

FACTORY

BCT Deutschland GmbH	
Titel	FACTORY
Datum	11.01.2019
Webseite	factorynet.at

BCT Enterprise Information Management

Der Tod der CEBIT: Ein Ende mit Schrecken – und Ansage!



Thomas Kuckelkorn

Thomas Kuckelkorn ist Manager PR & Kommunikation bei BCT Deutschland.

THOMAS KUCKELKORN

11.01.2019 13:49

Der Tod der CEBIT: Ein Ende mit Schrecken – und Ansage!

Das Aus der CEBIT ist für die deutsche (IT-)Wirtschaft und den internationalen Digital-Stellenwert Deutschlands ein besonders katastrophales Zeichen.

Betrachtet man das – durchaus hausgemachte – Chaos um die Neuausrichtung in diesem Jahr, muss man sagen: Das Aus der CEBIT nach mehr als dreißig Jahren ist ein Ende mit Schrecken – und vor allem mit Ansage. Klar, der Wunsch zur Weiterentwicklung des Konzepts war begrüßenswert. Dass die Macher die CEBIT frischer gestalten und von ihrem doch etwas angestaubten Image befreien wollten, war gut. Aber war es in dieser radikalen Art und Weise nötig? Nach dem Aus muss man leider sagen: offensichtlich nicht.

Rolle rückwärts von der Rolle rückwärts

Die 2018er-Neuausrichtung war nicht der erste Kurswechsel in der jüngeren Vergangenheit. Die primäre Fokussierung auf ein Fachpublikum vor einigen Jahren war ein vieldiskutierter, jedoch notwendiger sowie von den Ausstellern begrüßter Schritt. In diesem Jahr dann die komplette Rolle rückwärts: mehr Festival, jünger, hipper, anderes Label, anderer Zeitpunkt etc. Man musste kein Prophet sein, um schon vorher zu sehen: Das wird schwierig. Und tatsächlich war ein optischer wie inhaltlicher Bruch zwischen dem klassischen Businessumfeld und dem jungen Start-up-Charakter zu beobachten. Zwei Welten, die man nicht unter einen Hut bekommen hat. Dass viele der auf Business-Zielgruppen orientierten Aussteller mit dieser „Digital-Kirmes“ wenig anfangen konnten, war abzu sehen und hat sich im späteren Feedback deutlich bestätigt.

Gründe für das Scheitern

Der Besucherrückgang war seinerzeit einer der Gründe für die Neuausrichtung, er ist naturgemäß jedoch auch der Digitalgesellschaft an sich geschuldet. Um die Jahrtausendwende hatte man einfach nicht die Möglichkeiten, sich über digitale Neuerungen zu informieren. Das ist heute anders. Man muss aber nüchtern festhalten: Seit der Business-Fokussierung vor einigen Jahren hatten sich die Besucherzahlen eigentlich stabilisiert. Vom 2018er-Konzept erhoffte man sich daher einen weiteren Anstieg und bekam existentiell weniger – auch weniger interessierte Aussteller für 2019.

Der radikale Kurswechsel hin zum hippen Festival mit- samt aller durch die Organisatoren vehement verteidigten Kurskorrekturen war fragwürdig und falsch. Die Gründe sind vielfältig. Es fängt beim schwierigen Zeitpunkt im Sommer an, zieht sich über die mangelnde Bereitschaft zur strategischen Einbindung der Aussteller und endet bei der Dissonanz zwischen Business- und Party-Charakter. Das ist schade, denn ich habe die CEBIT immer sehr gemocht und als „Netzwerk-Knotenpunkt“ geschätzt. Und auch für uns als B2B- und B2G-orientiertes IT-Unternehmen war die Messe immer fester Bestandteil des jährlichen Veranstaltungskalenders.

Fazit

Trotz erfolgreicher Messen wie der Dmexco sind die DMS Expo bzw. IT & Business und viele weitere Formate inzwischen gescheitert. Doch speziell das Aus der CEBIT ist für die deutsche (IT-)Wirtschaft und den internationalen Digital-Stellenwert Deutschlands ein besonders katastrophales Zeichen. Sie war eine Messe, um die uns das Ausland stets sehr beneidet hat – allen Besucherrückgängen in den letzten Jahren zum Trotz. Dass die CEBIT-Inhalte in die Hannover Messe und andere Formate integriert werden sollen, ist da nur ein schwacher Trost und hat den Charakter eines eigentlich ungewollten Anhängsels. Der Tod der CEBIT ist für die Macher die Quittung für ein hausgemachtes Scheitern. Die nüchterne, emotionslose Headline der Pressemeldung („Deutsche Messe sortiert Digitalthemen neu“) nach dem Ende eines jahrzehntelangen Erfolgsformats passt da leider einfach komplett ins Bild.