

München, 04. Dezember 2013

Messe München ist Pionier bei Open Innovation

- **Erste ganzjährige Open Innovation-Plattform einer Messegesellschaft**
- **Fachbesucher werden zu interdisziplinären Mitentwicklern**
- **Pilot ist die ISPO und die Sport Business Professional Community**

Sylvia Schalli
Communication Manager
Tel. +49 89 949-21473
sylvia.schalli@messe-
muenchen.de

Die Messe München International bietet als erstes Messeunternehmen einen ganzjährigen Open Innovation-Service an. Damit können Unternehmen ihren Innovationsprozess für Experten unter den Fachbesuchern verschiedenster Messen öffnen. Das Besondere daran: Nicht nur „Löser“ aus der eigenen Branche sind im Boot, sondern kreative Köpfe aus unterschiedlichsten Wirtschaftszweigen und Fachrichtungen. Pilot ist die Plattform ISPO OPEN INNOVATION, hier werden auch Endverbraucher zu Mitentwicklern.

Wie soll der perfekte Rucksack für Stadt-Radfahrer aussehen? Wer löst das High-Tech-Problem beim Labor-Analysegerät? Und wie lässt sich die Steuerung der Baggerschaufel optimieren? Open Innovation heißt: Ein Unternehmen stellt eine klar umrissene Aufgabe und holt sich kreative Lösungsideen von außen.

Produktentwicklung deutlich schneller und günstiger

Open Innovation kann die Entwicklungszeiten von Unternehmen um bis zu 42 Prozent und die Entwicklungskosten um bis zu 20 Prozent senken. Außerdem haben die Unternehmen die Chance, eine enge Bindung zu ihren Kunden aufzubauen und deren Bedürfnisse unmittelbar kennenzulernen. Die Produkte werden besser, das Risiko von Innovationsflops geringer.

Das internationale Sport Business Netzwerk ISPO als Vorreiter

Vorreiter des neuen Service-Angebots ist ISPO OPEN INNOVATION. Die ISPO ist eine der weltweit führenden Communities sportbegeisterter Sport Business

Professionals und Konsumenten und ist besonders interessiert an Innovationen, wirkt gerne an Produkttests mit und hat eine hohe Online-Affinität. Die Plattform richtet sich in diesem Fall auch an Endverbraucher und die Unternehmen können ihre neuen Entwicklungspartner auf zwei Arten einbinden: Als Co-Creator sind die Kundenexperten von Beginn an in den Innovationsprozess integriert, als Product Tester können sie – ebenfalls noch weit vor Markteinführung – ein umfassendes Feedback zu Produkteigenschaften geben. Bereits an Bord sind unter anderem die Marken The North Face und Lasse Kjus. Arne Arens, Geschäftsbereichsleiter Konsumgüter The North Face: „Ausschlaggebend für uns war, dass diese Plattform unabhängig ist und eine hohe Reichweite in unserer Branche und darüber hinaus hat. Hier werden die richtigen Teilnehmer auf ‚neutralem Boden‘ zusammengeführt.“ Nico Serena, Vorstand Lasse Kjus: „Wir sehen die ISPO OPEN INNOVATION Plattform als exzellente Möglichkeit, wertvolle Einsichten in die sich laufend wandelnden Skiläufer-Bedürfnisse zu gewinnen und die Reaktion auf Innovationsideen zu beschleunigen.“

Messe München International

Die Messe München International ist mit rund 40 Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien allein am Standort München einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Über 30.000 Aussteller und rund zwei Millionen Besucher nehmen jährlich an den Veranstaltungen auf dem Messegelände, im ICM – Internationales Congress Center München und im MOC Veranstaltungszentrum München teil. Die internationalen Leitmessen der Messe München International sind FKM-zertifiziert, d.h. dass die Aussteller- und Besucherzahlen sowie Flächenangaben nach einheitlichen Standards ermittelt und durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer testiert werden.

Darüber hinaus veranstaltet die Messe München International Fachmessen in Asien, in Russland, im Mittleren Osten, in Südamerika und in Südafrika. Mit zwölf Beteiligungsgesellschaften in Europa und Asien sowie über 60 Auslandsvertretungen, die mehr als 90 Länder betreuen, verfügt die Messe München International über ein weltweites Netzwerk. Auch beim Thema Nachhaltigkeit übernimmt sie eine Vorreiterrolle: Als erste Messeeinrichtung wurde sie mit dem Zertifikat „Energieeffizientes Unternehmen“ vom TÜV SÜD ausgezeichnet.

Über die ISPO

Unter der Marke ISPO bietet die Messe München International Veranstaltungen und ganzjährige Services für die weltweite Sportbranche an. Ziel ist es, Kunden umfassende Mehrwerte für ihre erfolgreiche Positionierung im Markt zu verschaffen.

Die Services helfen, die Kunden bei ihrer unternehmerischen Entwicklung zu unterstützen sowie persönliche Kontakte und Beziehungen zu vertiefen. Hierzu zählen bereits ISPO ACADEMY, ISPO COMMUNITY, ISPO AWARD, ISPO BRANDNEW, ISPO CARD, ISPO JOBS und ISPO NEWS. Als international erfolgreiche Sport Business Plattformen und Multisegment-Messen gewähren die ISPO MUNICH und die ISPO BEIJING einen Gesamtüberblick über ihre jeweiligen Märkte.