlaufpunkt einer Branche zu behaupten. Dass es der Sportartikelbranche allgemein, aber auch einzelnen Sportsegmenten guttut, jeweils eine gut funktionierende (hybride) Leitmesse zu haben, ist unter den BSI-Mitgliedern Konsens.

Um für eine zunehmend digitalisierte Vertriebs- und Marketing-Welt gewappnet zu sein, bauen die BSI-Mitglieder aktuell entsprechende Kompetenzen in ihrer Belegschaft auf oder/und investieren in zukunftsweisende Technologie. Der Aufbau von digitalen Showrooms, die vermehrte Nutzung von Online-Konferenzsystemen und die Durchführung von Webinaren und digitalen Schulungen für Händler und Distributoren sind Beispiele hierfür.

---

**BSI – Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V.** ist der 1910 gegründete Unternehmensverband der deutschen Sportartikelhersteller, -importeure und -großhändler. Ihm gehören circa 150 führende, meist mittelständisch geprägte Firmen an. Die im BSI organisierten Mitglieder erwirtschaften einen Jahresumsatz von ca. 35 Milliarden Euro. Der BSI ist Mitglied des Verbandes der europäischen Sportartikelhersteller FESI mit Sitz in Brüssel. Der BSI ist ideeller Träger der ISPO Munich, der Weltmesse des Sports und der TourNatur bei der Messe Düsseldorf. Gleichzeitig ist er Förderer der Messe FSB in Köln.