

CeBIT-Organisatoren ziehen Notbremse

Grundlegende Reform soll mehr Fachbesucher anlocken / Kürzere Messedauer geplant

Von Andreas Hoenig

Hannover (dpa) Das Wort Krise hören die CeBIT-Macher nicht gern. Doch die Computer- und Telekommunikationsmesse ist stark in Bedrängnis geraten.

Branchenriesen wie Nokia und Motorola haben ihr den Rücken gekehrt, weil sie sich auf der Messe offensichtlich nicht mehr richtig aufgehoben fühlen. Die jahrelange Talfahrt der CeBIT setzt sich damit fort, die Ausstellungsfläche sinkt weiter. Die Veranstalterin Deutsche Messe AG in Hannover zieht nun die Notbremse – 2008 soll die CeBIT grundlegend reformiert werden. Die CeBIT in diesem Jahr ist demnach eine Übergangsmesse.

„Die CeBIT der Zukunft wird eine ganz andere Veranstaltung sein, aber sie wird weiterhin einer der wichtigsten Treiber der digitalen Welt sein“, sagt Messe-Vorstandsmitglied Ernst Raue. Die CeBIT soll künftig wieder vor allem eine „Profimesse“ sein – nach dem Motto: Mehr Fachbesucher, weniger „Plastiktütenträger“.

Kurz vor Weihnachten 2006 hatte die Messe Alarm geschlagen. In einem Brief an die Aussteller kündigte Raue einen tiefgreifenden Umbau der CeBIT

an. Es bestehe „aktueller Handlungsbedarf“. Das Erscheinungsbild der CeBIT solle nachhaltig verbessert, die Effektivität der Messebeteiligung für die Aussteller deutlich erhöht, deren Messekosten gesenkt werden. Dazu gehören auch Verhandlungen mit den Hotels in Hannover über moderatere Preise. Derzeit satten die Hotels zu CeBIT-Zeiten ordentlich drauf, Zimmerpreise von 400 oder 500 € sind nicht unüblich.

Der Kostendruck für die Firmen aber ist angesichts der harten Konkurrenz und von Preiskämpfen in vielen Teilbranchen gestiegen. Vor allem Hausmessen machen der CeBIT zunehmend zu schaffen. Der Handyriese Nokia etwa begründete seine Hannover-Abgabe damit, künftig auf haus-eigene Veranstaltungen zu setzen, um die Kundschaft besser und direkter zu erreichen – wie dies der Technologiekonzern Apple seit langem macht. 1999 waren die Kalifornier zum letzten Mal auf der CeBIT, spektakuläre neue Produkte wie das Multimedia-Handy iPhone präsentiert Apple auf Hausmessen.

Die CeBIT habe außerdem zunehmend Konkurrenz von anderen Messen, die ein klares



Den letzten Schliff verleihen Messebauer einem Ausstellungsstand der CeBIT 2007. In Hannover zeigen vom 15. bis 21. März über 6000 Unternehmen aus 77 Ländern die neuesten digitalen Ideen. Foto: dpa

Profil hätten, sagt IT-Experte Martin Gutberlet vom Marktforschungsunternehmen Gartner – wie zum Beispiel die Internationale Funkausstellung (IFA) in Berlin und die Mobilfunkmesse 3GSM in Barcelona. Die Verbraucherelektronik-Messe IFA, die früher alle zwei Jahre stattfand, öffnet nun jedes Jahr ihre Pforten – ein Angriff auf die CeBIT.

„Ohne eine grundlegende Reform hätte die CeBIT eine ungewisse Zukunft“, sagt Gutberlet. „Die CeBIT muss zurück zu ihren Wurzeln. Sie muss sich wieder eindeutig auf Geschäftskunden und den Mittelstand konzentrieren und dieser Zielgruppe Lösungen anbieten.“ Das Profil der CeBIT als Fachmesse soll von 2008 an wieder geschärft werden. Dazu

zählt, dass die Messe um einen auf sechs Tage verkürzt wird. Sie läuft dann von Dienstag bis Sonntag – 2007 noch von Donnerstag bis Mittwoch. 2008 sollen die ersten vier Tage laut Raue auf das Fachpublikum „fokussiert“ sein, am Wochenende könnten sich die Aussteller dann auf Besucher mittelständischer Unternehmen konzentrieren.

Trends zur CeBIT 2007

Hannover (dpa) Einige Trends aus der IT-Branche zur bevorstehenden Computermesse CeBIT in Hannover:

Schnelles Internet überall: Neue Dienste auf UMTS-Basis sollen es endlich möglich machen, dass man auch unterwegs von den Vorzügen schneller Datenleitungen profitieren kann. Schnelle Netze mit Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 7,2 MBit pro Sekunde – schneller als viele DSL-Leitungen – sind Voraussetzung für den Erfolg mobiler Dienste zum Beispiel für Video oder Musik. Die Kosten für die Nutzung sind aber viel höher.

Einfache Lösung: Die Entwicklung ist erst am Anfang, doch viele Experten sind überzeugt, dass demnächst auch Telefonie und Fernsehen grundsätzlich als kleine Datenpakete per Internet-Protokoll (IP) geliefert werden. Für die Anbieter senkt das im Endeffekt die Kosten, da die Infrastruktur vereinheitlicht wird. So rüstet Arcor sein Netz als so genanntes Next Generation Network (NGN) auf IP-Basis um, der niederländische Telekom-Konzern KPN will 2010 sein herkömmliches Telefon-Netz komplett abschalten.

Mehr Touchscreen-Displays: Geräte wie Handys oder PDAs mit berührungsempfindlichen Bildschirmen gab es schon längst. Das neue Schlagwort ist Multi-Touchscreen – Bildschirme, die auch Bewegungen mehrerer Finger auf dem Display erkennen können.

Explosion der Datenmenge: Ob Bilder, Videos oder Texte – alles mögliche ist inzwischen digital. Also wächst die Menge der Daten. Eine Studie des Marktforschungsunternehmens IDC bezifferte die Größe des „digitalen Universums“ 2006 auf 161 Milliarden Gigabyte. Bis 2010 soll sich die Menge versechsfachen.

Im „smartTextiles Village“ wird mit Jacken telefoniert

FIS präsentiert auf CeBIT Hightech-Mode

Von Norbert Schmidl

Ingolstadt/Hannover (DK) In den Räumen der FIS Fashion Innovation Service GmbH in Ingolstadt stapeln sich zunehmend Schachteln mit Inhalt, der erst auf den zweiten Blick seine Geheimnisse preisgibt. Beim flüchtigen Hinschauen sind es nämlich ganz normale Freizeitjacken, Sakkos, Unterwäsche oder Modeaccessoires wie Skihandschuhe, Rucksäcke oder Sonnenbrillen, die Marketingleiterin Lilian Gwendolyn Thau auspackt.

Strahlenschutz eingebaut

Aber die modischen Teile haben es im wahrsten Sinn des Wortes in sich: Das Sakko hält dank „eBlocker“ die Strahlung



Sonnenbrille mit Hörgeruss. Ein eingebauter MP3-Player macht es möglich. Foto: Herbert

des eigenen Handys vom Körper ab, in der Jacke ist eine Bluetooth-Handyfreisprechanlage integriert, beim Handschuh ist ein iPod inklusive, mit dem Rucksack kann dank eingebauter Kamera gefilmt werden, und die Sonnenbrille verfügt nicht nur über einen integrierten MP3-Player, sondern auch über schwenkbare Ohrhörer. Darüber hinaus misst das T-Shirt die Körpertemperatur und die Unterwäsche wärmt dank versilberter Fasern, die von einem kleinen Akku mit Strom versorgt werden, die Haut. In modischen Taschen mit Solarzellen können Handys oder Laptops wieder aufgeladen werden.

Doch warum stapeln sich die

Produkte derzeit bei FIS? Fashion Innovation Service hat von der CeBIT ein Mandat bekommen, diese so genannten smartTextiles in Hannover in einem eigenen „Village“ auf 250 Quadratmetern auf der Messe zusammenzufassen und dort zu präsentieren. Viele der Firmen könnten bisher nur mit einem einzelnen Produkt, aber nicht mit einer ganzen Produktwelt an smartTextiles aufwarten, so Thau. Für diese bisher oft als Exoten wahrgenommenen „Fusionsprodukte“ macht FIS nun auf der CeBIT „Gattungsmarketing“, eine herstellerübergreifende Produktpräsentation – einschließlich Messestandbau, Kommunikationspakete, einem Kundenmagazin und der Internetplattform www.smarttextiles.net.

40 bis 50 Unternehmen haben laut einer Schätzung des Geschäftsführers Oliver Stollbrock smartTextiles im Angebot – von Sportbekleidungsherstellern wie O'Neill und Burton, die laut ihm derzeit in diesem Bereich führend sind, bis hin zu Marken wie Daniel Hechter oder Bäumler. Ein Drittel der Firmen hat Produkte an FIS gesandt, damit diese in Hannover einem großen Publikum präsentiert werden.

Noch überwiegt in dem Angebot ganz eindeutig der Spaßfaktor, ob bei der Multimedialeiderhose von LodenFrey oder bei der mp3blue-Jacke von rosner, an der FIS die Rechte übernommen hat.

Blick in die Zukunft

Doch Thau und Stollbrock sehen für smartTextiles durchaus auch ernsthafte Einsatzmöglichkeiten. Warum sollte nicht bald schon in der Jacke des Waldarbeiters eine GPS-Notruftaste integriert sein, mit der er bei einem Unfall Hilfe herbeiholen kann? Oder warum sollten Leuchthosen für Sicherheitskräfte nicht mit diversen zusätzlichen Funktionen ausgestattet sein, fragt Stollbrock eher rhetorisch.

Bei einer „Future Talk“ genannten Podiumsdiskussion auf der CeBIT wird „mit Vordenkern der Branche“ deshalb auch durchleuchtet, was smartTextiles 2007 schon können und zu was sie 2017 in der Lage sein könnten.

DATEN UND FAKTEN ZUR CEBIT

- **Aussteller:** rund 6000 Aussteller aus 70 Ländern auf 280 000 Quadratmetern Ausstellungsfläche.
- **Messedauer:** Donnerstag, 15. bis Mittwoch, 21. März.
- **Öffnungszeiten:** täglich 9 bis 18 Uhr.
- **Eintrittspreise:** Tageskarte 38 € (Vorverkauf 33 €), Dauerkarte 81 € (Vorverkauf 71 €),

ermäßigte Tageskarte 17 € (Schüler, Studenten, Auszubildende, Wehrpflichtige, Zivildienstleistende, nur gültig am 17., 18. und 21. März). Vorverkauf auch unter www.cebit.de.

- **Besucherinfo:** Das Elektronische Besucherinformationssystem (EBi) informiert in deutscher und englischer

Sprache über Ausstellungsangebot und Rahmenprogramm.
- **Verkehr:** Sonder- und Linienflüge nach Hannover. Regel- und Sonderzüge halten am Bahnhof „Hannover Messe/ Laatzen“. Parkplätze für Busse an der Messe. *dpa*

Die Bahn **DB**

Auf geht's!
Das Bayern-Ticket:
5 Leute. 1 Tag. 27 Euro.



Ganz Bayern erleben im:
REGIO DB

Und bei rund 200 Ausflugszielen Rabatte bekommen.

- Bis 5 Personen, 2. Klasse.
 - Gilt auch in allen Nahverkehrszügen, Verbundverkehrsmitteln (S-, U- und Straßenbahnen, Bussen) und fast allen Linienbussen. Montags bis freitags von 9 Uhr bis 3 Uhr des Folgetags – an Wochenenden und Feiertagen sogar schon ab 0 Uhr.
 - Informationen unter www.bahn.de/bayern.
 - **Tipp für Alleinreisende oder Nachtschwärmer:** das Bayern-Ticket Single oder Bayern-Ticket Nacht für nur 19 Euro.
 - Ganz einfach am DB Automaten. Für 2 Euro mehr mit persönlicher Beratung in allen DB Verkaufsstellen.
- Die Bahn macht mobil.**

ANZEIGE