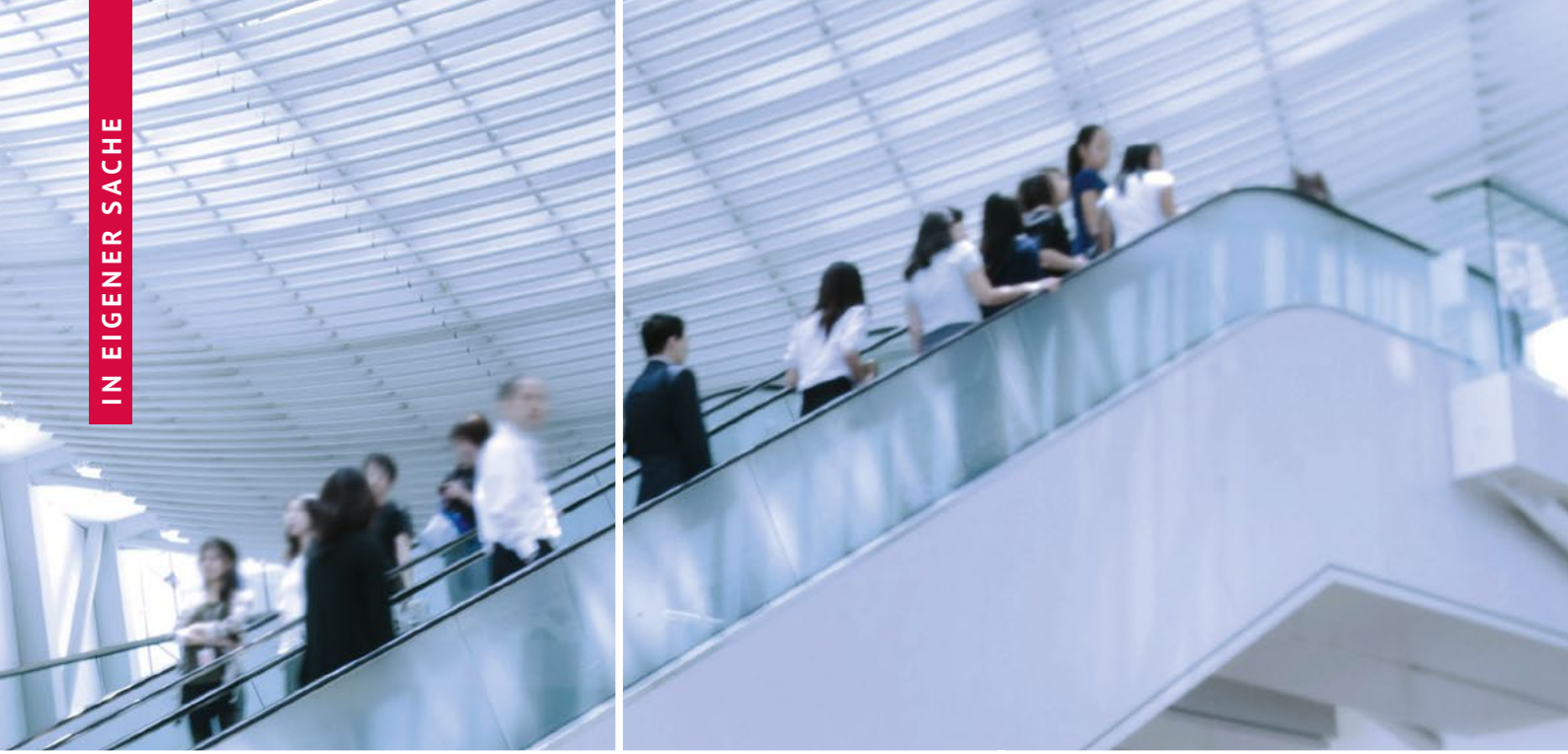


IN EIGENER SACHE



Sind die Messen schon gelesen?

Es ist nicht mehr zu leugnen: Messen sind nicht mehr das, was sie einst waren. Sowohl inhaltlich als auch optisch bieten viele von ihnen keinen richtigen Anreiz mehr: Sie ähneln sich alle viel zu sehr und verursachen eher Langeweile als Kurzweil. Sparfaktor statt Spaßfaktor: Im Zuge des allgegenwärtigen Sparzwangs sind die Unterhaltungsmaßnahmen, wenn auch nicht bei allen, so doch bei vielen Ausstellern, dem Rotstift zum Opfer gefallen. Dadurch haben die Messen für viele Besucher einen Teil ihres Charakters verloren.

Und nicht nur für sie. So verzeichnen die meisten Messen heute neben sinkenden Besucher- auch schrumpfende Ausstellerzahlen. Denn viele Hersteller organisieren heute lieber Hausmessen und eigene Roadshows, um ihre Produkte in einem von ihnen gestalteten Rahmen zu zeigen und ihre Kunden und Interessenten noch gezielter anzusprechen. Und auch für die Wettbewerber bieten Showrooms und sonstige Democenter die Möglichkeit, einen Blick in den Nachbargarten zu werfen und sich somit auf dem Laufenden zu halten.

Doch gibt es auch Gründe, die für Messen sprechen: Es kommen dort so viele Fachleute zusammen wie sonst nirgendwo. Und aus den zufälligen Begegnungen und beiläufigen Gesprächen können mitunter seriöse und gewinnbringende Projekte zustande kommen. Auch die scheinbar oberflächlichen Unterhal-



GRAZIELLA MIMIC, Chefredakteurin

tungen und der triviale Small Talk beinhalten manchmal recht brauchbare Informationen. Sogar der Event-Charakter einer Messe enthält laut manchem Hersteller einen gewissen Reiz und dient als Motivation, sowohl für die Geschäftspartner als auch für die eigene Belegschaft.

Genau darauf hat die CEBIT in diesem Jahr setzen und eine Veranstaltung im Festival-Format – „Business-Festival,“ versteht sich – bieten wollen. Das Ziel: mit Talkshows, Livebands, DJs, einer Modenschau, einem Robotertritt und Open-Air-Angeboten mehr junge Leute – also diejenigen, die die Zukunft gestalten sollen – in ihre Hallen locken. Dort ging es nach wie vor um zukunftssträchtige Inhalte und Technologien des digitalen Zeitalters. Die Fragen, ob dieser Plan aufging und ob die CEBIT mit ihrem neuen Konzept für die Zukunft gut aufgestellt ist, werden ab Seite 53 beantwortet.

Gut aufgestellt sind auch diejenigen Unternehmen, die es verstehen, mit Blick auf die digitale Transformation aufgrund aussagekräftiger Kundendaten neue Geschäftsmodelle, Dienstleistungen und Services zu entwickeln. Doch wie es mit der Qualität der Datenbestände quer durch die Wirtschaft bestellt ist, darüber berichtet die Titelstory ab Seite 36. Und ab Seite 18 verschafft eine Gegenüberstellung verschiedener Internetagenturen einen Überblick über deren Angebote und Services und gibt Tipps für die Suche nach einem geeigneten Dienstleister.

Ansonsten steht unseren Lesern der übliche Mix aus Branchenmeldungen, Interviews, Praxisberichten, Produktvorstellungen und Tests zur Verfügung, wodurch sie immer bestens informiert und in der Lage sind, stets die richtigen Kaufentscheidungen treffen zu können.

Herzlichst
Graziella Mimic

Graziella Mimic