

Endlich: Einigung über neues IFA Konzept Auch in Zukunft in Berlin

Nach langen Debatten haben sich die an der Messe beteiligten Organisationen über die Zukunft der IFA geeinigt: Die Veranstaltung soll für weitere zehn Jahre in Berlin bleiben – allerdings unter neuen Vorzeichen: Verantwortet wird die weltweit bedeutendste Messe für Consumer Electronics und Home Appliances jetzt von der neugegründeten IFA Management GmbH. Dabei handelt es sich um ein Joint Venture, das die gfu Consumer & Home Electronics GmbH gemeinsam mit Clarion Events Ltd, einem in London ansässigen weltweit operierenden, unabhängigen Event-Veranstalter, gegründet hat. Die Messe Berlin ist dabei als Vermieterin des Geländes involviert. Bereits die IFA 2023 (1. bis 5. September) soll unter den neuen Bedingungen stattfinden.

Die neuen IFA-Verantwortlichen wollen das digitale Angebot der Messe und die Marke IFA Next ausbauen, um die Veranstaltung noch stärker für Start-ups und innovative Produkteinführungen zu öffnen. Dabei sind auch Investitionen in neue Features geplant, um in Zukunft noch mehr Anreize für Fachbesucher, Sponsoren, Aussteller und das breite Publikum zu schaffen.

„Ich freue mich, dass die IFA in Berlin bleibt“ kommentierte Dr. Sara Warneke, Geschäftsführerin der gfu. „Die Kompetenz der Messe Berlin bei der Durchführung einer Messe die-



Bei der Vertragsunterzeichnung im Roten Rathaus offensichtlich entspannt: v. l. Martin Ecknig, CEO Messe Berlin GmbH, Stephan Schwarz, Senator für Wirtschaft, Energie und Betriebe, Dr. Sara Warneke, Geschäftsführerin der gfu, Franziska Giffey, Regierende Bürgermeisterin von Berlin, Lisa Hannant, CEO von Clarion Events.

ser Größenordnung und das Potenzial der neuen IFA Management GmbH werden entscheidend dazu beitragen, dass die IFA auch in den kommenden Jahren erfolgreich bleiben wird.“

Auch Lisa Hannant, CEO von Clarion Events zeigte sich zufrieden: „Wir freuen uns sehr über diese Partnerschaft und werden uns mit aller Kraft dafür einsetzen, ihren langfristigen Erfolg sicherzustellen. Die Zusammenarbeit von Clarion, der gfu und der Messe Berlin kommt zu einem perfekten Zeitpunkt in der Geschichte der IFA. Das Joint Venture wird investieren, um neue inspirierende Möglichkeiten zu eröffnen, die zu mehr Engagement führen und mehr Geschäft für unsere Kunden aber auch das Land Berlin bedeuten können.“

Digitale Messekultur

Clarion werde Ressourcen in das Management und das gesamte Team einbringen, um eine dynamische, zukunftsorientierte und digitale Messekultur zu schaffen, fügte Hannant hinzu. Oliver Merlin, der sich auf LinkedIn als Business Transformation Specialist vorstellt und über langjährige Erfahrung im Management von Großveranstaltungen verfügt, soll das neue IFA-Team leiten, ein eigenes Büro in Berlin einrichten und damit neue Initiativen vorantreiben. Simon Kimble, Board Director Clarion, sowie Chris Gallon, Geschäftsführer von Clarion EMEA, treten in den Beirat des Joint Ventures ein und bringen ihre jahrelange Erfahrung mit. Ziel der Zusammenarbeit zwischen der gfu und Clarion sei es, die IFA zukünftig sowohl als Live- als auch als Digital-Event stattfinden zu lassen, um so ihr volles Potenzial auszuschöpfen,

Technikprodukte bleiben beliebt

Auch in diesem Jahr stehen Technikprodukte wieder auf vielen Wunschzetteln. Das zeigt eine repräsentative Umfrage, die das Marktforschungsunternehmen YouGov im Zeitraum vom 8. bis 10. November für die Branchenorganisation gfu Consumer & Home Electronics durchgeführt hat. Am häufigsten genannt wurden dabei Smartphones, gefolgt von TV-Geräten, Laptop-PCs und Tablets. Auch Smartwatches, Staubsauger und -roboter sowie Spielekonsolen sind zum Fest begehrt. Zudem wirken sich offensichtlich die steigenden Energiepreise auf die Wunschzettel aus: So werden Kühlschränke und Kühl-/Gefrier-Kombinationen unter den großen Hausgeräten am häufigsten genannt. Wie sehr das Thema Energie die Menschen beschäftigt, macht ein spezielles Produkt auf der Liste der Wünsche deutlich: Dort steht zum ersten Mal ein Notstrom-Aggregat.

Für viele Kunden ist das Weihnachtsfest allerdings nicht unbedingt ein Anlass dafür, in Technik zu investieren. Auch Aktionen lösem in dieser Gruppe keinen Motivationsschub aus: Denn fast die Hälfte (49 Prozent) der Befragten gab an, Technikprodukte grundsätzlich nach Bedarf zu kaufen und nicht wegen bestimmter Angebote in der Vorweihnachtszeit. Die klassischen Schnäppchenjäger sind aber keinesfalls ausgestorben: 18 Prozent warten gezielt auf passende Angebote und stimmen den Kaufzeitpunkt entsprechend ab. Mit fünf Prozent relativ klein ist die Gruppe der Gelegenheitskäufer. Sie schlagen spontan zu, wenn es günstige Angebote gibt, um diese dann für sich selbst oder als Geschenk zu erwerben.

Die Inflation wirkt sich leider auch auf die Kaufabsichten aus: 19 Prozent der Befragten gaben an, in diesem Jahr keine oder deutlich weniger Technikprodukte anschaffen zu können, weil sie dafür wegen der Preissteigerungen einfach kein Budget haben.

heißt es in einer Pressemitteilung. Martin Ecknig, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH, betonte die traditionelle Verbundenheit der IFA mit Berlin: „Die IFA hat ihren Ursprung in Berlin, wo sie 1924 erstmals als Funkausstellung stattfand“, sagte der Messechef. „Deshalb freuen wir uns sehr, dass die IFA für weitere zehn Jahre in der Hauptstadt bleibt. Als eine der führenden Veranstaltungen in der Stadt liefert die IFA einen wichtigen wirtschaftlichen Impuls für den Messestandort Berlin, sowohl auf nation-

aler als auch auf internationaler Ebene. Auf der Basis der neu gegründeten Partnerschaft kann die IFA Berlin auch in Zukunft auf eine erfolgreiche Entwicklung blicken.“

Im September dieses Jahres hatte sich die IFA nach einer zweijährigen pandemiebedingten Pause im gewohnten Format zurückgemeldet. Über 161.000 Besucherinnen und Besucher kamen an fünf Tagen zur Veranstaltung. Dabei sei der Anteil der Fachbesuchenden im Vergleich zu 2019 gestiegen, teilten die Veranstalter nach der Messe mit.