

Martin Fryba



Martin Fryba
Editor-at-Large ICT CHANNEL bei WEKA FACHMEDIEN GmbH
2 Std.



Themenwoche **#greenit** bei **ICT CHANNEL**. Teil 5 Symbiose von Ökologie und Ökonomie: **Jan Nintemann** plädiert dafür, den **#Klimawandel** nicht als Gefahr für Geschäftsmodelle, sondern als Chance zu begreifen. Über den Wind of Change, der Teile der ITK-Branche (und nicht nur hier) längst erfasst hat.
<https://lnkd.in/d9zc-rg>



Nachhaltigkeit durch Digitalisierung: Fridays for Futur erfasst die...
ict-channel.com

4 · 1 Kommentar



Wilm Tennagel
Corinna Voss
Gefällt mir Antworten

2 Std. ...

Loggen Sie sich ein, um Kommentare zu sehen oder hinzuzufügen.



2.982 Follower
840 Beiträge · 14 Artikel

Profil anzeigen **+ Folgen**

SCHWERPUNKTE[ICT CHANNEL CHAMPIONS 2020](#)[CLOUD & DATACENTER](#)[KASPERSKY 2020](#)[MANAGED SERVICES](#)[E-PAPER](#)

Nachhaltigkeit durch Digitalisierung

Fridays for Futur erfasst die Tech-Wirtschaft

30. November 2020, 09:29 Uhr | Jan Nintemann / Martin Fryba | [Kommentar\(e\)](#)



© Global Fairs TT-Messe

Jan Nintemann, Geschäftsführer von Global Fairs

Die Klimaleugner im Business-Anzug muss Jan Nintemann nicht erreichen. Ihr gestriger Pfad führt sie ohnehin nicht in die Zukunft. ITK-Unternehmen gestalten den grünen Weg für eine nachhaltige Ökologie und Ökonomie. Ein Kommentar.

Die Fridays for Future-Bewegung sorgte und sorgt dafür, dass die Klimakrise erstmals in das Bewusstsein der breiten Weltöffentlichkeit dringen konnte. Der Klimawandel, maßgeblich durch CO₂-Emissionen getrieben, ist neben der digitalen Transformation das Thema Nummer eins in mehr oder weniger allen wirtschaftlichen Sektoren - und somit insbesondere auch in den Techbranchen. In allen Sparten - Consumer Electronics, Home Appliances, IT und IoT, Telekommunikation sowie SmartHome/SmartBuilding – spielt Energieeffizienz eine immer wichtigere Rolle. Was mich wundert: In nahezu allen Branchen und in der Kommunikation ihrer fachlichen Organe steht die Digitalisierung ganz oben auf der Agenda, während die Klimakrise oftmals nur selten bis gar nicht erwähnt wird. Und wenn, dann spricht man hier und dort gelegentlich über Nachhaltigkeit - das klingt irgendwie positiver und nicht so bedrohlich. Ganz so, als würde das Klimathema den Marktteilnehmern der jeweiligen Branche wirtschaftlichen Schaden zufügen.

Wind of Change

Es ist in Wirklichkeit genau andersherum. Den Schaden werden jene Unternehmen haben, die die Zeichen der Zeit nicht erkennen, die die Veränderung des Marktes nicht reflektieren wollen. Sie überlassen es anderen, den Wandel zu gestalten, die Chancen anzupacken, die der Klimaschutz eröffnet. Wir können eine solche Entwicklung aus anderen Branchen studieren: 1990 bei der Entstehung des damals neuen entmonopolisierten Telekommunikationsmarktes.

Die Schnellsten wie Agfeo und Auerswald oder auch Neueinsteiger im Telecom-Segment wie Panasonic wurden in ihrem jeweiligen Segment Marktführer. Es waren nicht die größten Unternehmen des damaligen deutschen Telekommunikationsmarktes, die als Gewinner des neuen liberalisierten Marktes hervorgingen. Diese »Regel« gilt genauso auch heute in Zeiten der Digitalisierung und des Klimawandels.

Unternehmen sollten schnellstens beginnen, die absehbar zwangsläufig eintretenden Marktveränderungen aufgrund des Klimawandels als Chance zu begreifen - und nicht als Bedrohung - dies tun sie bei der digitalen Transformation doch auch. Wir müssen und sollten den Wandel unseres Wirtschaftens und Handelns hin zu einer klima- und umweltgerechten Art und Weise nicht als Großunternehmens-getriebene Entwicklung denken. Ganz nach dem Motto: »Die machen das schon!« Genau das ist eben nicht der Fall, wie uns die Autobranche lehrt. Klimaschutz ist eine gesellschaftspolitische Aufgabe, sie wird zu einer zukünftig mehr und mehr von Behörden regulierten neuen Handlungsstruktur mit Vorgaben, die sich holistisch bis in alle Lebens- und Unternehmensbereiche hinein auswirken werden – Stichwort »New Green Deal« der EU.

Seriös betrachtet, ist dies ja kein Umstand, über den man grundsätzlich völlig gegensätzlicher Meinung sein könnte, sondern Tatsachen geschuldet, die sich auf den wohl gründlichsten und am längsten währenden wissenschaftlichen Analyseprozessen unter Beteiligung der meisten Wissenschaftler weltweit begründen. Wer sich diesen Erkenntnissen verschließt, verschließt die Augen vor der Realität und der Zukunft. Eine solche Verhaltensweise sollte man den Entscheidungsträgern von Unternehmen nicht empfehlen.

Bei den zu erwartenden Veränderungen wird es einen Wettlauf zwischen den regulierenden EU- und nationalen Behörden und den Unternehmen in den Märkten geben, da es Firmen geben wird, die die Zähigkeit der politischen Prozesse bezüglich des Umbaus in eine klimagerechte Welt nicht abwarten wollen. Es können nahezu alle Branchen und Sektoren langfristig wirtschaftlich profitieren, wenn sie sich schnell auf Umwelt-, Ressourcen- und klimaschonende Produkte und Lösungen einlassen, die parallel einhergehen mit einem veränderten, sprich umweltbewussteren Konsumentenverhalten, welches ja schon längst eingesetzt hat.

Smart City – Smart Building

Bestimmten nämlich in der Vergangenheit neben dem Markenimage maßgeblich das Verhältnis von Preis und Nutzungsleistung den Erfolg eines Produktes am Markt, so werden es in Zukunft Klima- und Umweltkriterien sein: je umweltschonender ein Produkt, desto wettbewerbsfähiger gegenüber der Konkurrenz, desto größer der Vermarktungserfolg. Oder aber die Unternehmen verharren eigenwillig in der ausschließlich auf Profitmaximierung ausgerichteten gestrigen klimafeindlichen Welt, an der sie so lange festhalten werden, wie es irgendwie möglich ist. Diese Firmen verlieren nicht nur kostbare Entwicklungszeit in klimagerechte Produkte und Lösungen, sondern sie bereiten auf diese Weise den Pfad ihres eigenen Endes vor.

Schon jetzt müssen sie sich immer mehr auch gegen das Image eines Klimaleugners wehren, denn mit ihrem Verhalten tragen sie auch die Mitverantwortung für gegenwärtige und zukünftige vermeidbare Klimabelastungen. Das hat - neben der Autobranche - von allen wirtschaftlichen Sektoren am wirkungsvollsten die Finanzbranche längst verstanden.

In der Autowelt hat sich seit der »Abgas-Wende« 2015 einiges getan - immerhin steht die Kfz- und Mobility-Welt hierzulande für rund 25 Prozent der CO₂-Emissionen. Vernetzen sich zum Beispiel verschiedene intelligent gesteuerte mobile Verkehrskonzepte in der Smart City, können CO₂-Emissionen deutlich gesenkt werden.

In der Gebäudewelt, die derzeit für einen noch größeren CO₂-Fußabdruck steht als die ganze mobile Welt, nämlich etwa 35 Prozent, sieht es ganz anders aus. Die in der Baubranche tätigen Unternehmen wissen, mit welchen Materialien in welcher Bauweise der geringste Temperaturverlust erzielt und die unterschiedlichsten Wetterverhältnisse mittels smarterer Gebäudetechnik zu einem optimalen energetischen Ergebnis führen. Ein klimaneutrales Gebäude-Management ist möglich - aber nur, wenn KI-getriebene Smart Home- und Smart Building-Steuerungssysteme installiert sind. Das ist bei den allermeisten Gebäuden und Wohnungsnutzungen (Bestandsgebäude) jedoch nicht der Fall. Andererseits aber gibt es von vielen Anbietern längst geeignete marktreife Produkte und Lösungen für Smart Home, Smart Building - und auch für Smart Living. Eine Riesenchance für den stationären und auch installierenden Handel.

Denn die Konnektivität von allen möglichen Haushalts-, Unterhaltungs- und Kommunikationsgeräten auf der einen und smarten Klima-, Licht- und Security-Steuerungsprozessen auf der anderen Seite ist eine Herausforderung für jeden Anwender - und auch für die Einzelhändler und Systemintegratoren, die fit für diese neuen Betätigungsfelder gemacht werden müssen. Die digitale Vernetzung von Wohnungen, Gebäuden, ja ganzer Städte in Verbindung mit der neuen IP-KI-gesteuerten mobilen Welt bildet sozusagen die Basis der neuen spannenden Formel der Techbranchen: Nachhaltigkeit durch Digitalisierung.

Datenschutz First

Dass hier der Datenschutz zu einer lästigen Nebensächlichkeits verkommt, darf aber nicht passieren. Datenschutz sollte das Herzstück aller smarten ITK-gesteuerten Technologien werden. Neueste Marktforschungen stellen fest, dass bis zu 30 Prozent der Bevölkerung vor Smart Home-Installationen zurückschrecken, weil - mit Recht - befürchtet wird, dass hier in großem Stile private- oder Unternehmensdaten »abgesaugt« werden und smarte Home- und Gebäudetechnik als Einfallstor von Cyberkriminalität eingestuft wird.

Klima-Studio-Konferenz

Der holistische Ansatz, der ja allen Nachhaltigkeitskonzepten zugrunde liegt, stemmt sich bei der exponentiell wachsenden Klimakrise, die uns plötzlich nah und real erscheint, hierbei immer mehr gegen die totale Ab- und Aufspaltung einzelner Fachgebiete und die Aufteilung in viele unterschiedliche technologische Ansätze und Branchen-Sektoren mit ihren vielen einzelnen technischen Ausläufern - quer durch alle Wertschöpfungsstufen des jeweiligen Markt-Segmentes. Durch den Wettbewerb neigen die Sparten der jeweiligen Unternehmen zuallererst dazu, untereinander zu konkurrieren.

Dabei wird das technische und vertriebliche Vermarktungspotential nicht ausgeschöpft, wenn Synergien unterbleiben und gemeinsam effiziente Vermarktungsstrukturen zur schnelleren Durchsetzung am Markt nicht geschaffen werden. Messen sind hier traditionell die Orte, die die Marktteilnehmer eines Segments zusammenbringen und ihr Thema treiben.

Wann ein Zukunftsthema nicht mehr noch Zukunft ist, sondern es sich im Markt mit Produkten und Lösungen zu etablieren beginnt, dafür waren und bleiben Messen vor Ort und künftig wohl Hybrid-Formate beste Indikatoren. Sie fangen bescheiden, aber immerhin an wie etwa die Klima-Studio-Konferenz auf der IFA 2020 Special-Edition. Und wachsen mit der Bedeutung ihres Marktes und/oder differenzieren sich thematisch aus.

Dieses vielfältige, meist technologisch begründete Spartendenken in den besten Zeiten der Computermesse CeBIT trug auch maßgeblich mit zum Niedergang der einst weltgrößten IT-Messe bei, weil die abgespalteten Technologien sich dann erfolgreich rasch eigene Messeplätze schufen: etwa Orgatec, Drupa oder Light+Building - oder auch der MWC.

Was geht mich das »Welt-Phänomen« an?

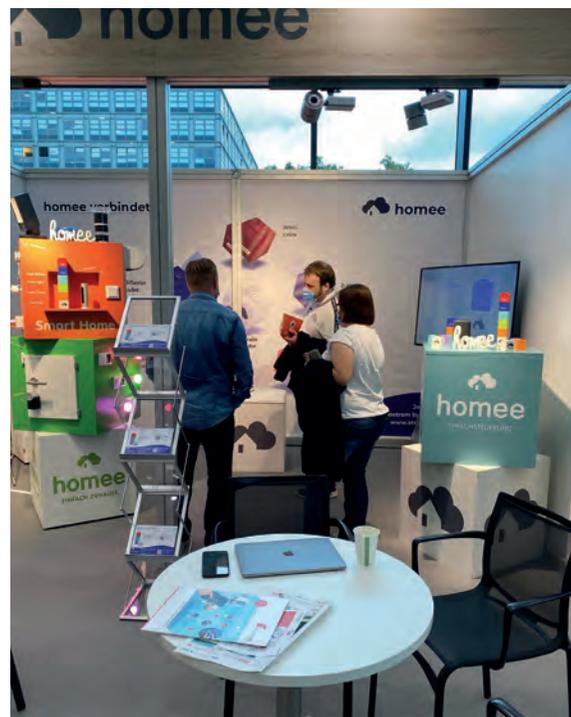
Gerade die aus der Froschperspektive verengte Betrachtungsweise eines Ingenieurs und eines ganzen technischen Branchensektors verliert den Blick auf die gesamte Wirtschaft und Gesellschaft in ihrer doch inzwischen weitestgehend digital vernetzten Handlungs- und Wirkungsweise. Dies mag auch eine Ursache dafür sein, dass der Klimawandel nur als ein das ganze große System betreffendes »Welt-Phänomen« wahrgenommen wird - umso leichter fällt es dann den Entscheidungsträgern einer Sparte, den Klimawandel als nur zu einem verschwindend geringen Anteil des eigenen Sektors zu deklarieren. So, als ob dieses »Problem« ihre jeweilige Branche gar nicht tangiere. Genau diese Fehleinstellung aber bremst die wirtschaftliche Entwicklung in eine grüne und klimafreundliche Welt und wirkt immer mehr als ein Bremsklotz für den grünen Fortschritt.

Jan Nintemann ist Geschäftsführer von Global Fairs. Sein Unternehmen vereint auf dem Reseller-Park der IFA den ITK-Channel. Es bot auch jahrelang im Fachhandelsforum Planet Reseller der CeBIT Herstellern eine Channel-Plattform. Jan Nintemann unterstützt mit Kooperationspartner Smart Home Initiative Deutschland e.V. dessen 2019 neu geschaffene Plattform »Klima-Konferenz am Rande der IFA«.

IFA 2020 in Berlin

Rückblick

*Klima-Studio-Konferenz
auf der IFA 2020 Special Edition*



Die verkleinerte „IFA-2020 Special Edition“ nahm der Inhaber Messe-Agentur Global Fairs TT-Messe Jan Nintemann (Bild rechts) zum Anlass, seinen Schwerpunkt zu verlagern. Anstatt des von ihm organisierten IFA-Reseller Park, der im Eingangsbereich des CityCube diesmal nur zwei Aussteller beherbergte, nämlich den Berliner SmartHome-SmartBuilding-Anbieter Homee sowie die SmartHome Initiative Deutschland e.V., legte er im Corona-Jahr seinen Fokus auf die Organisation der 2ten Edition seiner in 2019 gestarteten „Klima-Studio-Konferenz am Rande der IFA“.



Das „Bürger CO₂ Projekt“

Ein zentrales Thema der „Klima-Studio-Konferenz“ war das von Günther Ohland (1. Vorstand und Gründer der SmartHome Initiative Deutschland e.V.) initiierte „Bürger CO₂ Projekt“, welches er jetzt auf der IFA auf der Klima-Konferenz launchte.

Günther Ohland erläuterte das Bürger CO₂-Projekt. Auch Jan Nintemann hatte in seiner Begrüßungsansprache die große Bedeutung der Fridays for Future-Bewegung gewürdigt – ging es ihm um die wichtige Begegnung, die dynamische Entwicklung verspricht: „Fridays for Future trifft auf Realwirtschaft“. Wobei er voraussetzt, dass die jugendliche FfF-Bewegung weltweit von den internationalen Wissenschaftlern, auf

die sich sämtliche FfF-Darstellungen und Forderungen hinsichtlich des Klimawandels stützen, als wirksames Sprachrohr genutzt wird – fast 60 Jahre lang waren ihre Erkenntnisse zum Klimawandel in Wirtschaft und Politik „aktiv überhört“ worden.

Messen zeigen Zukunft – und diese ist grün eine andere Zukunft gibt es nicht mehr. Die Bedeutung der Messewirtschaft ist nicht hoch genug zu bewerten, wenn es darum geht, den zeitlich gedrängten gewaltigen Wandel in eine grüne Welt auch ökonomisch umzusetzen – vor allem dann, wenn das Konzept des „New Green Deals“ ein europäischer Exportschlager werden soll.

Mehr Informationen siehe PDF.



IFA 2020 im Rückblick



**Klima-Studio-Konferenz auf der IFA 2020 Special Edition
Jan Nintemann**

Die verkleinerte „IFA-2020 Special Edition“ nahm Jan Nintemann zum Anlass, mit seiner Messe-Agentur Global Fairs TT-Messe den Schwerpunkt zu verlagern: in diesem Corona-Jahr legte er den Fokus auf die Organisation der 2ten Edition der in 2019 gestarteten „Klima-Studio-Konferenz am Rande der IFA“.

70% aller CO₂-Emissionen entstehen in- oder durch die Wirtschaft – was aber wundert, ist die Beobachtung, dass in nahezu allen Branchen in der Kommunikation ihrer fachlichen Organe und ihren Wertschöpfungsstufen als das Thema Nr. 1 nur die Digitalisierung ganz oben auf der Agenda angesiedelt ist, welches seit Jahren auch entsprechend viel in den Fachmedien kommuniziert wurde – während die Klimakrise – oftmals selten bis gar nicht erwähnt wird. Und wenn, dann spricht man hier und dort gelegentlich über Nachhaltigkeit.

Jan Nintemann hierzu: „es ist in Wirklichkeit anders: Genau wie 1990 bei der Entstehung des damals neuen entmonopolisierten Telekommunikationsmarktes eher die Schnellsten (z. B. waren plötzlich Agfeo und Auerswald die Marktführer bei den neuen Telefonzentralen für private Haushalte und kleine Büros) oder auch Neu-Einsteiger im Telecom-Segment (wie damals z. B. Panasonic – als bekannter CE-Hersteller plötzlich Deutschlands Marktführer bei Anrufbeantworten) – und weniger die größten Unternehmen des damaligen deutschen Telekommunikationsmarktes die Gewinner des neuen liberalisierten Marktes waren, so gilt diese Regel auch heute in Zeiten der Digitalisierung und des Klimawandels. Seiner Meinung nach müssen die Unternehmen schnellstens beginnen, die absehbar zwangsläufig eintretenden Marktveränderungen aufgrund des Klimawandels als Chance zu begreifen – und nicht als Bedrohung.

Nintemann: „Wir müssen den Wandel unseres Wirtschaftens und Handelns hin zu einer Klima- und umweltgerechten Art und Weise nicht als Großunternehmens-getriebene Entwicklung denken, sondern als gesellschaftspolitische, zukünftig mehr und mehr Behörden-regulierte neue Handlungsstruktur mit -vorgaben, die sich holistisch bis in alle Lebens- und Unternehmensbereiche hinein auswirken werden (Stichwort „New Green Deal“ der EU)“.

Er sieht aufgrund des begonnenen Klimawandels gewaltige Veränderungen bevorstehen, gerade auch in den Techbranchen. Dies sei kein Umstand, über den man grundsätzlich völlig gegensätzlicher Meinung sein könnte sondern Tatsachen geschuldet, die sich auf den wohl gründlichen und am längsten währenden wissenschaftlichen Analyseprozessen unter Beteiligung der meisten Wissenschaftler weltweit begründen. Wer sich diesen Erkenntnissen verschließe, schließt die Augen vor der Realität und der Zukunft: „eine solche Verhaltensweise sollte man den Entscheidungsträgern von Unternehmen nicht empfehlen“, so Nintemann. „Bei den zu erwartenden Veränderungen wird es einen Wettlauf zwischen den regulierenden EU- und nationalen Behörden und den Unternehmen in den Märkten kommen, da es Firmen geben wird, die die Zähigkeit der politischen Prozesse bzgl. des Umbaus in eine klimagerechte Welt

nicht abwarten wollen. Hierbei können nahezu alle Branchen und Sektoren langfristig wirtschaftlich profitieren, wenn sie sich schnell auf Umwelt-, Ressourcen- und Klimaschonende Produkte und Lösungen einlassen – die parallel einhergehen mit einem veränderten, sprich umweltbewussteren Konsumentenverhalten, welches ja schon längst eingesetzt hat.

In der Gebäudewelt, die derzeit für einen noch größeren CO₂-Fußabdruck steht als die ganze mobile Welt (etwa 35% der Emissionen) sieht es ganz anders aus. Die in der Baubranche tätigen Unternehmen wissen, mit welchen Materialien in welcher Bauweise der geringste Temperaturverlust erzielt und die unterschiedlichsten Wetterverhältnisse mittels smarter Gebäudetechnik zu einem optimalen energetischen Ergebnis führen. Ein klimaneutrales Gebäude-Management ist möglich – aber nur, wenn KI-getriebene SmartHome- und SmartBuilding-Steuerungssysteme installiert sind. Andererseits aber gibt es von vielen Anbietern längst geeignete marktreife Produkte und Lösungen für SmartHome, SmartBuilding – und auch für SmartLiving – eine Riesenchance für den stationären und auch installierenden Handel.

Die Konnektivität von allen möglichen Haushalts-, Unterhaltungs- und Kommunikationsgeräten auf der einen und smarten Klima-, Licht- und Security-Steuerungsprozessen auf der anderen Seite ist eine Herausforderung für jeden Anwender – auch für die Einzelhändler und Systemintegratoren. Die digitale Vernetzung von Wohnungen, Gebäuden, ja ganzer Städte in Verbindung mit der neuen IP-KI-gesteuerten mobilen Welt bildet die Basis der neuen spannenden Formel der Techbranchen: Nachhaltigkeit durch Digitalisierung.

Die für smarte Gebäudetechnologien erforderliche IT-Kompetenz kann hier nicht hoch genug eingeschätzt werden. Auch führen die in Europa unkritisch von großen US-Privatkonzernen übernommenen Digitalisierungsstrategien mit dem Ziel größtmöglicher Profitsteigerung (in den USA) nicht nur zu Wettbewerbsverzerrungen und Steuer-Ungerechtigkeiten von atemberaubend großen Ausmaßen, sondern bei den Algorithmus-getriebenen Social-Media-Plattformen (Fake News) aufgrund ihrer manipulativen Möglichkeiten in der öffentlichen Meinungsbildung gleichfalls zu großen internationalen politischen, nämlich antidemokratischen Verwerfungen - wie die Entwicklung überall auf der Welt heutzutage schon verdeutlicht.

Der holistische Ansatz, der ja allen Nachhaltigkeits-Konzepten zugrunde liegt, stemmt sich bei der exponentiell wachsenden Klimakrise, die uns plötzlich nah und real erscheint, hierbei immer mehr gegen die totale Ab- und Aufspaltung einzelner Fachgebiete und die Aufteilung in viele unterschiedliche technologische Ansätze und Branchen-Sektoren mit ihren vielen einzelnen technischen Ausläufern – quer durch alle Wertschöpfungsstufen des jeweiligen Markt-Segmentes. Durch den Markt-Wettbewerb neigen die Sparten zuallererst dazu, untereinander zu konkurrieren – anstatt das technische und vertriebliche Vermarktungspotential und ihre Synergien zu verfolgen zwecks Aufbaus effizienter Vermarktungs-Strukturen zur schnelleren Durchsetzung am Markt (dieses vielfältige, meist technologisch begründete Spartendenken in den besten Zeiten der CeBIT trug auch maßgeblich mit zum Niedergang der einst weltgrößten IT-Messe bei, weil die abgespalteten Technologien sich dann erfolgreich rasch eigene Messeplätze schufen - siehe etwa Orgatec, Drupa oder Light+Building - oder auch der MWC). Denn gerade die aus der Froschperspektive verengte Betrachtungsweise eines Ingenieurs und eines ganzen (technischen) Branchensektors verliert den Blick auf die gesamte Wirtschaft und Gesellschaft in ihrer doch inzwischen weitestgehend digital vernetzten Handlungs- und Wirkungsweise - genau dies mag auch eine

Ursache dafür sein, dass der Klimawandel nur als ein das ganze große System betreffendes „Welt-Phänomen“ wahrgenommen wird - umso leichter fällt es dann den Sparten-Branchen-Entscheidungsträgern (wie abgestimmt auf allen Wertschöpfungsstufen), den Klimawandel als nur zu einem verschwindend geringen Anteil des eigenen Sektors zu deklarieren, so, als ob dieses Problem ihre jeweilige Branche gar nicht tangiere. Genau diese Fehleinstellung aber bremst die wirtschaftliche Entwicklung in eine grüne und klimafreundliche Welt und wirkt immer mehr als ein Bremsklotz für den grünen Fortschritt.

Das „Bürger CO₂ Projekt“: mit smarten Wohn- und Gebäudetechnologien gegen den Klimawandel

Ein zentrales Thema der „Klima-Studio-Konferenz“ im CityCube der IFA 2020 Special Edition war das von Günther Ohland (1. Vorstand und Gründer der SmartHome Initiative Deutschland e.V.) initiierte „Bürger CO₂-Projekt“, welches er jetzt auf der IFA auf der Klima-Konferenz launchte. Nachdem Clara Mayer, Sprecherin von Fridays for Future Berlin, Jan Nintemann's Einladung gefolgt war und mit ihrer kurzen, aber umso bissigeren Keynote den Reigen der Redner eröffnet hatte, erläuterte Günther Ohland das Bürger CO₂-Projekt. Auch Jan Nintemann hatte in seiner Begrüßungsansprache die große Bedeutung der Fridays for Future-Bewegung gewürdigt – ging es ihm um die wichtige Begegnung, die dynamische Entwicklung verspricht: „Fridays for Future trifft auf Realwirtschaft“. Wobei er voraussetzt, dass die jugendliche FfF-Bewegung (als die am meisten vom Klimawandel betroffene Bevölkerungsgruppe) weltweit von den internationalen Wissenschaftlern, auf die sich sämtliche FfF-Darstellungen und Forderungen hinsichtlich des Klimawandels stützen, als wirksames Sprachrohr genutzt wird. Anschließend erklärte Bernd Grohmann, Vorstand von eQ-3, mit der Hausmarke Homematic IP Europas Marktführer für SmartHome-Steuerungs-Zentralen, wie tatsächlich mit **erstaunlich geringem Installations- und finanziellem Aufwand die CO₂-Bilanz von Häusern und Wohnungen sich um bis zu über 30% % verbessern lassen** - im Wesentlichen durch eine smarte, individuelle Einzelraum-Heizregelung. EQ-3, die auch die Rolle des Hauptsponsors des Bürger CO₂-Projektes übernommen hatte; hatte zuvor in einem Feldversuch über einen längeren Zeitraum in ihrer Heimatregion Landkreis Leer die Wirkung ihres Homematic IP-SmartHome-Systems quasi empirisch gemessen und konnte so mit belastbaren Daten die beabsichtigte CO₂-Reduktion dokumentieren – die für die Verbraucher gleichzeitig auch immer Kostenersparnisse mit sich bringen – was die Plausibilität dieser geringen Investition erheblich steigert: Klima geschont – Kosten gespart - genau das gefällt den Konsumenten. Hierbei erübrigen sich bei den Bürger CO₂-Projekt-bezogenen Lösungen, die von der Smart der SmartHome Initiative Deutschland e.V. selektiert und empfohlen werden.

Inzwischen dürfte sich in der „smarten Gebäudetechnik“-Branche herumgesprochen haben, dass ein „Verschweigen“ des Klimawandels der wirtschaftlichen Entwicklung dieser Branche eher zuwiderläuft, denn kaum ein Technik-Sektor profitiert hierzulande mehr vom erwachenden Bewusstsein des Klimawandels als die SmartHome / Smart-Building-Industrie. Übervolle Auftragsbücher bei den Systemintegratoren in diesem Sektor sprechen hier bereits eine deutliche Sprache. Neben den energetisch-optimierten Heizsystemen gesellen sich nun aufgrund der klimatisch bedingten, immer öfter vorkommenden sommerlichen „Heiß-Zeiten“ auch erforderliche Raum-Kühlsysteme – so muss man ja bereits die Zukunft realistisch einschätzen. Es handelt sich hier nicht um einen kurz- oder mittelfristigen Technik- oder gar Modetrend sondern viel-

mehr um eine langfristige wirtschaftliche Entwicklung – die Begründung einer nachhaltigen Existenz vieler SmartHome/SmartBuilding-Unternehmen, die auf lange Sicht damit beschäftigt sein können, die zu etwa 80% noch nicht smarten Bestandsgebäude und Wohnungen Klima- und Umweltgerechter auszustatten (wir sprechen hier von weit über 22 Mio. Gebäude allein in Deutschland).

Wer als Marktteilnehmer diese Signale übersieht, macht einen großen Fehler.

Und je mehr die Technik im Haus vernetzt und smart gesteuert wird, desto größer der Nutzen für Klima und Umwelt sowie die Kostenersparnis – was bezogen auf die IFA auch die Möglichkeiten der vernetzten Consumer Electronics im Bereich SmartLiving einschließt.

Auf der IFA-Klima-Studio-Konferenz präsentierten an zwei Tagen 10 fachkundige und hochkarätige Experten und Entscheidungsträger ihre Einschätzung und aktuellen Lösungen rund um die Themen Klimaschutz; darunter Hersteller von SmartHome/Smart-Building, Digitalexperten, Wohnungsgesellschaften, Beratungs-Institute für Nachhaltigkeit und Digitalisierung, Fachverbände - und Fridays for Future, auf die in nahezu allen Redebeiträgen auch direkt Bezug genommen wurde. Hierbei ragten besonders auch fundierte Beiträge zum heutzutage sehr häufig verwendeten Begriff „Nachhaltigkeit“ heraus, in denen nicht nur die inhaltliche Bedeutung des Wortes, sondern vor allem seine praktische Relevanz für den einzelnen Menschen und die gesamte Wirtschaft explizit dargelegt wurde. Alle Redebeiträge der Konferenz sind ungekürzt und ungeschminkt auf dem YouTube-Kanal von Global Fairs (www.tt-messe) sowie von SmartHome_TV gestellt und allgemein öffentlich abrufbar; in der kommenden Zeit werden sie mittels Übersetzungsprogramm bzw. Untertitelschriften in viele Sprachen übersetzbar gemacht, so dass sie auch internationale Aufmerksamkeit generieren können.

Coronakrise und Messen

Die IFA Berlin ist nach dem Ende der einst weltgrößten IT-Messe, der CeBIT Hannover, die Weltleitmesse der Consumer Electronics und damit auch Europas größte und wichtigste Digitalmesse. Auch aus dieser Verpflichtung heraus hat die Messe Berlin mit dem die IFA tragenden Verband, der gfu, lobenswerterweise und mit viel Fingerspitzengefühl die „IFA 2020 Special Edition“ organisiert – die erste physische Messe einer internationalen Leitmesse nach dem Lockdown überhaupt – weltweit. Es wurde eine Corona-gerechte und gut durchorganisierte Messeveranstaltung mit begleitenden Konferenzen ohne jegliche Komplikationen. Und hat damit gezeigt, dass dies nicht nur möglich ist, sondern durchaus auch in einem größeren Rahmen hätte stattfinden können. „Man hatte das Gefühl, dass der tägliche Einkauf zuhause bei Rewe, Edeka oder Mediamarkt & Co deutlich infektionsgefährdender ist als die Teilnahme an der IFA 2020 Special Edition mit den disziplinierten B2B-Fachbesuchern“, so Jan Nintemann. Wie wird sich die Messewelt nach dem Lockdown im Frühjahr diesen Jahres weiter entwickeln - und sich wiederaufrichten? Jan Nintemann fasst seine Einschätzung wie folgt zusammen:

Die vielzitierte Aussage, wonach die Welt nach Corona eine andere sein wird als vor Corona, trifft ganz sicher auch auf die Messewelt zu. Aus den Absagen großer Leit-messen -auch in das Zeitfenster des 1. Halbjahres 2021 hinein (z. B. Bau München, ISH Frankfurt) lässt sich schließen, dass offensichtlich die Mehrheit der Aussteller und der die Messe tragenden Fachverbände und ihren Messeausschüssen die Corona-Situation bis Mitte 2021 als so unberechenbar und unsicher bzw. risikobehaftet einschätzen, dass in den restlichen Monaten 2020 und im ersten Halbjahr 2021 nur mit kleineren, Corona-gerecht organisierten „Special Events“ – zumeist als Hybridmessen

– also eine überschaubare physische Präsenz in Kombination mit einer „Digitalmesse“
– veranstaltet werden. Durch das aktuell zum Herbst – Winter hin wieder ansteigende Infektionsrisiko wird dieser Trend zudem noch manifestiert. Gleichzeitig nehmen viele Unternehmen von der Möglichkeit Gebrauch, sich ohne Imageschaden die Kosten eines Messeauftritts, immerhin durchschnittlich etwa 1/3 ihres Marketingbudgets, aufgrund schwacher Wirtschaftslage oder -Aussicht zu sparen – auch wenn bei den Corona-bedingten Einbußen die Techbranchen überdurchschnittlich gut abschneiden – sie teilweise sogar als Gewinner der Krise erscheinen läßt (z.B. Home-Office- und Schul-IT-Equipments).

Es hat sich herumgesprochen, dass die Messe- und Veranstaltungsbranche besonders hart von der Corona-Krise betroffen ist – kommt das Versammlungsverbot im Wirk-Effekt doch quasi einem Berufsverbot gleich. Andererseits ist Deutschland im Messewesen weltweit führend. Bis dato werden etwa 60% aller Weltleitmessen in Deutschland veranstaltet - dementsprechend groß hat sich hierzulande die Messewirtschaft mit einem breiten Dienstleistungsspektrum aufgestellt. Getreu dem Motto: „Messe = Marktplatz = Impuls- und Taktgeber der Wirtschaft“ sind Messen regelmäßig stattfindende punktuelle Ereignisse, die der jeweiligen Branche einen besonderen Schub verpassen und durch neue Impulse zum Markt hin ihre mediale, werbliche und vertriebliche Wirkung entfalten - nach wie vor. Weder Apple noch Fachhandelskooperationen noch Branchenverbände oder Markenhersteller und Distributoren wollen und können auf das persönlich-emotionale Präsentieren ihrer neuesten Produkte und auf das Get-together inkl. Netzwerken in den geschäftlichen Beziehungen verzichten. Sogar die junge und somit Technik-affine Fridays for Future-Bewegung vermisst Corona-bedingt schmerzlich den Wirk-Effekt großer physischer Zusammenkünfte - die sie „nicht dem Algorithmen-beeinflussten, manipulierbaren Internet anvertrauen oder gar vollständig überlassen möchte“ („um uns dort nicht der möglichen Gefahr der Unsichtbarmachung und zu vielen Shitstorms auszusetzen“ - so Clara Mayer sinngemäß auf der o.g. Konferenz im Interview mit Jan Nintemann).

Im wirtschaftlichen Geflecht der Techbranchen mit all ihren Wertschöpfungsstufen, ist es für jeden im Handel tätigen Unternehmer und Einkäufer von existentieller Bedeutung, von Zeit zu Zeit die geschäftliche Entwicklung zu überprüfen und die individuell auf seinen Betrieb zugeschnittenen „richtigen“ und optimalen Inhalte zu finden und Entscheidungen zu treffen. Dies ist nur mittels persönlich eingeholter und belastbarer Informationen inklusive intensiver Kommunikation mit vorhandenen und neuen Geschäftskontakten möglich: auf den Branchen-Leitmessen holen sich die Marktteilnehmer wie nirgends sonstwo ihre Entscheidungsgrundlagen für ihr unternehmerisches Wirken für das kommende Jahr und bis auf Weiteres – bis zur nächsten Messe also, denn die technologischen Entwicklungen und die Marktbedingungen verändern sich ständig und man muss sich stets „maßgeschneidert auf das eigene Unternehmen und dessen Kernkompetenzen“ umorientieren bzw. anpassen. Was passiert auf einer Fachleitmesse? Vor der Anreise werden jede Menge Termine mit den wichtigsten und potentiellen neuen Geschäftspartnern geplant. Manches aufgeschobene Problem wird angesprochen und das Vertrauensverhältnis abgeklopft. Dann schaut man sich weitere Anbieterstände und neue Produktsegmente an. Und zwischendurch trifft man sich auf dem Messegelände immer wieder mit bekannten Geschäftsfreunden, mit denen man sich gegenseitig über die bis dato geführten Gespräche austauscht (Networking). Auf jeder Messe gibt es das Aufeinandertreffen wichtiger Zufälle, die oftmals die Tür

zu einem neuen Geschäftsumfeld oder einer gewinnbringenden, langen Geschäftspartnerschaft öffnet! Die Fachbesucher erhalten auf diese Weise nicht nur einen auf ihre Bedürfnisse hin optimiert ausgerichteten Status quo der sie individuell-relevanten Markttrends, sondern verfestigen gleichzeitig ihr belastbares Business-Netzwerk, ohne die ihre Existenz nicht auskommen kann. Und je mehr Gespräche mit Branchenteilnehmern geführt werden, desto objektiver das Gesamtbild, welches dann zu den bestmöglichen unternehmerischen eigenen Entscheidungen führt.

Diese persönlichen vertrauensvollen geschäftlichen Beziehungen sind unabdingbar für jedes Unternehmen – gleich welcher Kategorie. In einer freien Marktwirtschaft bilden individuelle oder gruppenspezifische konditionelle, vertrauliche Vereinbarungen, auf die sich maßgeblich der ganze unternehmerische Erfolg (Gewinn) des einzelnen Unternehmers stützt, die Basis der untereinander im Wettbewerb stehenden B2B-Geschäftsbeziehungen. Wenn sich alle (aus dem Internet) die gleichen Konditionen holen und diese zudem jedem zugänglich gemacht würden, würden sofort die notwendigen Margen schwinden und der Betrieb würde seine geschäftliche Grundlage verlieren. Diese Vertrauensverhältnisse sind nur über persönliche Gespräche und Meetings erreichbar und haltbar; mittels des Internets ist dieses kaum möglich – welches allerdings zusätzliche, inzwischen auch unverzichtbare und jederzeit abrufbare Informationsquellen und additive Vermarktungsmöglichkeiten bietet.

Nirgends kann man als Unternehmer an einem Ort und in so kurzer Zeit so kostengünstig so viele persönliche Gespräche absolvieren wie auf einer Fach-Leitmesse, weil hier nahezu alle wichtigen Kontakte anzutreffen sind, die für das jeweilige Unternehmen für die zukünftige Entwicklung relevant sind.

Messen und Klimakrise

Die Corona-Krise hat uns vor Augen geführt, wo digitale Schulungen, Konferenzen und Verkaufsräume bzw. Online-Messen ihre Grenzen haben. Es gibt viele Gründe, warum die Messewelt nach der Corona-Zeit durchaus optimistisch in die Zukunft blicken kann – wenngleich die Rahmenbedingungen und Präsentations-Strategien sich verändern werden:

1. Nahezu alle mittleren und größeren Hersteller und Anbieter haben – quer durch alle Branchen – in Zeiten der Coronabedingten Messeabstinenz deutlich zum Ausdruck gebracht, dass sie auch in Zukunft auf ihre wichtigen Messen nicht verzichten können und wollen.
2. Wie von der im September veranstalteten IFA Berlin vorgeführt, wird es bis zum Jahresende und im ersten Halbjahr 2021 in kleinerem Rahmen einige Coronagerechte Messen geben
3. Es ist damit zu rechnen, dass ungefähr ab zweitem Halbjahr 2021 die Messewirtschaft wieder anzieht. Je nach erfolgreicher Bekämpfung der Coronapandemie und dem Wirkungsgrad des Wiederaufschwungs werden sich in den Folgejahren die Messehallen langsam wieder füllen – trotz der Etablierung eines Anteils digitaler Messen, die aber in erster Linie als Hybrid-Lösung vom gleichen Veranstalter der physischen Messe angeboten werden.
4. Die Klimakrise überschattet immer mehr die Corona-Krise. Die wahrgenommene urplötzliche Verhaltensänderungsmöglichkeit von Politik und Wirtschaft aufgrund der Coronakrise und ihre erstaunlich breite Akzeptanz in der Gesellschaft strahlt unmittelbar auch auf die in Wirklichkeit viel größere Dauerkrise der Zukunft, die mehr als alles andere unser Wirtschaften und Handeln zu raschen Verhaltensänderungen zwingt – der Klimaerwärmung ab. Die innerhalb der EU und weltweit

in nie dagewesener Größenordnung bereitgestellten Gelder zum Aufschwung der Wirtschaft nach der Corona-Krise werden daher – insbesondere in der EU – an Maßnahmen zur Einhaltung der Klimaziele gekoppelt werden. Dies wird nicht nur in der Wirtschaft insgesamt, die für 70% der klimaschädlichen Emissionen geradesteht, zu gewaltigen Anstrengungen in ein Umweltgerechtes Wirtschaften, sondern tangiert auch die Messewirtschaft, die einerseits beim Wiederaufbau auf kräftige Unterstützung angewiesen ist – die benötigten Mittel von der Politik andererseits aber nun an klimafreundliches Messewirtschaften gekoppelt wird.

5. Immer dann, wenn einer Gesellschaft große Technologie-Sprünge und andere „Jahrhundert“-Veränderungen bevorstehen und auch während dieses ganzen, viele Jahre andauernden Veränderungsprozesses selbst sind Messeplätze die meistgenutzten und wirkungsvollsten Plattformen, um diese Neuerungen am Markt und in der Gesellschaft dynamisch durchzusetzen. Auf Messen werden diese Veränderungen nicht nur bestmöglich persönlich und medial kommuniziert, sondern münden in Form von Geschäftsanbahnungen auch direkt in konkrete Umsetzungen, da alle Vermarktungs-Multiplikatoren anwesend sind. Da die Medien stets Teil davon sind, wird so von Messe zu Messe ein beabsichtigter „Entwicklungsschub“ angestoßen, der die Durchsetzung der Marktprozesse in Richtung „New Green Deal“ massiv beschleunigt (keine andere Messe hat den „Beschleunigungs-Effekt“ bei der Etablierung der IT-Technologien im deutschen Markt in den 90iger Jahren besser gezeigt als die leider beendete CeBIT).

Dementsprechend fasst Jan Nintemann zusammen: „wenn uns besonders große Veränderungen unseres Wirtschaftens und Handelns bevorstehen – ist es die Zeit der Messen. Die Bedeutung der Messewirtschaft ist nicht hoch genug zu bewerten, wenn es darum geht, den zeitlich gedrängten gewaltigen Wandel in eine grüne Welt auch ökonomisch umzusetzen – vor allem dann, wenn das Konzept des „New Green Deals“ ein europäischer Exportschlager werden soll. Auch die Berliner AUMA.de (Verband der deutschen Messewirtschaft), ja sogar die Pariser UFI.org („the home of the Global Association of the Exhibition Industry“) sollten sich in ihrer Ausrichtung und Aufgabenstellung an den verbindlichen Klimazielen orientieren.

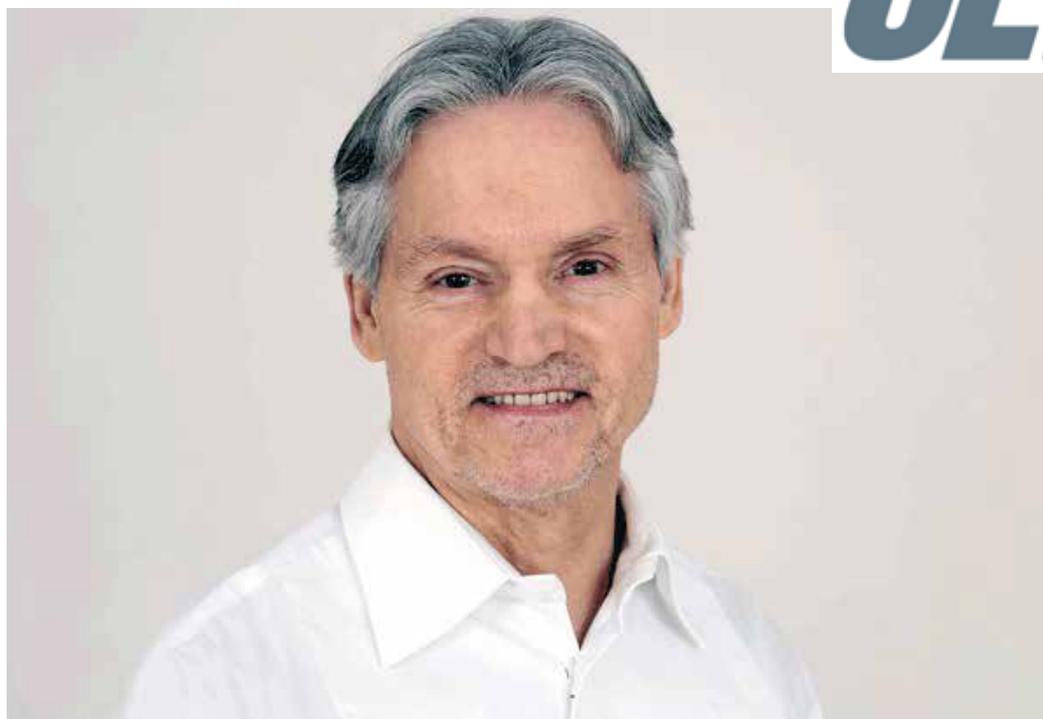
Wenn 70% der CO₂-Emissionen durch die Wirtschaft verursacht werden, die ihr Zukunfts- und Leistungspotential auf den Messen der Welt nicht nur zeigt, sondern auch noch konkret vermarktet, dann gibt es wohl keinen effektiveren Hebel in der Welt-Ökonomie, die Welt schnell umweltfreundlich und klimagerecht umzugestalten, als die auf die von den Vereinten Nationen politisch festgelegten Klima- und Umweltziele ausgerichteten Fach-Leitmessen. Die Messe-Verbands-Zentralen AUMA und UFI könnten dann ihre längst erstellten Nachhaltigkeits-Konzepte endlich aus den Schubläden nehmen und ihre Mitglieder (die Messe-Gesellschaften bzw. -Veranstalter) darin unterstützen, deren Messen Klima- und umweltgerecht auszurichten. Aus gutem Grund haben wir unserer Messeagentur das FfF-Partnerlogo ‚Exhibition for Future‘ verpasst...“.

Jan Nintemann / www.tt-messe.de

Klimakrise trifft auf Tech-Wirtschaft (ein etwas zeitloser IFA-Rückblick von Jan Nintemann)

19. Oktober 2020

Business-Portal
CEMarkt



Jan Nintemann (Foto TT-Messe)

Die IFA-2020 Special Edition nahm Jan Nintemann zum Anlass, mit seiner Messe-Agentur Global Fairs TT-Messe seinen Schwerpunkt zu verlagern: Statt des langjährig von ihm organisierten IFA-Reseller Park, der im Eingangsbereich des CityCube in diesem Jahr nur zwei Aussteller beherbergt (den Berliner Smart-Home-Anbieter Homee sowie die SmartHome Initiative Deutschland e.V.) legte er in diesem Corona-Jahr seinen Fokus auf die Organisation der zweiten Edition seiner 2019 gestarteten Klima-Studio-Konferenz am Rande der IFA.



Foto: Global Fairs

Spätestens seitdem die Fridays for Future-Bewegung 2019 dafür sorgte, dass die Klimakrise in das Bewusstsein der breiten Weltöffentlichkeit dringen konnte, ist der **Klimawandel** nicht nur für Nintemann neben der digitalen Transformation ein Nummer-1-Thema in mehr oder weniger allen wirtschaftlichen Sektoren – und somit insbesondere auch in den Tech-Branchen, zu der natürlich auch die IFA-Themen Consumer Electronics, Home Appliances, IT und IoT, Telekommunikation sowie Smart Home/Smart Building gehören. Was Jan Nintemann aber wundert, ist seine Beobachtung, dass in nahezu allen Branchen in der Kommunikation ihrer fachlichen Organe und ihren Wertschöpfungsstufen als das Thema Nummer 1 nur die **Digitalisierung** ganz oben auf der Agenda angesiedelt ist, welches seit Jahren auch entsprechend vielfältig in den Fachmedien kommuniziert wird – während das andere Thema Nummer 1 – nämlich die Klimakrise – oftmals nur selten bis gar nicht erwähnt wird. Und wenn, dann spricht man hier und dort gelegentlich über **Nachhaltigkeit** (das klingt irgendwie positiver und nicht ganz so bedrohlich).

Marktveränderungen durch Klimawandel

Jan Nintemann hierzu: „Es ist in Wirklichkeit doch genau andersherum: Genau wie 1990 bei der Entstehung des damals neuen entmonopolisierten Telekommunikationsmarktes eher die Schnellsten oder auch Neu-Einsteiger und weniger die größten Unternehmen des damaligen deutschen Telekommunikationsmarktes die Gewinner des neuen liberalisierten Marktes waren, so gilt diese Regel genauso auch heute in Zeiten der Digitalisierung und des Klimawandels.“ Seiner Meinung nach müssen die Unternehmen schnellstens beginnen, die absehbar zwangsläufig eintretenden **Marktveränderungen** aufgrund des Klimawandels als Chance zu begreifen – und nicht als Bedrohung. Nintemann: „Wir müssen den Wandel unseres Wirtschaftens und Handelns hin zu einer **klima- und umweltgerechten Art und Weise** nicht als Großunternehmens-getriebene Entwicklung denken (nach dem Motto: „Die machen das schon“ – obgleich genau das eben nicht der Fall ist, siehe diesbezüglich z.B. das Desaster in der Automobilbranche und den Preis, den die Auto-Hersteller für ihr Verhalten jetzt zahlen), sondern als gesellschaftspolitische, zukünftig mehr und mehr Behörden-regulierte neue Handlungsstruktur mit Vorgaben, die sich holistisch bis in alle Lebens- und Unternehmensbereiche hinein auswirken werden (Stichwort “New Green Deal“ der EU)“.



Foto: Global Fairs

Jan Nintemann sieht aufgrund des begonnenen Klimawandels **gewaltige Umbrüche** bevorstehen, gerade auch in den Tech-Branchen. „Bei den zu erwartenden Veränderungen wird es einen Wettlauf zwischen den regulierenden EU- und nationalen Behörden und den Unternehmen in den Märkten kommen, da es Firmen geben wird, die die Zähigkeit der politischen Prozesse bzgl. des Umbaus in eine klimagerechte Welt nicht abwarten wollen. Hierbei können nahezu alle Branchen und Sektoren langfristig wirtschaftlich profitieren, wenn sie sich schnell auf umwelt-, ressourcen- und klimaschonende Produkte und Lösungen einlassen – die parallel einhergehen mit einem veränderten, sprich umweltbewussteren Konsumentenverhalten, welches ja schon längst eingesetzt hat. Bestimmten nämlich in der Vergangenheit neben dem **Marken-Image** maßgeblich das Verhältnis von Preis und Nutzungsleistung den Erfolg eines Produktes am Markt, so werden es in Zukunft Klima- und Umweltkriterien sein: Je umweltschonender ein Produkt,

desto wettbewerbsfähiger gegenüber der Konkurrenz und der Vermarktungserfolg. Oder aber die Unternehmen verharren eigenwillig in der ausschließlich auf Profitmaximierung ausgerichteten gestrigen, klimatefeindlichen Welt – an der sie so lange festhalten wir irgend möglich. Diese Firmen verlieren nicht nur kostbare Entwicklungszeit in **klimagerechte Produkte und Lösungen**, sondern sie bereiten auf diese Weise den Pfad ihres eigenen Endes. Schon jetzt müssen sie sich immer mehr auch gegen das Image eines Klimaleugners wehren, denn mit ihrem Verhalten tragen Sie auch die Mit-Verantwortung für gegenwärtige und zukünftige, vermeidbare Klimabelastungen. Das hat (neben der Autobranche) von allen wirtschaftlichen Sektoren am wirkungsvollsten die Finanzbranche längst verstanden“, führt Nintemann weiter aus.

Nachhaltigkeit durch Digitalisierung



*Foto: SmartHome Initiative
Deutschland*

Die Konnektivität von allen möglichen Haushalts-, Unterhaltungs- und Kommunikationsgeräten auf der einen und smarten Klima-, Licht- und Security-Steuerungsprozessen auf der anderen Seite ist eine Herausforderung für jeden Anwender – und auch für die **Einzelhändler und Systemintegratoren**, die fit für diese neuen Betätigungsfelder gemacht werden müssen. Die digitale Vernetzung bildet sozusagen die Basis der neuen spannenden Formel der Tech-Branchen: Nachhaltigkeit durch Digitalisierung. Dass hier der **Datenschutz** zu einer lästigen Nebensächlichlichkeit verkommt, darf aber nicht passieren – sie sollte das Herzstück aller smarten (sprich: ITK-gesteuerten) Technologien werden. Neueste Marktforschungen stellen fest, dass bis zu 30 Prozent der Bevölkerung vor Smart-Home-Installationen zurückschrecken, weil – mit Recht – befürchtet wird, dass hier in großem Stile private- oder Unternehmensdaten Daten „abgesaugt“ werden und smarte Home- und Gebäudetechnik als Einfallstor von Cyber-Kriminalität eingestuft wird.

Bürger CO2-Projekt

Ein zentrales Thema der „Klima-Studio-Konferenz“ im City Cube der IFA 2020 Special Edition war das von **Günther Ohland** (1.Vorstand und Gründer der vor zehn Jahren ins Leben gerufene SmartHome Initiative Deutschland e.V.) initiierte „Bürger CO2-Projekt“, das er dort launchte. Nachdem **Clara Mayer**, Sprecherin von Fridays for Future Berlin, mit ihrer kurzen, aber umso bissigeren Keynote den Reigen der Redner eröffnet hatte, erläuterte Günther Ohland das Bürger CO2-Projekt.

Klima geschont, Kosten gespart



*Bernd Grohmann, Foto:
eQ3*

Anschließend erklärte **Bernd Grohmann**, Vorstand von eQ-3, mit der Hausmarke Homematic IP Europas Marktführer für Smart-Home-Steuerungszentralen, wie mit erstaunlich geringem Installations- und finanziellem Aufwand die CO₂-Bilanz von Häusern und Wohnungen sich um bis zu über 30 Prozent verbessern lässt: im Wesentlichen durch eine smarte, individuelle Einzelraum-Heizregelung. eQ-3 (die auch die Rolle des Hauptsponsors des Bürger CO₂-Projektes übernahm) hatte zuvor in einem Feldversuch über einen längeren Zeitraum in ihrer Heimatregion Landkreis Leer die Wirkung ihres Homematic IP Smart-Home-Systems quasi empirisch gemessen und konnte so mit belastbaren Daten die beabsichtigte CO₂-Reduktion dokumentieren – die für die Verbraucher gleichzeitig natürlich auch immer Kostenersparnisse mit sich bringen: Klima geschont, Kosten gespart – genau das gefällt den Konsumenten.

Auf der IFA-Klima-Studio-Konferenz präsentierten an zwei Tagen zehn fachkundige und hochkarätige Experten und Entscheidungsträger ihre Einschätzung und aktuellen Lösungen rund um die Themen Klimaschutz. Alle Redbeiträge der Konferenz sind ungekürzt und ungeschminkt auf dem YouTube-Kanal von Global Fairs (www.tt-messe) sowie von SmartHome TV öffentlich abrufbar. In der kommenden Zeit werden sie in viele Sprachen übersetzbar gemacht, so dass sie auch internationale Aufmerksamkeit generieren können.

Corona-Krise und Messen



Foto: Global Fairs und SmartHome Initiative

Die IFA Berlin ist nach dem Ende der einst weltgrößten IT-Messe, der Cebit Hannover, mehr denn je die **Weltleitmesse der Consumer Electronics** und damit auch Europas größte und wichtigste Digitalmesse. Auch aus dieser Verpflichtung heraus hat die Messe Berlin mit dem die IFA tragenden Verband, der **gfu**, lobenswerterweise und mit viel Fingerspitzengefühl die IFA 2020 Special Edition organisiert – die erste **physische Messe** einer internationalen Leitmesse nach dem Lockdown überhaupt weltweit. Es wurde eine Corona-gerechte und gut durchorganisierte Messeveranstaltung mit begleitenden Konferenzen ohne jegliche Komplikationen. „Man hatte das Gefühl, dass der tägliche

Einkauf zuhause bei Rewe, Edeka & Co deutlich infektionsgefährdender ist als die Teilnahme an der IFA 2020 Special Edition mit den disziplinierten B2B-Fachbesuchern“, so Jan Nintemann.

Doch wie wird sich die Messewelt nach dem Lockdown im Frühjahr dieses Jahres weiter entwickeln und sich wiederaufrichten? Jan Nintemann, seit über 20 Jahren in der deutschen Messewelt der Tech-Branchen zuhause, fasst seine Einschätzung zusammen:

Die vielzitierte Aussage, wonach die Welt nach Corona eine andere sein wird als vor Corona, trifft ganz sicher auch auf die Messewelt zu. Aus den Absagen großer Leitmessen, auch in das Zeitfenster des ersten Halbjahres 2021 hinein (z.B. Bau München, ISH Frankfurt) lässt sich schließen, dass offensichtlich die Mehrheit der Aussteller und der die Messe tragenden Fachverbände und ihren Messe-Ausschüssen die Corona-Situation bis Mitte 2021 als so unberechenbar und unsicher bzw. risikobehaftet einschätzen, dass in den restlichen Monaten 2020 und im ersten Halbjahr 2021 nur mit kleineren, Corona-gerecht organisierten „Special Events“, zumeist als Hybridmessen (also eine überschaubare physische Präsenz in Kombination mit einer „Digitalmesse“), veranstaltet werden. Durch das aktuell zum Herbst und Winter hin wieder ansteigende Infektionsrisiko wird dieser Trend zudem noch manifestiert. Gleichzeitig nehmen viele Unternehmen von der Möglichkeit Gebrauch, sich ohne Image-Schaden die Kosten eines Messeauftrittes, immerhin durchschnittlich etwa ein Drittel ihres Marketing-Budgets, zu sparen.



Foto: Global Fairs

Politik und Märkte rechnen international wohl mit einer allgemein ausreichenden Verfügbarkeit eines Corona-Impfstoffes und weiterer Medikamente, die das Corona-Risiko deutlich minimieren, ab Mitte 2021. Allerdings kann die Bereitstellung an verfügbaren Impfstoffen der für die angestrebte Herdenimmunität benötigte Menge für etwa 60 Prozent der Bevölkerung bis zu eineinhalb Jahre in Anspruch nehmen. Gleichwohl rechnen die IFA-Manager für September 2021 wieder mit einer „normalen“ IFA-Größe. Es hat sich ja herumgesprochen, dass die Messe- und Veranstaltungsbranche besonders hart von der Corona-Krise betroffen ist – kommt das Versammlungsverbot im Wirk-Effekt doch quasi einem Berufsverbot gleich. Andererseits ist Deutschland im Messewesen weltweit führend. Bis dato werden etwa 60 Prozent aller Weltleitmessen in Deutschland veranstaltet. Dementsprechend groß hat sich hierzulande die Messewirtschaft mit einem breiten Dienstleistungs-Spektrum aufgestellt. Getreu dem Motto: „Messe = Marktplatz = Impuls- und Taktgeber der Wirtschaft“ sind Messen regelmäßig stattfindende punktuelle

Ereignisse, die der jeweiligen Branche einen besonderen Schub verpassen und durch neue Impulse zum Markt hin ihre mediale, werbliche und vertriebliche Wirkung entfalten – nach wie vor.

In dem wirtschaftlichen Geflecht der Tech-Branchen mit all ihren Wertschöpfungsstufen ist es für jeden im Handel tätigen Unternehmer und Einkäufer von existentieller Bedeutung, von Zeit zu Zeit die geschäftliche Entwicklung zu überprüfen und die individuell auf seinen Betrieb zugeschnittenen „richtigen“ und optimalen Inhalte zu finden und Entscheidungen zu treffen. Dies ist nur mittels persönlich eingeholter und belastbarer Informationen inklusive intensiver Kommunikation mit vorhandenen und neuen Geschäftskontakten möglich: Auf den Branchen-Leitmessen holen sich die Marktteilnehmer wie nirgendwo sonst ihre Entscheidungsgrundlagen für ihr unternehmerisches Wirken für das kommende Jahr und bis auf Weiteres – bis zur nächsten Messe also, denn die technologischen Entwicklungen und die Marktbedingungen verändern sich ständig und man muss sich stets „maßgeschneidert auf das eigene Unternehmen und dessen Kernkompetenzen“ umorientieren bzw. anpassen.

Was machen die Fachbesucher-Innen auf einer Fach-Leitmesse? Sie organisieren vor Anreise erstmal jede Menge Termine mit ihren wichtigsten und potentiell neuen Geschäftspartnern – den Ausstellern. Manches aufgeschobene Problem wird angesprochen und das Vertrauensverhältnis abgeklopft. Dann schauen sie sich – mehr oder weniger gezielt – weitere Anbieterstände und neue Produktsegmente an. Und zwischendurch trifft man sich auf dem Messegelände immer wieder mit bekannten Geschäftsfreunden, mit denen man sich gegenseitig über die bis dato geführten Gespräche austauscht (Networking). Und dann gibt es auf jeder Messe noch das Aufeinandertreffen wichtiger Zufälle, die oftmals die Tür zu einem neuen Geschäftsumfeld oder einer gewinnbringenden, langen Geschäftspartnerschaft öffnet! Die Fachbesucher erhalten auf diese Weise nicht nur einen auf ihre Bedürfnisse hin optimierten Status quo der sie individuell-relevanten Markttrends, sondern verfestigen gleichzeitig ihr belastbares Business-Netzwerk, ohne die ihre Existenz nicht auskommen kann. Und je mehr Gespräche mit Branchenteilnehmern geführt werden, desto objektiver das Gesamtbild, welches dann zu den bestmöglichen unternehmerischen eigenen Entscheidungen führt.



GLOBAL FAIRS
TT-MESSE.DE

Foto: Global Fairs

Diese persönlichen vertrauensvollen geschäftlichen Beziehungen sind unabdingbar für jedes Unternehmen gleich welcher Kategorie. Denn in einer freien Marktwirtschaft bilden hauptsächlich individuelle oder gruppenspezifische konditionelle, vertrauliche Vereinbarungen, auf die sich maßgeblich der ganze unternehmerische Erfolg (Gewinn) des einzelnen Unternehmers stützt, die Basis der untereinander im Wettbewerb stehenden B2B-Geschäftsbeziehungen. Wenn sich alle (aus dem Internet) die gleichen Konditionen holen und diese zudem jedem zugänglich gemacht würden, würden sofort die notwendigen

Margen schwinden und der Betrieb würde seine geschäftliche Grundlage verlieren. Diese Vertrauensverhältnisse sind nur über persönliche Gespräche und Meetings erreichbar und haltbar. Nirgends kann man als Unternehmer in einer Branche an einem Ort und in so kurzer Zeit so kostengünstig so viele persönliche Gespräche absolvieren wie auf einer Fach-Leitmesse, weil hier nahezu alle wichtigen Kontakte anzutreffen sind, die für das jeweilige Unternehmen für die zukünftige Entwicklung relevant sind.

Messen und Klimakrise

Die Corona-Krise hat uns allen nun real vor Augen geführt, wo (schnell müde machende) digitale Schulungen, Konferenzen und Verkaufsräume bzw. Online-Messen ihre Grenzen haben. Sicher ist: nach Corona wird die Welt eine andere sein als vor Corona: deutlich weniger Flüge, wo kostengünstige, zeitsparende und umweltschonende Video-Meetings völlig ausreichen. Die gewachsene Online-Vermarktung von Produkten geht nicht nur zu Lasten unserer Innenstädte, sondern dürfte hier und dort auch das Ausstellungsbedürfnis auf Messen schmälern. Dennoch gibt es vielfältige Gründe, warum die Messewelt nach der Corona-Zeit durchaus optimistisch in die Zukunft blicken kann und sollte – wenngleich auch die Rahmenbedingen und Präsentations-Strategien sich verändern werden:

Nahezu alle mittleren und größeren Hersteller und Anbieter haben – quer durch alle Branchen – in Zeiten der Corona-bedingten Messe-Abstinenz zweifelsfrei deutlich zum Ausdruck gebracht, dass sie (aus oben genannten Gründen) auch in Zukunft auf ihre wichtigen Messen nicht verzichten können und wollen.

Wie von der im September veranstalteten IFA Berlin vorgeführt, wird es bis zum Jahresende und im ersten Halbjahr 2021 in kleinerem Rahmen einige Corona-gerechte Messen geben.

Es ist damit zu rechnen, dass ungefähr ab zweitem Halbjahr 2021 die Messewirtschaft wieder anzieht – jedoch wird sie nicht schon im ersten Halbjahr nach Corona die volle Auslastung erreichen. Je nach erfolgreicher Bekämpfung der Corona-Pandemie und dem Wirkungsgrad des Wiederaufschwungs werden sich in den Folgejahren die Messehallen langsam wieder füllen – trotz der Etablierung eines Anteils digitaler Messen, die aber in erster Linie als Hybrid-Lösung vom gleichen Veranstalter der physischen Messe angeboten werden.

Die Klimakrise überschattet immer mehr die Corona-Krise. Die wahrgenommene urplötzliche Verhaltensänderungsmöglichkeit von Politik und Wirtschaft aufgrund der Corona-Krise und ihre erstaunlich breite Akzeptanz in der Gesellschaft strahlt unmittelbar auch auf die in Wirklichkeit viel größere Dauerkrise der Zukunft ab, die mehr als alles andere unser Wirtschaften und Handeln zu raschen Verhaltensänderungen zwingt: der Klimaerwärmung. Die innerhalb der EU, aber auch weltweit in nie dagewesener Größenordnung bereitgestellten Gelder zum Aufschwung der Wirtschaft nach der Corona-Krise werden daher – insbesondere in der EU – an Maßnahmen zur Einhaltung der Klimaziele gekoppelt werden. Dies wird nicht nur in der Wirtschaft insgesamt, die für 70 Prozent der klimaschädlichen Emissionen geradesteht, zu gewaltigen Anstrengungen in ein Umweltgerechtes Wirtschaften – in der Regel mit dem mittelfristigen Ziel der Klimaneutralität – führen, sondern tangiert auch die Messewirtschaft, die einerseits beim Wiederaufbau auf kräftige Unterstützung angewiesen ist – die benötigten Mittel von der Politik andererseits aber nun an klimafreundliches Messewirtschaften gekoppelt wird.

Immer dann, wenn einer Gesellschaft große Technologie-Sprünge und andere „Jahrhundert“- Veränderungen (hier: Klimawandel, Umwelt und Digitalisierung) bevorstehen und auch während dieses ganzen, viele Jahre andauernden Veränderungsprozesses selbst sind Messeplätze die meistgenutzten und wirkungsvollsten Plattformen, um diese Neuerungen am Markt und in der Gesellschaft dynamisch durchzusetzen. Auf Messen werden diese Veränderungen nicht nur bestmöglich wirkungseffektiv persönlich und medial kommuniziert, sondern münden in Form von Geschäftsanbahnungen auch direkt in konkrete Umsetzungen, da alle Vermarktungs-Multiplikatoren anwesend sind. Da die Medien stets Teil davon sind, wird so von Messe zu Messe ein beabsichtigter „Entwicklungsschub“ angestoßen, der die Durchsetzung der Marktprozesse in Richtung „New Green Deal“ massiv beschleunigt (keine andere Messe hat den „Beschleunigungs-Effekt“ bei der Etablierung der IT-Technologien im deutschen Markt in den 90iger Jahren besser gezeigt als die leider beendete CeBIT).

„Messen zeigen Zukunft“

Dementsprechend fasst Jan Nintemann zusammen: „Wenn uns besonders große Veränderungen unseres Wirtschaftens und Handelns bevorstehen, ist es die Zeit der Messen. Denn Messen zeigen Zukunft – und diese ist grün. Eine andere Zukunft gibt es nicht mehr. Die Bedeutung der Messewirtschaft ist nicht hoch genug zu bewerten, wenn es darum geht, den zeitlich gedrängten gewaltigen Wandel in eine grüne Welt auch ökonomisch umzusetzen – vor allem dann, wenn das Konzept des „New Green Deals“ ein europäischer Exportschlager werden soll. Auch die Berliner AUMA.de (Verband der deutschen Messewirtschaft), ja sogar die Pariser UFI.org („The home of the Global Association of the Exhibition Industry“) sollten sich in ihrer Ausrichtung und Aufgabenstellung an den verbindlichen Klimazielen orientieren. Denn wenn 70 Prozent der CO₂-Emissionen durch die Wirtschaft verursacht werden, die ihr Zukunfts- und Leistungspotential auf den Messen der Welt nicht nur zeigt, sondern auch noch konkret vermarktet, dann gibt es wohl keinen effektiveren Hebel in der Welt-Ökonomie, die Welt schnell umweltfreundlich und klimagerecht umzugestalten, als die auf die von den Vereinten Nationen politisch festgelegten Klima- und Umweltziele ausgerichteten Fach-Leitmessen. Die Messe-Verbands-Zentralen AUMA und UFI könnten dann ihre längst erstellen Nachhaltigkeitskonzepte endlich aus den Schubladen holen und ihre Mitglieder (die Messegesellschaften- bzw. -veranstalter) darin unterstützen, deren Messen klima- und umweltgerecht auszurichten. Aus gutem Grund haben wir unserer Messeagentur das FfF-Partnerlogo Exhibition for Future verpasst.“

Weitere Infos zu den Messe-Aktivitäten von Jan Nintemann: www.tt-messe.de

[zur Startseite >](#)

Background Story



eBay Deutschland-Chef Oliver Klinck: „Ein starker Partner für Händler aller Größen“



Hans-Joachim Kamp blickt zurück: „Einmalige Erfolgsgeschichte der IFA“



Klimakrise trifft auf Tech-Wirtschaft (ein etwas zeitloser IFA-Rückblick von Jan Nintemann)



GLOBAL FAIRS
TT-MESSE.DE

Eine B2B-Fachmesse lässt sich kontrolliert durchführen



Nach dem Lockdown: Digitale Möglichkeiten für den Handel



Was bei der Installation von Elektro-Ladeinfrastruktur zu beachten ist



3. September 2020 Day 1

TRADE TALK

Global Fairs TT-Messe: Sustainability is more important than ever



Jan Nintemann
Global Fairs TT-Messe

This year's IFA is very different for everyone, none the least for regular IFA partners, Global Fairs TT-Messe, organisers of the annual "Reseller Park" and sustainability conference. We asked Managing Director, Jan Nintemann, what he's doing that's different.

Due to the Coronavirus regulations, an event with crowds - otherwise a guarantee for a successful trade fair - is not possible at this IFA 2020 special edition. I therefore find it extremely commendable and worthy of imitation that Messe Berlin, together with gfu, is doing real pioneering work here. "Coronavirus fairs" will probably be around for a whole year or until a vaccine is finally available, but in economic terms, we cannot afford to completely do without physical marketplaces, which represent the platform and the decisive impulses for our future business or our business and actions for such a long time.

The pandemic is changing the world so rapidly that we should and must use the time now to face the challenges and issues of the post-corona period and prepare for them. So we tried to bring the content-related aspects of economy and society and the resulting influence to the fore by implementing a continuation of the "Studio

Sustainability Conference on the sidelines of the IFA", so to speak, as a 2nd edition. In turn, it is about climate change and the resulting requirements in the tech industries - a necessity that applies to all industries. Under the motto: "Sustainability through digitisation", we are contrasting climate change with digital topics that are, to a certain extent, suitable for reducing CO2 emissions - using SmartHome, SmartBuilding and SmartCity. This is because the world of buildings leaves an even bigger CO2 print than the entire world of cars, where a lot has changed in the past 5 years. At this special IFA we are therefore realising the conference alongside a thematically coordinated small exhibition area in the entrance area of the CityCube.

📍 **CityCube Level ZE1**
Sustainability Conference
3-4 Sept, 10:00-17:00
CityCube, Level 3, Room 3

... NOT ALL IN THE GREEN ZONE: **WE MUST ACT.**

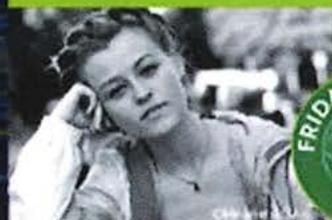
Dear Trade Visitors to our Conference Fair
at IFA 2020 Special Edition!

Crises always pave the way for new opportunities and accelerate long overdue changes. Climate change is now setting the course, not only for politicians but also for the financial world. For all of us, in fact. Whether in our private, professional or business lives, whether nationally or internationally, our economic activities and actions need to find a conciliatory way back to nature – indeed, to save nature if we, and especially the younger generation, are to retain hope for a worthwhile future. We must find new ways.

The corona crisis has forced us to take a break. Creativity thrives in periods of rest beyond the daily grind. Visions for a sustainable future are born. This is exactly where millions of new jobs are created. Climate- and environmentally compatible products

and solutions and a life in harmony with nature are the order of the day. With the „New Green Deal“ they can become the export hit of Europe, indeed of all continents. The tech world of the IFA Berlin, the world's leading digital trade fair, is one of the ways in which we can gear ourselves towards a CO₂-reducing, more climate-friendly future. For example, with sustainable SmartHome and SmartBuilding solutions, because buildings are responsible for 1/3 of our CO₂ emissions. Just one example – more on this at our sustainability conference fair, to which I cordially invite you – also on social media channels from 11 September.

Yours sincerely
Jan Nintemann



FFF MEETS ECONOMICS:
CLARA MAYER'S KEYNOTE AT SUSTAINABILITY CONFERENCE

SMART. AND GREEN?

DIGITALISATION AND CLIMATE PROTECTION

REGISTER & VISIT US AT CITY CUBE · LEVEL ZEI

@ IFA Special Edition 2020 opposite the moving stairs

SUSTAINABILITY CONFERENCE: SEPT 3-4, 2020

from 10:00-17:00 CITY CUBE LEVEL 3 · ROOM 3

YOUTUBE
FROM 11TH SEP
Smarthome TV

INSTAGRAM
LIVE 3./4. SEP
@Smarthome_tv



CONTACT:

Global Fairs TT-Messe · Jan Nintemann
+49 541 97126-0 · +49 160 213 4660
nintemann@tt-messe.de · www.tt-messe.de





+++ News im Überblick +++ News im Überblick +++ News im Überblick +++

Reseller Park auf der IFA 2020 Special Edition:



Aufgrund der Corona-Regularien ist eine Veranstaltung mit Menschenmassen – sonst Garant für den Messeerfolg – nicht möglich. Daher bewertet Jan Nintemann von Global Fairs, langjähriger Organisator des IFA-Reseller Park, die in Zusammenarbeit mit der gfu von der Messe Berlin organisierte IFA 2020 Special Edition als wahre Pionierarbeit. Denn Coronagerechte Messen wird es voraussichtlich noch bis Mitte 2021 geben, bis dann endlich vielleicht in der zweiten Jahreshälfte 2021 ein Impfstoff verfügbar ist.

"Wir können es uns wirtschaftlich doch überhaupt nicht leisten, auf physische Marktplätze, die die Plattform und die entscheidenden Impulse für unser zukünftiges Geschäft bzw. unser Wirtschaften und Handeln abbilden und anschieben, über eine so unglaublich lange Zeit vollständig zu verzichten" – so Nintemann weiter.



GF Jan Nintemann von Global Fairs TT-Messe

Zudem meint Nintemann, dass die Corona-Pandemie die Welt so rasend schnell verändere, dass jetzt unbedingt die Zeit genutzt werden solle und müsse, sich den Herausforderungen und Themen der Nach-Corona-Zeit zu stellen und sich darauf vorzubereiten.

"Die IFA 2020 kann keine Massenveranstaltung sein – so haben wir versucht, in unserem Projekt die inhaltlichen Aspekte von Wirtschaft und Gesellschaft und dem daraus resultierenden Einfluss in den Vordergrund zu rücken, indem wir eine Fortführung der in 2019 erstmals durchgeführten 'Studio-Nachhaltigkeits-Konferenz am Rande der IFA' sozusagen als zweite Edition zu organisieren". Auch diesmal gehe es wieder um den Klimawandel und den sich hieraus ergebenden Anforderungen an die Techbranchen – eine Notwendigkeit, die seiner Meinung nach ja für

alle Branchen gilt.

"Unter dem Motto: 'Nachhaltigkeit durch Digitalisierung' stellen wir dem Klimawandel digitale Themen gegenüber, die in bestimmten Maßen geeignet sind, den CO₂-Ausstoß zu verringern – mittels SmartHome, SmartBuilding und SmartCity. Denn die Gebäudewelt hinterlässt bekanntermaßen ja einen noch größeren CO₂-Print als die ganze mobile Autowelt, wo sich in den vergangenen fünf Jahren doch schon einiges verändert hat."

Somit realisiert Nintemanns Agentur Global Fairs auf dieser Spezial-IFA eine Art Konferenz mit einem thematisch darauf abgestimmten kleinen Ausstellungsbe- reich im Eingangsbereich des CityCube.





+++ News im Überblick +++ News im Überblick +++ News im Überblick +++

Klimawandel gibt den Wirtschaftsaufschwung-Hilfen in der EU die Richtung vor

Jan Nintemann: *"Wir dürfen nicht vergessen: die fast zwei Billionen Euro an Geldern, die die europäischen Staaten in den Wiederaufbau der Wirtschaft nach dem Corona-Lockdown investieren, werden gemäß des vergangenen Jahres von der europäischen Kommission beschlossenen 'New Green Deals' an Klima-optimierende Bedingungen geknüpft werden. Das heißt, unsere Wirtschaft muss und wird sich in Richtung 'Klimaneutrales Wirtschaften' bewegen – wobei die inzwischen nahezu wöchentlich bekannt werdenden, immer katastrophaleren Erkenntnisse und Nachrichten bzgl. der Erderwärmung einen immer größeren akuten Handlungsdruck erzeugen. Gegen die Überhitzung der Erdatmosphäre muss sofort gehandelt werden – überall – so auch in den Tech-Bereichen, wo die Bürger mittels Wireless-Lösungen in den Bereichen SmartHome, SmartLiving und SmartBuilding einen beachtlichen positiven Beitrag insbesondere in der effizienteren Energiesteuerung, aber auch in umweltfreundlichen Materialien und Vermarktungslösungen leisten können".* Daher ist das von Günther Ohland, Gründer und 1. Vorsitzender der SmartHome

Initiative Deutschland e.V. ins Leben gerufene "Bürger CO₂-Projekt", welches auf der IFA und auf Nintemanns Konferenzmesse gelauncht wird, auch ein gutes Beispiel dafür, wie Wirtschaft auf den Klimawandel reagieren kann – auch wenn es nur ein Anfang ist.

Hochkarätige Redner

Jan Nintemann freut sich sehr über die Zusage von Clara Mayer, Pressesprecherin von FridaysForFuture Deutschland, am 03. September 2020 die Konferenz mit ihrer Keynote zu eröffnen und entsprechende Akzente zu setzen. Geplant ist des Weiteren eine Beteiligung von Clara Mayer an einer Podiumsdiskussion am Folgetag (04. Sept.) – was sicher zu inhaltlich spannenden Diskussionen führen wird. Die FridaysForFuture-Bewegung findet die Hinwendung zum Thema CO₂-Reduzierung in der Wohn- und Gebäudewelt verständlicherweise immens wichtig und könnte auch in diesem Entwicklungs-Sektor einen Beitrag für eine größere und schnellere Dynamik leisten. In diesem Zusammenhang wird Günther Ohland deshalb auch das Bürger-CO₂-Projekt vorstellen; weitere Sprecher wie z. B. Bernd Grohmann, Vorstand von eq-30/Homematic oder etwa Mike Lange, Mitbegründer und Gesellschafter von Z-Wave und Vorstände vom Borderstep Institut, Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen' (DGNB) sowie 'The Natural Step' haben ihre Teilnahme zugesagt und werden mit hochinteressanten Redebeiträgen zum Themenkomplex "Nachhaltige Gebäude" die Thematik von Nachhaltigkeit und Gebäuden angehen.

"Weitere Redner sind im Gespräch mit uns und wir sind sicher, zwei Tage lang eine hochinteressante Nachhaltigkeits-Konferenz vor uns zu haben," so Nintemann. Die Abstandsregeln lassen einen Besuch der 2-tägigen Konferenz (im CityCube

Level 3, Raum 03) nur für etwa 10 Personen (+ Referenten und Aufnahmeteam) zu; diese müssen sich zuvor registrieren. Da mit hohem medialen Interesse zu rechnen ist, wird die Konferenz ihre Visibility hauptsächlich über die von SmartHome TV aufgenommenen Videos erzeugen (kleine Live-Streams, Dokumentationen, Videos, Interviews usw. über YouTube- und Social-Media-Kanälen; Veröffentlichung: siehe ab 11. 09. Youtube "SmartHome TV" und über Instagram LIVE 03./04. 09. @Smart-home_tv.

Mini-Reseller Park thematisiert SmartHome- und SmartBuilding-Themen

Aufgrund der Corona-Regularien kann also nur von einer sehr begrenzten physikalischen Messe-Veranstaltung ausgegangen werden – dennoch lohnt sich der Fachbesuch. Der Reseller Park mit dem diesjährigen Thema SmartHome ist zwar nur mit wenigen Ausstellern vertreten, stellt sich aber hochkarätig im Bereich SmartHome/SmartBuilding auf. So zeigt die Smart Home Initiative Deutschland e.V. Lösungen von Homematic und ihr "Bürger CO₂-Projekt" vor und der innovative SmartHome-Anbieter Hom.ee aus Berlin zeigt den Weg des Wohnens im digitalen Zeitalter (u. a.). Der 'kleine Reseller Park' ist im CityCube sehr leicht zu finden: unweit des Haupteingangs für den Bereich IFA Business Retail & Meeting Lounge im Level 01 – direkt vor den Rolltreppen.

www.tt-messe.de



GLOBAL FAIRS
TT-MESSE.DE

a project of



Campaign for



SUPER RESELLER

Organized by: www.tt-messe.de | September 2020

**REGISTER & VISIT US AT CITY CUBE
LEVEL ZE1 @ IFA Special Edition 2020
opposite the moving chairs**

Co-operation Partner



FFF TRIFFT WIRTSCHAFT:
CLARA MAYER'S KEYNOTE AUF NACHHALTIGKEITSKONFERENZ

SMART. UND GRÜN?

DIGITALISIERUNG UND KLIMASCHUTZ

WEGEN CORONA KEIN PUBLIKUMS-EVENT - NUR 82B

IFA 2020
KOSTENLOSES TICKET*
BIS MO, 31.08.20 · 15 UHR
AN: INFO@TT-MESSE.EU
*Separate Stückzahl verfügbar



YOUTUBE

AB 11. SEP

Smarthome TV

INSTAGRAM

LIVE 3./4. SEP

@SmartHome_tv

NACHHALTIGKEIT DURCH DIGITALISIERUNG

Wie mittels SmartHome und SmartBuilding sofortige
CO₂-Reduzierung möglich ist



BÜRGER-CO2-PROJEKT

DIE ZUKUNFT NACH CORONA HAT SCHON BEGONNEN

Ein smarter Reseller Park und eine hochkarätige
Nachhaltigkeitskonferenz mit Fff-Prominenz



Medienpartner



DEALERS ONLY

PoS-MAIL

CITY CUBE
EBENE 03
RAUM Nr. 3

STUDIO-KLIMA-NACHHALTIGKEITSKONFERENZ

MIT SMARTHOME CO₂ REDUZIEREN

PROGRAMM



ACHTUNG: Aufgrund Abstandsregelungen nur 10-12 Teilnehmer möglich ...
Konferenz wird aufgenommen und über digitale Medien veröffentlicht!

03 SEP

TAG 1 · DO, 03.09.2020 · 10-17 UHR

Änderung vorbehalten

10:00 UHR

Moderation:
Jan Nintemann
Co-Moderation:
Desiree Schneider



Begrüßung, Einführung: Klimawandel fordert technischen Wandel
Jan Nintemann · Managing Director & Organisator der Konferenz · Global Fairs TT-Messe
Desiree Schneider · Pressesprecherin · SmartHome Initiative Deutschland e.V.

10:15 UHR



Keynote: Der Klimawandel ist da – wir müssen jetzt gegenhalten!
Clara Mayer · Pressesprecherin
Fridays for Future

11:15 UHR



Jeder kann sofort etwas zur Reduzierung seines CO₂ Footprints tun.
Bürger-CO₂-Projekt der SmartHome Initiative Deutschland
Günther Ohland · Vorstandsvorsitzender · SmartHome Initiative Deutschland e.V.

11:45 UHR



Smart Einzelraumregelung für die CO₂-Reduktion
Bernd Grohmann · Vorstand
Eq-3 – Homematic IP

12:15 UHR



Digitalisierung als Beitrag für Nachhaltigkeit und Umweltschutz im Immobiliensektor
Dipl.-Ing. Stefan Haake · Geschäftsführer
Deutsche Wohnen Technologie

12:45 UHR



Corona-Krise als Chance: Was wir jetzt für wirksamen Klimaschutz brauchen!
Tanja Loitz · Geschäftsführerin
co2online

PAUSE

14:00 UHR



Wie der grüne Funke überspringt – Qualitätssicherung durch Nachhaltiges Bauen
Wie wird Nachhaltiges Handeln ein Massenmedium und macht gleichzeitig Spaß?
Thomas Kraubitz · Mitglied Fachausschuss DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen),
Associate Director · Buro Happold Europe

14:30 UHR



Mit Nachhaltigkeit mehr Gewinn, zufriedene Mitarbeiter, bessere Umweltbilanz & CSR Score – Wie die Einbindung der Nachhaltigkeit in Strategien für Unternehmen und Organisationen für alle Vorteile birgt
Dipl. Ing. Rüdiger Röhrig · SGA GmbH/B-Corp, Gründer The Natural Step-Germany, GF
Alexander Felsenberg · Chairman · WSA-Germany · Founder BVDW.org

15:00 UHR



Digitalisierung von Gebäuden: Chance für den Klimaschutz oder Rebound
Dr. Severin Beucker · Mitglied Geschäftsführung
Borderstep Institut für Innovation + Nachhaltigkeit



... NICHT ALLES IM GRÜNEN BEREICH: WIR MÜSSEN HANDELN.



In partnership with

a project of



GLOBAL FAIRS
TT-MESSE.DE



Liebe Fachbesucher unserer Konferenzmesse auf der IFA 2020 Special Edition!

Krisen sind immer auch Wegbereiter für neue Chancen und Beschleuniger längst überfälliger Veränderungen. Der Klimawandel gibt inzwischen nicht nur der Politik, sondern auch der Finanzwelt die Marschrichtung vor. In Wirklichkeit uns allen. Ob privat, beruflich oder geschäftlich, ob national oder international: unser Wirtschaften und Handeln muß einen versöhnlichen Weg zur Natur zurückfinden – ja – sie sogar retten, sollten wir und vor allem der jüngeren Generation die Hoffnung auf eine lebenswerte Zukunft erhalten. Wir müssen neue Wege gehen.

Mit dem „New Green Deal“ können sie der Exportschlager Europas, ja aller Kontinente werden. Die Techwelt der digitalen Weltleitmesse IFA Berlin ist eine der Möglichkeiten, sich auf eine CO₂-reduzierende, klimafreundlichere Zukunft auszurichten. Zum Beispiel mit nachhaltigen SmartHome- und SmartBuilding-Lösungen, denn Gebäude verursachen 1/3 unserer CO₂-Emissionen. Nur ein Beispiel – mehr dazu auf unserer Nachhaltigkeits-Konferenzmesse, zu der ich Sie herzlich einlade – ab dem 11. September zu sehen in den Social Media Kanälen.

Die Coronakrise hat uns eine Zwangspause auferlegt. In Ruhephasen jenseits des Alltagstrotts gedeiht die Kreativität. Visionen für eine nachhaltige Zukunft werden geboren. Genau dort entstehen Millionen neuer Jobs. Klima- und umweltverträgliche Produkte und Lösungen und ein Leben im Einklang mit der Natur sind das Gebot der Stunde.

Herzlichst Ihr
Jan Nintemann

CONTACT:

Global Fairs TT-Messe
Jan Nintemann
+49 541 97126-0 · +49 160 213 4660
nintemann@tt-messe.de · www.tt-messe.de



04 SEP

TAG 2 · FR, 04.09.2020 · 10-17 UHR

Änderung vorbehalten

10:00 UHR



Begrüßung, Einführung, Podiumsdiskussion (1 Stunde, Teilnehmer noch offen) mit Clara Mayer · Pressesprecherin · Fridays for Future

11:00 UHR



The Smart Biophilia Revolution: The next big thing in Smart Buildings
Mike Lange
Smart Home und IoT Experte/Entrepreneur

11:30 UHR



Nachhaltigkeit als Innovationsbeschleuniger: Nachhaltige Innovationen finden und auf Nachhaltigkeit prüfen
Alexander Felsenberg · Chairman · WSA-Germany · Founder BVDW.org

12:00 UHR



Grüne Zukunft. Wie können Unternehmer das Klima retten?
Lubomila Jordanova
Geschäftsführerin · PlanA.Earth · Vorstand im Bitkom-Arbeitskreis Digitalisierung & Nachhaltigkeit

12:30 UHR



New Green Deal: wie KI unser Klima schützen kann – was kommt auf die Tech-Branche zu?
Anke Haas
B.Sc. Cognitive Science · Universität Osnabrück · Global Fairs TT-Messe



Klima schonen mit SmartHome Technik
Jeder einzelne kann etwas bewegen!

So geht's:

Beispiel:

Smartes Heizkörperthermostat

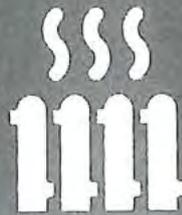
- Weniger Heizenergie verbrauchen
- CO2 reduzieren
- Umwelt schützen
- Geld sparen
- auch für Mieter



Hier finden Sie uns:



Reseller Park CityCube Level 01
(vor den Rolltreppen)



Unterstützt u.a. von

co2online

homematic



live-Eindrücke : @smarhome_tv



YouTube

ab 11.9. auf



STUDIO-KLIMA-NACHHALTIGKEITSKONFERENZ

ACHTUNG: Aufgrund Abstandsregelungen nur 10-12 Teilnehmer möglich ...
Konferenz wird aufgenommen und über digitale Medien veröffentlicht!

CITY CUBE · EBENE 03 · RAUM Nr. 3

03.+04. SEPTEMBER 2020



IFA 2020
KOSTENLOSES TICKET*
BIS MO. 31.08.20 · 15 UHR
AN: INFO@TT-MESSE.EU

YOUTUBE
AB 11. SEP
Smarhome TV

INSTAGRAM
LIVE 3./4. SEP
@SmarHome_tv

©Nicole Effinger - stock.adobe.com



Michael Stremmel



José Barreiro Lopez



Daniel Marc Bollers



John Anderson

Brömmelhaupt

Im August feierte **Michael Stremmel**, Vertriebsleiter der Brömmelhaupt Großhandels-GmbH, sein 25-jähriges Betriebsjubiläum. Im Zuge dessen wurde ihm die Prokura erteilt. Stremmel verantwortet die Koordination des Gesamtvertriebs inklusive Innen- und Außendienst, die Umsatzplanung und -steuerung und den Bereich Marketing. Zudem entwickelt er Vertriebskonzepte und ist Markenverantwortlicher für »Wir lieben Technik« und **esperto**. Ziel dieser Geschäftskonzepte ist es, den Fachhandel neu zu beleben und seine Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Dazu Michael Stremmel: »Unter der Führung von **Robert Drosdek** durchleben wir einen regelrechten Aufbruch und einen grundlegenden Wandel vom Reagieren hin zum aktiven Agieren. Um dieser Veränderung gerecht zu werden, müssen wir Geschwindigkeit aufnehmen und auch unsere Vertriebsstrukturen stärken, so wie wir es zuletzt durch unsere neuen Regionalleiter getan haben.«

TechniSat

Das Unternehmen hat mit der Produktion von Corona-Gesichtsmasken am Standort in Schöneck/Vogtland (Sachsen) begonnen. Produziert werden zum einen Alltagsmasken für den Einkauf oder Ausflug. Die TechniMask 200 besteht aus weichem Vliesmaterial und ist angenehm zu tragen. Zum anderen werden Modelle hergestellt, die für Infektionsschutzwecke geeignet sind, wie die TechniMask 2000 CPA. Sie entspricht den Anforderungen des »Prüfgrundsatzes für Corona Sars-Cov-2 Pandemie Atemschutzmasken (CPA)«. Später kommt noch die TechniMask 2001 dazu, die dem offiziellen Standard der FFP2 entspricht. Beim Fasergewebe der Masken setzt TechniSat auf das Melt-blown-Vlies von TechniForm der hauseigenen Techniropa Holding GmbH aus der Eifel.

Loewe

Seit August verantwortet **José Barreiro Lopez** als Vice President Global Sales die Vertriebsorganisation des Kronacher Herstellers auf nationaler und internationaler Ebene. Der gebürtige Brite verfügt über mehr als 25 Jahre Berufserfahrung, die er im Vertrieb, Marketing und Produkt-Management bei Sony, General Motors, Siemens, Ericsson und zuletzt über drei Jahre bei Bang & Olufsen gesammelt hat. Im September wird sich José Barreiro den Handelspartnern auf der Loewe Experience Tour 2020 präsentiert. An sieben Stationen in der DACH-Region zeigt Loewe sein neues Line-up für TV und Audio zum Saisongeschäft. Partner erhalten in Workshops wichtiges Expertenwissen zum Portfolio. Die Termine in Deutschland: 3. bis 5. September Berlin, 7. September Hamburg, 9. September Köln, 14. September Frankfurt, 16. September München.



Jan Nintemann

Reseller Park

Auf der IFA 2020 Special Edition darf der Reseller Park nicht fehlen. Im CityCube nahe des Eingangs Süd ist dieses Jahr die Heimat des B2B-Marktplatzes, der auf coronagerechten Ständen diesmal auch Smart-Home-Themen integriert. Direkt nebenan in gleicher Halle ist ein Workshop- und Konferenz-Programm vorgesehen: Hier geht es um Smart Home, Smart Building, Smart City, KI & E-Mobility, Digitalisierung und Nachhaltigkeit (New Green Deal). Organisiert wird der IFA Reseller Park wie immer von **Jan Nintemann**, Geschäftsführer Global Fairs TT-Messe. Kontakt für interessierte Besucher: nintemann@tt-messe.de.

Hisense

Ab sofort verantwortet **Daniel Marc Bollers** als Head of Sales Consumer Electronics den Vertrieb für TV-Geräte der Marke Hisense bei Gorenje. Zusammen mit den Key Account und Regional Managern vermarktet er das TV-Portfolio und betreut Kunden im Innen- und Außendienst. Zu seinen Aufgaben gehören auch die Weiterentwicklung der Produktpalette, der Ausbau der Markenpositionierung im Handel sowie die Expansion im deutschsprachigen Markt. Bollers hat langjährige Vertriebserfahrung. Zuvor als Head of Retail Partnerships bei Google tätig, war er bis Ende 2018 als Sales & Marketing Director in der Region DACH für Toshiba TV unter Lizenznehmer Vestel aktiv. Davor arbeitete er unter anderem als Senior Manager Sales bei Sonos.



Benjamin Ballensiefen

GfK

Die GfK hat in Zusammenarbeit mit stick ee den »Daily Pricing Monitor« entwickelt, eine vollautomatische Suite zur Datenerfassung, -überwachung und -analyse für Unternehmen der TK-Branche. Mit dem neuen Tool »können unsere Kunden zum ersten Mal in Echtzeit auf die Preise aller Smartphone-Modelle und -Bundles zugreifen«, kommentiert **Benjamin Ballensiefen**, Vice President Germany GfK. »Dementsprechend ist es allen Akteuren der Telekommunikationsbranche möglich, schneller als je zuvor auf das sehr dynamische Marktumfeld zu reagieren.« Das Analyse-Tool bietet Einblick in die Preise aller Modelle in den Segmenten Postpaid, Prepaid, Sim-Free, Sim-Only und Service.

Sony

Vor 50 Jahren, am 28. Juli 1970 eröffnete der japanische Elektronikkonzern seinen deutschen Standort in Köln. 2006 erfolgte der Umzug von Sony Deutschland an den Potsdamer Platz in Berlin. Unter dem Dach des Sony Center hat die deutsche Zweigniederlassung der Sony Europe B.V. seither ihre Heimat. Hier befinden sich die Sparten Consumer Electronics, Pictures, Music Publishing und Biotechnology. »Unsere Fernseher, Kopfhörer, Smartphones und Kameras begleiten unzählige Menschen in ihrem täglichen Leben«, sagt **John Anderson**, Country Head Sony Deutschland. »Modernste Technologie, attraktives Design und gleichbleibend hohe Qualität sind nicht nur unsere DNA, sondern auch die beste Grundlage für weiteren Erfolg in der Zukunft.«

CES 2021

Die CES wird im Januar 2021 ausschließlich als digitales Event stattfinden. Wie die Consumer Technology Association (CTA) bekannt gab, sollen dennoch bisherige Messe-Elemente wie Keynotes, Produktpräsentation und Meetings ermöglicht werden. Die übernächste CES im Jahr 2022 soll dann wieder als Präsenzmesse in Las Vegas stattfinden, ergänzt um eine digitale Präsentation.

Aus der Branche

Newsletter

Sie wollen immer auf dem Laufenden sein? Der Newsletter von **CE-Markt** informiert Sie regelmäßig über neue Produkte, Technologien, Trends und Innovationen. Zur Anmeldung nutzen Sie bitte den QR-Code oder direkt unsere Webseite ce-markt.de.



Branchen-News Meldung:

25. August 2020

https://www.instagram.com/smarthome_tv/



Reseller Park auf der IFA 2020 Special Edition

Der bewährte Reseller Park auf der IFA findet in diesem Jahr in Form einer Konferenz statt. Dabei will die Agentur Global Fairs unter dem Motto „Nachhaltigkeit durch Digitalisierung“, dem Klimawandel digitale Themen gegenüberstellen, die geeignet sind, den CO₂-Ausstoß zu verringern. Dabei soll es um SmartHome, SmartBuilding und SmartCity gehen, denn Gebäudewelten hinterlassen einen noch größeren CO₂ Fußabdruck als Kraftfahrzeuge. Die Vorträge werden durch einen kleinen Ausstellungsbereich im Eingangsbereich des CityCube ergänzt.

„Wir können es uns wirtschaftlich nicht leisten, auf physische Marktplätze, die die Plattform und die entscheidenden Impulse für unser zukünftiges Geschäft bzw. unser Wirtschaften und Handeln abbilden und anschieben, über eine lange Zeit vollständig zu verzichten“ erklärte Jan Nintemann, Geschäftsführer von Global Fairs und langjähriger Organisator des IFA-Reseller Parks. „Weil die IFA 2020 keine Massenveranstaltung sein kann, haben wir versucht, in unserem Projekt die inhaltlichen Aspekte von Wirtschaft und Gesellschaft und dem daraus resultierenden Einfluss in den Vordergrund zu rücken, indem wir eine Fortführung der in 2019 erstmals durchgeführten ‚Studio-Nachhaltigkeits-Konferenz am Rande der IFA‘ sozusagen als zweite Edition organisieren.“

Denn die fast zwei Billionen Euro, die von europäischen Staaten in den Wiederaufbau der Wirtschaft nach dem Corona-Lockdown investiert werden sollen, würden gemäß des vergangenen Jahr von der europäischen Kommission beschlossenen „New Green Deals“ an Klima-optimierende Bedingungen geknüpft werden, fuhr Nintemann fort: „Das heißt, unsere Wirtschaft muss und wird sich in Richtung Klimaneutralität bewegen, denn gegen die Überhitzung der Erdatmosphäre muss sofort gehandelt werden – auch in den Tech-Bereichen, wo die Bürger mittels Wireless-Lösungen in den Bereichen SmartHome, SmartLiving und SmartBuilding einen beachtlichen positiven Beitrag zur effizienteren Energiesteuerung, aber auch zu der Verwendung von umweltfreundlichen Materialien und Vermarktungslösungen leisten können.“

Daher wird das von Günther Ohland, dem Gründer und 1. Vorsitzenden der SmartHome Initiative Deutschland e.V., ins Leben gerufene „Bürger CO₂-Projekt“ auf der Konferenzmesse als Beispiel dafür vorgestellt, wie die Wirtschaft auf den Klimawandel reagieren kann, auch wenn es nur ein Anfang ist.

Clara Mayer, die Pressesprecherin von FridaysForFuture Deutschland, hat zugesagt, am 3. September die Konferenz mit ihrer Keynote zu eröffnen und entsprechende Akzente zu setzen. Zudem soll die Aktivistin an einer Podiumsdiskussion am Folgetag teilnehmen. In diesem Zusammenhang wird Günther Ohland das Bürger-CO₂-Projekt vorstellen; weitere Sprecher wie z. B. Bernd Grohmann, Vorstand von eq-3 / Homematic, und Mike Lange, Mitbegründer und Gesellschafter von Z-Wave und Vorstände vom Borderstep Institut, Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen' (DGNB) sowie ‚The Natural Step‘ haben ihre Teilnahme zugesagt und werden in ihren Redebeiträgen über die Nachhaltigkeit von Gebäuden sprechen. „Weitere Redner sind im Gespräch mit uns, und wir sind sicher, zwei Tage lang eine hochinteressante Nachhaltigkeits-Konferenz präsentieren zu können“, betonte Nintemann.

Die Abstandsregeln lassen einen Besuch der 2-tägigen Konferenz (im CityCube Level 3 - Raum 03) nur für etwa zehn Personen (plus Referenten und Aufnahmeteam) gleichzeitig zu; diese müssen sich zuvor registrieren. Da die Organisatoren mit großem medialen Interesse rechnen, wird die Konferenz das Publikum hauptsächlich über Videos erreichen, die von SmartHome TV aufgenommen und YouTube- sowie Social-Media-Kanäle verbreitet werden. Dabei ist die Veröffentlichung auf Youtube (Smart Home TV) ab 11. September geplant, auf Instagram wird die Veranstaltung live am 3. und 4. September unter @Smarthome_tv übertragen.

POS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL



- News**
- Archiv**
- Termine**
- Newsletter**
- Kontakt**
- Links**
- Impressum**

Branchen-News Meldung:

Twittern

6. August 2020

<https://www.global-fairs.de/deutsch/messeprojekte/ifa/ifa.html>

Reseller Park/Smarthome auf der IFA Special Edition 2020

Global Fairs TT Messe wird auch in diesem Jahr auf der IFA ein attraktives B2B-Angebot präsentieren. Der Reseller Park, der auch das Thema Smart Home integriert, wird im Rahmen der IFA 2020 Special Edition im CityCube Berlin



im Bereich Business, Retail und Meeting Lounges platziert. Direkt nebenan soll ein Workshop- und Konferenz-Programm stattfinden, das derzeit vorbereitet wird und bei dem es um SmartHome, SmartBuilding, SmartCity, KI & eMobility, Digitalisierung und Nachhaltigkeit (New Green Deal) gehen soll.

Mit seinem Konzept, das schlüsselfertige und Corona-gerechte Stände mit Full-Service beinhaltet, ist der Reseller Park auch eine unkomplizierte Option für Anbieter, die sich in letzter Minute für eine Präsenz in Berlin entscheiden.

Für das kommende Jahr hat Global Fairs TT Messe für seine „SmartHome - Center of SmartBuilding“-Projekte bereits Präsenzen auf der IFA in Berlin, der Security in Essen, der Angacom in Köln, der Bau in München und schon im März 2021 auf der ISH in Frankfurt geplant.

zu allen aktuellen Meldungen



Eine B2B-Fachmesse lässt sich kontrolliert durchführen

14. Juli 2020



GLOBAL FAIRS
TT-MESSE.DE

Foto: Global Fairs TT-Messe

Gastkommentar von **Jan Nintemann**, Messe-Experte der Tech-Branchen, zum Thema Messen in Corona-Zeiten nach dem Lockdown.

Was den Erfolg einer B2B-Fachmesse ausmacht



Jan Nintemann, Foto: Global Fairs TT-Messe

Eine gute B2B-Fachmesse ist ein **hochkonzentrierter Branchen-Marktplatz**, auf dem Anbieter etablierten und neuen Wiederverkäufern ihre Produkte und Lösungen sowie Vermarktungsstrategien für die weitere Zukunft besprechen. Historisches Credo der

Leitmessen: Alle Marktteilnehmer der Branche treffen sich zwecks **Informationsaustausch und Networking**. Konkrete Beziehungs- und Kauf-Entscheidungen für den kurz- bis mittelfristig nachfolgenden Zeitraum werden bereits auf der Messe getroffen – oder werden zumindest persönlich emotional vorentschieden. **Alle Marktteilnehmer zur richtigen Zeit am richtigen Ort** – das macht dann den „Wumms“, der von den Herbstmessen bis in den Beginn des kommenden Jahres hinein wirkt.

Durch **vertrauliche Gespräche** das „Ohr am Markt“ zu haben ist die wichtigste Ausbeute einer guten Fachmesse – besonders wichtig in Zeiten großer Veränderungen, in denen wir heute zweifelsohne leben. Genau dieser gerade beschriebene Mechanismus beschleunigt den Wieder-Aufschwung nach dem Corona-Lockdown – begünstigt noch durch die aktuellen **positiven Prognosen** von Wirtschaftsexperten, wonach im zweiten Halbjahr das Wachstum wieder um 5 bis 7 Prozent ansteigen wird.

Produkte auf einer Messe „sinnlich erleben“

Virtuelle Messekonzepte, inzwischen technisch auch brauchbar, gibt es seit über einem Jahrzehnt – durchgesetzt haben sie sich aber nicht wirklich. Selbst in der messelosen Corona-Krisenzeit wirken sie wie alternative Notlösungen, die uns den Mangel realer persönlicher Gespräche nur noch mehr vor Augen führen. **Digitalmessen** können allenfalls eine sinnvolle Ergänzung sein (professionelles E-Learning beispielsweise macht ja Sinn) – ersetzen kann sie die physikalischen Messen mitnichten – genauso wie der digitale Schulunterricht nicht den wirklichen Unterricht ersetzen kann, wie ich allzu deutlich am täglichen Stöhnen meiner Kinder wahrnehmen kann.

Zu sehr erinnert mich der **digitale Messebesuch** an eine meine Bewegungsfreiheit einschränkende Führung durch einen digitalen Verkaufssalon – während ich doch ohne jegliche Zeit-, Orts- und Inhaltsvorgabe im Internet sowieso alles recherchieren und finden kann, was ich möchte. Denn darum geht es bei einer physikalischen Messe ja auch gar in erster Linie: auf der realen Messe kann ich Produkte **sinnlich erleben** – dies beeinflusst meine Entscheidung deutlich stärker als das bloße Aufnehmen von Informationen mittels bewegter Bilder bzw. Video-Gesprächen.

Persönliche und Vertrauliche Gespräche



Foto: Global Fairs

Das allerwichtigste aber sind in einer Gesellschaft mit einer wettbewerbsorientierten Wirtschaftsweise persönliche und vertrauliche Gespräche. Nur diese geben Geschäftsleuten **unverzichtbare Orientierungen** und **belastbare Entscheidungshilfen** in die Hand, die sie für ihre Business-Planung benötigen. Und zweifelsohne kann man nirgends effektiver (also kostengünstiger) in so kurzer Zeit an einem einzigen Ort so viele persönliche Gespräche führen wie auf einer **Branchen-Leitmesse**, beispielsweise die **IFA**.

Die andere Frage, die ebenfalls die **Verlagerung des Handels ins Internet** betrifft, lautet: Wollen wir wirklich unsere Städte veröden lassen (siehe Kaufhof-Desaster) und auf eine Gesellschaft zusteuern, in der am Ende die Menschen nur noch einsam am PC oder Handy sitzen und einsam online einkaufen, einsam im Home Office arbeiten und einsam am PC sich informieren und amüsieren und wir am Ende alle an dem Datensaugnapf großer Internetkonzerne hängen, während draußen in den Dörfern und Städten das **öffentliche Leben auf dem Marktplätzen** immer mehr zum Erliegen kommt – wie man gerade in der Corona-Zeit mit seinen Einschränkungen sehen konnte?

Corona-gerechte Messe

Riesige Hallen mit viel Luftvolumen, viel Platz bei weniger Ausstellern, klare Abstands- und Hygiene-Regularien, Nachverfolgungsmöglichkeiten der Ticket-Registrierten: **Was spricht spätestens ab September gegen eine Fachmesse mit diszipliniertem B2B-Fachpublikum?** Im Grunde ist eine derart gestaltete Corona-gerechte Messe doch woanders schon längst Alltag – füllen die Ladengeschäfte in den deutschen Einkaufszentren sich doch längst schon wieder mit Konsumenten, die Versäumtes nachholen wollen, wobei Mundschutz und Abstandsregelungen längst **alltagstauglich akzeptiert** sind. Darum beneidet uns (fast) die ganze Welt. Wir können das Virus unter Kontrolle halten – das haben uns nicht nur die jüngsten Hotspots in der Fleischindustrie gerade wieder bewiesen.

Hotspot identifizieren und isolieren – sofort stehen die Chancen dann auch gut, der weiteren Verbreitung des Virus entgegenzuwirken und größeren Schaden abzuwenden. Dank der unentwegten Mahnungen aus Wissenschaft und Politik sowie der Dauervermittlung der komplexen Wirkungsweisen unseres Corona-relevanten Verhaltens in vielen seriösen Medien (inklusive TV-Talkshows) hat Deutschland im Vergleich zu den meisten anderen Ländern einen geradezu **vorbildlichen Weg zur Bewältigung der Pandemie-Krise** gefunden. Die meisten Menschen hierzulande sind gut und „richtig“ informiert. Hier liegt meines Erachtens der Hauptgrund für die erfolgreiche Eindämmung der Pandemie in Deutschland: Die deutliche Mehrheit kann sagen „wir haben verstanden“.

Abstandsregeln und Hygiene-Vorschriften

Sollen wir noch weitere zwei Jahre die Wirtschaft ausbremsen und der Gesellschaft das Leben derart erschweren, dass die **wirtschaftlichen Folgeschäden irreparabel** werden? Nur weil wir in bestimmten Situationen in der Öffentlichkeit keine Schutzmasken tragen wollen? Eindeutig nein: Es wäre **unverantwortlich**. Wir sollten einen anderen Weg gehen, als es derzeit ein Staatenlenker aus Amerika vormacht: Wir sollten die Corona-Pandemie nicht ignorieren, um sie zu füttern, sondern mit Covid-19 leben lernen, um des Virus einzudämmen. Das können wir – wir tun das nämlich schon seit ein paar Monaten. Per 6. Juli gibt es in „Old Germany“ nur noch 6.770 Infizierte. Bei 83 Millionen Einwohnern macht das ganze 0,000081566 Prozent der Bevölkerung aus. Das sollte beherrschbar sein.

Aber nicht vergessen: Das Virus startet immer mit einer kleinen Infektionszahl, auf dessen Basis es sich dann verbreitet. Und wir müssen aufpassen, dass es nicht aus höher infizierten Ländern eingeschleust wird. Denn wir leben und handeln überwiegend nicht mehr national, sondern **global** – das ist vielen nicht bewusst. Doch da gibt es inzwischen ausreichende Vorkehrungen, gerade bei den internationalen Leitmesen. Ein anderer ziemlich bekannter Mann aus den USA hat es erkannt: „Es gibt eigentlich nur **drei Dinge**, die wir tun können: [wo nötig] eine Maske tragen, Social Distancing betreiben und Händewaschen. Es ist doch

alles ‚so simpel, so einfach‘. Wenn jemand es nicht schafft, sich an diese drei Grundsätze zu halten, soll er sich schämen“, sagte kein geringerer als der Schauspieler **Tom Hanks**, der selbst am Virus erkrankt war und daher weiß, wovon er spricht.



Foto: Global Fairs und SmartHome Initiative

Deutschland

2021 brummt die hiesige Wirtschaft wieder: 5 bis 7 Prozent Wachstum gegenüber dem ersten Halbjahr winken. Messen sind wieder angesagt und ein Muss in jeder Branche – finden doch **60 Prozent aller Weltleitmessen in Deutschland** statt. Doch was, wenn dann in den Messehallen nur noch die Hälfte der Flächen bebaut werden kann, weil zwischenzeitlich über die Hälfte der die Messeveranstaltungen begleitenden Dienstleister (allen voran die Messebauer, aber auch Caterer und Agenturen) gar nicht mehr existieren? Wollen wir durch Messe-Abstinenz unsere ganze **Messe-Infrastruktur gefährden**?

Ausgeschlossen ist dieses Szenario keineswegs: Mindestens die Hälfte der Dienstleister der Messebau-Branche sind akut in ihrer Existenz bedroht, so die Fachverbände und Wirtschaftsexperten (was Wunder, kommt der Zustand doch einem Berufsverbot gleich). Das komplexe Zusammenspiel der **Messegewirtschaft** und das ganze Netzwerk drum herum insgesamt zu verstehen, um rechtzeitig Gegenmaßnahmen ergreifen zu können, ist das Gebot der Stunde. Der **Verband der Messebauer und Event-Agenturen FAMAB**, vertreten durch seinen Geschäftsführer **Jan Kalbfleisch**, hat hier bereits einen großartigen Beitrag im Kampf um das Überleben seiner Verbandsmitglieder geleistet. Bleibt nur zu hoffen, dass die Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft (und auch die Auftraggeber, die Aussteller!) die Signale des FAMAB-Verbandes nicht überhören. Sonst gehört der Status Deutschlands als **weltweite Nr. 1 des Messemarktes** (auch das hat einiges zur „Export-Weltmeisterschaft“ Deutschlands beigetragen) vielleicht bald der Vergangenheit an.

Reseller Park im CityCube auf der IFA Special Edition



Foto: Global Fairs TT-Messe

Erfreulich und lobenswert ist daher die Initiative der **Messe Berlin** und der Trägerin **gfu**, dieses Jahr eine Corona-gerechte **IFA Special Edition** abzuhalten. Auf dieser zwar verkleinerten, dennoch hochkarätigen, reinen B2B-Veranstaltung darf der **Reseller Park** – immer schon auf B2B spezialisiert – nicht fehlen. In bester Lage, nämlich im CityCube nahe des Eingangs Süd des Berliner Messegeländes, ist dieses Jahr die Heimat des B2B-Marktplatzes Reseller Park, der auch die **Smart-Home-Thematik** integriert. Workshop- und Konferenz-Programm direkt nebenan in gleicher Halle ist in Vorbereitung – hier geht es um Smart Home, Smart Building, Smart City, KI & E-Mobility, Digitalisierung und Nachhaltigkeit (New Green Deal). Easy To Take: schlüsselfertige und Corona-gerechte Stände inklusive Full-Service. Dazu im Vorfeld der IFA ein bestens beworbener B2B-

Marktplatz – geeignet auch für **Last-Minute-Entscheider**, über diesen aufwandsarmen Weg doch noch an der IFA im Corona-Jahr 2020 teilzunehmen.

Was kommt nach Corona?

Die Corona-Pandemie hat uns weltweit die Schwachstellen und Wunden der Gesellschaften deutlicher als je zuvor vor Augen geführt und allerorts die erstaunliche **Veränderungsfähigkeit** und -bereitschaft unter Beweis gestellt. 2019 war das Jahr des erwachenden Bewusstseins der unglaublichen **Klimakrise**, 2020 wird als das **Corona-Jahr** in die Geschichtsbücher gehen. Laut einer repräsentativen Umfrage von vergangener Woche ist aber bereits heute zu Beginn des zweiten Halbjahres 2020 hierzulande schon wieder die Klimakrise das Top-Thema Nr.1 für 50 Prozent der Befragten. Das zumindest wollen die Bundesbürger der jetzigen **EU-Ratspräsidentin Dr. Angela Merkel** als vorrangige Aufgabenstellung für ihre Agenda auf dem Weg nach Brüssel mitgeben; die Corona-Krise wurde da nur noch von einem Drittel als das wichtigste Handlungsfeld genannt. Und das will uns in puncto Klimakrise sagen: „Wir haben verstanden, packen wir’s endlich an!“

Gebäude sind derzeit für mehr CO₂-Ausstoß verantwortlich als der ganze emotional viel-diskutierte Mobilitätssektor. die geforderte **Klima-Neutralstellung von Gebäuden** und **Smart Living** sind wichtige Handlungsfelder gerade auch in den Tech-Branchen, denn die benötigte **Energieeffizienz** lässt sich ohne die Digitalisierung – sprich smarterer Steuerung – gar nicht realisieren. Das aber sind auch wichtige Themenfelder auf der **IFA in Berlin**, der **Security in Essen**, der **BAU in München** oder im März 2021 auf der **ISH in Frankfurt** und auf der **Angacom in Köln** – um nur einige bevorstehende Messen zu nennen, auf denen Global Fairs seine „SmartHome – Center of SmartBuilding“-Projekte interessierten Ausstellern der Sektoren anbietet.

Ich freue mich auf die IFA Berlin!

Aussteller- und Konferenz-Interessenten melden sich bitte bei Jan Nintemann, Global Fairs TT-Messe, Osnabrück: nintemann@tt-messe.de oder +49 541 97126-0

Eine B2B-Fachmesse lässt sich kontrolliert durchführen

13. Juli 2020



GLOBAL FAIRS
TT-MESSE.DE

Foto: Global Fairs TT-Messe

Gastkommentar von **Jan Nintemann**, Messe-Experte der Tech-Branchen, zum Thema Messen in Corona-Zeiten nach dem Lockdown.

Was den Erfolg einer B2B-Fachmesse ausmacht



Jan Nintemann, Foto: TT-Messe

Eine gute B2B-Fachmesse ist ein **hochkonzentrierter Branchen-Marktplatz**, auf dem Anbieter etablierten und neuen Wiederverkäufern ihre Produkte und Lösungen sowie Vermarktungsstrategien für die weitere Zukunft besprechen. Historisches Credo der Leitmessen: Alle Marktteilnehmer der Branche treffen sich zwecks **Informationsaustausch und Networking**. Konkrete Beziehungs- und Kauf-Entscheidungen für den kurz- bis mittelfristig nachfolgenden Zeitraum werden bereits auf der Messe getroffen – oder werden zumindest persönlich emotional vorentschieden. **Alle Marktteilnehmer zur richtigen Zeit am richtigen Ort** – das macht dann den „Wumms“, der von den Herbstmessen bis in den Beginn des kommenden Jahres hinein wirkt.

Durch **vertrauliche Gespräche** das „Ohr am Markt“ zu haben ist die wichtigste Ausbeute einer guten Fachmesse – besonders wichtig in Zeiten großer Veränderungen, in denen wir heute zweifelsohne leben. Genau dieser gerade beschriebene Mechanismus beschleunigt den Wieder-Aufschwung nach dem Corona-Lockdown – begünstigt noch durch die aktuellen **positiven Prognosen** von Wirtschaftsexperten, wonach im zweiten Halbjahr das Wachstum wieder um 5 bis 7 Prozent ansteigen wird.

Produkte auf einer Messe „sinnlich erleben“



Foto: Global Fairs

Virtuelle Messekonzepte, inzwischen technisch auch brauchbar, gibt es seit über einem Jahrzehnt – durchgesetzt haben sie sich aber nicht wirklich. Selbst in der messelosen Corona-Krisenzeit wirken sie wie alternative Notlösungen, die uns den Mangel realer persönlicher Gespräche nur noch mehr vor Augen führen. **Digitalmessen** können allenfalls eine sinnvolle Ergänzung sein (professionelles E-Learning beispielsweise macht ja Sinn) – ersetzen kann sie die physikalischen Messen mitnichten – genauso wie der digitale Schulunterricht nicht den wirklichen Unterricht ersetzen kann, wie ich allzu deutlich am täglichen Stöhnen meiner Kinder wahrnehmen kann.

Zu sehr erinnert mich der **digitale Messebesuch** an eine meine Bewegungsfreiheit einschränkende Führung durch einen digitalen Verkaufssalon – während ich doch ohne jegliche Zeit-, Orts- und Inhaltsvorgabe im Internet sowieso alles recherchieren und finden kann, was ich möchte. Denn darum geht es bei einer physikalischen Messe ja auch gar in erster Linie: auf der realen Messe kann ich Produkte **sinnlich erleben** – dies beeinflusst meine Entscheidung deutlich stärker als das bloße Aufnehmen von Informationen mittels bewegter Bilder bzw. Video-Gesprächen.

Persönliche und Vertrauliche Gespräche

Das allerwichtigste aber sind in einer Gesellschaft mit einer wettbewerbsorientierten Wirtschaftsweise persönliche und vertrauliche Gespräche. Nur diese geben Geschäftsleuten **unverzichtbare Orientierungen** und **belastbare Entscheidungshilfen** in die Hand, die sie für ihre Business-Planung benötigen. Und zweifelsohne kann man nirgends effektiver (also kostengünstiger) in so kurzer Zeit an einem einzigen Ort so viele persönliche Gespräche führen wie auf einer **Branchen-Leitmesse**, beispielsweise die **IFA**.

Die andere Frage, die ebenfalls die **Verlagerung des Handels ins Internet** betrifft, lautet: Wollen wir wirklich unsere Städte veröden lassen (siehe Kaufhof-Desaster) und auf eine Gesellschaft zusteuern, in der am Ende die Menschen nur noch einsam am PC oder Handy sitzen und einsam online einkaufen, einsam im Home Office arbeiten und einsam am PC sich informieren und amüsieren und wir am Ende alle an dem Datensaunapf großer

Internetkonzerne hängen, während draußen in den Dörfern und Städten das **öffentliche Leben auf dem Marktplätzen** immer mehr zum Erliegen kommt – wie man gerade in der Corona-Zeit mit seinen Einschränkungen sehen konnte?

Corona-gerechte Messe

Riesige Hallen mit viel Luftvolumen, viel Platz bei weniger Ausstellern, klare Abstands- und Hygiene-Regularien, Nachverfolgungsmöglichkeiten der Ticket-Registrierten: **Was spricht spätestens ab September gegen eine Fachmesse mit diszipliniertem B2B-Fachpublikum?** Im Grunde ist eine derart gestaltete Corona-gerechte Messe doch woanders schon längst Alltag – füllen die Ladengeschäfte in den deutschen Einkaufszentren sich doch längst schon wieder mit Konsumenten, die Versäumtes nachholen wollen, wobei Mundschutz und Abstandsregelungen längst **alltagstauglich akzeptiert** sind. Darum beneidet uns (fast) die ganze Welt. Wir können das Virus unter Kontrolle halten – das haben uns nicht nur die jüngsten Hotspots in der Fleischindustrie gerade wieder bewiesen.

Hotspot identifizieren und isolieren – sofort stehen die Chancen dann auch gut, der weiteren Verbreitung des Virus entgegenzuwirken und größeren Schaden abzuwenden. Dank der unentwegten Mahnungen aus Wissenschaft und Politik sowie der Dauervermittlung der komplexen Wirkungsweisen unseres Corona-relevanten Verhaltens in vielen seriösen Medien (inklusive TV-Talkshows) hat Deutschland im Vergleich zu den meisten anderen Ländern einen geradezu **vorbildlichen Weg zur Bewältigung der Pandemie-Krise** gefunden. Die meisten Menschen hierzulande sind gut und „richtig“ informiert. Hier liegt meines Erachtens der Hauptgrund für die erfolgreiche Eindämmung der Pandemie in Deutschland: Die deutliche Mehrheit kann sagen „wir haben verstanden“.

Abstandsregeln und Hygiene-Vorschriften



Foto: Global Fairs und SmartHome Initiative

Sollen wir noch weitere zwei Jahre die Wirtschaft ausbremsen und der Gesellschaft das Leben derart erschweren, dass die **wirtschaftlichen Folgeschäden irreparabel** werden? Nur weil wir in bestimmten Situationen in der Öffentlichkeit keine Schutzmasken tragen wollen? Eindeutig nein: Es wäre **unverantwortlich**. Wir sollten einen anderen Weg gehen, als es derzeit ein Staatenlenker aus Amerika vormacht: Wir sollten die Corona-Pandemie nicht ignorieren, um sie zu füttern, sondern mit Covid-19 leben lernen, um des Virus einzudämmen. Das können wir – wir tun das nämlich schon seit ein paar Monaten. Per 6. Juli gibt es in „Old Germany“ nur noch 6.770 Infizierte. Bei 83 Millionen Einwohnern macht das ganze 0,000081566 Prozent der Bevölkerung aus. Das sollte beherrschbar sein.

Aber nicht vergessen: Das Virus startet immer mit einer kleinen Infektionszahl, auf dessen Basis es sich dann verbreitet. Und wir müssen aufpassen, dass es nicht aus höher infizierten Ländern eingeschleust wird. Denn wir leben und handeln überwiegend nicht mehr national, sondern **global** – das ist vielen nicht bewusst. Doch da gibt es inzwischen ausreichende

Vorkehrungen, gerade bei den internationalen Leitmessen. Ein anderer ziemlich bekannter Mann aus den USA hat es erkannt: „Es gibt eigentlich nur **drei Dinge**, die wir tun können: [wo nötig] eine Maske tragen, Social Distancing betreiben und Händewaschen. Es ist doch alles ‚so simpel, so einfach‘. Wenn jemand es nicht schafft, sich an diese drei Grundsätze zu halten, soll er sich schämen“, sagte kein geringerer als der Schauspieler **Tom Hanks**, der selbst am Virus erkrankt war und daher weiß, wovon er spricht.

2021 brummt die hiesige Wirtschaft wieder: 5 bis 7 Prozent Wachstum gegenüber dem ersten Halbjahr winken. Messen sind wieder angesagt und ein Muss in jeder Branche – finden doch **60 Prozent aller Weltleitmessen in Deutschland** statt. Doch was, wenn dann in den Messehallen nur noch die Hälfte der Flächen bebaut werden kann, weil zwischenzeitlich über die Hälfte der die Messeveranstaltungen begleitenden Dienstleister (allen voran die Messebauer, aber auch Caterer und Agenturen) gar nicht mehr existieren? Wollen wir durch Messe-Abstinenz unsere ganze **Messe-Infrastruktur gefährden**?

Ausgeschlossen ist dieses Szenario keineswegs: Mindestens die Hälfte der Dienstleister der Messebau-Branche sind akut in ihrer Existenz bedroht, so die Fachverbände und Wirtschaftsexperten (was Wunder, kommt der Zustand doch einem Berufsverbot gleich). Das komplexe Zusammenspiel der **Messegewirtschaft** und das ganze Netzwerk drum herum insgesamt zu verstehen, um rechtzeitig Gegenmaßnahmen ergreifen zu können, ist das Gebot der Stunde. Der **Verband der Messebauer und Event-Agenturen FAMAB**, vertreten durch seinen Geschäftsführer **Jan Kalbfleisch**, hat hier bereits einen großartigen Beitrag im Kampf um das Überleben seiner Verbandsmitglieder geleistet. Bleibt nur zu hoffen, dass die Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft (und auch die Auftraggeber, die Aussteller!) die Signale des FAMAB-Verbandes nicht überhören. Sonst gehört der Status Deutschlands als **weltweite Nr. 1 des Messemarktes** (auch das hat einiges zur „Export-Weltmeisterschaft“ Deutschlands beigetragen) vielleicht bald der Vergangenheit an.

Reseller Park im CityCube auf der IFA Special Edition



Foto: Global Fairs TT-Messe

Erfreulich und lobenswert ist daher die Initiative der **Messe Berlin** und der Trägerin **gfu**, dieses Jahr eine Corona-gerechte **IFA Special Edition** abzuhalten. Auf dieser zwar verkleinerten, dennoch hochkarätigen, reinen B2B-Veranstaltung darf der **Reseller Park** – immer schon auf B2B spezialisiert – nicht fehlen. In bester Lage, nämlich im CityCube nahe des Eingangs Süd des Berliner Messegeländes, ist dieses Jahr die Heimat des B2B-Marktplatzes Reseller Park, der auch die **Smart-Home-Thematik** integriert. Workshop- und Konferenz-Programm direkt nebenan in gleicher Halle ist in Vorbereitung – hier geht es um Smart Home, Smart Building, Smart City, KI & E-Mobility, Digitalisierung und Nachhaltigkeit (New Green Deal). Easy To Take: schlüsselfertige und Corona-gerechte Stände inklusive Full-Service. Dazu im Vorfeld der IFA ein bestens beworbener B2B-Marktplatz – geeignet auch für **Last-Minute-Entscheider**, über diesen aufwandsarmen Weg doch noch an der IFA im Corona-Jahr 2020 teilzunehmen.

Was kommt nach Corona?

Die Corona-Pandemie hat uns weltweit die Schwachstellen und Wunden der Gesellschaften deutlicher als je zuvor vor Augen geführt und allerorts die erstaunliche **Veränderungsfähigkeit** und -bereitschaft unter Beweis gestellt. 2019 war das Jahr des erwachenden Bewusstseins der unglaublichen **Klimakrise**, 2020 wird als das **Corona-Jahr** in die Geschichtsbücher gehen. Laut einer repräsentativen Umfrage von vergangener Woche ist aber bereits heute zu Beginn des zweiten Halbjahres 2020 hierzulande schon wieder die Klimakrise das Top-Thema Nr.1 für 50 Prozent der Befragten. Das zumindest wollen die Bundesbürger der jetzigen **EU-Ratspräsidentin Dr. Angela Merkel** als vorrangige Aufgabenstellung für ihre Agenda auf dem Weg nach Brüssel mitgeben; die Corona-Krise wurde da nur noch von einem Drittel als das wichtigste Handlungsfeld genannt. Und das will uns in puncto Klimakrise sagen: „Wir haben verstanden, packen wir’s endlich an!“

Gebäude sind derzeit für mehr CO₂-Ausstoß verantwortlich als der ganze emotional viel-diskutierte Mobilitätssektor. die geforderte **Klima-Neutralstellung von Gebäuden** und **Smart Living** sind wichtige Handlungsfelder gerade auch in den Tech-Branchen, denn die benötigte **Energieeffizienz** lässt sich ohne die Digitalisierung – sprich smarterer Steuerung – gar nicht realisieren. Das aber sind auch wichtige Themenfelder auf der **IFA in Berlin**, der **Security in Essen**, der **BAU in München** oder im März 2021 auf der **ISH in Frankfurt** und auf der **Angacom in Köln** – um nur einige bevorstehende Messen zu nennen, auf denen Global Fairs seine „SmartHome – Center of SmartBuilding“-Projekte interessierten Ausstellern der Sektoren anbietet.

Ich freue mich auf die IFA Berlin!

Aussteller- und Konferenz-Interessenten melden sich bitte bei Jan Nintemann, Global Fairs TT-Messe, Osnabrück: nintemann@tt-messe.de oder +49 541 97126-0

[STELLENMARKT](#) [WHITEPAPER](#) [WEBINARE](#) [VIDEOS](#) [BILDER](#) [7 TAGE](#) [THEMEN](#) [ANBIETERKOMPASS](#) [NEWSLETTER](#) [RSS](#) [EVENTS](#) [MEDIA](#) [ABONNEMENT](#)

CRN



[Software & Services](#) [Security](#) [Telekommunikation](#) [Server & Clients](#) [Netzwerke & Storage](#) [Drucker & Displays](#) [Markt](#)



[SCHWERPUNKTE](#) [DSGVO 2020](#) [CRN CHANNEL-CHAMPIONS 2019](#) [CLOUD & DATACENTER](#) [MANAGED SERVICES](#) [WATCHGUARD @IT-SA 2019](#)



Gastkommentar zur IFA

»Mehr als einfach nur eine Messe«

24. April 2020, 12:03 Uhr | [Martin Fryba](#)



© Global Fairs TT-Messe

Jan Nintemann, Global Fairs und langjähriger Organisator des Reseller Park auf der IFA zur veränderten Situation der IFA 2020

Virtuelle IFA 2020? Für IFA-Kenner Jan Nintemann unvorstellbar. Er reibt sich die Augen, was in dieser Corona-Zeit alles möglich ist – und hofft auf Lehren aus der Pandemie, um dringend zu lösende Probleme endlich anzupacken.



Anzeige

18. Mai 2020, 14:00 Uhr

Rundumsicherung für alle Office 365-Anwendungen
- Carbonite Backup für Office 365

Ich kenne die IFA seit Mitte der 80er Jahre, als Aussteller ihre Stände teilweise noch wie eine Art Gaststätte strukturierten und der Vertriebsleiter es sich nicht nehmen ließ, persönlich das Bier zu zapfen – um nebenbei dann von den gut gelaunten Fachhändlern ihre Orders entgegenzunehmen. Während ihre Frauen und Kinder beim Bummeln über den Kudamm verweilten. IFA Berlin war schon immer mehr als einfach nur eine Messe. Nach dem Ende der CeBIT ist sie jetzt der wichtigste Impulsgeber der ITK-Branche für die Konsumenten und die bekannteste, bedeutendste internationale Digitalmesse Europas. Ein Medienereignis, auf das die Welt schaut.

Die Informationen über Berlins Veranstaltungsverbot für Events mit über 5.000 Teilnehmern ist noch zu frisch, um jetzt schon Konkretes über das neue IFA-Konzept zu erfahren. Alle brauchen jetzt erstmal Zeit, um flexible Lösungen in einer sich ständig verändernden Umgebung zu finden. Vieles hat sich durch die Digitalisierung verändert. Die Wertigkeit persönlicher Kontakte und ihr Hunger danach ist in der Corona-Zeit deutlich gestiegen. Online-Events sind kein Ersatz für eine Fach- oder gar Leitmesse – allenfalls kostengünstige Not- oder Teillösungen.

Als studierter Geisteswissenschaftler, seit 25 Jahren in der Messewelt der Tech-Branchen zuhause, schaue ich immer gerne über den Tellerrand. Und reibe mir seit Februar immer wieder die Augen, welche unvorstellbaren Veränderungen durch die Corona-Krise draußen ohne Probleme breiteste Akzeptanz finden.

Lehre aus der Corona-Krise: Wollen wollen

Nun, Corona wird gehen, die Klimaerwärmung dagegen bleibt. Die jetzt in den Hintergrund gedrängten Fragen bleiben dringlich: Welche technologischen Lösungen für mehr Energieeffizienz haben wir jetzt schon, wo können Innovationen noch besser genutzt werden? Smart Home ist ein Key-Thema der IFA geworden – müssen wir nicht schnellstens diese Technologien nutzen, um unsere Wohnungen und Gebäude in Richtung Klimaneutralität zu entwickeln?

Wenn man wirklich will, lassen sich Dinge verändern in einer vorher nie geahnter Geschwindigkeit – das ist die Lehre, die wir jedenfalls schon jetzt aus der Corona-Krise ziehen können. Ich bin sicher, dass gfu und Messe Berlin der Branche schon bald ein neues, für dieses Corona-Jahr maßgeschneidertes IFA-Konzept präsentieren werden.

Jan Nintemann, Initiator und mit seiner Messeagentur Global Fairs und langjähriger Organisator des Reseller Park auf der IFA zur veränderten Situation der IFA 2020



Verwandte Artikel

IFA, gfu