

Mehr Platz für Marken auf der IFA

Vernetzte Technik

Als weltweit größte Messe für Consumer Electronics und Hausgeräte wird die IFA 2017 vom 1. bis 6. September in Berlin im Zeichen der Vernetzung stehen. Um dem notorischen Platzmangel auf dem Messegelände zu begegnen, haben die Veranstalter der IFA eine neue Struktur verpasst. Das Geschehen rund um den Funkturn wird auf Marken und Innovationen fokussiert; Zulieferer und Komponenten-Hersteller erhalten auf der IFA Global Markets, vom 3. bis 6. September in der Station Berlin einen eigenen Auftritt. Mit der IFA Next gibt es in Halle 26 eine neue Plattform für Startups, Forschungslabors und Unternehmen. Hier werden auch die IFA-Keynotes und das IFA Konferenzprogramm stattfinden.

Wichtigstes IFA-Thema bleibt die allgegenwärtige Vernetzung, die längst die Grenzen zwischen klassischer Unterhaltungselektronik, Hausgeräten, Telekommunikation und IT überwunden hat. „Die IFA hat diesen Trend in einzigartiger Weise bereits frühzeitig erkannt und umgesetzt“, erklärte Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer & Home Electronics GmbH, auf der IFA Global Press Conference in Lissabon. „Folgerichtig können wir in diesem Jahr bereits die zehnte Ausgabe der Home Appliances@IFA feiern. Mit dieser zielgruppengerechten Ausrichtung wurde und wird die IFA ihrer Rolle als Plattform beider Segmente beispielhaft gerecht. Keine andere Messe erfüllt die Anforderungen der führenden Marken der beteiligten Industrie, des Handels, der Konsumenten und der Medien derart umfänglich.“

Riesiger Markt

Auf jeweils 950 Mrd. US\$ schätzt Jürgen Boyny, Global Director Consumer Electronics bei GfK Retail and Technology, das globale Umsatzvolumen des Markts für digitale Consumer-Techno-

logien in 2017 und 2018. Dabei soll die Zahl der weltweit verkauften Smartphones weiter steigen; Boyny erwartet ein Weltmarktvolumen von 1,48 Mrd. Stück für 2017, im nächsten Jahr sollen es sogar 1,55 Mrd. werden. Die mobilen Alleskönner dienen nicht nur der Kommunikation, sondern werden immer häufiger für die Vernetzung aller möglichen Geräte und Systeme eingesetzt: „Mit dem Smartphone werden alle Bereiche des täglichen Lebens verbunden, vom Fernsehgerät im Wohnzimmer über die drahtlose Musikanlage bis zur Waschmaschine, Kaffeemaschine oder Badezimmerwaage“, betonte Boyny.

„Das Internet der Dinge hat den Konsumenten längst erreicht.“

„Die Grenzen zwischen Consumer Electronics und Home Appliances, der digitalen und der physischen Welt verschwimmen“, stellte Dr. Christian Göke, CEO der Messe Berlin, fest. „Dies gilt für die Unterhaltungselektronik im Wohnzimmer, Gesundheitsvorsorge und Wellness, das Auto und mobile Geräte oder Computerspiele, die Computernutzung, Dienste wie das Internet-of-Things und das Smart Home oder neue Sphären wie Drohnen sowie Virtual und Augmented Reality. Wer die IFA besucht, kann einen Blick in die Zukunft werfen und sehen, wie wir zukünftig leben und arbeiten werden.“

Neue B2B-Plattform

Zulieferer und Komponenten-Hersteller sowie OEM und ODM Anbieter erhalten mit der IFA Global Markets eine eigene Plattform, um die Bausteine künftiger Digitalprodukte zu zeigen. Diese Veranstaltung, die exklusiv für Fachbesucher geöffnet ist, findet vom 3. bis 6. September nahe dem Potsdamer Platz in der Event Location Station Berlin statt. Ein Shuttle-Service übernimmt den Transport.



V. l.: Dr. Christian Göke, CEO Messe Berlin, Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu, Miss IFA, Jürgen Boyny, Global Director Consumer Electronics der GfK, Georg Walkenbach (Beurer), Mitglied des Vorstands und Vorsitzender des Fachverbands Elektrotechnikgeräte des ZVEI, Monika Jones, Moderator, und IFA Executive Director Jens Heithecker (Messe Berlin).