

Erster Ausblick auf die IFA 2023

Evolution statt Revolution

Wie berichtet (siehe PoS-MAIL 12/2022, S. 8), wird die IFA in diesem Jahr erstmals von der neugegründeten IFA Management GmbH organisiert, einem Joint Venture zwischen der gfu Consumer & Home Electronics GmbH und dem in London ansässigen, weltweit operierenden Event-Veranstalter Clarion Events Limited. Knapp drei Monate nach Bekanntgabe der neuen Struktur hat jetzt Oliver Merlin, Geschäftsführer der IFA Management GmbH, einen Ausblick auf die IFA 2023 gegeben. Dabei setzen die Verantwortlichen auf Evolution statt Revolution.

Gleich zu Beginn des Pressegesprächs machte Merlin deutlich, dass die IFA 2023 kein Sanierungsfall ist. Als weltweite Messe für Haushaltsgeräte und Consumer Electronics sei sie vielmehr die optimale globale Plattform, um zu zeigen, wie sich Technologie und Unterhaltung verbinden können.

Zudem sei sie die einzige Veranstaltung ihrer Art, die sowohl für Fachbesucher als auch für Konsumenten geöffnet sei und könne deshalb die Innovationen der Branche beiden Zielgruppen präsentieren.

Die Veranstaltung 2022 habe gezeigt, dass auch nach der Pandemie das Bedürfnis bestehe, Produkte live zu erleben, persönliche Kontakte zu knüpfen und Geschäftspartner zu treffen. Der IFA-Zeitpunkt Anfang September sei ideal für die Einkaufsentscheidungen des Handels vor der umsatzstärksten Zeit des Jahres, sagte Merlin. Und Berlin als Standort sei ein ideales Ziel für Geschäfts- und Privatreisende, ein Tor zum europäischen Markt und gelte mit vielen Startups und Unternehmen als großes Technologiezentrum.

Internationales Team

Nach der Einigung über das neue IFA Konzept habe die IFA Management GmbH bei Null angefangen, berichtete Merlin. „Es gab keine Firma, kein Team, nicht einmal ein Bankkonto.“ Inzwischen wurde ein internationales Team von 32 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zusammengestellt, unter denen sich



Oliver Merlin, Geschäftsführer der IFA Management GmbH.

auch ehemalige Mitglieder des IFA Teams der Messe Berlin befinden: Der langjährige IFA Direktor Dirk Koslowski ist als Executive Director in einer leitenden Position bei der IFA Management GmbH, und der frühere Executive Vice President der Messe Berlin, Jens Heithecker, soll bei der Clarion Events in London die strategische Weiterentwicklung der IFA vorantreiben. Neben der Kompetenz des Teams sei auch die langjährige Erfahrung der Messe Berlin eine gute Basis für die Zukunft der IFA, betonte Merlin. Die Messegesellschaft gehöre zu den ganz wenigen Unternehmen weltweit, die eine Veranstaltung von der Größe und der Komplexität der IFA beherbergen könne.

Für die diesjährige Veranstaltung gab sich der neue IFA Chef zuversichtlich. Bereits nach dem aktuellen Buchungsstand werde die Veranstal-

tung größer als die des Jahres 2022, betonte Merlin. Führende Anbieter wie die BSH, Electrolux, Hama, Liebherr, Miele, Panasonic, Samsung, Sony und Vestel hätten schon große Standflächen gebucht.

Neue Ideen

Die neuen IFA Verantwortlichen setzen zwar auf Evolution statt Revolution, neue Ideen sollen aber bereits realisiert werden. So ist eine Verstärkung in den Bereichen Digital Health, Wearables und Mobilität geplant. Das Thema Nachhaltigkeit findet in einem neuen „Sustainability Village“ ein Zuhause, wo es neben Workshops und Sessions zu den besten Handlungsansätzen in diesem Bereich auch einen Repair Shop vor Ort geben soll, in dem aus Elektroschrott wieder funktionsfähige Geräte gemacht werden.

Deutlich vergrößert werden soll auch die Start-up-Fläche IFA Next, auf der 500 junge Unternehmen erwartet werden. Dafür arbeitet die IFA Management GmbH mit einer erfahrenen Organisation aus diesem Bereich zu-

sammen, um ein ausführliches Programm mit Demo-Tagen, Pitches von jungen Firmen und Investoren-Panels aufzustellen.

Wie sich die wachsende Bedeutung von Robotics auf das Wohnen der Zukunft auswirkt, sollen die IFA Besucher im „House of Robots“ erleben. Um aktive Mitmachen geht es in der Gaming & Esports Bar, die von Anbietern aus diesem Segment, Branchenexperten, Einkaufsgruppen sowie Influencerinnen und Influencern gestaltet werden soll.

Führungskräfte aus Industrie und Einzelhandel sollen sich im Rahmen der IFA auf dem IFA Leader's Summit treffen, um wichtige Innovationen, Trends und Konzepte im Consumer-Tech-Bereich zu diskutieren.

Über das Messegelände hinaus will die IFA 2023 durch das neue Tech-Festival #Berlitechweek strahlen.

Hier sollen während der Messe aktuelle Themen und Innovationen in Zusammenarbeit mit Visit Berlin und Berlin Partner auf Satelliten-Veranstaltungen die Konsumentinnen und Konsumenten in der Hauptstadt

erreichen. Ausgebaut werden auch die digitalen Angebote, die nicht nur den schnellen Überblick über alle Aktivitäten und Planungen im Zusammenhang mit der IFA 2023 bieten sollen, sondern auch weitergehende Hintergrundinformationen zu aktuellen Themen.

Ziel sei es, das ganze Jahr über mit den Zielgruppen in Kontakt zu bleiben und durch Inhalte Mehrwert zu bieten, erklärte Merlin. „Dafür ist unser neuer Head of Digital Content Callum Booth verantwortlich, der für diese Aufgabe mehr als zehn Jahre Erfahrung als Autor, Journalist und Redakteur mitbringt. Zuletzt arbeitete er als leitender Redakteur von The Next Web, einer digitalen Publikation mit mehreren Millionen Lesern.“

Mit diesem Konzept will die IFA Management GmbH eine tragfähige Grundlage für die IFA 2023 bieten, um dann 2024 den 100. Geburtstag dieser Veranstaltung mit noch attraktiveren Angeboten zu feiern.

