

IFA Innovation
For All

The future is now.

Berlin becomes the stage for what's next.
See it all at IFA 2026.



South Korea Press Reception

Seoul, 18th June 2026

Leif Lindner

CEO

IFA Management GmbH



Press Material



Innovation for all.

- 혁신은 보도자료 속에 머물지 않습니다.
- IFA에서 혁신은 생생한 경험이자, 실제적인 비즈니스가 됩니다.

IFA, 글로벌 시장을 잇는 가교

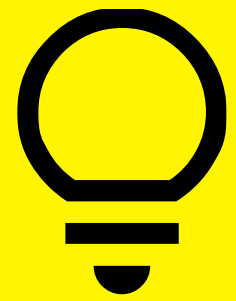
- IFA는 글로벌 브랜드, 유통사, 크리에이터, 미디어, 그리고 소비자가 만나는 공간이며, 혁신이 생생한 현실의 경험이 되는 곳입니다.
- 우리는 B2C의 순간을 B2B의 성과로 연결합니다: 런칭(launch), 발견(discover), 배포(distribute).
- 글로벌 미디어 이벤트를 향한 우리의 목표는 명확한 메시지, 강렬한 비주얼, 그리고 미디어가 즉각적으로 전달할 수 있는 스토리입니다.

"기업 전략의 일환으로 전시회 참가를 지속하겠다고 밝힌 응답자가 99.5%에 달한다는 사실이 증명하듯, 무역 전시회는 마케팅 믹스에서 여전히 중요한 역할을 하고 있습니다. 참여 기업의 2/3는 향후 수년간 전시회의 중요성이 현재 수준을 유지하거나 심지어 더욱 커질 것으로 전망합니다."

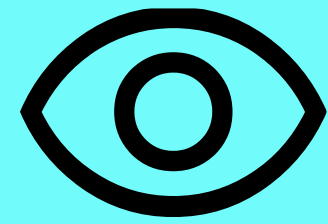
([AUMA Exhibitor Outlook](#))



Our core values



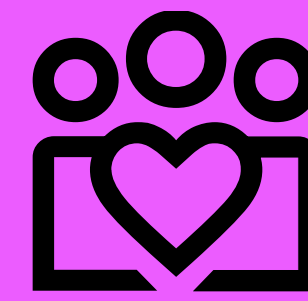
Inspiration:
Ignite your creativity.



Curiosity:
Embrace the unknown.



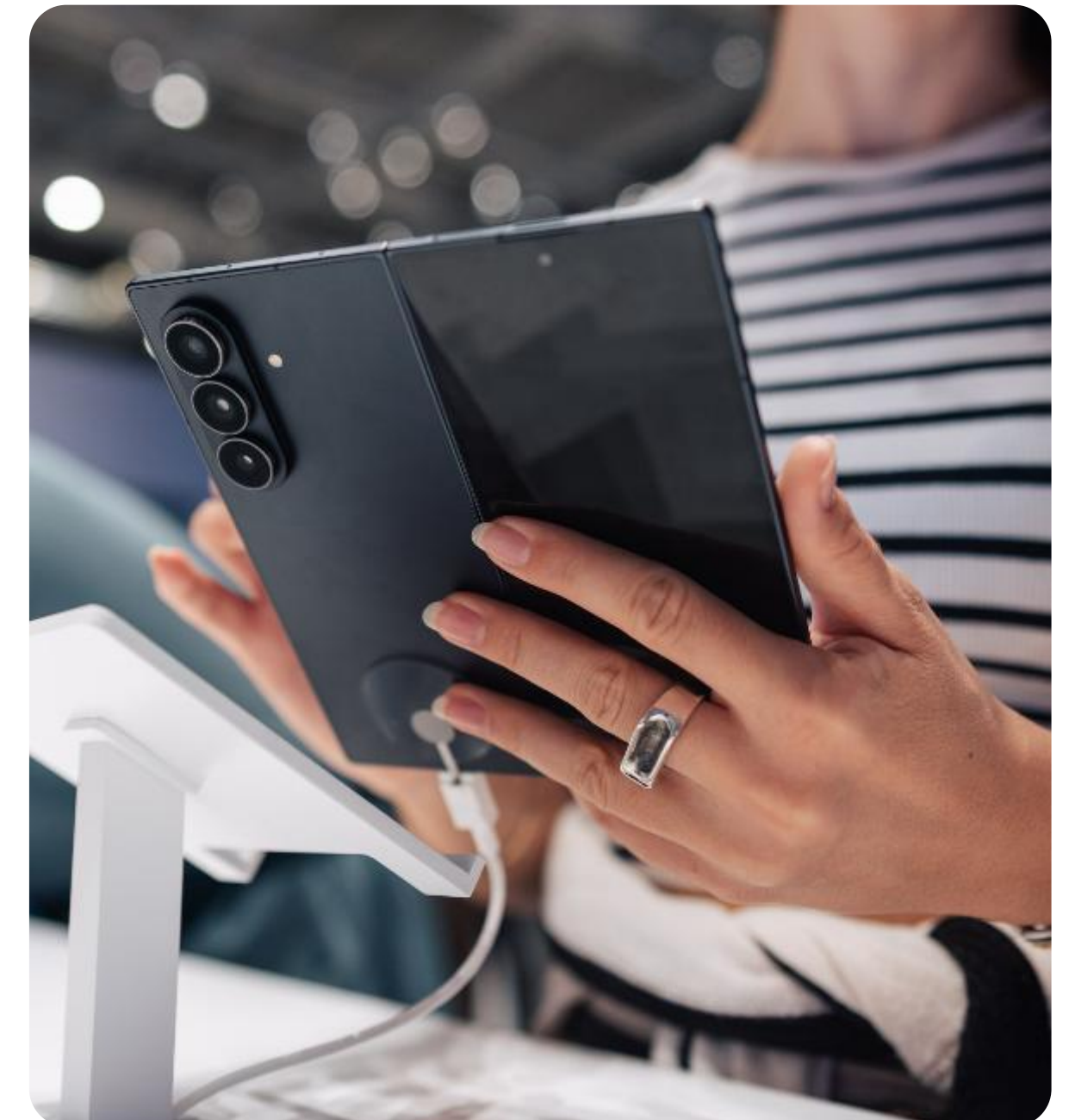
Trust:
A legacy of reliability.



Community:
A shared journey.

Leading Tech Hub

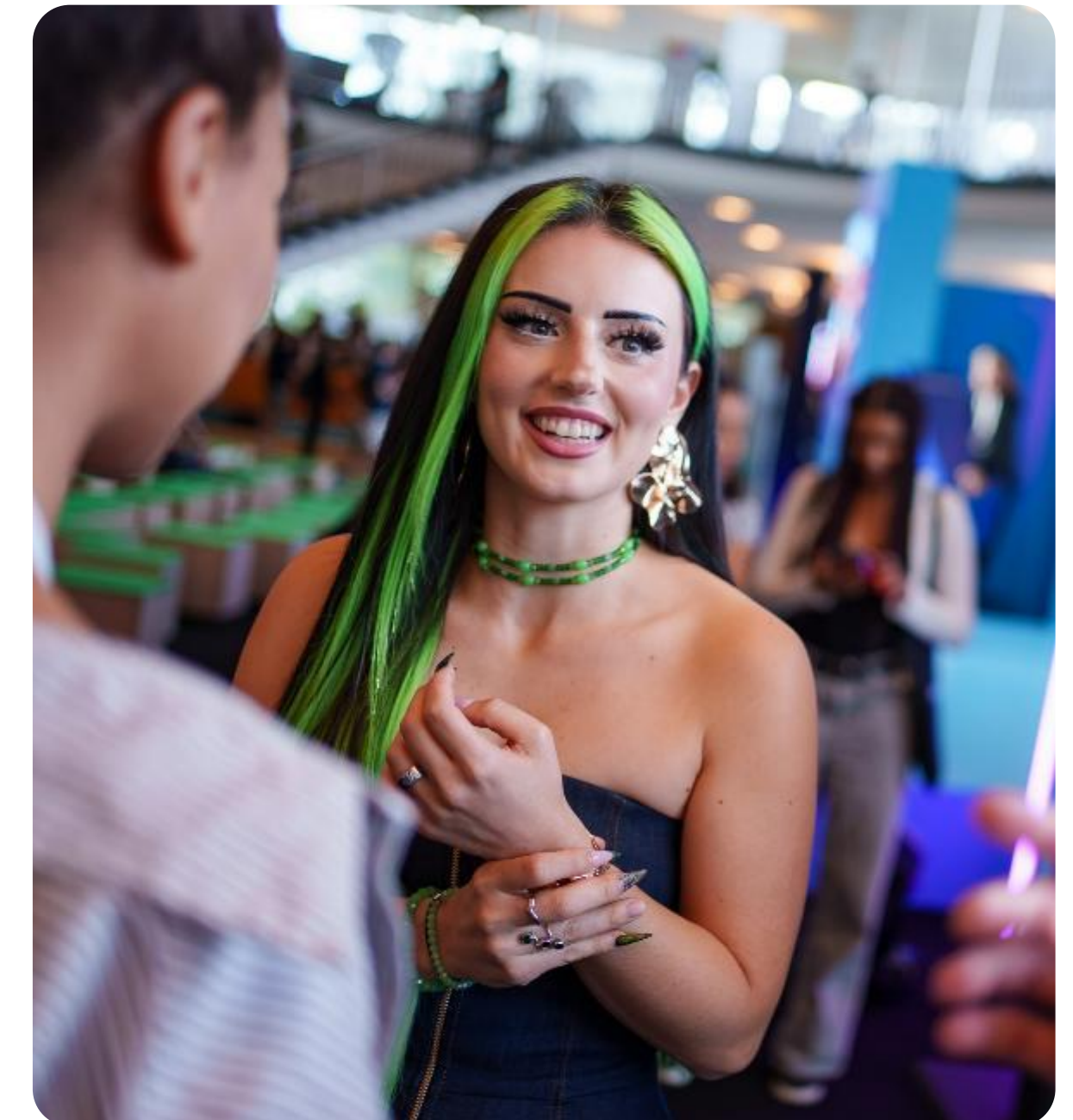
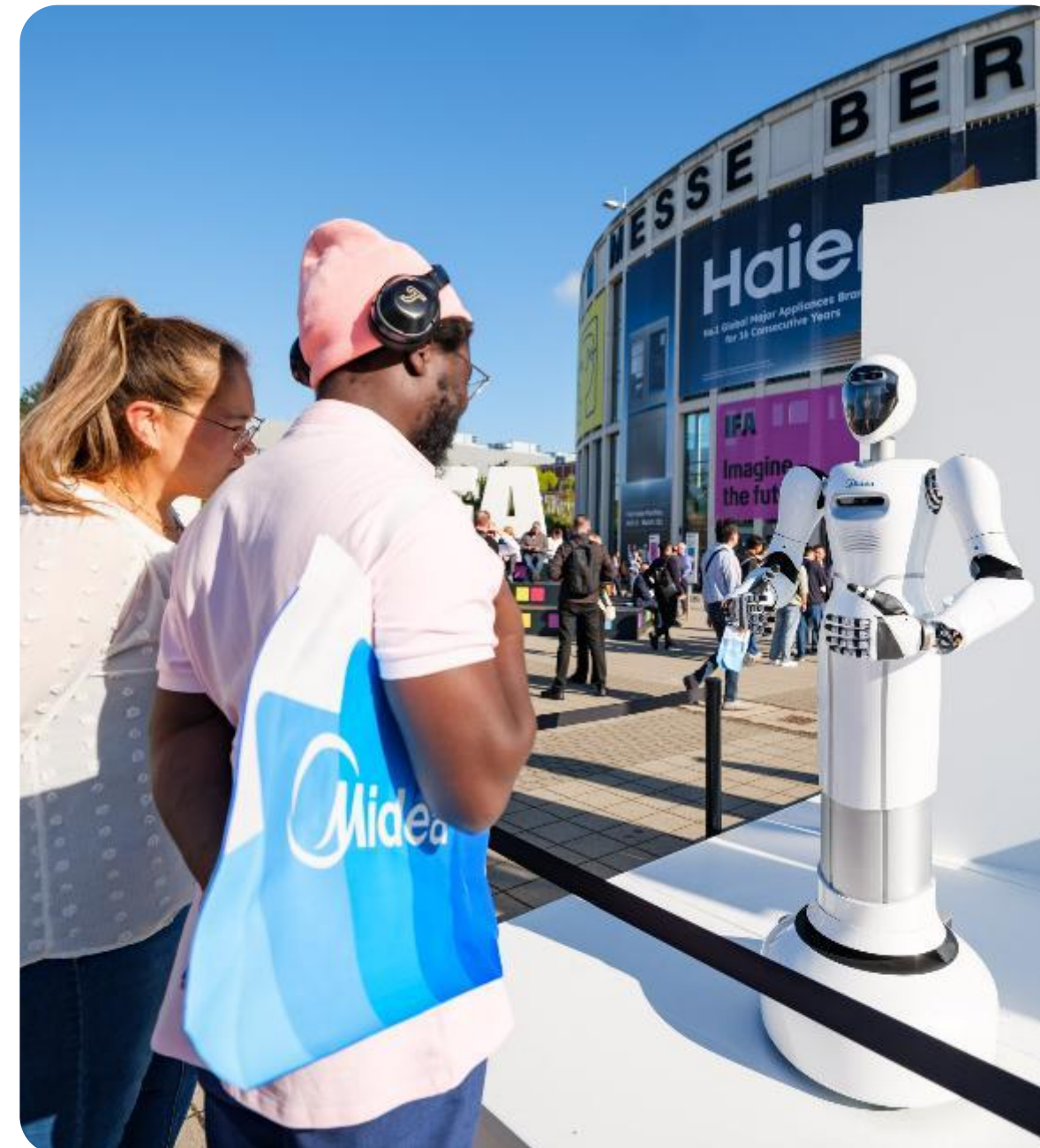
하나의 전시회.
두 개의 세계:
소비자의 관심과
비즈니스의 성장 동력



IFA Innovation Platform

4대 전략적 축:

1. 혁신적인 쇼케이스
2. 비즈니스와 시장 영향력의 결합
3. 사고의 리더십 및 제품 출시
4. 경험과 문화



The Momentum 2025

참관객

220,000 (+5% YOY)

140개국 참여
쎌머가르텐(Sommergarten) 콘서트를 통한 GenZ(Z세대) 및
Gen Alpha(알파세대) 유입 확대

프레스, 미디어 및 크리에이터

4,400+

엄격한 심사를 통한 미디어 질적 수준 향상

참가업체

1,900 (+5% YOY)

49개국 참여

미디어 도달률

301+ bn

독일 미디어 **46%** 대 해외 미디어 **54%** 비중

유통 바이어 영향력

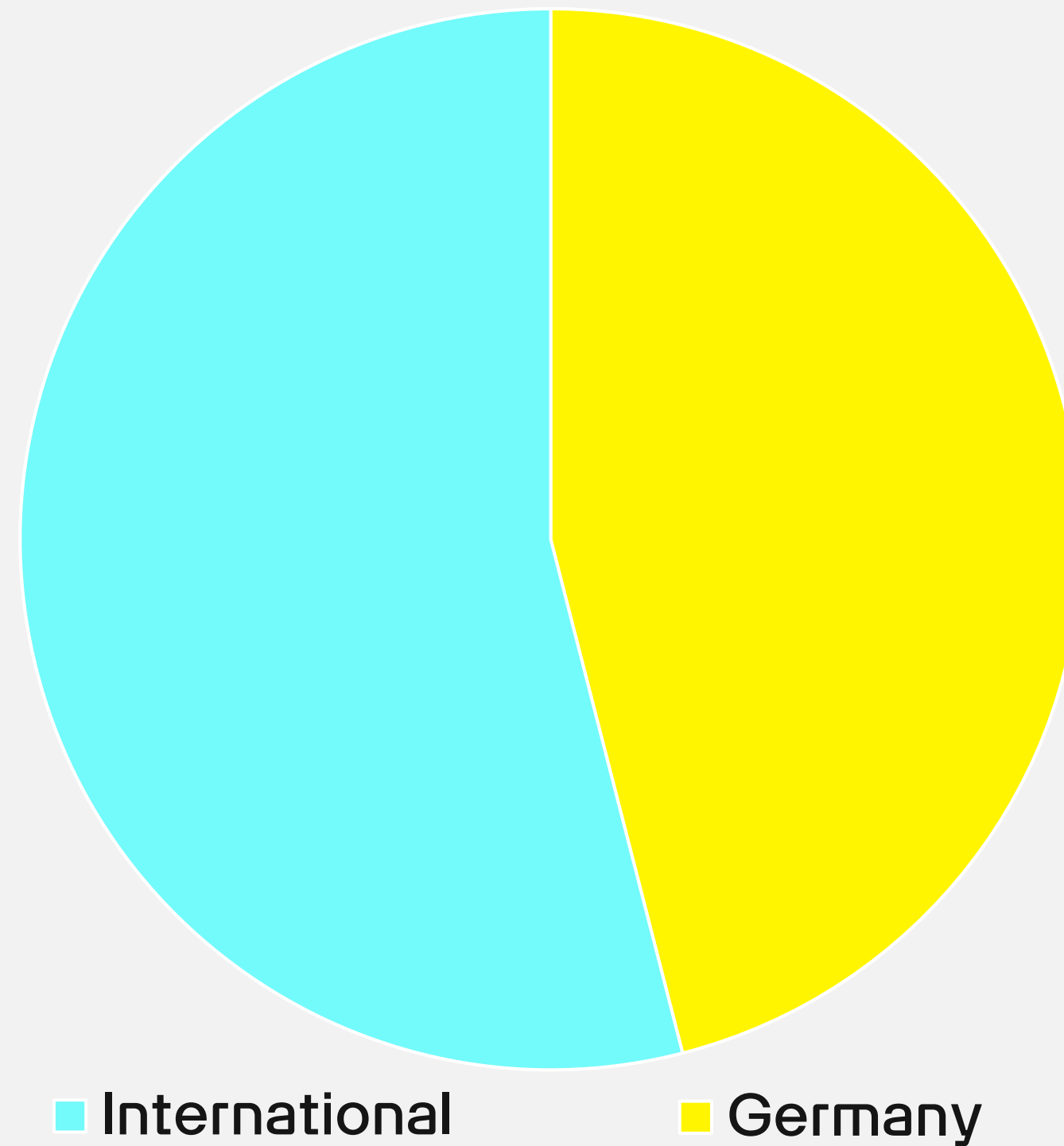
67% (+10% YOY)

해외 유통 바이어 비중

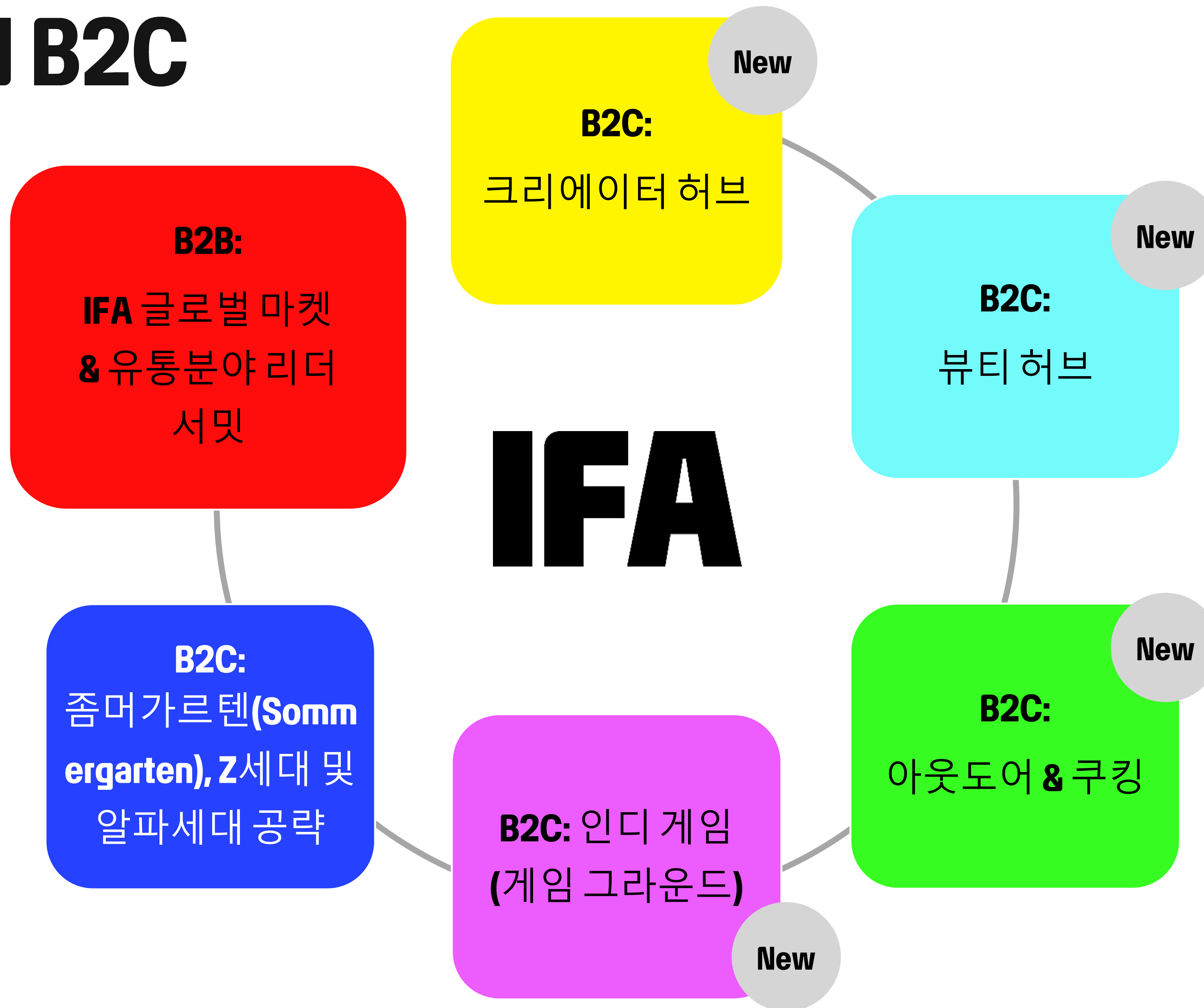
IFA 2025 Media Countrysplit

3,219
등록 미디어

80
개국



B2B and B2C



Global Retailers

참가 기업:
글로벌 톱 10 기업 –
참가자(또는 참가 직원)
수 기준 정렬

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

Based on IFA 2025



Global Tech and Durables

Key takeaways

T&D global

- 글로벌 기술 및 내구재 부문은 판매량 수요는 다소 둔화되었으나, 가격 인상, 제품 구성 개선 및 환율 호재에 힘입어 강력한 가치 성장세(+8.9% USD)를 회복했습니다.
- 달러 기준 매출 성장률은 사상 최고치를 기록했으며, 현지 통화 기준 성장률도 플러스를 유지하여 시장이 위축되기보다는 지속적으로 확장되고 있음을 보여줍니다.
- 판매량 둔화는 소비자들의 합리적인 소비 행태가 지속되고 있음을 반영한 것으로, 소비 감소가 아니라 가성비가 높은 제품 및 우선순위 카테고리 지출이 이동하고 있음을 의미합니다.
- 프리미엄화는 여전히 핵심 성장 동력으로 작용하고 있으며, 통신, IT 및 SDA(소비재) 부문은 혁신 주기, 교체 수요 및 합리적인 가격의 프리미엄 제품 출시의 혜택을 누리고 있습니다.

- 신흥 지역은 현지 통화 기준 실적 개선에 힘입어 현재 더욱 강력한 성장세를 이끌고 있습니다.
- 중국은 판매량 증가세가 높은 수준에서 정상화되고 있음에도 불구하고, 고가 제품 비중 확대를 바탕으로 매출 성장세를 이어가고 있습니다.
- 지정학적 사건과 물가 상승으로 인해 소비자 신뢰도가 하락하고 있으며, 이는 2026년 기술 제품 및 내구재에 대한 구매 의향을 위축시킬 것입니다.

모든 지역에서 미국 달러의 강세에 힘입어 가치 상승세

중국은 2025년부터 2026년으로 넘어가는 기간 동안 판매량 증가세가 둔화되었음에도 국가 보조금 프로그램에 따른 고급화 효과 덕분에 여전히 성장세를 이어가고 있습니다.

전 세계(북미, 러시아 제외) 기술 및 내구재 |
매출액(USD, 소매가 기준) | 전년 동기 대비
성장률(%)

Jan 2026 – Mar 2026

전세계 (excl. NA)

매출
성장률

\$216 bn
+8.9%

서유럽에서 유로화 기준
GDP가 **0.2%** 성장하며,
유로화의 상대적 강세를
보여주고 있음

\$53.1bn +12%

서유럽

\$9.4bn +14%

동유럽

\$72.8bn +5%

중국

\$24.3bn +7%

선진 아시아

\$17.6bn +11%

중동 및 아프리카

\$15.1bn +11%

라틴 아메리카

\$23.4bn +11%

신흥 아시아 wo CN

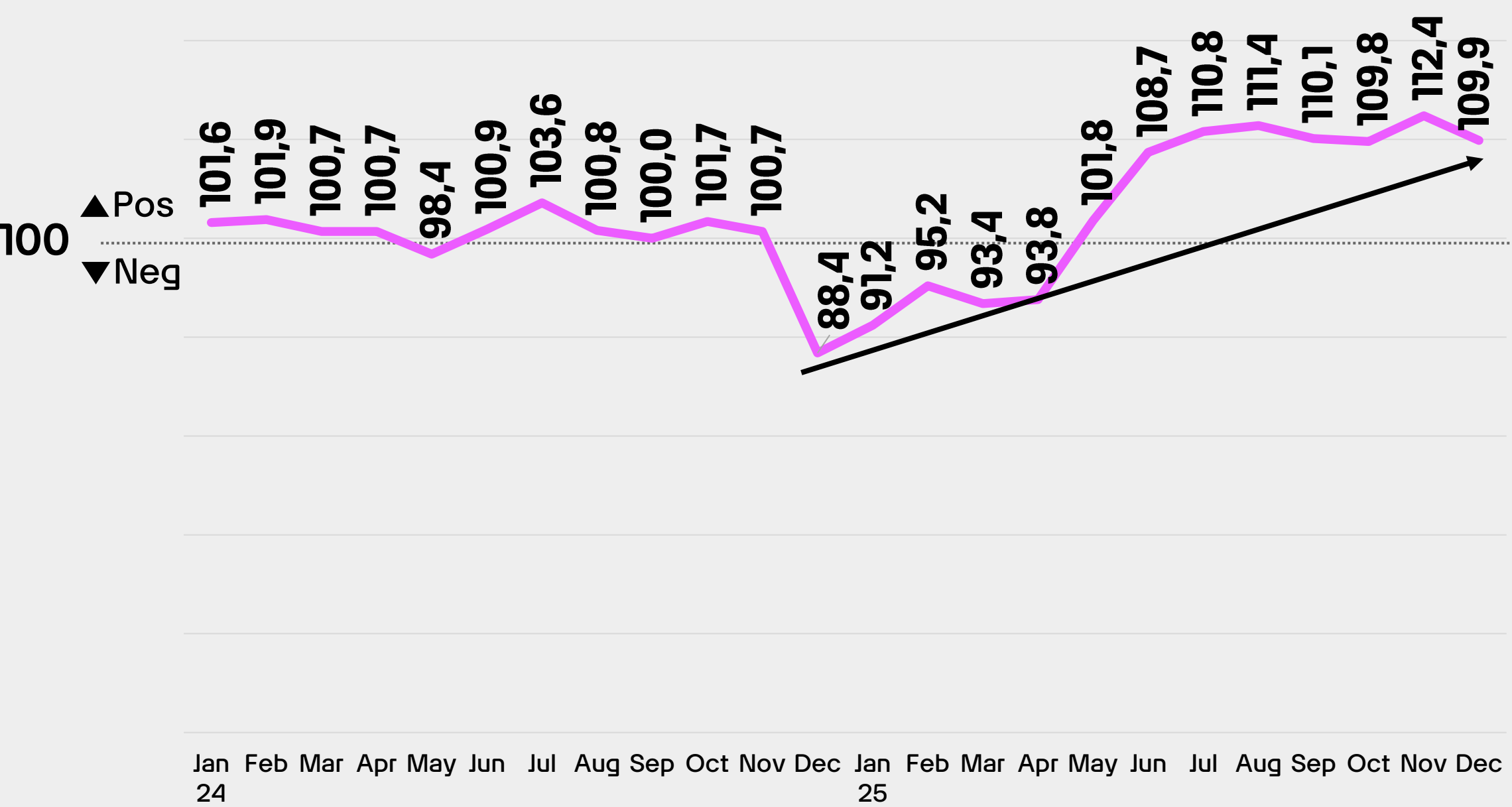
South Korea Tech and Durables

Local contact: Donghyun Hwang
(donghyun.hwang@nielseniq.com)

소비자 심리지수 및 소비 전망 지수

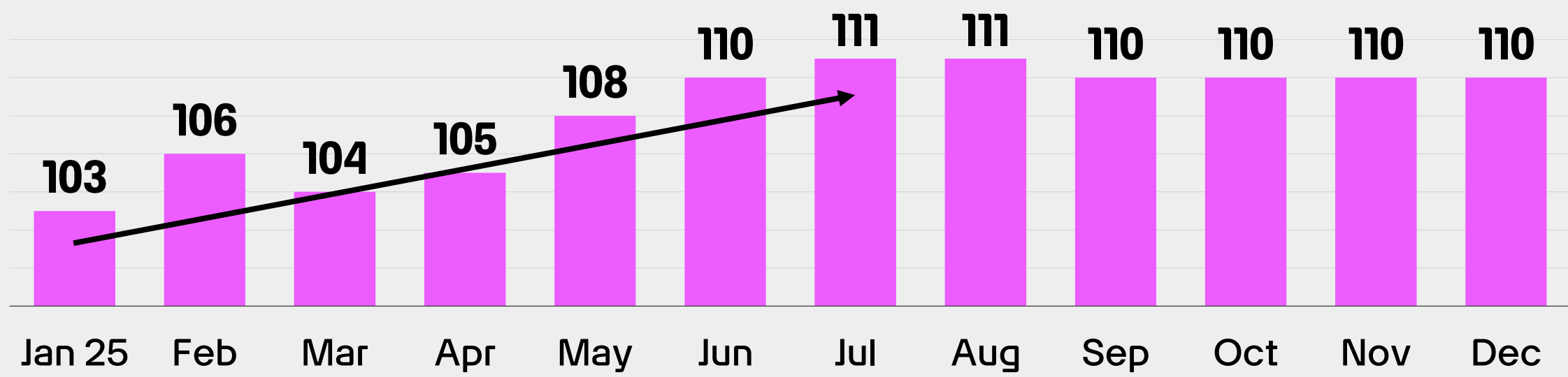
- 의료/건강 관리 비용이 지출 전망 지수에서 가장 높은 수치 기록
- 내구재(기술 및 내구재 포함)는 작년 및 지난달 대비 상승했으나 여전히 100 미만 기록

소비자 신뢰 지수



이는 현재와 비교하여 향후 6개월에 대한 소비자들의 기대치를 나타냅니다. 지수가 100을 초과하면, 더 많은 소비자가 경제에 대해 긍정적인 전망을 가지고 있음을 의미합니다.

소비자 지출 전망 지수



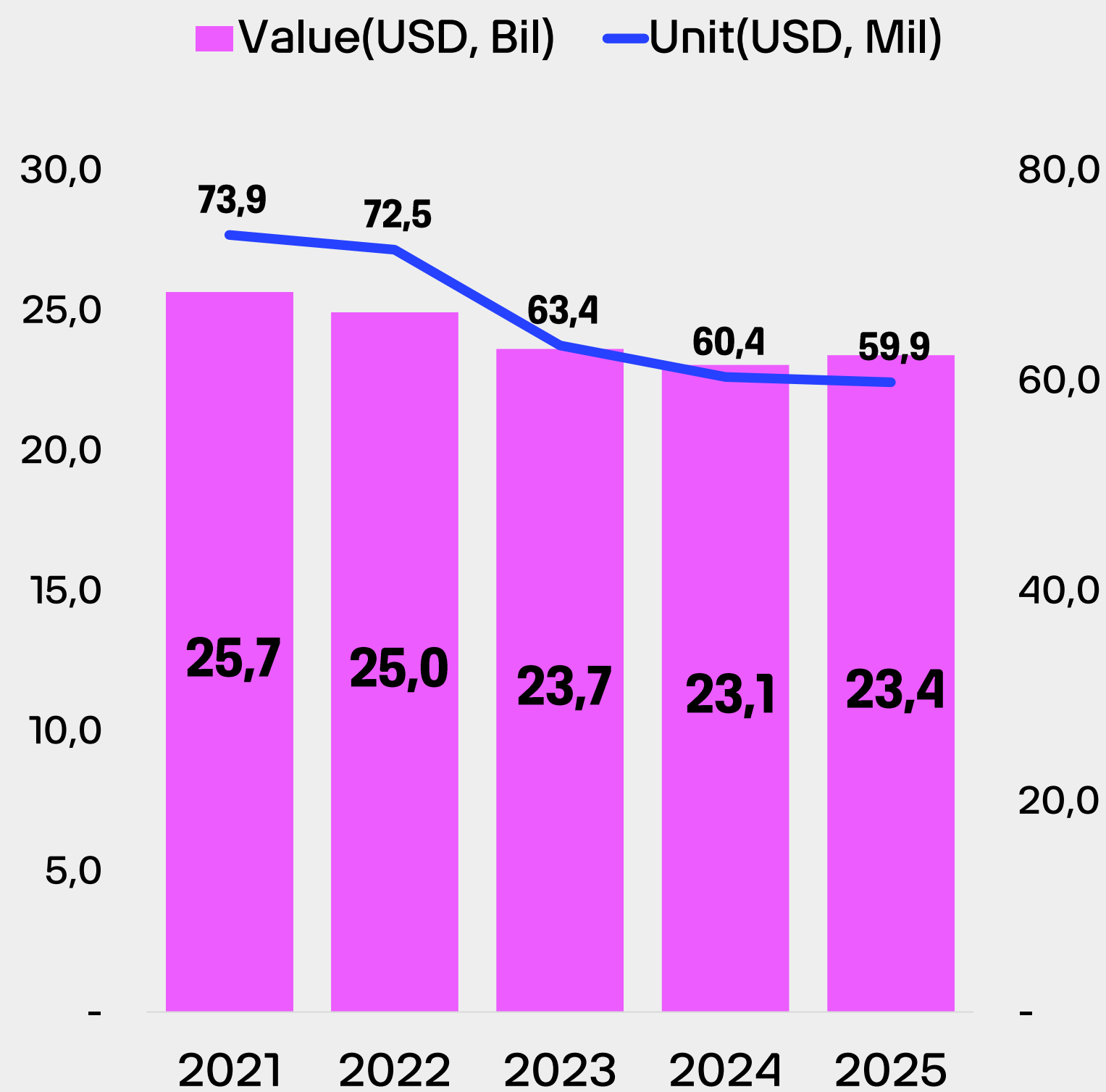
Consumer Spending Outlook Index by Category	Category	Index	YoY	MoM	구분	심리지수	전년비	전월비
	Durables	97	7	1	Education	102	2	-
	Clothing	98	7	-1	Medical/Healthcare	112	2	1
	Dining Out	97	8	-1	Leisure/Culture	94	7	-1
	Travel	97	9	-	Transportation	108	2	-

2025년 한 해 동안 소비 전망 지수는 103~111 사이에서 등락을 거듭하다가 연말에는 110선에서 안정세를 보였습니다. 2026년 1월 현재, 이 지수는 111을 기록하며 2024년 수준에 비해 지속적인 낙관론을 보여주고 있습니다.

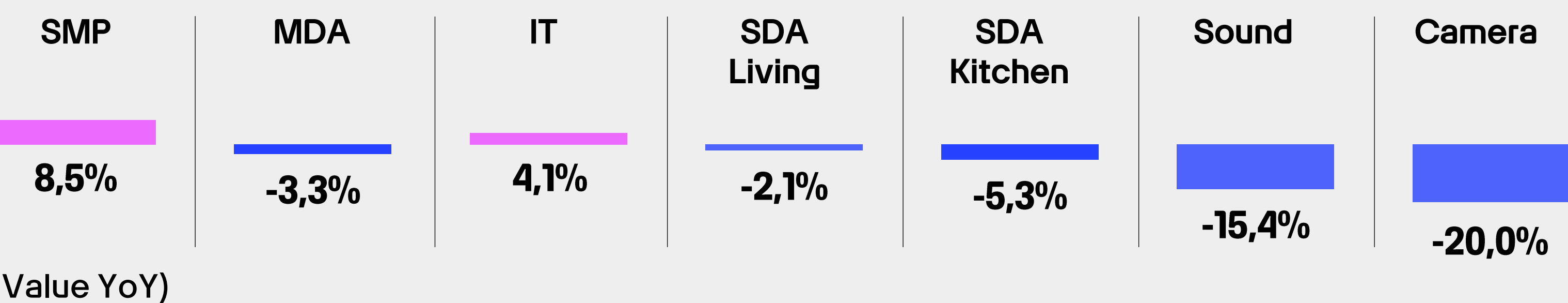
T&D 시장 개요 (2025년)

- 2021년부터 시장은 위축 국면을 겪어왔으며, 2025년에는 스마트폰 및 IT 시장의 성장에 힘입어 완만한 회복 국면(+1.52%)에 접어들
- 갤럭시 S25 시리즈, 폴드7, 아이폰 17 시리즈의 호조한 판매 실적과 더불어 SSD, 데스크톱, 스마트워치 등 다양한 IT 제품군의 성장이 주요 성장 동력

2025년 T&D 시장 현황



범주별 성장

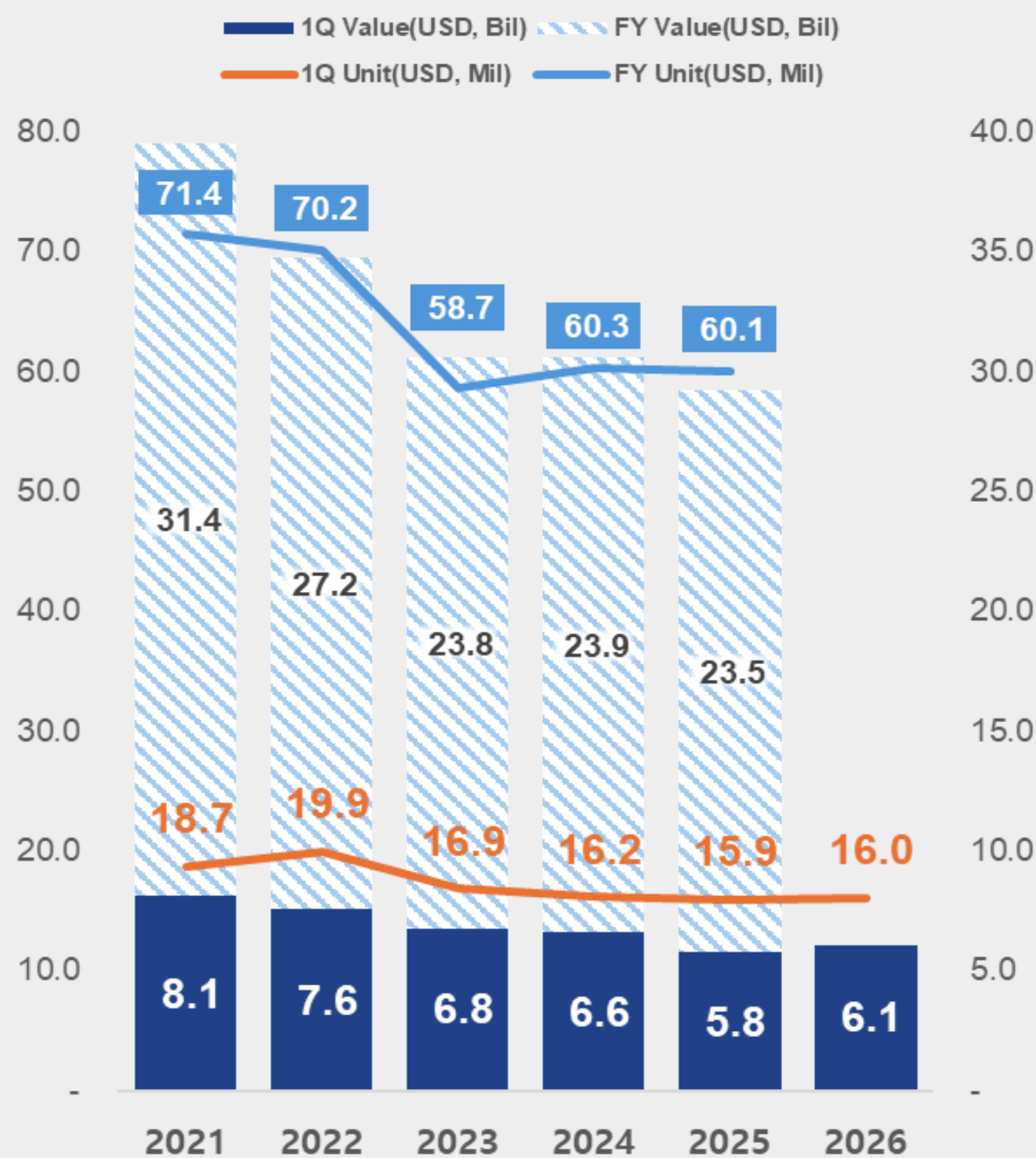


Category	판매액(10억 달러)			판매량(백만 대)		
	2024	2025	YoY	2024	2025	YoY
Smartphones	8.7	9.4	+8.5%	11.3	12.0	+6.0%
MDA	7.3	7.1	-3.3%	7.1	6.8	-0.5%
IT	3.4	3.5	+4.1%	14.6	14.9	+2.2%
SDA Living	2.0	1.9	-2.1%	14.4	14.5	+0.7%
SDA Kitchen	1.0	0.9	-5.3%	6.2	5.7	-7.7%
Sound	0.5	0.4	-15.4%	6.6	5.9	-9.7%
Camera	0.2	0.1	-20.0%	0.2	0.1	-26.1%

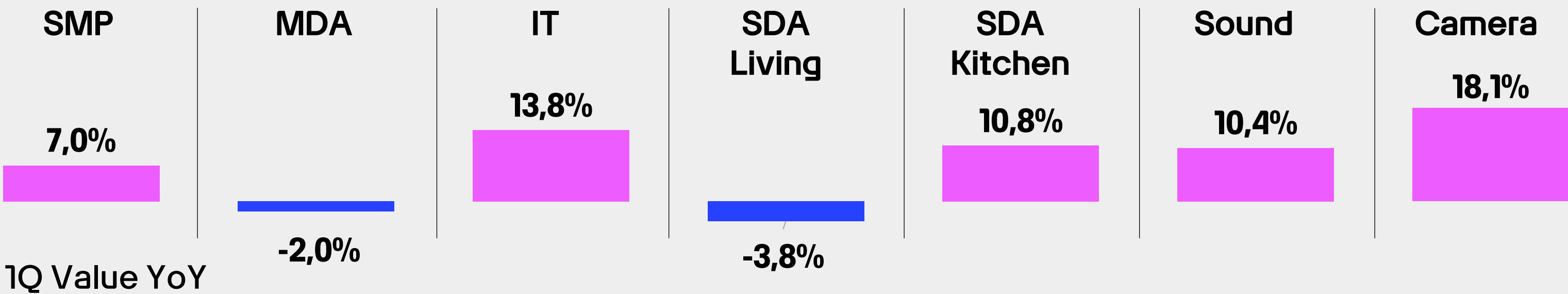
T&D 시장 개요 (2026 Q1)

- 2021년부터 시장은 위축 국면을 겪어왔으나 2026년 1분기는 12월 24일 발생한 정치적 혼란의 영향을 받았던 2025년 1분기에 비해 반등세를 보이고 있음
- MDA 및 SDA 생활용품 카테고리별 매출은 2025년 1분기와 비교했을 때 2026년 1분기에 증가세를 보임
- SMP와 IT의 평균판매가격(ASP) 상승은 판매량 기준으로는 감소했으나, 금액 기준으로는 각각 7%와 13.8% 증가한 것으로 나타났으며, 이는 칩플레이션의 영향으로 보임

2025년 T&D 시장 현황



카테고리별 성장률



Category	매출액 (1억 달러)				판매량 (백만 대)			
	2024 1Q	2025 1Q	2026 1Q	YoY	2024 1Q	2025 1Q	2026 1Q	YoY
Smartphones	28.3	24.8	26.5	7.0%	3.3	3.2	3.2	-1.3%
MDA	16.9	14.0	13.7	-2.0%	1.5	1.4	1.5	2.5%
IT	11.2	10.2	11.6	13.8%	3.9	4.2	4.0	-4.3%
SDA Living	5.1	4.9	4.7	-3.8%	3.6	3.8	3.9	1.7%
SDA Kitchen	2.7	2.4	2.6	10.8%	1.8	1.6	1.7	7.5%
Sound	1.6	1.3	1.4	10.4%	2.0	1.8	1.9	4.5%
Camera	0.4	0.3	0.3	18.1%	0.0	0.0	0.1	72.0%

전망 (2026년 전망 - T&D 시장)

- 전세계적으로 대형 가전제품(MDA)의 교체 수요는 2028년부터 본격화될 것으로 예상됨.
- 소형 가전제품(SDA)의 교체 수요는 일부 품목에서 이미 시작되었음.
- 한국의 경우, 시뮬레이션 결과 교육, 의료·보건 지출 및 제품 재고 수준이 수요에 영향을 미치는 주요 변수로 나타났음.
- 중기 전망: 경기 위축세는 점차 완화될 전망이지만, 글로벌 및 지정학적 리스크로 인해 하락 폭이 확대될 수 있음.

전세계 교체 주기

■ Less than 1 year ■ <2 Years ■ <3 Years ■ <4 Years ■ <5 Years ■ 6-10 Years ■ >10 Years

MDA: 빌트인 흡, 조리 기기, 냉장고, 냉동고, 식기세척기, 건조기, 세탁기



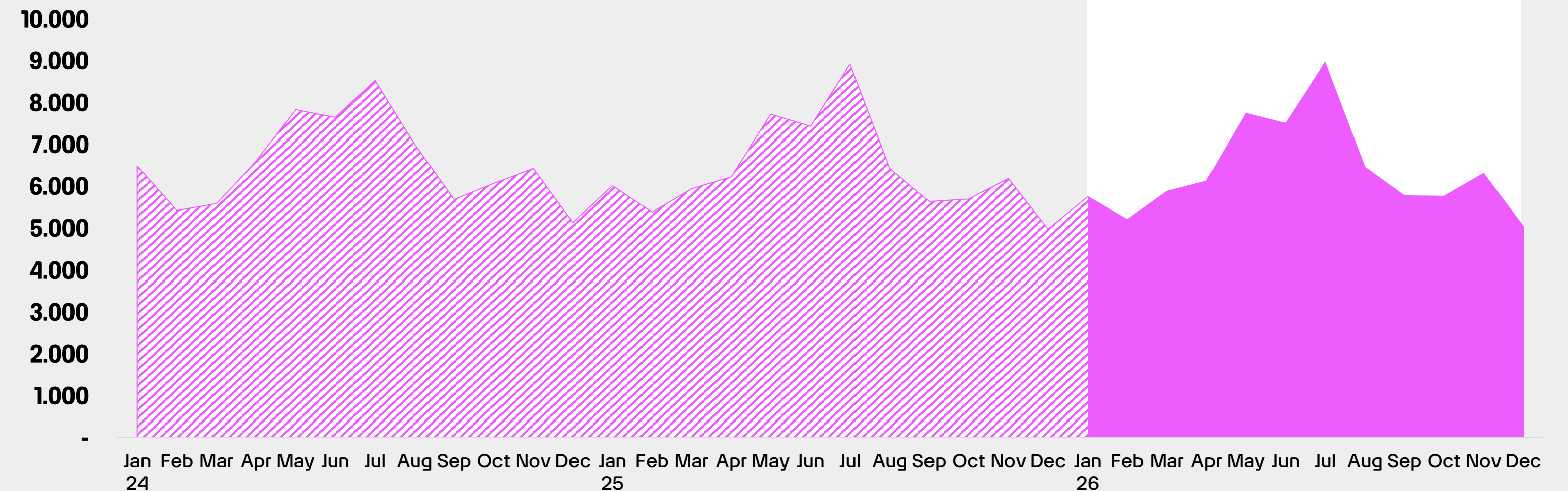
SDA: 구강 관리, 조리 기구, 헤어 케어, 음료 제조기, 면도기, 진공 청소기



- **MDA:** 평균 교체 주기는 8~12년임. 팬데믹 기간 중 구매가 정점을 찍은 후, 2028년부터 본격적인 교체 수요가 예상됨. 2026년의 수요는 주로 고장 난 제품의 교체와 신규 구매에 의해 주도될 것임.
- **SDA:** 평균 교체 주기는 5~6년임. 팬데믹 기간 중 구매한 제품의 교체는 이미 시작되었음.

2026년 한국 MDA 및 SDA 전망

Category	Expected Growth
MDA, SDA PGs	▼0.1%



판매액 (십만 달러)

예측

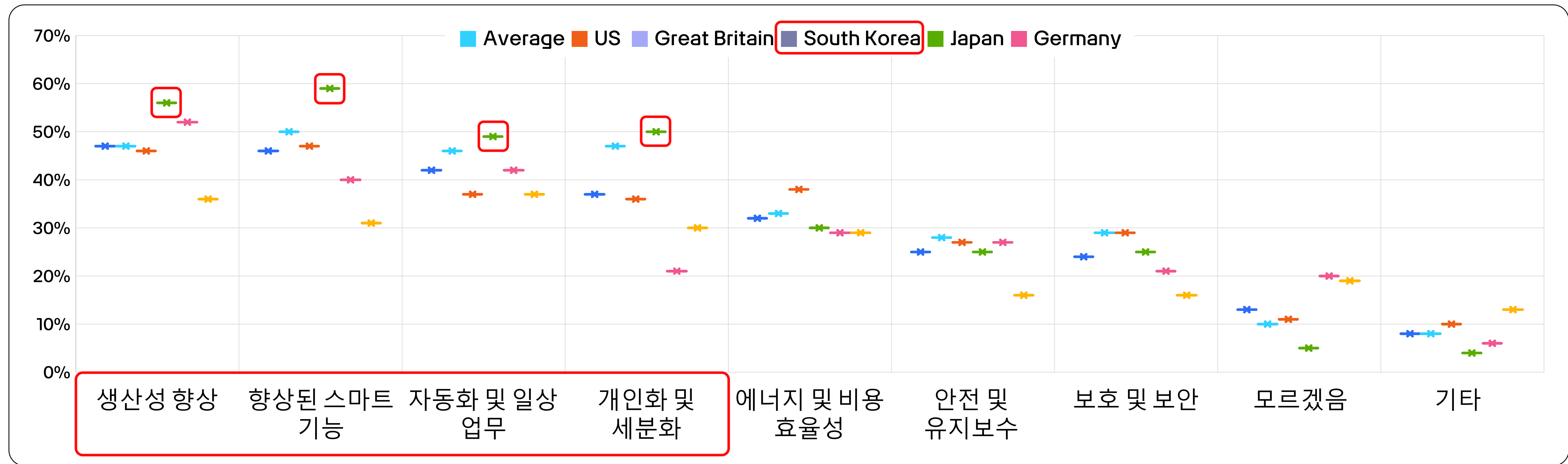
정확도: 97% (2601M~2602M
실제 값 대 예측 값)

한국 소비자 인사이트

AI는 “생산성 향상과 고도화된 기능”에 주목

설문 질문: “AI 기술이 기술 제품에 어떤 이점을 제공할 것이라고 생각하십니까?”

- 한국은 ‘생산성’, ‘스마트 기능’, ‘자동화’ 등 성과와 직접적으로 관련된 지표에서 조사 대상 국가 중 1위를 차지했음.
- 시사점: 한국 시장을 공략할 때는 마케팅에서 AI를 통한 효율성 극대화와 생산성 향상을 강조해야 함.



Source: Global Customer Success: Strategic Insights partnering with SA&I – Omnibus 2025; Countries covered: US, UK, Japan, South Korea, Germany
Question: What benefits do you believe AI technology will offer to tech products

Outlook 2026

What's Next...

- **The IFA itself**

마케팅 및 커뮤니케이션 플랫폼
우수한 연사 및 패널
웹사이트와 앱의 지속적인 개선

- **Outlook & Continuity**

메세 베를린과 2034년까지의 장기 계약

- **Internationalization**

주요 국제 시장에 집중
글로벌 시장 진출 10주년

- **Retail exclusive services**

리테일 리더스 서밋
신규: 리테일 혁신 존

New

- **New Target Audiences**

... 다음과 같은 5개의 콘텐츠 트랙을 마련하여 달성함:

1. AI의 세계와 기술의 미래
2. 소매업과 상거래의 미래
3. 마케팅과 창의성
4. 문화와 라이프스타일
5. 스마트하고 지속 가능한 삶

- **Culture & City Integration**

IFA 모멘츠, 숨머가르텐, 팟캐스트 데이,
포토그래피스카 박물관과의 파트너십, 베를린
파트너 및 visitBerlin과의 협력

- **Inclusion & Sustainability**

요람에서 요람으로(Cradle to Cradle) 및
레벤스힐페(Lebenshilfe)



Outlook 2026 - Show Areas

새로운 인프라로서의 AI



홈 &
엔터테인먼트



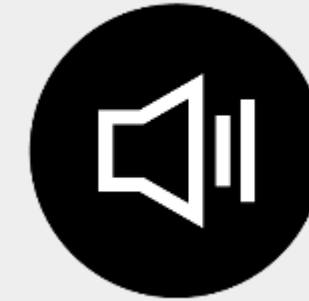
가전제품



스마트 홈



통신 및 연결



오디오



컴퓨팅 및 게임



콘텐츠 제작



뷰티 테크 & 웰빙



모빌리티



IFA Next

Outlook 2026

New

새로운 형식과 업데이트된 콘텐츠 트랙

런웨이의 로봇, 로보컵, 인디 게임 존, 모빌리티 트랙, 뷰티 허브, 야외 요리 및 가드닝, 스마트 라이프 포럼 등

모두를 위한 혁신

IFA는 포용성, 접근성 및 모든 연령대를 위한 콘텐츠를 장려함

썸머가든(Sommergarten)

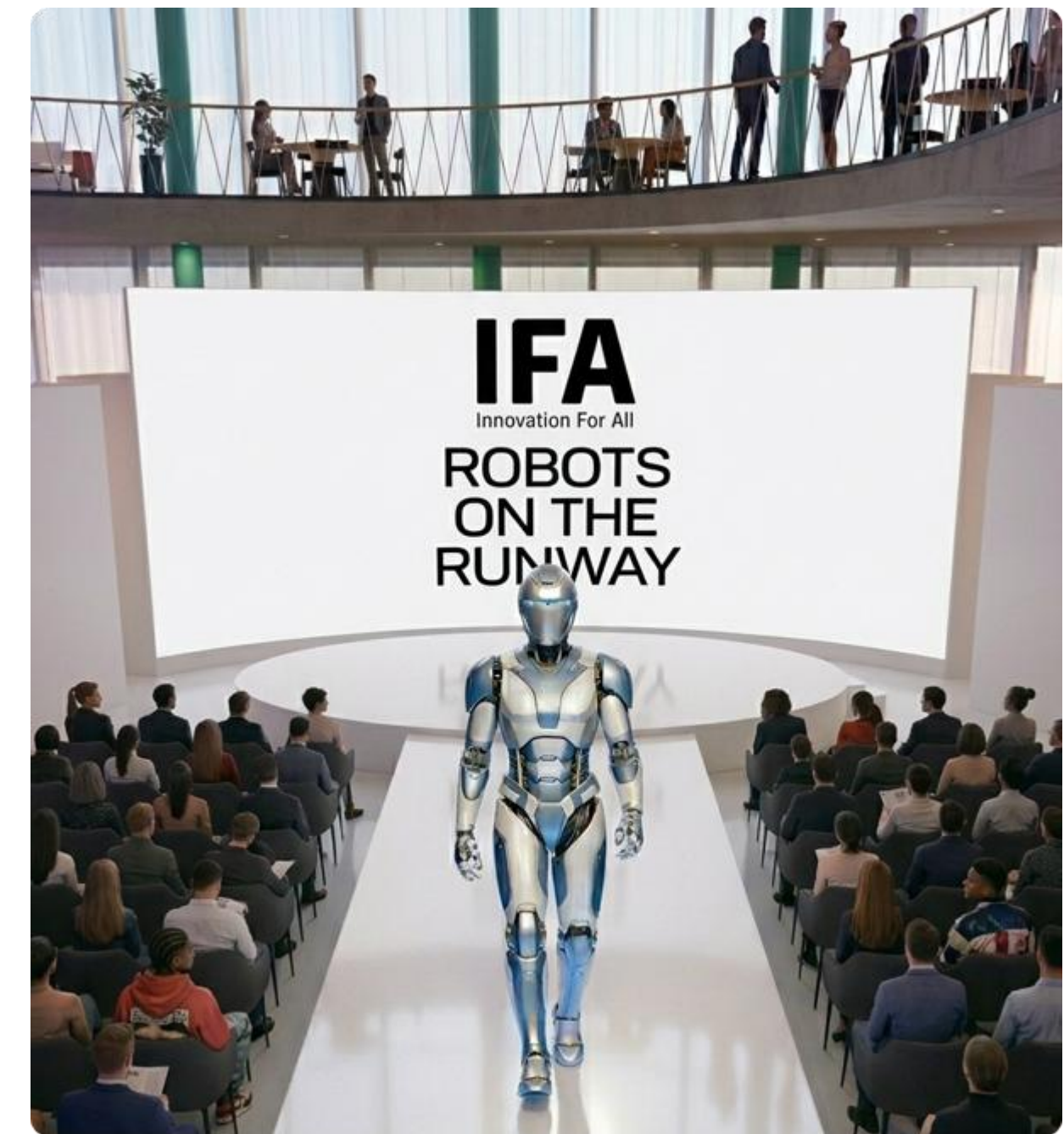
출연이 확정된 아티스트로는 루치아노, DJ BUNT., 이키멜 등이 있음

IFA 하이라이트

브랜드와 소비자에게 최고의 기회 - IFA는 특정 장소나 시점에 국한되지 않음

360° 접근방식

(라이브) 팟캐스트, 기자회견 및 보도자료, 무대 프로그램, 브랜드 체험 행사, 글로벌 행사 및 업계 모임 참여



Outlook 2026

독점 프리뷰 – 전시 장소

ICC는 IFA 2026의 일부입니다.

IFA가 이제 전설적인 ICC 베를린을 처음으로 개관합니다. 이 건물은 1979년에 지어진 문화재로 지정된 랜드마크로, 지난 10년간 문을 닫은 상태였습니다. 300미터가 넘는 알루미늄 외관을 자랑하며 2만 명을 수용할 수 있습니다. 이 건물은 냉전 시대에 서베를린의 혁신 정신을 상징하는 공간으로 지어졌습니다.

New



IFA에 참여해야 하는 이유

IFA는 혁신이 시장의 현실로 구현되는 곳입니다.

For media

- 신제품 출시, 시연, 혁신 스토리에 대한 가장 빠른 정보
- 트렌드, 시장 변화, 향후 전망에 대한 인용 가능한 경영진의 견해
- 신속한 보도 처리를 위해 제작된 활용도 높은 콘텐츠 형식(인터뷰, 영상, 전시 현장 모습)
- 기술이 일상생활(가정, 디자인, 엔터테인먼트)과 만나는 인간적·문화적 관점

For the industry

- 브랜드가 신제품을 공개하고 업계의 방향성을 제시하는, 검증된 혁신 출시 플랫폼
- 의사결정이 이루어지는 순간에 강력한 노출 효과
- B2C 시장의 관심과 B2B 유통망을 연결
- 소매업체 접근성 및 거래 성사 환경
- 글로벌 경쟁력: 유럽을 기반으로 전 세계에 진출

Press Material



See you at IFA: 4–8 September 2026!

Leif Lindner
CEO
l.lindner@ifa-management.com

Sonja May
Director PR & Corporate Communications
s.may@ifa-management.com

Gioia Zoli
Head of International PR
g.zoli@ifa-management.com





IFA Innovation
For All

Discover IFA
The future is now.