

Die IFA zeigt auch 2018 die Megatrends **Innovation und Inspiration**

Auch in diesem Jahr wird sich die IFA vom 31. August bis zum 5. September in Berlin als weltweite Leitmesse für Consumer und Home Electronics präsentieren. Neben den aktuellen Produkten und Neuheiten aller wichtigen Markenhersteller stehen auch Zukunftsthemen auf dem Programm. Dabei wagt die IFA mit neuen Partnerschaften den Blick über die klassischen Grenzen der Branche hinaus und spiegelt so die Vernetzung von Technologien und Ideen noch umfassender wider als bisher.

„Die großen aktuellen Trendthemen wie Sprachsteuerung und Künstliche Intelligenz vernetzen immer mehr Produkte und Märkte miteinander“, erklär-

te Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer und Home Electronics GmbH. „Ganz besonders zeigt sich das bei den Branchen der Consumer Electronics und Home Appliances, für die die IFA die ideale gemeinsame Plattform ist. Keine andere Messe erfüllt die Anforderungen der führenden Marken der beteiligten Industrie, des Handels, der Konsumenten und der Medien derart umfänglich. Das diesjährige zehnte Jubiläum der Home Appliances@IFA sowie das erneut gestiegene Ordervolumen der IFA auf zuletzt 4,7 Milliarden Euro sind eindrucksvolle Bestätigungen des herausragenden Erfolgs und der einzigartigen Stellung der IFA in Berlin im Markt.“

Dabei setzen die Organisatoren vor allem auf qualitatives Wachstum. Mit gutem Grund: Für eine quantitative Ausdehnung gibt es in Berlin praktisch keinen Spielraum, denn das Messegelände rund um den Funkturm wird bis auf den letzten Quadratmeter genutzt,

und der im Vorjahr gestartete OEM- und ODM-Marktplatz, IFA Global Markets, in der Station Berlin ist bereits jetzt überbucht. Weitere Satelliten in der Bundeshauptstadt sollen nicht eingerichtet werden.

Auch 2018 soll die IFA an die Rekordergebnisse im vorigen Jahr anknüpfen. 2017 verzeichnete die Messe 252.000 Besucher, davon 145.000 Fachleute aus 121 Ländern. 1.800 Marken waren auf dem Berliner Messegelände vertreten, rund 5.700 Journalisten verbreiteten die Nachrichten aus der Technologiebranche in 160 Länder. Das starke Medieninteresse zeigte sich auch am 20. und 21. April auf der IFA Global Press Conference, auf der die Organisatoren traditionell den Startschuss für die kommende IFA geben: Eine Rekordzahl von mehr als 360 Journalisten und Industriepartnern erhielt in Rom in zahlreichen Power Briefings von globalen Brands einen exklusiven Einblick in die Top-Trends und Produkt-Highlights der Branche.



Sie gaben in Rom einen Ausblick auf die IFA 2018: (von links) Jens Heithecker, IFA Executive Director, Dr. Christian Göke, CEO Messe Berlin, Miss IFA, Moderatorin Melinda Crane, Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu, und Georg Walkenbach, Mitglied des Gesamtvorstands des ZVEI.

Gründe für Optimismus

Weltweit steigt die Nachfrage nach Consumer und Home Electronics Produkten. Trotz einer verhaltenen Konjunktur in den ersten drei Monaten, die vor allem von politischen Unsicherheiten geprägt waren, wird erwartet, dass der Umsatz im Segment Consumer Electronics in diesem Jahr erstmals die Schwelle von einer Billion US-\$ überschreitet. Das würde ein Plus von 3,9 Prozent bedeuten. Getrieben wird dieses Wachstum zum einen durch Smartphones, von denen 2018 erstmals mehr als 1,5 Milliarden Stück verkauft werden sollen. Auch im TV-Geschäft erwarten die Verantwortlichen nach einer leichten Delle im Vorjahr wieder ein spürbares Plus. Bei den Hausgeräten sind die Perspektiven ebenfalls positiv: Der Umsatz mit Großgeräten soll in diesem Jahr um 10 Prozent auf 216 Milliarden US-\$ zulegen; für Kleingeräte wird ein Plus von 4 Prozent auf 68 Milliarden US-\$ erwartet. „In den meisten Ländern der Welt wird sich das Wachstum aufgrund des Anstiegs der dort zu erwartenden Kaufkraft in der Mittelklasse fortsetzen“, erklärte Georg Walkenbach, Mitglied des Gesamtvorstands des ZVEI. „In vielen Produktgruppen ist das Wachstumspotential noch nicht ausgereizt. Eine Vielzahl neuer Trends zeigt dies deutlich. Bestes Beispiel dafür ist die Küche, für die es Innovationen in so gut wie jeder Produktkategorie gibt.“ Auch bei den Hausgeräten wird Vernetzung immer wichtiger. Sie sorgt nicht nur für mehr Bedienkomfort und Sicherheit, sondern trägt auch zum Lifestyle-Appeal innovativer Produkte bei. Marktuntersuchungen zeigen, dass immer mehr Konsumenten diese Entwicklung zu schätzen wissen. „Die Menschen sind inzwischen digital vernetzt und möchten diese Erfahrung nutzen“, berichtete Jürgen Boyny,



Global Director Consumer Electronics bei GfK Retail and Technology. „Die Kunden wollen Entertainment und Kommunikation, Lifestyle und Convenience, und sie sind bereit, für die Innovationen zu bezahlen, wenn sie einen Nutzen sehen und ihn verstehen.“ Der letzte Punkt wurde bereits 2017 vom Markt bestätigt: In zahlreichen Segmenten wie TV, Home-Audio, Digitalcameras, Smartphones, Waschmaschinen und Staubsaugern legten die durchschnittlichen Verkaufspreise weltweit zum Teil deutlich zu.

Vernetzung ohne Grenzen

Die Innovationen der digitalen Consumer-Technologien kommen längst nicht mehr nur aus den direkt beteiligten Branche. Vernetzung bedeutet hier nicht nur das Zusammenspiel von Komponenten in begrenzten Öko-Systemen, sondern auch das Überwinden bisheriger Grenzen. Das soll sich auch auf der IFA widerspiegeln. „Die IFA ist ein Netzwerk, das verbindende Element für das Öko-System unserer technologischen Welt“, erklärte Dr. Christian Göke, CEO der Messe Berlin. „Zu den Innovationen der Consumer Electronics trägt nicht nur eine Branche bei. Aktuell sind es sieben, acht, neun Branchen, die die Innovationen hervorbringen. Erstmals sind sie heute in einem Öko-System miteinander verbunden, in dem sie sich gegenseitig inspirieren und damit die Innovationsgeschwindigkeit signifikant steigern.“ Co-Innovation nennt Göke diesen Prozess, auf den sich die IFA mit ganz neuen Partnerschaften einstellt. So wurde

gemeinsam mit der Geneva International Motor Show die neue halbjährliche Fachtagung Shift Automotive ins Leben gerufen, denn neue Automobil-Technologien verändern die Art und Weise, wie Menschen denken, leben und autofahren. Dieser Wandel wird sowohl von der Autoindustrie als auch von der Hightech-Branche und Unternehmen der Unterhaltungselektronik vorangetrieben. Die erste zweitägige Shift Automotive Konferenz wird am 4. und 5. September 2018 im Rahmen der IFA 2018 stattfinden. Im März 2019 folgt dann die nächste Ausgabe der halbjährlich geplanten Fachtagung auf der Geneva International Motor Show in Genf. Auch das Zentrum für Innovationen, Start-ups, Forschungseinrichtungen und Unternehmen, die IFA-Next in Halle 26, soll nach dem erfolgreichen Debüt auf der IFA 2017 in diesem Jahr deutlich erweitert werden.

Am 2. und 3. September soll der IFA+ Summit zudem Vordenker, globale Trendsetter und Visionäre zusammenführen, um Zukunftstechnologien, neue Formen von Connectivity und innovative Geschäftsmodelle auszuloten. Um Trends und Zukunftsperspektiven geht es zusätzlich bei den IFA International Keynotes an den ersten beiden Messetagen.

Mit diesem Gesamtpaket soll die IFA Ausstellern, Besuchern und den beteiligten Branchen neue Impulse geben. „Mit der IFA bringen wir Marken, Start-ups, Entwickler, den Handel und Konsumenten zusammen“, betonte IFA Executive Director Jens Heithecker. „Wir unterstützen das gesamte Portfolio unserer Branchen, deren Trends weitere Innovationen anregen. Diese Trends erzeugen Wachstum, ändern unseren Lifestyle und geben dem Begriff Consumer Electronics eine komplett neue Bedeutung.“