

Berlin erwartet die Consumer Tech Branche Endlich wieder eine richtige IFA

Die IFA 2022 wird nach der Corona-bedingten Pause als globale Leitmesse vom 2. bis 6. September auf das Berliner Messegelände zurückkehren. Das gab die Messe Berlin auf einer internationalen (digitalen) Pressekonferenz bekannt. Für die Veranstaltung steht das gesamte Messegelände rund um den Funkturm ohne Einschränkungen zur Verfügung. Wichtige Aussteller haben bereits zugesagt, auch führende Handelsunternehmen, darunter alle deutschen Kooperationen, kündigten ihre Teilnahme an.

„Die IFA Berlin 2022 könnte zu keinem besseren Zeitpunkt stattfinden“, sagte Jens Heithecker, IFA Executive Director und Executive Vice President der Messe Berlin Group. „Unsere Veranstaltung bietet Marken und Ein-



zelhändlern eine dringend benötigte und perfekt getimte, groß angelegte Plattform, um die Verbindung zwischen Industrie, Handelspartnern und Verbrauchern weltweit neu zu beleben.“ Damit will die IFA an die letzte „normale“ Veranstaltung im Jahr 2019 anknüpfen. Allerdings bedeute das keinen Weg zurück, betonte Heithecker. Denn in den letzten zwei Jahren habe sich vieles verändert, die Welt sei digitaler als je zuvor. „Was sich aber nicht verändert hat, ist die Notwendigkeit, die neuen Herausforderungen in persönlichen Gesprächen zu bewältigen“, betonte Heithecker. So könnten gerade die bekannten

Probleme in den Lieferketten, die durch den Krieg in der Ukraine noch verschärft würden, nur im direkten Austausch zwischen Herstellern und dem Handel gelöst werden. Dabei werde es in diesem Jahr voraussichtlich keine Corona-Beschränkungen wie Masken-, Impf- oder Testpflichten geben.

In Berlin habe sich in diesem Frühjahr bereits gezeigt, wie groß der Bedarf nach Messeplattformen und persönlichen Begegnungen in der Wirtschaft sei, fügte Heithecker hinzu. So habe die Leitmesse des globalen Fruchthandels, die Fruit Logistica, vom 5. bis 7. April 2.000 Aussteller aus 87 Ländern angezogen und

40.000 Fachbesucher aus 130 Ländern nach Berlin gebracht.

Umfassendes Programm

Nach Angaben von Heithecker haben bereits zahlreiche Unternehmen ihre IFA-Stände gebucht, darunter 15 der 20 wichtigsten Aussteller. Auch große und kleine Hersteller aus China werden trotz der dortigen Corona Restriktionen erwartet. Derzeit gibt es keine Reisebeschränkungen für chinesische Aussteller und Besucher, allerdings könnten sich die strikten Quarantäne-Vorschriften bei der Wiedereinreise (derzeit drei Wochen) als hinderlich erweisen. Wenn sich dies nicht ändert, erwartet die Messe Berlin, dass wichtige Hersteller vor allem durch ihre Niederlassungen und Partner in Europa vertreten werden.

Neben den Messeständen können die IFA-Besucher in diesem Jahr wieder ein umfassendes Rahmenprogramm erwarten, zu dem auch die Innovationsplattform IFA Next mit Expertenvorträgen und Podiumsdiskussionen über Zukunftstechnologien wie künstliche Intelligenz gehören

wird. Auch Sonderflächen zu Trendthemen wie Smart Home und ein Reseller Park sind geplant. Die Mobilitätskonferenz Shift Mobility kehrt ebenfalls in diesem Jahr auf die IFA zurück, um ein Podium für Zukunftsthemen wie nachhaltige Mobilität, vernetztes Fahren und erneuerbare Energien zu bieten.

In IFA Keynotes werden führende Vertreter großer Unternehmen auf der IFA 2022 wieder ihre Visionen zukünftiger Technologien und Märkte präsentieren. Zur Eröffnung wird Christiano Amon, Präsident und CEO von Qualcomm, erwartet. Die Technologien dieses Halbleiter-Giganten treiben zahlreiche Smartphones an, spielen aber darüber hinaus auch für andere Netzwerkanwendungen und die Weiterentwicklung künstlicher Intelligenz eine wichtige Rolle.

Der Handel kommt nach Berlin

Viele der weltweit größten Einzelhändler und Handelsgruppen wollen die IFA 2022 als erste Gelegenheit seit Beginn der Corona-Pandemie nutzen, in vollem Umfang mit

Marken und Herstellern der Consumer- und Home Electronics Branche in Kontakt zu treten. Bereits jetzt haben nach Angaben der Messe Berlin zahlreiche Händler aus aller Welt ihre Absicht erklärt, an der Leitmesse teilzunehmen. Dabei wird der IFA in diesem Jahr nicht nur wegen ihrer traditionellen Rolle als Order- und Produktplattform eine besondere Bedeutung beigemessen. Viele Händler erwarten auch Antworten auf den Trend, dass sich Menschen stärker als früher auf ihr Zuhause konzentrieren und hybriden Arbeitsmustern folgen.

„In diesem Jahr wird die IFA ihre Rolle als wichtige Plattform für den globalen Handel wieder aufnehmen“, kündigte Heithecker an. „Aus den Gesprächen mit unseren Handelspartnern wissen wir, dass sie zur IFA kommen müssen und wollen – in diesem Jahr mehr denn je.“

Zu den Handelsorganisationen, die ihr Kommen bereits angekündigt haben, gehören auch alle deutschen Kooperationen, die zum Teil auch eigene Auftritte geplant haben. „Wir haben in den vergangenen Jahren gelernt, dass sich viel virtuell umsetzen lässt“, erklärte Karl Trautmann, Vorstand der ElectronicPartner Handel SE. „Wir haben aber auch gesehen, dass dies bei zwei Dingen nicht funktioniert: bei der Anthropologie des Menschen – denn dieser will sich persönlich und live austauschen – und beim Erleben unserer großartigen Produkte. Deshalb freuen wir uns sehr, dass die IFA 2022 wieder als Präsenzveranstaltung stattfindet und haben erneut das Palais für unseren Auftritt gebucht!“

„Selbstverständlich werden wir auf der IFA wieder mit einem Mitgliederstand präsent sein“, kündigte



Jens Heithecker (rechts), IFA Executive Director und Executive Vice President der Messe Berlin Group, stellte gemeinsam mit IFA Director Dirk Koslowski auf einer internationalen (digitalen) Pressekonferenz die Fakten zur IFA 2022 vor.

Benedict Kober, Sprecher des Vorstands Euronics Deutschland eG, an. „Gerade mit Blick auf die diesjährige Fußball-WM, die zur ungewöhnlichen Winterzeit gespielt wird, verspricht das Jahresendgeschäft im Consumer Electronics-Bereich besonders spannend zu werden. Wir werden bei unserem Auftritt einen gesonderten Fokus auf unsere smarten Lösungen richten.“

Auch für den Vorstandsvorsitzenden der expert SE, Dr. Stefan Müller, ist die Rolle der IFA unbestritten: „Die IFA ist und bleibt die bedeutende Plattform für neue und innovative Elektronikprodukte in der Branche. Der Zuspruch unserer Partner im Rahmen der Vorbereitungen für die Kooperationsmesse KOOP hat ganz deutlich gezeigt, dass der Bedarf und Wunsch nach einer Präsenzveranstaltung groß ist – wir freuen uns somit sehr auf das persön-

liche Treffen in Berlin im September 2022.“

Ähnlich beurteilt das auch der Geschäftsführer der telering Marketing GmbH & Co. KG, Udo Knauf: „Wir freuen uns auf die IFA 2022 und sind fest davon überzeugt, dass diese in einem Format stattfinden wird, wie wir sie schätzen und lieben. Die IFA ist als exponierte Branchenveranstaltung für uns einzigartig, unverzichtbar und fester Bestandteil unseres Event-Kalenders, denn sie ist und bleibt der Branchentreff schlechthin.“

Ebenfalls in Berlin dabei sein wird die EK/servicegroup eG. „Ein Jahr ohne IFA ist definitiv eines zu viel“, betonte Vorstand Jochen Pohle. „Unsere Händler und wir selbst freuen uns auf die internationalen Produktinnovationen und Technologien, auf neue Trends und tolles Infotainment. Was in Berlin beim Publi-

kum für Furore sorgt, prägt anschließend den Handel vor Ort. Dabei sein heißt also, Wettbewerbsvorsprünge sichern. Außerdem nutzen wir natürlich die Gelegenheit, um dem Fachhandel das EK Leistungsspektrum vorzustellen. Dazu bringen wir unter anderem unsere Markenstore-Konzepte electroplus und küchenplus mit an die Spree.“

Auch zahlreiche weitere Handelsorganisationen aus Deutschland, Europa und Übersee haben sich für die IFA angesagt, darunter AO Deutschland, Azione Unlimited (USA), Boulanger (Frankreich), Euronics (Schweiz), HiDef Lifestyle (USA), InMotion Entertainment Group (USA), Lotte Himart Co., Ltd. (Korea), MediaMarktSaturn (Österreich und Polen), Nationwide Marketing Group (USA), Senao International (Taiwan), Starpower (USA) und Time-machine.inc (Japan).