

Cebit lockt die Kleinen

◆ Mittelstand aus dem Südwesten auf der Technologiemesse stark vertreten

VON DOROTHEE NIEDZWETZKI

Hannover – Viel Kritik ernteten die Verantwortlichen der Messeleitung zur Cebit 2007. Zahlreiche große und so manche mittelständische Unternehmen blieben ihr fern. Hinter vorgehaltener Hand hagelte es Häme und harte Worte. Was Mittelständler aus unserer Region

zu sagen hatten, war dagegen weitgehend positiv. Aus dem Bodenseekreis, dem südlichen Schwarzwald und vom Hochrhein waren allein 56 Aussteller auf der Messe zu finden. 24 Aussteller kamen noch aus dem IHK-Bereich Freiburg hinzu.

Die Cebit wird in erster Linie vom Mittelstand getragen.

Insgesamt waren aus Baden-Württemberg 395 Aussteller auf der Cebit anzutreffen: nach Nordrhein-Westfalen und Bayern war der Südwesten damit die drittstärkste Kraft. An der Ausstellungsfläche gemessen stehen die Baden-Württemberger sogar an zweiter Stelle.

Leider gibt die Messe Hannover keine Statistik über die Anzahl der Mittelständler und die der Konzerne an den Ausstellern heraus. Sicher ist, dass die Messe in erster Linie von Mittelständlern getragen wird. Hoffiert werden aber die „Großen“: Unter der Rubrik „Stimmen der Aussteller“ sind Interviews von Konzern-Verantwortlichen auf den Cebit-Webseiten zu finden. Kein klassischer Mittelständler scheint interessant genug, gefragt zu werden.

Zwar hatte die Messe Hannover aufgrund der vielen kritischen Stimmen bereits angekündigt, die Cebit umzugestalten in eine IT-Fachmesse mit Fokus auf den Business-Charakter und direkter Ansprache des Fachpublikums, dennoch merkte man nur wenig davon. So behielten sich Unternehmen und Institutionen selbst mit Partnerstand-Konzepten für die kleinen und mittleren Unternehmen und gaben meist „interne Ausstellerpläne“ ab. Denn bei insgesamt 6153 Ausstellern (aus 77 Ländern) und einem quasi nicht vorhandenen Besucherleitsystem in den 24 Messehallen war die Hauptbeschäftigung eines Besuchers das aufreibende Suchen und Finden der Aussteller.

Nach Aussagen der Messeleitung besuchten 480 000 Menschen während der sieben Tage die Cebit. Davon sollen 379 000 Fachbesucher gewesen sein. Kaum vorstellbar, in Anbetracht der vielen „Jäger und Sammler“, „Familienausflugsgäste“ und Schulklassen. Das „Forum Cebit Mittelstand“ soll mit etwa 6000 Gästen 34 Prozent mehr Besucher gezählt haben als im vergangenen Jahr. Ist es nicht doch etwas seltsam, dass von 379 000 Fachbesuchern nur 6000 dieses Forum nutzten? Einer machte seine Sache wirklich gut: Das Fachhandelszentrum „Planet Reseller“. Die für das breite Publikum geschlossene Plattform für Händler und Systemhäuser ist eine Art Spezialmesse auf der Messe. Über 150 Aussteller waren laut Messe Hannover anwesend und konnten ihre Besucher in Ruhe mit ganzer Aufmerksamkeit bedienen.



Auf der Cebit zeigten viele Unternehmen aus dem PROFIT-Verbreitungsgebiet ihr Angebot. Im Bild der Messestand von Gingcom aus Rottweil. Bilder Niedzwetzki/Cebit



Zog viele Besucher an: der Auto ID/RFID Solutions Park auf der Cebit in Hannover.

„Besser als Fachmesse machen“

◆ PROFIT-Umfrage unter Südwest-Ausstellern: Was bringt Ihnen die Cebit?

PROFIT wollte wissen, was die regionalen Aussteller eigentlich von einem Messeauftritt auf der Cebit haben. Wie sehen Unternehmen aus dem Südwesten die derzeitige Situation der Messe und was halten sie von der bisher bekannt gewordenen Neukonzeption der Cebit zu einer Fachmesse an nur mehr sechs Tagen mit eingeschlossenem Wochenende? PROFIT-Mitarbeiterin Dorothee Niedzwetzki befragte einige Aussteller auf ihrem Stand.

VON DOROTHEE NIEDZWETZKI

Gingcom

Matthias Pietrek, Leiter Operations des erst im Februar 2007 gegründeten Unternehmens **Gingcom GmbH**, war sehr zufrieden mit der Besucher-Resonanz. „Wir haben den Messestand, mit dem wir auffallen wollen: Die interessante Standkonzeption mit den übergroßen Blumentöpfen und einer sehr reduzierten Nachricht, um was es eigentlich geht. Wir wollen einfach zeigen: wir sind neu, wir haben ein super Produkt. Wir hatten sehr interessante Fachhändler- bzw. Reseller-Gespräche sowie den kompletten Wettbewerb da.“ Gingcom GmbH ist Teil der **BDT-Unternehmensgruppe** mit rund 850 Mitarbeitern und Hauptsitz in Rottweil. Gingcom wurde gegründet, um das neue Produkt Gingcom im Bereich Storage, Backup und Langzeitarchivierung auf den Markt zu bringen. Pietrek ist sich sicher: „Die Messe ist zwar sehr teuer. Man darf aber einfach nicht verkennen: Die Messe als solche ist noch wichtig, wenn es darum geht, eine neue Marke bekannt zu machen.“ Das gut abgeschottete BDT-Appartement oben auf dem Dach von Halle 1 ist für den Kontakt mit Fachhändlern, Presseleuten und möglichen Vertriebspartnern im Ausland gedacht. Dort finden die wichtigsten Besprechungen statt. Auch Pietrek wünscht sich ein Umdenken der Messeverantwortlichen: „Die Messe wird definitiv ihr Konzept ändern müssen. Sie muss mehr Profil aufbauen und die Ausstellungsbereiche stärker konzentrieren und das stärker hervorheben, sonst springen weitere Aussteller ab. Sieben Tage insgesamt sind zu lang. Das Wochenende ist für uns die uninteressanteste Zeit.“



Intercard

Marco Baumgartner, Vertriebsleiter International der **Intercard AG Informationssysteme** (Villingen-Schwenningen), betreut internationale Vertriebspartner aus 30 Ländern weltweit. Intercard ist ein Anbieter für multifunktionale Chipkartenlösungen zur Identifikation, das heißt Intercard stellt Mitarbeiter- oder Studentenausweise für Universitäten und Fachhochschulen her. Administrative Abläufe an zurzeit 130 deutschen Hochschulen werden durch Selbstbedienung und bargeldlose Zahlungsfunktion vereinfacht. Das Ausland spielt eine zunehmend große Rolle. Baumgartner ist überzeugt von der Cebit: „Wir sind seit nahezu 20 Jahren auf der Cebit. Für uns hat es sich bisher gelohnt. Definitiv werden wir 2008 wieder da sein.“ Mit Massenansturm hat Baumgartner nicht zu kämpfen. Er erklärt: „Hier in Halle 9 ist der Besucherstrom recht gut gefiltert. Die ganze private Kundschaft, die Laufkundschaft, bleibt weg. Intercard ist vor allem Ansprechpartner für Fachkundschaft. Die kommt sehr zielgerichtet, um sich zu informieren. Letztendlich wäre zu überlegen, ob man auf der Cebit die ganze private Unterhaltungselektronik-Industrie mehr abschottet und diese in den Hallen noch einmal separiert oder eine zweite Messe veranstaltet.“



Datadirect

Matthias Ganz, Vertriebsleiter des IT-Dienstleisters **Datadirect GmbH** in Freiburg, ist mit der Partnerstandlösung seines Unternehmens sehr zufrieden: „Es hat sich für uns gelohnt, auf dem Partnerstand bei Trend Micro dabei zu sein, weil viele professionelle Kunden, Firmenkunden, Bestandskunden zu uns gekommen sind. Die Cebit hat auch den Vorteil, dass man mit den Herstellern enger zusammenkommt, das heißt, man bekommt viel Neues mit wie Zukunftspläne und Strategien. Man kann dann den Kunden, der zum Stand kommt, selbst darauf vorbereiten. Bei Bestandskunden sehe ich auch einen Imagegewinn.“ Datadirect bietet weltweit Netzwerk- und Sicherheitslösungen für deutsche Unternehmen mit Niederlassungen im Ausland an. Ganz optiert auch für die Cebit als Fachmesse: „Für uns als Reseller, als Systemhaus, finde ich die Pläne der Messeleitung von Vorteil, die Cebit zur Fachmesse zu machen.“



Cobra Computer's Brainware

Wolfgang Mehl, Geschäftsführer des Konstanzer Unternehmens **Cobra Computer's Brainware GmbH**, fühlt sich von seinen Kunden in die Pflicht genommen, auf der Cebit auszustellen. Seit über 20 Jahren stellt das Unternehmen Software für die Pflege von Kundenkontakten her. Die so genannte CRM-Software soll das Kundenmanagement mittelständischer Unternehmen unterstützen. Neben Cobra selbst bieten auch zahlreiche Partnerfirmen die Cobra-Lösungen an. Mehl: „Die Cebit ist nach wie vor eine sehr wichtige Messe für uns. Wir treffen dort viele Kunden und gewinnen auch viele neue Interessenten. Die Kunden möchten uns und unsere neuen Produkte persönlich kennen lernen. Deshalb werden wir natürlich auch auf der nächsten Cebit wieder dabei sein.“ Die Idee von der Cebit als Fachmesse kommt Mehl entgegen: „Wir haben fast ausschließlich Business-Kunden. Uns käme es sehr entgegen, wenn die Messe nicht mehr am Wochenende ist, sondern nur noch an Wochentagen. Man muss sich für die Cebit ein neues Konzept überlegen, das viele Aussteller ferngeblieben sind. Aber für die gewerbliche Kundschaft ist die Cebit nach wie vor die wichtigste IT-Messe in Deutschland.“



Ad Notam

Ilona Marwitz, International Sales und Marketing der Singener Firma **Ad Notam GmbH**, ist eine gefragte Mitarbeiterin ihrer Unternehmensgruppe auf der Cebit. Das zwar bereits fünf Jahre „alte“ und vielfach exportierte Produkt, der **Mirror-TV**, ein LCD-Monitor hinter einem Spiegel, wurde zum absoluten Highlight der Messe. Die Philosophie hinter diesem „Magischen Spiegel-TV“ ist, dass die Technik in Zukunft für den Nutzer unsichtbar sein wird. Marwitz freut sich über das Aufsehen des **Mirror-TV**: „Die Messe war für uns auf jeden Fall ein Erfolg. Was die Presse angeht, war es ein super Erfolg. Es wurden sehr viele Interviews gegeben: Alle großen TV-Sender standen bei uns Schlange. Imagemäßig war es ein riesiger Erfolg. Es kamen auch andere Aussteller, die sagten, ich habe gehört, das „Mirror-TV“ war der große Renner auf der Messe.“ Ad Notam liefert Designprodukte für Applikationen in den Handel (POS, POI), für Unternehmenspräsentationen (Foyers, Messen und Ausstellungen, Showrooms), für das Hotel- und Gastronomiegewerbe, Friseursalons und für den Consumermarkt.



Fazit

Die Kritik der Aussteller ist zwar leise, aber deutlich. Danach wäre es sinnvoll für alle Beteiligten, die Cebit 2008 zu einer reinen Fachmesse umzugestalten. Ein Messe-Wochenende wäre dabei nicht nützlich. Es könnte eine Art Consumer-Messe abgetrennt, gleichzeitig und an einem zusätzlichen Wochenende stattfinden. Die Unternehmen, die sich sowohl den Businessbesuchern als auch den Endkunden präsentieren wollen, hätten dann die Möglichkeit, zweifach auszustellen.

ANZEIGE

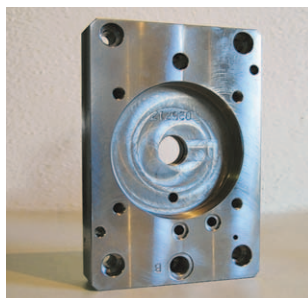
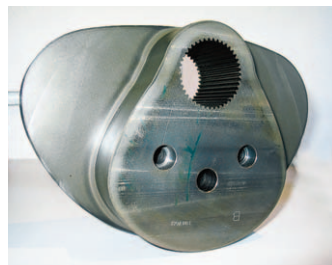
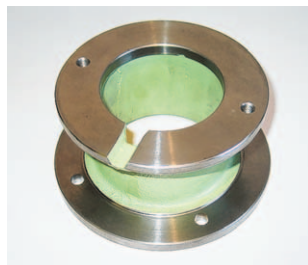
Ihr kompetenter Partner für die mechanische Zerspanung

CNC-DREHTEILE · FRÄSTEILE · SCHLEIFTEILE
Alles aus einer Hand



Wir sind ein junges, einsatzfreudiges Team, das sich den Herausforderungen der Zukunft stellt. Unsere Kernkompetenz ist die Zerspanung von qualitativ hochwertigen, technologisch anspruchsvollen Maschinenbauteilen.

Wir sind mit der Fertigung von Kleinst- und Kleinserien in diesem Bereich beschäftigt. Zu unseren Kunden zählen namhafte Maschinenbauunternehmen der Region sowie überregionale branchenfremde Firmen.



Löw + Wagner

Gewerbegebiet
Negelsee-Ost
Robert-Bosch-Straße 18,
88677 Markdorf
Telefon: 075 44/95 39-0
Fax: 075 44/95 39-20
Mail: info@loew-wagner.de