



IFA Innovation
For All

Kamingespräch
22.01.2026

Vision & Purpose

Unser Purpose: Globaler Impact durch Innovation.



IFA als Innovationsplattform 4 strategische Säulen:

- 01. Innovation Showcase**
Marken, Produkte und Ökosysteme
- 02. Business meets Influence**
Händler, Industriepartner,
Dienstleister der Branche und
Endkunden
- 03. Thought Leadership & Product Launches**
Sichtbarkeit & Reichweite
- 04. Experience & Culture**
Emotion & Engagement



01.

IFA = Globaler Showcase

Innovative Consumer Tech Produkte
Marken
Ökosysteme



01.

IFA = Globaler Showcase

Innovative Consumer Tech Produkte Marken Ökosysteme

Die IFA präsentiert die bedeutendsten Innovationen im Bereich Consumer Technology – von etablierten bis zu dynamisch wachsenden Ökosystemen. Kuratiert, wirkungsstark und ganzheitlich inszeniert. Mit Lösungen, die das vernetzte Leben von morgen prägen.

- **Eine globale Bühne für Technologie und Innovation:**
Die IFA ist führend in den Bereichen Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik und erweitert ihr Spektrum kontinuierlich in neue Produktsegmente wie Content Creation, Computing & Gaming sowie Beauty Tech & Longevity, Start Ups, uvm.

220.000 Besucher aus 140 Ländern.

1.900 Ausstellern aus 49 Ländern auf einer Fläche von 190.000 m².

IFA NEXT Start-ups: 260 Aussteller aus 28 Ländernverlauf

- **Kuratiert auf Wirkung statt Volumen:**
Qualität steht im Zentrum – sie stärkt die Positionierung der IFA als globale Innovationsplattform.
- **Technologie und lösungsorientierte Ökosysteme:**
Abbildung des gesamten Technologie-Ökosystems – von Devices über Plattformen, Inhalte, Entertainment und Software bis hin zu Services, die vernetzte Erlebnisse ermöglichen.
- **Gestiegene Medienpräsenz:**
Steigerung der Medienpräsenz – unterstützt durch einen sorgfältigen Auswahlprozess, um führende Tier-1-Medien vor Ort zu sichern, sowie durch regelmäßige intern. Presseaktivierungen im Jahresverlauf.

+3.200 akkreditierte Medienvertretern, 54% international, +301 Mrd Reichweite.



02.

IFA = Globale Bühne

**Business Impact meets Consumer
Power**



02.

IFA = Globale Bühne

Business Impact meets Consumer Power

Die IFA schafft messbare Wirkung, sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich, und richtet sich an die sich wandelnden Bedürfnisse und KPIs moderner Marken.

- **Business Wachstum fördern:**

Intensive Zusammenarbeit mit Handel, Branchenentscheidern und Medien – gestützt durch wirkungsstarke Business-Formate wie den IFA Retail Leaders Summit.

136.000 Fachbesucher insgesamt, 67% internationale Händler, +10% YOY.

Retail Leaders Summit: 150 weltweite Top-Retailer.

- **Influence und Nachfrage ankurbeln:**

Durch die gezielte Ansprache von Konsumenten, Creators und Influencern, die Kultur und Trends gestalten, baut die IFA ihre Reichweite weiter aus.

80.000 Konsumenten mit Fokus auf Ansprache von Gen Z und Alpha über Special Features und erweiterte Entertainment Programme, z.B. Sommergarten Konzerte.



02.

IFA = Globale Bühne

Business Impact meets Consumer Power

- **B2B, die nächste Generation:**
Fachbesucher bleiben jung, aktuell und vertreten. Die nächste Generation zieht nach.
60% Fach- vs. 40% Privatbesucher, 48% der B2B-Besucher waren jünger als 40 Jahre
- **Kaufverhalten und Internationalisierung verändern den Markt:**
Customer journey Nutzer- und Suchverhalten ändert sich durch neue KI-Unterstützte Informationswege (LLM). Internationale Händler erschließen neue Vertriebswege und damit neue Zielgruppe.
65% der B2B-Besucher waren internationale Retailer
- **Retail ist und bleibt Prio und VIP:**
Wir legen einen hohen Wert auf Weiterentwicklung und Neuausrichtung, um anpassbar sowie stetig zu sein.
Retail Leaders Summit weiter ausbauen und die Qualität ausbauen. Voller Fokus auf international Retail



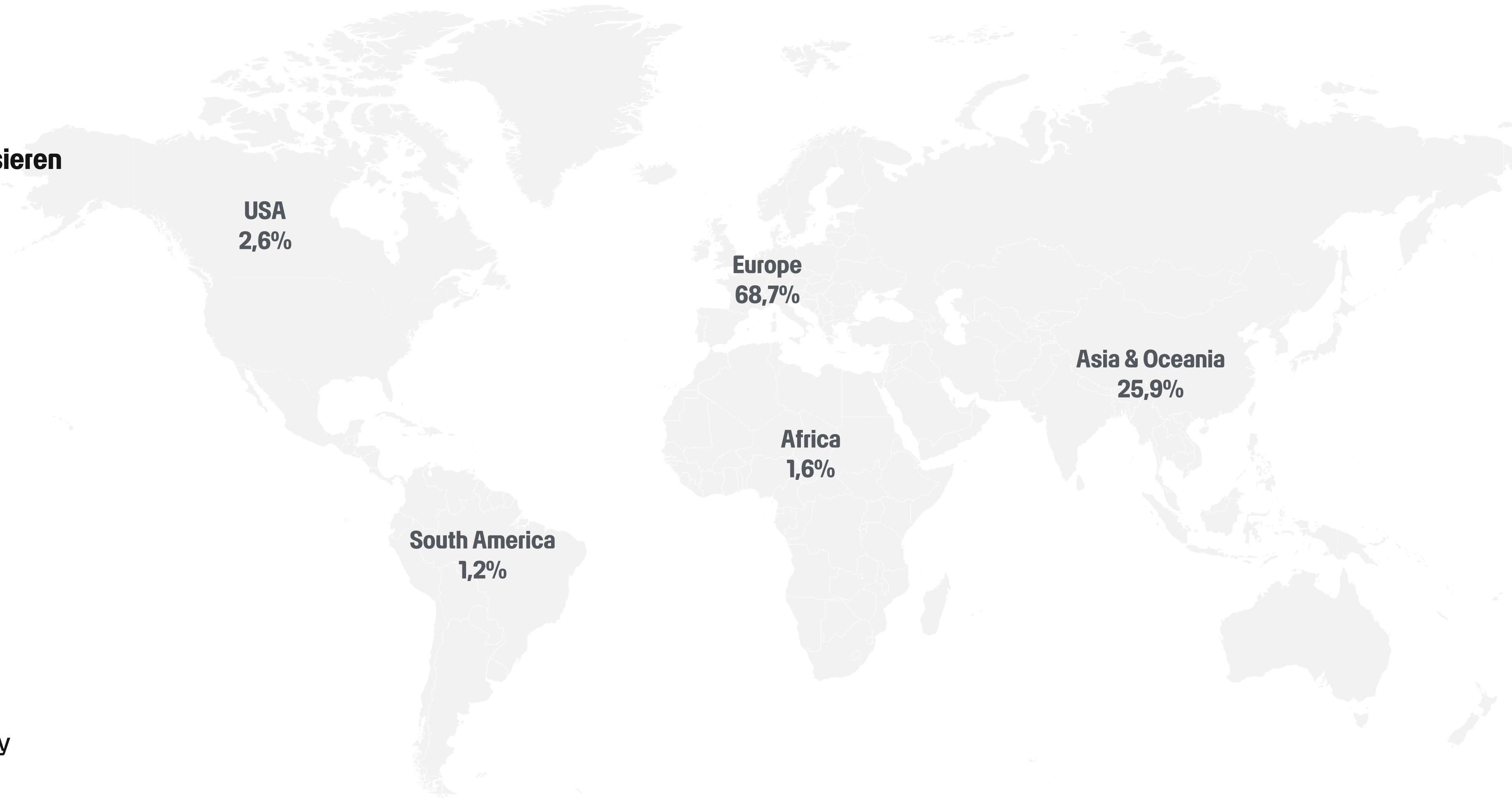
B2B-Besucher weltweit

Geografische Verteilung weltweit

*exklusive Deutschland

Internationale Fachbesucher interessieren sich hauptsächlich für die Themen:*

- 42% AI
- 31% Sales & Marketing Concepts
- 28% eCommerce & DTC
- 25% Connectivity
- 25% Research Development
- 22% Robotics
- 22% Advanced Mobility
- 21% Supply Chain
- 21% Wearables
- 19% Sustainability
- 16% Computing Power
- 15% Software
- 11% Content Creation
- 11% Extended Reality AR/VR/XR
- 5% Governance Policy & Data Privacy



*Mehrfachnennungen möglich

B2B-Besucher Europa

Geografische Verteilung Europäische Fachbesucher*

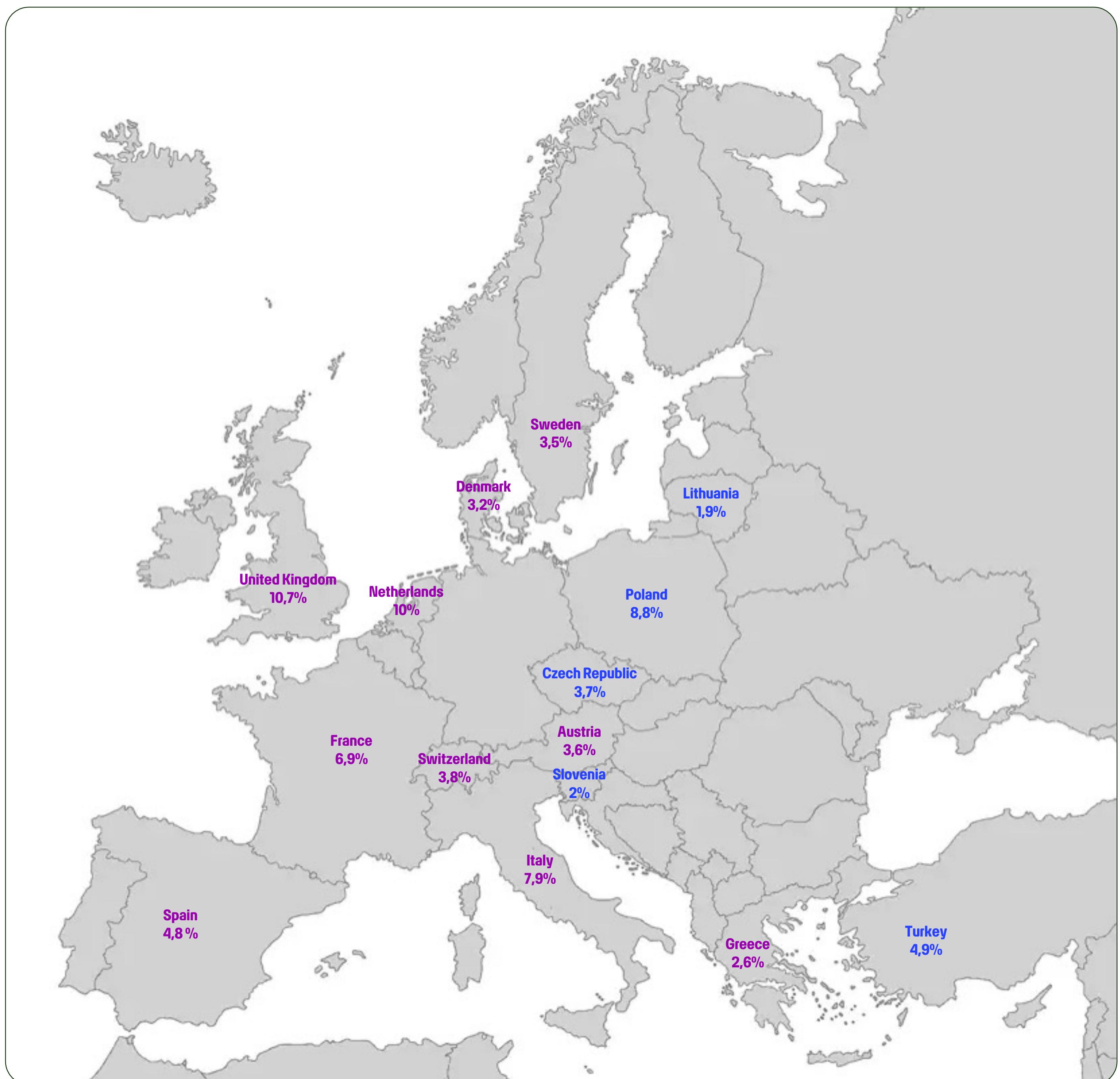
- aus den top **10 Westeuropäischen** Ländern
- aus den top **5 Osteuropäischen** Ländern

*exklusive Deutschland

Internationale Fachbesucher interessieren sich besonders für die Ausstellungsbereiche:*

- 57% Home Appliances
- 48% Home Entertainment
- 48% Smart Home
- 30% Communication & Connectivity
- 29% Audio
- 27% Computing & Gaming
- 24% Mobility
- 21% Fitness & Digital Health
- 21% Photo, Video & Content Creation
- 15% IFA Global Markets
- 12% IFA NEXT

*Mehrfachnennungen möglich



Retail-Besucher

Firmen:

Top 10 – aufgelistet nach Teilnehmer-Anzahl

- ElectronicPartner
- Euronics
- Expert
- MediaMarktSaturn
- Telering
- Amazon
- EK Retail
- Power
- OTTO
- MEDIA EXPERT (Terg S.A.)
- JD.com



03.

IFA = Globale Plattform

**Thought Leadership, Branchen Insights
und Produktneuheiten**

03.

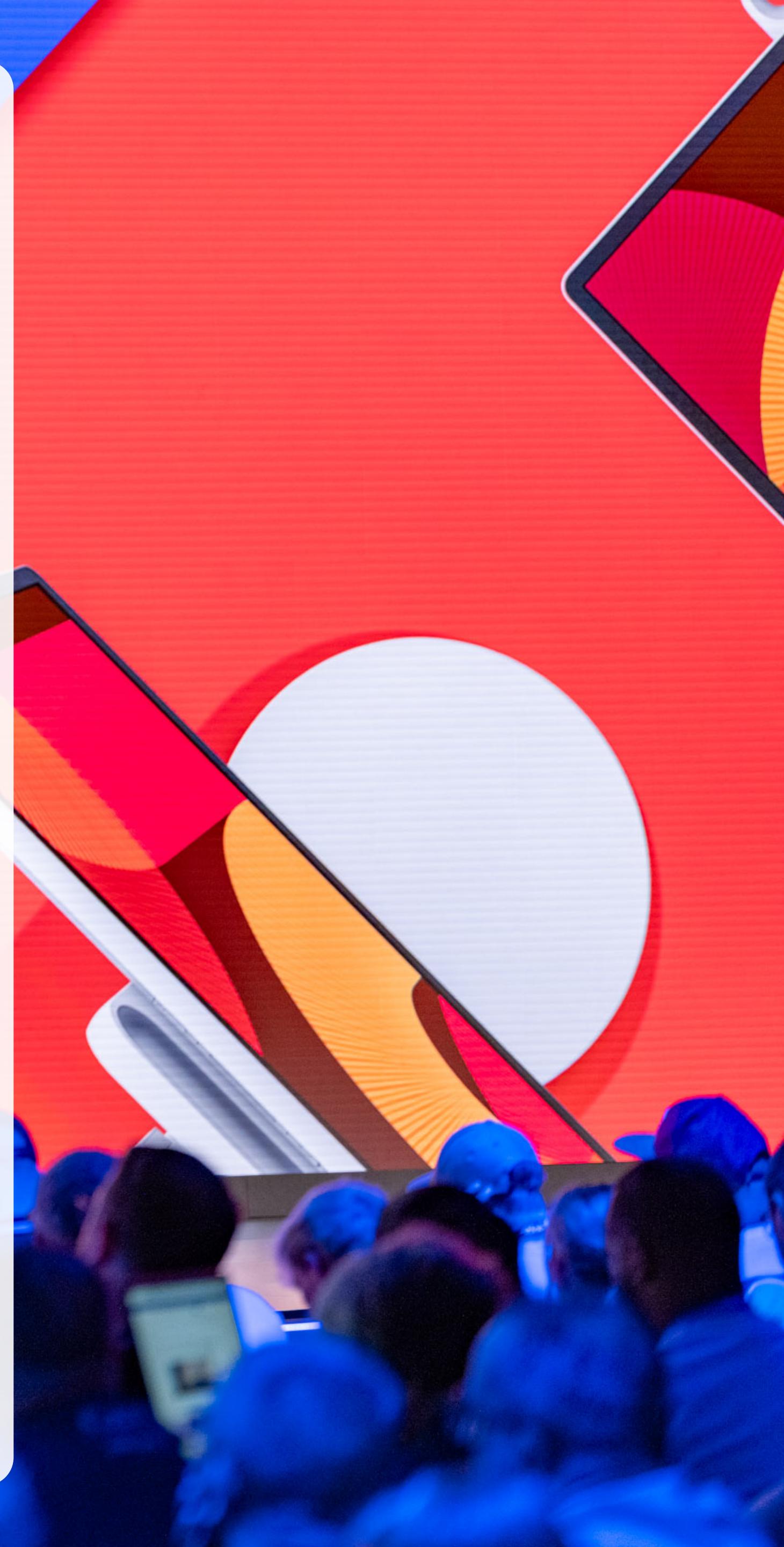
IFA = Globale Plattform

Thought Leadership, Branchen Insights und Produktneuheiten

Die IFA steht für globale Sichtbarkeit, kulturelle Relevanz und Reichweite – durch bahnbrechende Ankündigungen, globale Medienaktivierungen und Einflussnahme auf Meinungsbildung.

- **Thought Leadership:**
Mit Top Keynotes und einem kuratierten Content-Programm hat sich die IFA als zentrales Forum für Meinungsführer etabliert. Teil dessen war auch das in drei Ausgaben erschienene und neu gestaltete IFA Paper
270 Speaker, 3 Bühnen, 125 Sessions.
- **Produktankündigungen mit Momentum:**
Branchenprägende News und Stories mit globaler Aufmerksamkeit und Reichweite werden zunehmend auf der IFA geteilt.
+32% mehr Neuankündigungen von Produkten und Services.

- **IFA Innovation Awards:**
Ein bedeutender Erfolg im ersten Jahr – Aufbau zusätzl. globaler Medienpräsenz und Etablierung eines ganzjährigen Premium-Marketing-Assets.
+500 Einreichungen, 10 Kategorien, 3 Spezial Awards.



04.

IFA = Globaler Hotspot

Inhalte und Experiences



04.

IFA als globaler Hotspot

Inhalte und Experiences

Die IFA übersetzt Innovation in emotionale und relevante Markenerlebnisse, die Marketing KPIs und nachhaltige Markenbindung in den Fokus nehmen.

- Influencer- und Consumer-Aktivierung:**
Die IFA bringt Creator, Influencer und Konsumenten zusammen – für Marketingwirkung und Reichweite über klassische Medien hinaus.
+1.200 registrierte Influencer, 5 Brand Ambassadors und weitere Highlight-Partner.
- Kulturelle Integration mit Berlin:**
Erlebnisse, inspiriert von Berlins kreativer Energie – in Zusammenarbeit mit kulturellen Institutionen wie Home Again und Fotografiska, die ganzjährig für Aufmerksamkeit sorgen.
5 eigene IFA Events & Aktivierungen im Vorfeld zur Messe, z.B. Home Again Festival, Berlin Pride, Fotografiska, etc.
- Partnerschaften:**
Cradle to Cradle, Lebenshilfe, NIQ, Mobility Partner, etc.

- IFA Moments – Erlebnisse im Mittelpunkt:**
Ein Content-getriebenes Kampagnenformat, das außergewöhnliche Momente, Launches und Specials für globale Sichtbarkeit inszeniert.

114 IFA Moments, 1,37 Mio Impressions, +1.140% Wachstum Social Media Reichweite YOY.

- Erweiterte digitale Reichweite & Partnerschaften:**
Durch Kooperationen mit Partnern wie Webedia, TikTok Shop, IFA NEXT TV und Games Ground erzielt die IFA verstärkte Content-Distribution und spürbaren Commerce-Impact.

Find your Next Tech Programm in Kooperation mit Webedia: +1 Mio Views über alle Plattformen & inkl. VOD, Live Views 410.000, 3.132 Peak CCVs

- Sommergarten:**
Bühne für alle Altersgruppen. Von Podcast bis Rap-Konzert

+20.000 Besucher in 2025 mit einem komplett ausverkauften Konzert



Umfrage

Versendet an die 3.200 Medienvertreter nach der IFA 2025

- **84%** insgesamt Sehr zufrieden/Eher zufrieden mit der IFA 2025
- **89%** nehmen die IFA als Zukunftsorientierte Messe wahr
- **59%** waren mit den Inhalten (Keynotes) Sehr zufrieden/Eher zufrieden
- **67%** waren mit der Betreuung im Media Center Sehr zufrieden/Eher zufrieden
- **95%** wollen die IFA 2026 wieder besuchen



2026



2026

Was kommt...

Die IFA entwickelt sich stets weiter und passt sich den Entwicklungen und Herausforderungen des nationalen und internationalen Handels an.

- **Die IFA selbst:**
Werbeplattform für neue und alte Medien und Aussteller. Qualitative Speaker und Panels. Weiter anpassen und verbessern der Website und App
- **Internationalisierung:**
Mehr Medien aus internationalen Kernmärkten, 10 Jahre Global Markets, Starker Fokus auf Asien (PK's, relevante Messen)
- **Retail:**
Retail Leaders Summit, Mehr PK's und Keynotes, Fokus auf Weiterentwicklungen des Retail
- **Ausblick & Kontinuität:**
Die IFA hat den Vertrag mit Messe Berlin bis 2034 verlängert.
Firmen wie LG haben einen 3-Jahresvertrag abgeschlossen.

- **Einzigartig in 2026:**
ICC ist Teil der Messe (Once in a lifetime)
- **Neue Zielgruppen:**
Economics, Lifestyle, Gen Z -> Ist, aber ausweiterung
RnD, E-Commerce, Logistic -> Customer Journey verändert sich
- **Kulturelles:**
IFA Moments, Sommergarten, Podcast-Tag, Fotografiska, generelle Partnerschaften, Inklusion. Zusammenarbeit mit Berlin Partner und visitBerlin
- **Inklusion und Nachhaltigkeit:**
Cradle to Cradle, Lebenshilfe

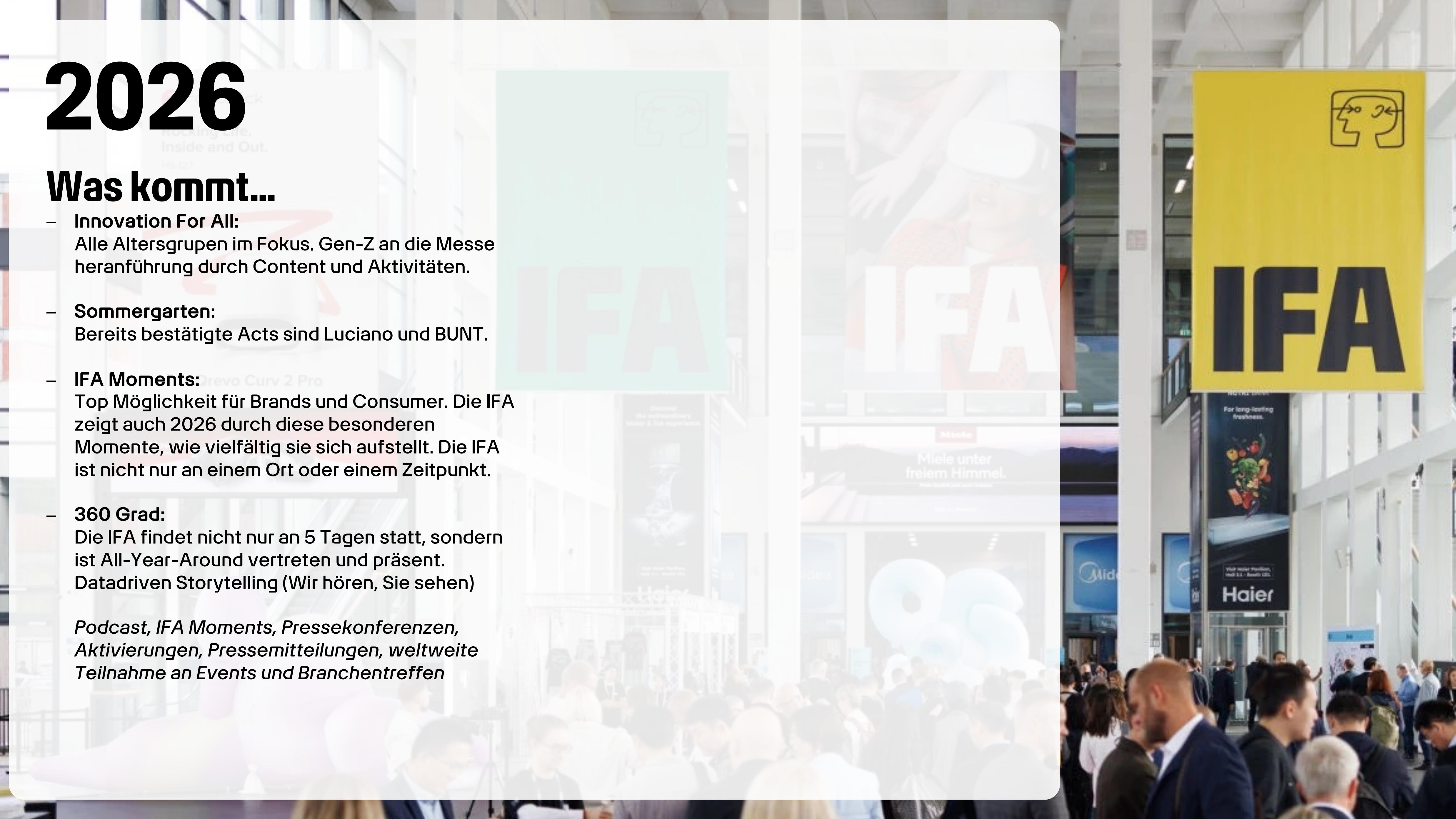


2026

Was kommt...

- **Innovation For All:**
Alle Altersgruppen im Fokus. Gen-Z an die Messe heranführung durch Content und Aktivitäten.
- **Sommergarten:**
Bereits bestätigte Acts sind Luciano und BUNT.
- **IFA Moments:**
Top Möglichkeit für Brands und Consumer. Die IFA zeigt auch 2026 durch diese besonderen Momente, wie vielfältig sie sich aufstellt. Die IFA ist nicht nur an einem Ort oder einem Zeitpunkt.
- **360 Grad:**
Die IFA findet nicht nur an 5 Tagen statt, sondern ist All-Year-Around vertreten und präsent.
Datadriven Storytelling (Wir hören, Sie sehen)

Podcast, IFA Moments, Pressekonferenzen, Aktivierungen, Pressemitteilungen, weltweite Teilnahme an Events und Branchentreffen



Danke!

IFA Kick-Off im Futurium
30. Juni 2026

IFA Berlin
4.–8. September 2026

IFA 4-8 SEPT
2026



Fotografiska

Hier ist Ihre Einladung!

Folgende Ausstellungen sind zu sehen:

- Life Sentence (Nikita Teryoshin)
Teil unserer Partnerschaft und
Unterstützung des Emerging Berlin Programm
- Father (Diana Markosian)
- Photo Sythesis (Shepard Fairey)
- Le Sale ka Kgots (Lebohang Kganye)
- für uns (Helga Paris)
- Undula (Dagmar Schürrer)



Fotografiska

IFA 4-8 SEPT
2026



IFA Innovation
For All

Kamingespräch
22.01.2026