

Globale Innovatoren auf der IFA 2026



„Die Zukunft wartet nicht“

Vom 4. bis 8. September 2026 ist die IFA wieder der Treffpunkt für alle, die sich über die neuesten Trends und Innovationen in der Technologie-Branche informieren wollen. Für den Fachhandel geht es dabei um mehr als Produkte für das Weihnachtsgeschäft: Die IFA 2026 wird zeigen, wie Künstliche Intelligenz, Robotik, Smart Living, Future Commerce und digitale Transformation die Märkte

der Zukunft und den Alltag der Menschen gestalten.

Dazu gehört auch die gesellschaftliche Einordnung neuer Trends – von AI Computing über Retail Strategien bis zu sensorischer Intelligenz im smarten Zuhause. Auf dem Medienevent IFA Kick-Off am 30. Juni gaben sich die Organisatoren zuversichtlich, die führende Rolle der IFA weiter ausbauen zu

können. Vor einem Jahr waren 220.000 Besucher aus 140 Ländern, darunter 22.000 internationale Händler, nach Berlin gekommen, um die Präsentationen von 1.900 Marken aus 49 Ländern zu erleben.

Auch in diesem Jahr werden wieder führende Technologie-markten, visionäre Startups und kreative Tech-Pioniere aus aller Welt erwartet.

„Unser Motto ‚The future is now‘ ist für uns mehr als ein Claim – es ist eine Haltung“, sagte Leif Lindner, CEO der IFA Management GmbH. „Technologien, die noch vor wenigen Jahren wie Zukunftsmusik klangen, sind heute Teil unseres Alltags – in unseren Häusern, in der Arbeitswelt, im Handel und in der Art, wie Menschen miteinander kommunizieren. Genau diese Entwicklungen machen wir auf der IFA sichtbar, erlebbar und greifbar. Denn die IFA wird zeigen: Die Zukunft wartet nicht, sie findet jetzt statt.“

Auf dem IFA Kick-Off konnten Medienvertreter, Content Creator, Blogger, Analysten und zahlreiche Vertreter der Branche erste Einblicke in die Vielfalt der Themen, Innovationen und Trends auf der IFA 2026 gewinnen: Dazu gehören Künstliche Intelligenz und vernetzte Ökosysteme ebenso wie Health Tech, Smart Living, Entertainment sowie neue Retail- und Commerce-Ansätze. Dazu

sprachen Vertreter wichtiger Unternehmen wie BSH, ElevenLab, HD Plus, Meta, Miele, NielsenIQ, Philips, TikTok Shop und Xiaomi. Zudem präsentierten Experten ihre Einschätzung zur Zukunft von AI-Wearables, Discovery Commerce, der Zukunft der Unterhaltungsindustrie sowie der KI-gestützten Interaktion zwischen Menschen und Maschinen. Alexander Dehmel von Nielsen IQ sprach zudem über die Umsatzchancen, die auch in einem schrumpfenden Markt bestehen. Denn 85 Prozent der Top-200 Marken wachsen derzeit in einer Größenordnung von mehr als 0,5 Prozent. An dieser Dynamik kann der Fachhandel teilhaben, wenn er sich für die richtigen Produkte und Partner entscheidet.

„Der Kick-Off hat gezeigt, welche Rolle die IFA heute einnimmt“, erklärte Carine Chardon, Geschäftsführerin der GFU Home & Consumer Electronics GmbH. „Sie ist nicht nur Bühne für Produkte, sondern auch

Plattform für Einordnung, Austausch und Orientierung. Gerade in einem dynamischen Marktumfeld schätzen Industrie, Handel, Medien sowie Konsumenten und Konsumentinnen Anlässe, an denen technologische Entwicklungen nicht nur präsentiert, sondern erklärt, eingeordnet und diskutiert werden. Genau dafür steht die IFA.“

Volkswagen auf der Bühne

Die große Bandbreite aktueller Zukunftsthemen prägt auch das umfassende Vortragsprogramm auf der IFA. Auf der Innovation Stage (City Cube, UG) beginnt die IFA am 4. September 2026 (Uhrzeit noch nicht bekannt) mit einer politischen Session, in der Dr. Karsten Wildberger, Bundesminister für Digitales und Staatsmodernisierung, und Dr. Reinhard Zinkann, Geschäftsführender Gesellschafter der Miele Gruppe, miteinander diskutieren.



GFU Geschäftsführerin Carine Chardon und Leif Lindner, CEO der IFA Management GmbH, zeigten sich auf dem IFA Kick-Off zuversichtlich, die eindrucksvollen Zahlen aus dem Jahr 2025 erreichen oder sogar übertreffen zu können.

Moderiert wird die Veranstaltung von TV-Moderatorin Pinar Atalay. Am 5. September steht der Auftritt einer führenden Automobil-Marke auf dem Programm: Christine Wolburg, Chief Brand Officer von Volkswagen, und Kai Grünitz, Vorstand für die Technische Entwicklung der Marke, präsentieren ihre Vorstellungen von der Zukunft der Mobilität. Ebenfalls am 5. September spricht auf der Innovation Stage David Reger, Gründer und CEO von Neura Robotics, über die nächste Stufe der Entwicklung kognitiver Roboter, Künstlicher Intelligenz und menschenzentrierter Automatisierung. Auch für diese Vorträge wird die Uhrzeit noch bekanntgegeben. Spannende Themen gibt es auch auf der Dream Stage im Startup-Segment IFA Next (Halle 25) und auf der Creator Stage im Palais am Funkturm. Hier widmet die IFA am 6. September 2026 ab 11.00 Uhr einen ganzen Veranstaltungstag den Themen, die Creatoren und digitale Medienmarken bewegen. Inhaltlich geht es u. a. um Erfolgsmodelle der Creator Economy, KI-gestützte Kreativität und neue Formate, die das Zusammenspiel von Content und Publikum verändern. Das komplette Programm der IFA findet sich im Internet unter www.ifa-berlin.com.

Führende Marken

Auch in diesem Jahr werden führende Marken Konsumenten und Fachbesucher mit ihren Angeboten und Informationen im Bereich Consumer-Technologien ansprechen. Dazu gehören etablierte Partner des Fachhandels wie AEG, BSH, Jura,

Liebherr, LG oder Miele, Sony ist wieder im Creator Hub anzutreffen, die Marke Panasonic gleich zweimal: Panasonic Marketing im CityCube und Panasonic TV (SWMEU) in Halle 8. 2. Repräsentative Stände haben wichtige chinesische Großkonzerne angekündigt, darunter Dreame, Haier, Hisense, Midea und TCL. Erstmals mit einem Stand ist der chinesische Technologiekonzern Xiaomi vertreten, der damit nach eigener Aussage sein langfristiges Engagement in Europa bekräftigen will. Auf der IFA will das Unternehmen dem europäischen Publikum erstmals sein intelligentes Ökosystem „Human x Car X Home“ präsentieren und dabei auch wichtige neue Produkte vorstellen. Europa zähle zu den weltweit führenden Innovationsstandorten für Consumer-Technologien, Industrie-Design, Auto-Entwicklungen und Smart Home Lösungen, erklärte das Unternehmen. Damit nehme der Kontinent eine Schlüsselrolle in der Wachstumsstrategie von Xiaomi ein, das für den Zeitraum 2026 bis 2030 globale Gesamtinvestitionen von über 24 Milliarden Euro in Forschung und Entwicklung plant.

Diese Mittel sollen maßgeblich in die Weiterentwicklung von Künstlicher Intelligenz, Elektrofahrzeugen, Robotik, Betriebssystemen und weiteren Schlüssel-Technologien fließen. Auf der IFA will Xiaomi demonstrieren, wie Künstliche Intelligenz über einzelne Geräte hinaus nahtlos in den Alltag integriert werden kann. Im ersten Quartal 2026 umfasste das KI-Ökosystem des Konzerns, der 520 eigene Geschäfte außerhalb Chinas betreibt, weltweit mehr als 1,1 Milliarden vernetzte Geräte. Das Portfolio erstreckt sich über 130 Produktkategorien mit über 2.000 Produkten – von Gesundheits- und Haushaltslösungen über Unterhaltung und Mobilität bis zu intelligenten Wohnkonzepten.

Von einem repräsentativen Stand verabschiedet hat sich dagegen der koreanische Technologie-Konzern Samsung. Auf der bisherigen Fläche im City Cube hat die IFA die neue Retail Innovation Zone als zentralen Anlaufpunkt für den Fachhandel platziert (siehe PoS-MAIL 6-4/2026, Seite 5). Hier sind auch alle wichtigen Fachhandelskooperationen aus Deutschland vertreten.

Bald werden wieder zahlreiche Fachbesucher und Endkonsumenten in die IFA-Hallen auf dem Berliner Messegelände strömen.

