



## Hannover und die CeBIT

Hannover und die CeBIT  
Pro CeBIT: Hunderttausende Besucher können nicht irren  
In Sachen CeBIT gibt es kein Wenn und Aber: Die CeBIT gehört genauso zu Hannover wie die IFA zu Berlin, Hannover hat viel zu bieten. Auch, wenn Harald Schmidt jahrelang in seiner Late-Night-Show verbal auf Hannover herumtrampelte, Hannover ist eine Stadt mit hoher Wohn- und Lebensqualität - nicht zuletzt wegen des enormen Anteils an Grünanlagen und extrem charmanter Stadtteile wie der List oder der Südstadt. Alleine die Herrenhäuser Gärten mit dem "Kleinen Fest im Großen Garten" und der Maschsee mit dem sommerlichen Maschseefest ziehen jedes Jahr hunderttausende Besucher in die Stadt.  
Wieso stellt überhaupt jemand Hannover in Frage? Hannover ist schließlich deutschlandweit berühmt. Jedes Kind kennt Bahlsen-Kekse, Charlotte Lindholm alias Maria Furtwängler steht hier regelmäßig für den niedersächsischen Tatort vor der Kamera, bekannte Musiker wie die Scorpions, Lena, Fury in the Slaughterhouse und Mousse T. kommen aus der Stadt. In der Politik spielt Hannover ebenfalls seit Jahrzehnten eine tragende Rolle.  
Darüberhinaus genießt Hannover bundesweit ein hohes Ansehen und die Stadt mit ihren gut 500.000 Einwohnern hat sich als Wissenschafts- und Produktionsstandort etabliert. Zentral und verkehrsgünstig gelegen und mit einem riesigen Messegelände bietet die Stadt ideale Bedingungen. Da erscheint es nur logisch, dass die CeBIT in die niedersächsische Landeshauptstadt gehört, allen Unkenrufen zum Trotz. In Hannover wurde die CeBIT als Leitmesse für Computertechnik, IT und Telekommunikation Mitte der achtziger Jahre entwickelt und sie ist nach wie vor DER Anziehungspunkt für die ITK-Fachwelt. Zwar glauben manche Journalisten, die Mobilfunker hätten inzwischen das spanische Barcelona mit dem Mobile World Congress (MWC) für sich entdeckt und die CeBIT habe somit kaum noch eine Bedeutung für den Markt - das dies nicht zusammenpasst, verdeutlichen alleine die Besucherzahlen: in Barcelona findet alljährlich eine Messe mit lediglich 70.000 Fachbesuchern statt, in Hannover dagegen treffen regelmäßig etwa 300.000 Menschen aus aller Welt aufeinander. Das die CeBIT immer noch ihren ehrenwerten Ruf als größte Messe innehat, lässt sich unter anderem am Aufmarsch der Prominenz ablesen, die zu den Messtagen das Gelände im Süden Hannovers besucht. Von Angela Merkel bis Philip Rösler - alle sind sie da. Und nicht nur sie: die CeBIT galt und gilt immer als Treffpunkt, hier werden neue Kontakte gewonnen und alte gepflegt. Hier werden die Geschäfte gemacht. Das beweist die Präsenz großer Firmen, die das Potential der CeBIT zu schätzen wissen: Microsoft, SAP und die Software AG sind nur drei Beispiele von vielen. Ganz zu schweigen von Verbänden wie dem VATM oder der BITKOM, die die Bedeutung der CeBIT für die Branche betonen.  
Dennoch: Selbstverständlich auch ist eine Messe wie die CeBIT dem Wandel der Zeit unterworfen, längst rennen nicht mehr nur Nerds und Geeks nach Hannover, um Neuheiten zu bestaunen. Die CeBIT ist erwachsen geworden, hat sich in den vergangenen Jahren durchaus Gedanken über die Zukunft gemacht und dabei ein wenig neu erfunden - weg von der breiten Masse, hin zur Klasse. In diesem Fall geht der Blick in Richtung reines Fachpublikum. Trotz kleiner Reformen hat die CeBIT zum Glück eines nie abgelegt: sie setzt Impulse in der Branche, entwickelt stets markante Leitthemen und beweist damit ihre Größe gegenüber dem Mobile World Congress in Barcelona. So hieß das Schlagwort der CeBIT in diesem Jahr "Shareconomy" - das Teilen von alltäglichem wie der Wohnung, dem Auto oder auch einfach nur der eigenen Bohrmaschine. Zwar sanken die Besucherzahlen in diesem Jahr, die Kommunikation über die Social Media-Kanäle war dagegen stark wie nie zuvor. Und insbesondere kleinen und großen StartUps bietet die CeBIT als attraktive Plattform überhaupt die Chance, innovative Projekte erstmals einer breiten Masse vorzustellen. Von den guten Ideen, die in Hannover das Licht der Welt erblicken, werden sich am Ende immer einige am Markt durchsetzen. Spätestens dann wird man zu Recht fragen: "Und, wo wurde es präsentiert?". Natürlich - auf der CeBIT!  
Contra CeBIT: Erfinde Dich neu, oder stirb!  
Ich mag Hannover nicht. So fängt es schon mal an. Hannover ist in meinen Augen die Verkörperung des miefigen, langweiligen und grauen Mittelmaßes. Hannover 96 zum Beispiel: Seit einigen Jahren spielt die Mannschaft ziemlich erfolgreich und hat sich zuletzt sogar zwei Mal in Folge für den Europapokal qualifizieren können - und trotzdem: Wer schaltet schon freiwillig den Fernseher an, um Spiele von 96 zu sehen? Eben. Natürlich hat Hannover einige schöne Ecken: Die Herrenhäuser Gärten sind ein Traum. Fast schon sind sie zu schön für Hannover. Hannover ist eine wunderbare Stadt, um am Hauptbahnhof anzukommen und umzusteigen. Wahrscheinlich war es die zentrale Lage in Deutschland, die Hannover ein sehr umfangreiches Messegelände beschert hat. Wahrscheinlich war es auch diese Lage, die dazu geführt hat, dass sich die CeBIT in Hannover ansiedelte.  
Ich erinnere mich an Zeiten - es muss so zehn Jahre her gewesen sein, da pilgerten zahlreiche Nerds und Geeks nach Hannover zur CeBIT, weil von dieser Messe die technischen Innovationen ausgingen. Die ganz großen IT-Unternehmen richteten das Datum von Produkt-Launches nach der CeBIT aus. Man konnte sich in bunten Illustrierten vor Artikeln wie "Diese Top-Innovationen sollten sie auf der CeBIT nicht verpassen kaum retten. Man sah in den Abendnachrichten im Fernsehen (meist) junge Männer mit langen Haaren, die in ihren Händen Taschen voller Werbegeschenke trugen; man sah, wie der damalige Kanzler Gerhard Schröder über die Messe schlenderte und irgendwelche futuristisch anmutende Elektronik ausprobierte und dabei lachte. Diese Zeiten wirken heute unwirklich. Zwar besucht die Kanzlerin Angela Merkel auch weiterhin fleißig die CeBIT, doch sieht man sie selten mit irgendwas rumspielen, das beim Betrachter Neugierde auslöst. Und die jungen Männer verirren sich auch immer seltener nach Hannover zur CeBIT. So verwundert es auch nicht, dass die CeBIT zum wiederholten Mal einen Besucherrückgang vermeldet.  
Die CeBIT passt gut in unsere Zeit, in der die Grenzen zwischen privater und beruflicher Kommunikation verschmelzen und aus Freunden Kontakte werden: Sie ist weder Fisch noch Fleisch. Die CeBIT traut sich auf der einen Seite nicht, sich komplett dem B2B-Geschäft zuzuwenden. Auf der anderen Seite bietet sie für das B2C-Segment kaum Aufregendes. Beispiel Smartphones: HTC präsentierte sein HTC One Wochen vor der CeBIT, Samsung wird sein Galaxy S4 kurz nach der CeBIT zeigen; und in Cupertino bei Apple haben sie wahrscheinlich noch nie etwas von der CeBIT gehört. Vor zehn Jahren, als die CeBIT boomte, stand der Begriff IT für Innovation und auch für einen gewissen Lifestyle. Heute steht der Begriff IT für altbackene, seriöse Anwendungen wie Security. Bitte nicht falsch verstehen: Diese Dienste sind allesamt unverzichtbar, sie wecken einfach nur keine Phantasien bei Konsumenten. Diese reden lieber über Geräte und probieren Gadgets aus. Genau die findet man aber eher auf der IFA in Berlin oder auf ganz anderen Messen. Weil diese Devices mittlerweile dem elektronischen Lifestyle und weniger der miefigen IT zugeordnet werden.  
Die CeBIT muss sich entscheiden: Will sie im Konzert der Großen mitspielen, muss sie sich als B2B-Messe positionieren. Dann verliert sie zwar einige Aussteller und wird im ersten Schritt noch kleiner. Gleichwohl gewinnt sie dann an Bedeutung, weil sie für die entsprechende Branche zum unverzichtbaren Fixstern wird. So, wie sich die IT in den letzten zehn Jahren verändert hat, müsste die CeBIT endlich nachziehen. Oder aber sie akzeptiert, dass sie wie ein Patient im Koma einen langsamen, qualvollen Tod stirbt.  
E-Plus Mobilfunk GmbH  
Co. KG  
E-Plus-Platz  
40468 Düsseldorf  
Deutschland  
Telefon: +49 (211) 448-0  
Telefax: +49 (211) 448-2222  
Mail: info@eplus.de  
URL: <http://www.eplus-unternehmen.de/>  [http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n\\_pinr\\_=526181](http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=526181) width="1" height="1">

## Pressekontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

[eplus-unternehmen.de/](http://eplus-unternehmen.de/)  
[info@eplus.de](mailto:info@eplus.de)

## Firmenkontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

[eplus-unternehmen.de/](http://eplus-unternehmen.de/)  
[info@eplus.de](mailto:info@eplus.de)

Kommunikation ist ein Grundbedürfnis der Menschen. Wir wollen zu jeder Zeit und an jedem Ort unsere Emotionen mit der Familie und Freunden teilen können, wir müssen immer und überall in der Lage sein, von unterwegs Geschäftliches abzuwickeln. Der Boom des Mobilfunks spiegelt diesen Trend eindrucksvoll wider. E-Plus hat sich auf die Fahnen geschrieben, mobile Kommunikation für seine Kunden einfach und unterhaltsam zu gestalten. Unser Slogan "Ein Plus verbindet" steht dabei für unsere Rolle, Menschen durch mobile Kommunikation miteinander zu vernetzen und ihr Leben damit zu bereichern, sprich wertvoller zu machen. Damit verbunden sind klare Markenwerte, an denen wir uns messen lassen: Wir bieten unseren Kunden Produkte an, die einfach zu verstehen sind. Wir versuchen, immer ein wenig mehr für's Geld zu bieten und liefern, was wir versprechen. Wir wollen menschlicher, sprich näher am Kunden sein und erfahren, was unsere Kunden wünschen. Und wir suchen die Herausforderung, indem wir den Markt und unsere Kunden mit innovativen Produkten überraschen. All das macht E-Plus als Marke einzigartig und erfrischend anders.