

Nr. 05
München, 05. August 2014
Presseinformation

ISPO COMMUNITY bietet neuen Service

Mit dem ISPO Business Profil noch näher am Kunden

Das führende Sport Business Netzwerk ISPO bietet Unternehmen ab sofort einen neuen ganzjährigen Service, der die ganzen Vorteile des Online-Business nutzt. Mit dem neuen ISPO Business Profil haben diese jetzt die Möglichkeit, sich umfassend online zu präsentieren, direkt mit den Usern der ISPO COMMUNITY – und damit ihrer relevanten Zielgruppe – in Kontakt zu treten und sogar eine Follower-Gemeinschaft aufzubauen.

Nach dem erfolgreichen Relaunch präsentiert sich die Webseite der ISPO COMMUNITY nicht nur in einem responsiven Design, sondern bietet auch einen neuen Service: das ISPO Business Profil. Unternehmen können hier aktiv mit sportinteressierten Konsumenten netzwerken, indem sie sich an Projekten, Votings und Diskussionen beteiligen und dadurch Meinungen und Ideen zu Marken sowie Produkten erhalten. Das Basis-Profil ist dabei kostenlos und lässt sich mit weiteren Upgrades problemlos erweitern.

Tobias Gröber, Geschäftsbereichsleiter Konsumgütermessen bei der Messe München GmbH, beantwortet die wichtigsten Fragen rund um den neuen Service der ISPO COMMUNITY.

Was ist die ISPO COMMUNITY?

„Die ISPO COMMUNITY ist eine ganzjährige, interaktive Sport-Community für Konsumenten und Unternehmen. Diese Plattform gibt ihren Usern die Möglichkeit, sich über sportrelevante Themen auszutauschen und mittels selbst erstellter Votings abstimmen zu lassen. Auf den Punkt gebracht bedeutet dies: Die ISPO COMMUNITY ist eine Onlineplattform, auf der wir Händler, Hersteller und Lieferanten mit sportinteressierten Konsumenten vernetzen. So ermöglichen wir eine ganz neue Form der Meinungs- und Marktforschung, aber auch der Kundenbindung.“

Corinna Feicht
Projekt-PR Referentin
Tel. +49 89 949-21477
corinna.feicht@
messe-muenchen.de



Messe München GmbH
Messegelände
81823 München
Deutschland
www.messe-muenchen.de



Welche Vorteile haben Unternehmen bei der Nutzung eines ISPO Business Profils?

„Der Dialog mit den Konsumenten spielt auch online eine immer wichtigere Rolle und wir als das führende Sport Business Netzwerk bieten dafür die entsprechenden Kanäle. Mit dem ISPO Business Profil ermöglichen wir Unternehmen sich ein individuelles Profil anzulegen und sich ihren Konsumenten optimal zu präsentieren. Durch eine Teilnahme an Open Innovation Projekten, Votings und Diskussionen mit den Usern der Community können die Unternehmen zusätzlich Feedback, Meinungen und Ideen zu Marken, Produkten und Innovationen sammeln und sich eine Fangemeinde aufbauen. Darüber hinaus können sie unsere Onlineplattform nutzen, um zusätzliche Reichweite zu gewinnen – das verschafft ihnen auch gleichzeitig eine höhere Marken-Aufmerksamkeit. Durch den direkten Draht zu den Endkonsumenten erhalten die Unternehmen eine unmittelbare Einsicht in deren Bedürfnisse und Wünsche und können so viel zielgerichteter ihre Produkte entwickeln. Was vorher für viele Firmen eine Art ‚Black Box‘ war, wird nun transparent. Dies wiederum garantiert ihnen – das zeigt unsere Erfahrung – über kurz oder lang bessere Umsätze und einen treuen Kundenstamm, der sich mit der Marke identifiziert.“

Die ISPO entwickelt gerade einige neue Produkte. Vor kurzem haben Sie ISPO OPEN INNOVATION und die ISPO COMMUNITY gestartet. Wie unterstützen die ISPO Business Profile dieses neue Portfolio?

„Die Anforderungen, aber auch die Erwartungen an Messen haben sich in den letzten Jahren stark verändert: Anstatt der reinen Ordermesse, wie wir sie vor 20 Jahren hatten, tritt nun die Informations- und Kontaktfunktion der Messe immer mehr in den Vordergrund. Die ISPO hat dies erkannt, und sich als internationaler Full-Service Partner für das Sport Business daher frühzeitig konsequent digital ausgerichtet. So können wir unseren Kunden nicht nur an vier Tagen, sondern auch ganzjährig einen Mehrwert bieten. Das neue ISPO Angebot trägt vor allem dem wachsenden Konkurrenzdruck im Markt Rechnung, durch den eine direkte Vernetzung mit den Kunden immer wichtiger wird. Dabei bieten wir mit unseren Services interaktive Möglichkeiten zur Kundengewinnung und Kundenbindung – und die ISPO Business Profile sind eine konsequente



Seite 3

Weiterentwicklung des Potenzials, das uns das Web zur Verfügung stellt. Wir möchten eben nicht nur offline mit unseren Leitmessen - sondern auch online mit unseren digitalen Services unserer Vorreiterrolle gerecht werden. Aus meiner Sicht sind die Präsentationsmöglichkeiten für Unternehmen in unserem Netzwerk und der direkte Draht zu den Endkonsumenten die optimale Voraussetzung, um sich erfolgreich im Sport Business zu positionieren.“

Weitere Informationen zur ISPO MUNICH und zur ISPO COMMUNITY gibt es unter www.ispo.com und unter www.community.ispo.com sowie auf Facebook: <https://www.facebook.com/ispomunich>

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 TEXTRENDS, ISPO CARD, ISPO JOBS und



Seite 4

ISPO NEWS. Als international erfolgreiche Sport Business Plattformen und Multisegment-Messen gewähren die ISPO MUNICH, ISPO BEIJING, ISPO SHANGHAI einen Gesamtüberblick über ihre jeweiligen Märkte.

