

heute.de computer

heute-Nachrichten

- ▶ Startseite
- ▶ Schlagzeilen
- ▶ Politik
- ▶ Magazin
- ▶ Wirtschaft
- ▶ **Computer**
- ▶ Sport
- ▶ Wetter
- ▶ Börse

ZDFmediathek

Sendung verpasst?

▶ Jetzt ansehen



- ▶ ZDF heute
- ▶ ZDF heute journal
- ▶ ZDF heute nacht

Sendungen von A-Z

Service

- ▶ Podcast-Angebot
- ▶ heute-Telegramm
- ▶ Bildschirmschoner
- ▶ PDA-Angebote
- ▶ WAP-Dienste
- ▶ Newsletter
- ▶ RSS-Angebot
- ▶ Nachrichtenbanner
- ▶ Sidebar
- ▶ heute als Startseite

"Der Aufwand rechnet sich"

CeBIT 2007: Für viele deutsche Unternehmen bleibt die Messe unverzichtbar

von Alfred Krüger und Volker Heil

Die CeBIT ist ins Gerede gekommen. Etliche große Unternehmen kehrten ihr in diesem Jahr den Rücken zu. Die IT-Branche floriere, doch die CeBIT stecke in der Krise, heißt es. Lob hört die Messeleitung derzeit eher selten. Dabei ist die CeBIT (15.-21. März) für viele - gerade deutsche - Unternehmen nach wie vor die wichtigste Branchen-Messe überhaupt. Kritiker fordern allerdings, die CeBIT solle ihr Profil als "Profimesse" schärfen.



reuters

Drucken Versenden 09.03.2007 [Archiv]

Die Lampertz GmbH & Co. KG aus Hof im Westerwald gehört zu den weltweit führenden Unternehmen im Bereich der physikalischen Daten- und Systemsicherheit. Vom feuersicheren Mediensafe bis hin zum kompletten Sicherheitsraum für IT-Systeme reicht das Angebotsportfolio des Unternehmens. Seit Anbeginn ist Lampertz auf der CeBIT mit dabei.

Zitat

„Wir sind einer von nur noch drei Ausstellern, die von Beginn an auf der Hannover Messe, später auf der CeBIT ausgestellt und bis heute durchgehalten haben.“

Ralph Wölpert

6059 Aussteller

"Wir sind einer von nur noch drei Ausstellern, die von Beginn an auf der Hannover Messe, später auf der CeBIT ausgestellt und bis heute durchgehalten haben", sagt Ralph Wölpert von der Marketing-Abteilung des Hofer Unternehmens. Und daran werde sich auch künftig nichts ändern. Als "Leitmesse" sei die CeBIT für seine Firma unverzichtbar. "Sie ist der Standard, an dem sich alle anderen Messen orientieren" - zumindest im Geschäftsfeld, in dem die Firma Lampertz tätig ist.

Benedikt Leder, Pressesprecher des Software- und IT-Dienstleistungsunternehmens Datev, schlägt in dieselbe Kerbe. Das Nürnberger Unternehmen beschäftigt rund 5400 Mitarbeiter und erzielte 2005 einen Umsatz von 581 Millionen Euro. Auf der CeBIT war man ebenso wie Lampertz von Anfang an mit einem eigenen Stand in Halle 1 vertreten - in diesem Jahr zum 21. Mal. "Für Datev ist die CeBIT gewissermaßen der Auftakt für das Messejahr", sagt Leder. "Wie sich das Unternehmen hier präsentiert, tritt es auch im übrigen Jahr auf."

6059 Aussteller haben sich bis dato zur CeBIT angemeldet - rund 200 Unternehmen weniger als im letzten Jahr. Die gebuchte Ausstellungsfläche, die für die CeBIT wichtigste Kennziffer, ist erheblich geschrumpft. Sie beträgt nur noch 280.000 Quadratmeter und ist um zehn Prozent kleiner als im vergangenen Jahr. Im Rekordjahr 2001 waren noch stattliche 431.000 Quadratmeter belegt. Damals hatten sich 8100 Aussteller auf der weltgrößten Computermesse eingefunden.

Weltkonzerne sagen ab

Im Vorfeld der diesjährigen CeBIT war es zu spektakulären Absagen großer Konzerne gekommen. Ende August letzten Jahres hatte Nokia, der nach Stückzahlen weltgrößte Handy-Produzent, seinen CeBIT-Auftritt abgesagt. Man vertraue lieber auf hauseigene Veranstaltungen wie der "Nokia Connection" oder der "Nokia Night of the Proms". Daher werde das finnische Unternehmen nach Jahren der "sehr guten Zusammenarbeit" auf der CeBIT 2007 nicht mehr vertreten sein.

Weitere Absagen hatte es vom IT-Konzern BenQ aus Taiwan, vom chinesischen PC-Hersteller Lenovo, vom Handy-Produzenten Motorola oder vom Drucker- und Kopiergerätehersteller Konica Minolta gegeben. Aussteller wie der südkoreanische Elektronikkonzern LG fühlten sich auf der CeBIT nicht mehr richtig aufgehoben. Sie verließen die Hannoveraner Fachmesse Richtung Berlin und wollen ihre Produktneuheiten künftig nur noch auf der Internationalen Funkausstellung (IFA) präsentieren.

Die IFA ist auf Unterhaltungselektronik spezialisiert. Der Endverbraucher ist hier gern gesehener Gast, während die Veranstalter der Business-Messe CeBIT Geschäftskunden und Händler in ihrem strategischen Visier haben. Allerdings nicht stark genug, meinen Kritiker wie Bernhard Rohleder vom IT-Branchenverband Bitkom. Die hohen Besucherzahlen der letzten Jahre seien auch dadurch zustande gekommen, dass die Messe verstärkt von Nicht-Fachleuten besucht worden sei.

Zitat

„Die CeBIT ist aber keine Spiele- und Unterhaltungsmesse, sondern eine Businessmesse.“

Bernhard Rohleder

Profil als "Profimesse" schärfen

"Die CeBIT ist aber keine Spiele- und Unterhaltungsmesse, sondern eine Businessmesse", mahnt Rohleder ein eindeutiges Messekonzept an. Die Grenze zwischen Konsum- und Fachmesse sei in den letzten Jahren nicht deutlich genug gezogen worden. IT- und Unterhaltungselektronik würden zwar immer mehr verschmelzen. Dennoch müsse die Deutsche Messe AG den rein geschäftlichen Charakter der CeBIT nach außen hin wieder deutlicher machen und ihr Profil als "Profimesse" schärfen.

Aus deutschen Landen kommen in diesem Jahr 2748 CeBIT-Aussteller. Während sich die Zahl der ausländischen Aussteller speziell aus dem asiatischen Raum, aber auch aus Osteuropa und Südamerika noch einmal erhöht hat, gab es bei den deutschen Firmen einen leichten Rückgang. Einen Trend will Messe-Vorstand Ernst Raue darin nicht erkennen. Das seien lediglich Einzelentscheidungen. "Eine Messe kostet auch", sagt Raue. "Mancher leistet sich das, mancher nicht."

Lampertz und Datev lassen sich ihren CeBIT-Auftritt auch in diesem Jahr einiges kosten. "Wir werden über 300.000 Euro für die Messe ausgegeben", sagt Wölpert von der Firma Lampertz. Für die Standmiete, den Standaufbau und die Exponate veranschlagt das Unternehmen jeweils 90.000 Euro, 75.000 Euro werden für Personalkosten einschließlich Verpflegung und Übernachtung einkalkuliert. Der Rest des CeBIT-Budgets fließt in Werbung, Vorträge und Give-Aways, also Werbegeschenke an interessierte Standbesucher.

"Aufwand lohnt sich"

Der finanzielle Aufwand für den Messeauftritt sei "hoch, aber lohnenswert", sagt auch Benedikt Leder. Für Datev sei die Relation von Aufwand und Ergebnis in den vergangenen Jahren immer positiv gewesen. Allerdings überlasse man auch nichts dem Zufall. Datev betreibe bereits im Vorfeld der CeBIT bei seinen Kunden ein intensives Messemarketing.

"Für uns ist die CeBIT immer noch die Hauptmesse", erklärt Tan Siekmann, Geschäftsführer des nordhessischen Unternehmens Safe-com. Siekmanns Firma wurde 2004 gegründet und beschäftigt sich mit Telekommunikationssicherheit. Safe-com stellt Produkte zur Verschlüsselung von Sprach-, Video-, Fax- und Datenübertragungen her. Auf der CeBIT ist das Unternehmen in diesem Jahr zum dritten Mal dabei.

Etwa 15.000 Euro werde Safe-com für die CeBIT springen lassen, so Siekmann. Den größten Posten in Höhe von 6000 Euro mache die Standmiete aus. "Im Gegensatz zu ihrem Ruf ist die CeBIT keine sehr teure Messe, denn man nur die Standmiete betrachtet", meint der Safe-com-Geschäftsführer. "Weil die CeBIT allerdings so groß ist, braucht man ein entsprechendes Budget um überhaupt aufzufallen."

Organisation gut - Konzepte mangelhaft

Siekmann verspricht sich von der CeBIT neue internationale Geschäftskontakte. Die Hannoveraner IT-Schau sei zwar keine Ordermesse, "wo Leute ihre Bestellscheine zücken". "Die CeBIT ist aber immer noch eine der besten Plattformen, um neue Produkte vorzustellen." Im Übrigen sei die CeBIT "sehr gut organisiert" - eine Einschätzung, die auch Benedikt Leder von der Firma Datev teilt. "Die organisatorische Unterstützung durch die Deutsche Messe AG ist gut und routiniert."

Ralph Wölpert von der Firma Lampertz verteilt Schulnoten. Für die Organisation der Messe vergibt er "mindestens ein Gut". Für ihre strategischen Konzepte hätten die Veranstalter aber "höchstens ein Ausreichend" verdient.

Drucken Versenden zum Seitenanfang

Mehr aus Computer & Technik

- ▶ **Vorsicht Hackerangriff!**
- ▶ **Auf den Spuren des Web**
- ▶ **Runde Sache**

Suche

mehr zu Computer & Technik