

08. Februar 2019

Von der „Großen Deutschen Funkausstellung“ zur weltweit größten und bedeutendsten Messe der Consumer Electronics- und Home Appliance Branchen

Die Geschichte der IFA:

Der Startschuss fiel am 4.12.1924 mit der ersten "Großen Deutschen Funk-Ausstellung", die bereits 242 Aussteller und 180.000 Besucher auf einer Fläche von 7.000 qm zusammenführte. Detektorgeräte und die ersten Röhren-Rundfunkempfänger faszinierten damals die Messebesucher. Es folgten "Große Deutsche" Funkausstellungen im jährlichen Rhythmus, auf denen vor allem der Hörfunk, ab 1928 auch Fernsehvorführungen, die Hauptrolle spielten.

Berlin blieb bis zum Ausbruch des Zweiten Weltkrieges Schauplatz dieser Messe. Veranstalter waren der "Verband der Radio-Industrie" (1924) und danach bis 1933 der "Verband der Funkindustrie", 1930 zusätzlich der "Reichsverband des Deutschen Sprechmaschinen- und Schallplatten-Handels". Zwischen 1933 und 1939 übernahm der "Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda" die Verantwortung für die Messe, deren erstes Kapitel mit der 16. Veranstaltung im Jahr 1939 endete.

Funkausstellung geht auf Wanderschaft

Nach dem Krieg folgte eine Zeit der Wanderschaft. 1950, 1953 und 1955 gastierten die Funkausstellungen in Düsseldorf; 1957 und 1959 bildete das Messegelände in Frankfurt/Main den Schauplatz. 1961 und 1963 bewunderten jeweils mehrere hunderttausend Besucher die Exponate der deutschen Industrie wieder in Berlin. Inzwischen hatte die Ultrakurzwelle (UKW) ihren Siegeszug begonnen (1950), es gab es Transistor-Geräte (1955), tragbare Fernseher (1957) und drahtlose Fernbedienungen (1959). 1963 wurde unter dem Funkturm die Audio Compact Cassette vorgestellt. Im gleichen Jahr begeisterten Stereo-Hörfunk-Sendungen die Zuhörer.

Die 24. Funkausstellung wurde 1965 in Stuttgart ausgerichtet. 1967 kehrte die Messe nach Berlin zurück.

Unvergessene Sternstunde: Willy Brandts Knopfdruck zum Start des Farbfernseh-Zeitalters in Deutschland am 25. August 1967.

Ab 1971 international und Rückkehr nach Berlin

-

Es folgten zwei weitere „Auswärtsspiele“, nämlich 1969 wiederum in Stuttgart und 1970 in Düsseldorf, ehe die Funkausstellung in erstmalig internationalem Zuschnitt 1971 auf Dauer nach Berlin zurückkehrte. Schon in diesem ersten Jahr kamen 26 Aussteller und 93 zusätzlich vertretene Firmen aus dem Ausland: aus Dänemark und Finnland ebenso wie aus Hongkong, Japan, der damaligen UdSSR und den USA.

In der Nachkriegszeit zeichneten übrigens bis 1973 zunächst die „Fachabteilung Rundfunk und Fernsehen“ im ZVEI und später der „Fachverband Rundfunk und Fernsehen“ im ZVEI für die Messe verantwortlich. Seit 1973 ist die gfu - Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbh Veranstalter.

Ob Quadrophonie (1973) oder ARI-Verkehrsfunk (1975), ob Video- und

Pressekontakt:

gfu

Presse- & Öffentlichkeitsarbeit
Roland M. Stehle
Tel.: +49 911 3777900
stehle@gfu.de

Messe Berlin GmbH

Emanuel Höger
Pressesprecher und Leiter
Presse - und Öffentlichkeitsarbeit
Corporate Communication
Unternehmensgruppe

IFA

Nicole von der Ropp
PR Manager
Tel.: +49 30 3038-2217
vonderropp@messe-berlin.de

Bildschirmtext (1977), Compact Disc (1979), Stereoton im Fernsehen (1981), Video Programm System VPS (1985), Radio Daten System RDS (1987), 16:9-Breitbildfernsehen, Digitales Satelliten Radio (beide 1989), Digitale Compact Cassette, Mini Disc (beide 1991), Laser TV (1993), digitales Fernsehen (DVB), digitaler Hörfunk (DAB), Plasma-Bildschirme (alle 1995), Digital Versatile Disc DVD (1997), Handy mit Internetzugang (1999) und die Einführung des digitalen Fernsehens über Antenne (2003) - auf der Internationalen Funkausstellung Berlin wurde vieles von dem erstmals vorgestellt, was die Consumer Electronics-Welt bewegte und heute noch bewegt.

Technologien wachsen zusammen

Als erste wirkliche Multimedia-Messe ging die IFA '95 in die Geschichte ein. Die folgenden Funkausstellungen haben diesen Anspruch nachdrücklich unterstrichen und zeigten, dass sich die Top-Messe der Unterhaltungselektronik inzwischen zu einer umfassenden Leistungsschau der Consumer Electronics – also auch für die Telekommunikation und die Informationstechnologie weiterentwickelt hatte. Die fortschreitende Digitalisierung der Medien und der Techniken spielt dabei die maßgebliche Rolle. Sie lässt die Technologien und die Geräte der Unterhaltungs-, Informations- und Kommunikationselektronik zusammenwachsen.

Flat-TV und HDTV

Zu den spektakulärsten Trends der IFA 2005 zählte der Generationswechsel der Fernsehgeräte hin zum großen, flachen Heimkino-Bildschirm im Format 16:9. Was sich bereits auf der IFA 2003 als spannende technische Entwicklung abgezeichnet hatte, bestimmte im Jahr 2005 das Marktgeschehen auf breiter Front. Gleichzeitig feierte das hoch auflösende Fernsehen HDTV seine Europa-Premiere: Kurz vor dem Start der ersten regelmäßigen Übertragungen in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und anderen europäischen Ländern stand die faszinierende neue Technik im Mittelpunkt der Präsentationen auf allen großen Messeständen.

IFA ab 2006 jährlich

Seit Oktober 2005 darf sich Berlin künftig in jedem Jahr auf die IFA als Messeereignis von Weltrang freuen: Die dynamische Marktentwicklung der Consumer Electronics-Branche sowie das herausragende Ergebnis der IFA 2005 haben den Veranstalter der IFA, die gfu - Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH und die Messe Berlin GmbH ermutigt, das Konzept der IFA weiterzuentwickeln. Aufsichtsrat und Geschäftsführung der gfu haben einstimmig entschieden, die IFA künftig jährlich zu veranstalten.

Auf der ersten jährlichen IFA, der IFA 2006, gehörte HDTV zu den wichtigsten Messethemen. Nach dem Kickoff im Jahr 2005 präsentierte sich HDTV zwölf Monate später als marktreifer Übertragungsstandard mit einem rasch wachsenden Programmangebot. Darüber hinaus startete mit der Blu ray-Disc und der HD-DVD eine neue Generation optischer Medien, die High-Definition-Qualität ins Wohnzimmer bringt.

Zwei weitere medientechnische Innovationen prägten zudem das Gesicht der IFA 2006: Allianzen aus Rundfunkhäusern, Geräteherstellern und Mobilfunk-Betreibern starteten neue Fernsehdienste für Handys und andere Mobilgeräte, vielfach Handy-Fernsehen genannt. Auch erste Fernsehdienste über das Internet (IPTV) gehörten zu den zentralen Themen.

Die IFA 2007 stand ganz im Zeichen des Generationswechsels zu den High-Definition-Medien. HDTV-Tauglichkeit gehört für die Fernsehgeräte-Neuheiten dieses Jahres schon zur selbstverständlichen Ausstattung.

IFA ab 2008 erstmals mit Hausgeräten

Die IFA 2008 präsentierte sich mit einem neuen Ausstellungsbereich: Home Appliances@IFA. Die erstmalige Kombination der Consumer Electronics und der Elektro-Hausgeräte schafft eine nie da gewesene Angebotsvielfalt und damit die attraktivste Plattform für internationale Händler, Einkäufer, Konsumenten und für die Industrie beider Branchen.

Dem Erfolg der Premiere der Home Appliances@IFA folgte mit der IFA 2009 die Vergrößerung des Segmentes der Elektrohausgeräte, die die Hallen 1.1. bis Halle 6.1. (2008: Hallen 1.1. bis 4.1.) belegten. Ergebnisse der IFA 2009 in Stichworten: Ein deutliches Wachstum bei Fachhändler und Besuchern, Bundeskanzlerin Merkel bezeichnete die IFA als die Lokomotive für die gesamte Wirtschaft, mehr als drei Milliarden Euro Ordervolumen und über 224.000 IFA-Besucher.

50. IFA: Jubiläum in 2010

Als Sprung in eine neue Zeit reiht sich die 50. IFA in die Geschichte ein. Die Vorzeichen für einen Erfolg standen gut: Mit einem zweistelligen Flächenwachstum auf rund 134.400 Quadratmeter (+11%) vermieteter Ausstellungsfläche und mit 1.423 Ausstellern wurden Bestleistungen erzielt. Ebenso zahlreich kamen die Besucher zur 50. IFA: 235.000 Besucher (+5%), darunter 125.000 Fachbesucher (+8%) machten die IFA erneut zur weltweit größten und wichtigsten Messe für Consumer Electronics und Elektro-Hausgeräte. Das Ordervolumen des Handels liegt mit 3,5 Milliarden Euro (+9%) über dem Vorjahresergebnis.

Mit Keynotes von Google, Bosch Siemens, IBM, ESPN und Constantin Medien waren die IFA International Keynotes herausragender Programmpunkt auf der IFA und setzten neue Maßstäbe. Die neuen Ausstellungsbereiche „IFA iZone“ und „IFA eLibrary“ waren vom Start weg sehr erfolgreich. Damit hat die IFA die aktuellen Trends aus der Welt der i-Produkte und der e-Medien erfolgreich integriert.

IFA 2011: Die Erfolgsgeschichte geht weiter

Handel und Konsumenten haben außerordentlich positiv auf die Rekordzahl an Produktpremieren auf der diesjährigen IFA reagiert: Mit einem Ordervolumen von mehr 3,7 Milliarden Euro und 238.000 Besuchern (+3%) endete die weltweit bedeutendste und größte Messe für Consumer Electronics und Hausgeräte am 7. September in Berlin. 1.441 Aussteller (+1%) präsentierten ihre Innovationen auf 140.200 qm (+4%) belegter Ausstellungsfläche. Der Fachbesucheranteil ist um zwölf Prozent auf 132.900 gestiegen und liegt damit weit über dem Vorjahr. Davon kamen 51.200 aus dem Ausland, das entspricht einer Verdoppelung gegenüber 2010.

IFA 2012: Digitale Welt auf der IFA zu Hause

Vom 31. August bis zum 5. September präsentierten 1.439 Aussteller ihre zahlreichen Produktpremieren auf 142.200 qm (+ 1,4%) belegter Ausstellungsfläche. Mit einem Ordervolumen von mehr als 3,8 Milliarden Euro (+3%) und 240.000 Besuchern (+1%) endete die IFA mit neuen Rekordergebnissen. Mehr als 142.300 Fachbesucher (+7%), davon 42.800 (+11%) aus dem Ausland, unterstreichen die global führende Bedeutung für Industrie, Handel und Medien.

IFA 2013 bringt Optimismus

Aussteller und Händler kehrten trotz der Unsicherheiten in den weltweiten Märkten zuversichtlich von der IFA zurück.

Insbesondere in den Schlüsselbereichen TV, Telekommunikation und Elektrohausräte wurden die Erwartungen der Hersteller auf der IFA deutlich übertroffen. Mit einem Ordervolumen von knapp vier Milliarden Euro ist die IFA das bedeutendste Ereignis für Industrie und Handel im Vorfeld des Weihnachtsgeschäfts, der wichtigsten Handels-Saison des Jahres für beide Branchen. Auf 145.000 m² vermieteter Ausstellungsfläche präsentierten 1.500 Aussteller ihre unzähligen Produkte und Neuheiten. Insgesamt besuchten verbuchte die IFA rund 240.000 Besucher, darunter mehr als 142.000 Fachbesucher (+1,4%) und davon 46.000 aus dem Ausland (+2,2%).

IFA 2014: Globale Trends treiben die Märkte

Nie zuvor in ihrer 90jährigen Geschichte der IFA wurden so viele Produkt-Weltneuheiten vorgestellt. Globale Trends wie Vernetzung, Wearables sowie noch weiter verbesserte Bild- und Tonqualität im digitalen TV- und HiFi-Bereich haben neue Dimensionen erreicht. Die IFA 2014 bewies stärker als je zuvor ihre Kompetenz als bedeutendster globaler Branchen- und Kommunikationstreffpunkt. Handel und Konsumenten reagierten außerordentlich positiv auf die hohe Anzahl an Produktpremierer. Die IFA 2014 generierte allein in den sechs Messetagen ein Ordervolumen von rund 4,25 Milliarden Euro, ein starkes Nachmessegeschäft wird erwartet.

Der einzigartige Mix der IFA aus Innovationen, Stars und Entertainment, präsentiert von 1.538 Ausstellern auf rund 149.500 Quadratmetern, zog mehr als 240.000 Besucher in seinen Bann. Die Ausstellungsfläche war die bislang größte in der IFA-Geschichte.

IFA 2015: Die IFA der Paukenschläge

Mit einem unerwartet starken Zuwachs an deutschen und internationalen Fachbesuchern schließt in diesem Jahr eine der erfolgreichsten IFA's ihrer Geschichte. 1.645 Aussteller präsentierten ihre Neuheiten den globalen Märkten. Insgesamt stieg die Besucherzahl auf 241.990.

Händler und Aussteller der IFA gingen mit gestärkt positiven Erwartungen in das bevorstehende Jahresendgeschäft. Nie zuvor wurden von der Industrie so viele neue Produktkategorien und Produktpremierer der Öffentlichkeit präsentiert. Mit einem Ordervolumen von rund 4,35 Milliarden Euro stärkt die IFA einmal mehr ihre Stellung als weltweit bedeutendste Messe für Industrie und Handel zu Beginn der verkaufsstärksten Zeit des Jahres, dem Weihnachtsgeschäft.

Fast 6.000 Journalisten, darunter 2.700 internationale aus mehr als 70 Ländern, erreichen mit ihrer Berichterstattung mehr als 1,2 Milliarden Menschen weltweit.

Die IFA baut 2016 ihre globale Leitfunktion aus

Mehr Aussteller und mehr Innovationen denn je auf der IFA 2016 stimmten Handel und Industrie außerordentlich positiv. Erstmals präsentierten auf der IFA 1.800 Aussteller auf einer vermieteten Ausstellungsfläche von 158.000 Quadratmetern ihren neuesten Produkte. Die IFA erschloss mit der STATION Berlin 2016 erstmals eine zusätzliche Ausstellungsfläche außerhalb des Messegeländes ExpoCenter City. IFA Global Markets richtet sich exklusiv an Fachbesucher. Hier wird insbesondere Einkäufern und Händlern ein zentraler Handelsplatz geboten, um Zulieferer, Komponenten-Hersteller, OEMs und ODMs mit potentiellen Kunden und Partnern der CE- und Home Appliances -Branche zusammenbringt. Auf 10.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche zeigten über 300 Aussteller ihre neuesten Produkthighlights und Services.

Mit einem Ordervolumen von 4,5 Milliarden Euro und 240.000 Besuchern legte die weltweit bedeutendste Messe für Consumer und Home Electronics den Grundstein für ein positives Jahresendgeschäft. Dabei gewann die IFA weiterhin an globaler Relevanz, dies zeigt vor allem der Anstieg der internationalen Fachbesucher auf 139.000. Rund 5.700 Journalisten aus über 50 Ländern berichteten umfangreich über die neuesten Technikrends. Von der smarten Küche, über das vernetzte Auto bis hin zu virtuellen Realitäten und IoT reichten die Themen der IFA Keynotes 2016. Die

Redner waren BSH-Chef Dr. Karsten Ottenberg, Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG, Mark Papermaster, CTO von AMD und IBM Watson IoT Managerin Harriet Green. Der neue Ausstellungsbereich Smart Home in Halle 6.2 erfreute sich großer Beliebtheit bei Besuchern und Medien. Auf 3.000 Quadratmetern präsentierten über 50 Aussteller aus 15 Ländern ihre neueste Produkte und Services rund um intelligente Haussteuerung. Zudem zeigten circa 150 Partner auf ihren Ständen neueste Smart-Home-Lösungen.

IFA 2017: Mehr Besucher, höheres Ordervolumen und erneut gesteigerte Internationalität

Die Innovationskraft und Markenvielfalt der IFA 2017 begeisterte gleichermaßen 253.000 Besucher, darunter 145.300 Fachbesucher (+4,5%) und davon 72.600 aus dem Ausland (+6,7%). 1.805 Aussteller präsentierten auf einer vermieteten Ausstellungsfläche von 159.000 Quadratmetern ihre neuesten Produkte. Mit einem erwarteten Ordervolumen von 4,7 Milliarden Euro endete die weltweit bedeutendste Messe für Consumer und Home Electronics am 6. September in Berlin.

Die IFA hat mit ihrer Vielzahl an Innovationen ihre Position als Weltleitmesse der beteiligten Branchen weiter ausgebaut. Zudem hat sie ihre Rolle als weltweit bedeutendste Messe für Elektro-Hausgeräte mit der zehnten Ausgabe von Home Appliances@IFA gestärkt. Für alle beteiligten Industrien, Konsumenten, Medien und den Handel ist die IFA damit der effizienteste und weltweit bedeutendste Kommunikationstreffpunkt. 6.000 Journalisten, davon 2.800 aus mehr als 70 Ländern, berichteten über die Flut an IFA-Innovationen und die neuesten Technikrends. Der wachsende B2B-Bereich mit den International Halls und den OEM/ ODM-Herstellern hat eine exklusive neue Heimat mit IFA Global Markets in der STATION Berlin. Die Ausstellungsfläche IFA Global Markets hat sich im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt und war ebenfalls komplett ausgebucht. IFA Global Markets ist damit Europas größter Sourcing Markt.

Auch auf IFA NEXT gab es eine großartige Resonanz: Der neue Innovations-Hub der IFA hat vom ersten Messtag an gezeigt, dass das Konzept, unter einem Dach zusammenzuführen, was zusammen gehört, vollends aufgegangen ist. 130 Start-Ups sowie 70 Unternehmen, Allianzen, Organisationen und Forschungseinrichtungen waren bei IFA NEXT vertreten.

IFA 2018: Weltweit bedeutendste Messe für Consumer und Home Electronics baut Führungsposition aus, Neuheiten und Co-Innovation begeistern

Co-Innovation, Artificial Intelligence, Spracherkennung und die rasant steigende Popularität smarter, vernetzter Produkte haben die IFA 2018 zu einer erneuten Rekordausgabe gemacht. Die weltweit führende Messe für Consumer Electronics und Home Appliances begeisterte in diesem Jahr 244.055 Besucher. Insgesamt 152.479 Fachbesucher kamen 2018 nach Berlin, davon 80.814 aus dem Ausland, ein neuer Rekord für die internationale Beteiligung. Die IFA ist so für globale Marken und den Handel bedeutender denn je. Sie findet zum richtigen Zeitpunkt statt, vor dem enorm wichtigen Jahresendgeschäft mit Black Friday, Singles Day in China und Weihnachten. Industrie und Handel sind in einer guten Stimmung, was sich in einem hohen Ordervolumen auf dem Rekordniveau von 4,7 Milliarden Euro widerspiegelt. Mit 1.814 Ausstellern und einer vermieteten Fläche von 161.200 Quadratmetern bespielte die IFA in diesem Jahr zwei ausgebuchte Gelände: Auf dem Messegelände Berlin unter dem Funkturm war jeder Quadratmeter belegt, während IFA Global Markets (nur für Fachbesucher) in der STATION Berlin am Gleisdreieck überbucht war.

Journalisten aus 75 Ländern berichteten von der IFA über eine riesige Anzahl an Innovationen und Technologie-Trends. 2018 konnte die Internationalität erneut gesteigert werden: Von 5.807 Journalisten kamen 2.799 aus über 75 Ländern (2017:70). Das zunehmende internationale Medieninteresse und die Anzahl der weltweit berichtenden Medien, beweist einmal mehr die globale Bedeutung der IFA.

IFA Global Markets setzte mit der dritten Ausgabe neue Standards und hat sich als signifikanter Teil der IFA etabliert. In diesem Jahr war die Ausstellungsfläche von IFA Global Markets aus- und sogar überbucht. Die Veranstaltung von 2. bis 5. September

war exklusiv Fachbesuchern, Lieferanten, Komponenten-Herstellern und OEMs/ODMs vorbehalten. Sie konnten sich dort mit ihren Kunden und Geschäftspartner aus den Segmenten Consumer und Home Electronics treffen. IFA Global Markets ist inzwischen die größte Einkaufs-Plattform in Europa. Die große Bühne für Innovationen von Startups, Forschungseinrichtungen und Unternehmen, IFA NEXT, ging im zweiten Jahr mit nahezu verdoppelter Ausstellungs- und Kommunikationsfläche an den Start. Das Konzept mit gleich zwei Bühnen bot ein noch breiteres Themenspektrum und eine höhere Programmvierfalt. Neben Forschung- und Entwicklungslaboren sowie namenhaften global Playern und rund 125 Startups aus 21 Ländern bot IFA NEXT 2018 mehr Innovationen denn je.

IFA NEXT war nicht nur der Rahmen für innovative Technologien und faszinierende Vorträge, IFA NEXT bildete auch die Plattform für die IFA Keynotes, den IFA+ Summit, die die Zukunft der nächsten zehn Jahre thematisiert sowie Shift AUTOMOTIVE, den neuen Kongress für Future Mobility, der 2018 seine Premiere hatte.

Die erste Ausgabe von Shift AUTOMOTIVE umfasste Panels und Diskussionen mit namhaften Sprechern von Designworks of BMW Group, Daimler, Porsche, Nokia, Mesosphere, Accelere, KPMG und vielen weiteren. Die Veranstaltung warf mit einer mehr als zufriedenstellenden Teilnehmerzahl einen Blick in die Zukunft des Fahrens aus der Perspektive der Konsumenten und zeigte auf, wie neue automotiv Technologien die Art und Weise wie wir leben, arbeiten und uns fortbewegen ändern werden.