

Geschichte

Die Entwicklung der CeBIT



Die CeBIT ist die weltweit größte Messe zur Darstellung digitaler Lösungen aus der Informations- und Kommunikationstechnik für die Arbeits- und Lebenswelt. Besucherzielgruppen sind Anwender aus Industrie, Handel, Handwerk, Banken, dem Dienstleistungsgewerbe, der öffentlichen Verwaltung und der Wissenschaft sowie alle technikbegeisterten Nutzer. Die CeBIT bietet eine internationale Plattform zum Erfahrungsaustausch über aktuelle Trends der Branche, zum Networking und für Produktpräsentationen. Die Deutsche Messe AG organisiert die CeBIT seit 1986 jährlich im Frühjahr in Hannover.

Seit 20 Jahren treffen sich Anbieter und Anwender der Informations- und Telekommunikations-Branche aus aller Welt jedes Jahr im Frühjahr in Hannover auf der CeBIT. Ihrem Debüt am 12. März 1986 war eine langwierige und schwierige Entscheidungsfindung vorausgegangen. Denn die DV-Industrie war zunehmend zu einem wichtigen Bestandteil der Hannover Messe geworden und hatte wesentlich zum einzigartigen Stellenwert dieser weltweit größten Investitionsgütermesse beigetragen. Immer mehr zogen die DV-Aussteller neben den Experten auch Tausende von Nicht-Fachleuten in ihren Bann.

Entwicklung von 1950 bis 1984

Schon Ende der 50er Jahre war die damals unter der Bezeichnung „Büroindustrie“ zusammengefasste Branche auf den dritten Platz aller auf der Hannover Messe ausstellenden Industriezweige vorgerückt. Und im Zuge der fortschreitenden Elektronisierung sorgte sie auf dem jährlichen Industrietreff vor allem in den 60er Jahren für zahlreiche Highlights. So stellte Heinz Nixdorf, der spätere Vorzeigeunternehmer der deutschen DV-Branche schlechthin, 1965 in Hannover erstmals seinen legendären Universalrechner 820 vor.

1970 unterstrich die Deutsche Messe AG mit der neu gebauten Halle 1 am Eingang Nord des Messegeländes die Bedeutung dieses Industriesegments für die Hannover Messe. Es entstand ein mächtiges Gebäude, bestehend aus drei unterschiedlichen Nutzungsebenen: einer Garage im Tiefgeschoss mit Parkplätzen für rund 2 000 Aussteller, einer Bruttoausstellungsfläche von 70 300 Quadratmetern im Erdgeschoss und einer Dachebene mit 750 kleinen Fertighäusern, auch „Trelemente“ genannt. 1984 wurde sie als „weltgrößte ebenerdige Messehalle“ ins Guinness-Buch der Rekorde aufgenommen.

Die Namensgebung

Mit der neuen Halle erhielt der Ausstellungsschwerpunkt Büroindustrie auch einen neuen Namen: CeBIT – „Centrum der Büro- und Informationstechnik“. Er hatte sich im Ausstellerbeirat mit knapper Mehrheit gegenüber der Bezeichnung CeBOT – „Centrum für Büro- und Organisationstechnik“ durchgesetzt. Die Namensgebung „CeBIT“ ist also ein glücklicher Zufall, zumal heute fast jeder glaubt, die Silbe BIT wurde deshalb in den Messenamen aufgenommen, um die kleinste und wichtigste Einheit des Computers hervorzuheben. Tatsächlich drehten sich in den 70er und besonders in den 80er Jahren, als die PC-Hersteller die Hannover Messe stürmten, die meisten Gespräche um Bits und Bytes.

Dass sich die DV-Branche aber in immer mehr Teilsegmente mit immer neuen Unternehmen ausdehnen und von zum Teil enormen Wachstumsschüben geprägt sein würde, konnte bei der Einweihung der CeBIT-Halle 1970 niemand voraussehen. Schnell waren die Platzkapazitäten der riesigen Halle 1 erschöpft. Deshalb stellte die Deutsche Messe AG Ende der 70er Jahre den DV-Ausstellern zusätzlich die Hallen 2 und 18 sowie Anfang der 80er Jahre die Halle 3 zur Verfügung. Dies war aber nur ein Tropfen auf dem heißen Stein. Denn immer mehr DV- und Software-Anbieter, ganz zu schweigen von den neu aufkommenden PC-Herstellern, wollten die CeBIT im Rahmen der Hannover Messe als Präsentationsplattform nutzen. Aus dem einstigen „Centrum für Büro- und Informationstechnik“ war das „Welt-Centrum für Büro-, Informations- und Kommunikationstechnik“ geworden.

CeBIT als eigenständige Messe

Dennoch blieb für viele ausstellungswillige DV-Anbieter das Tor zur CeBIT verschlossen, weil ihnen die Deutsche Messe AG keine Standfläche mehr zur Verfügung stellen konnte. Schon 1980 verzeichnete die Messegesellschaft für den Bereich Informations- und Kommunikationstechnik, der nach Ausstellerzahlen mittlerweile den zweiten Platz nach der Elektrotechnik einnahm, den größten Nachfragestau und die längste Warteliste. Auch die Hinzunahme weiterer Hallen konnte kaum Abhilfe schaffen. Den Wünschen der teilnehmenden Unternehmen nach mehr Ausstellungsfläche war nicht mehr nachzukommen. Ein Messesplit schien unvermeidlich.



Tatsächlich gab die Deutsche Messe AG im November 1984 bekannt, von 1986 an jährlich eine Hannover Messe CeBIT im März und eine Hannover Messe Industrie vier Wochen später im April zu veranstalten. Leicht gemacht hatte sich die Messegesellschaft diese Entscheidung nicht. Ihr gingen monatelange Gespräche mit Vorständen und Geschäftsführern der maßgeblichen Ausstellerverbände und der Industrie voraus. Schwerpunkte dieser Diskussionen waren die Einschätzung der Marktsituation und die Abwägung des Risikopotenzials. Die wichtigste Frage lautete: „Was geschieht, wenn wir nichts tun?“

Debatte um die Teilung

1985 stellte die letzte einheitliche Hannover Messe eindrucksvoll unter Beweis, wie nötig die Zellteilung war. Gegenüber 1970 hatte sich die Zahl der IT-Aussteller auf 1 300 verdoppelt, 870 Unternehmen standen auf der Warteliste. Die vermietete Fläche war um das Zweieinhalbfache auf 130 600 Quadratmeter gestiegen, und gar fast um das Fünffache – auf 293 000 Besucher – hatte die Zahl der Interessenten zugelegt, die sich über das Neueste in diesem Bereich informierten. Mit den zur Hannover Messe 1985 insgesamt gezählten knapp 7 000 Ausstellern und mehr als 800 000 Besuchern stieß man deutlich an die Kapazitätsgrenzen.

Der Beschluss, die büro-, informations- und kommunikationstechnische Industrie in eine eigenständige Messe auszugliedern, war dennoch keineswegs unumstritten. Auf der Hannover Messe 1985 avancierte diese Abkoppelung zum Messethema Nummer 1, und in der IT-Branche selbst diskutierte man noch bis kurz vor der ersten eigenständigen CeBIT vehement über das Für und Wider des Messesplits. Während die Befürworter vor allem die erweiterte Ausstellungsfläche und die besseren Rahmenbedingungen als Vorteile ins Feld führten, machten die Gegner der Befürchtung Luft, dass eine eigenständige CeBIT ohne industrielles Umfeld an Attraktivität einbüßen werde.

Die Premiere

So fieberten Aussteller, Besucher und nicht zuletzt die Deutsche Messe AG der Premiere der Solo-CeBIT mit großer Spannung, aber auch mit vielen gemischten Gefühlen entgegen. Am 12. März 1986 war es schließlich soweit: Auf einer Nettofläche von über 200 000 m² präsentierten 2 142 Aussteller der Büro-, Informations- und Telekommunikationstechnik ihre Produkte. 1986 wurde der Bereich „Telekommunikation“ erstmals in das Programm der CeBIT integriert – damals noch mit „bescheidenen“ 190 Anbietern.

Allen Unkenrufen zum Trotz kam die erste eigenständige CeBIT 1986 mit 334 400 Besuchern gut aus den Startlöchern. Trotzdem gingen die Debatten über die Teilung noch einige Jahre weiter, schließlich handelte es sich dabei um die größte Weichenstellung in der Geschichte der Deutschen Messe AG und eine der größten Operationen, die im weltweiten Messengeschäft durchgeführt wurde. Zunehmend erhielt die CeBIT ihren festen Platz im Terminkalender der Aussteller und Fachbesucher, zumal die Deutsche Messe AG das CeBIT-Konzept konsequent weiterentwickelte. Die Struktur der Hallenbelegung verbesserte sich durch die verstärkte Gliederung nach Branchensegmenten deutlich, und die Anordnung der Produktsortimente wurde

übersichtlicher. Die Anbieter wiederum nutzten die ihnen angebotene Ausstellungsfläche, vergrößerten ihre Hauptstände und präsentierten sich zunehmend auch in anderen Hallen.

Die Erfolgsstory

So entwickelte sich die CeBIT zur wichtigsten IT-Messe des Jahres. Die Zahl der Aussteller legte genauso kontinuierlich zu wie die der Besucher, die sich selbst durch unerwartete Wetterkapriolen vom Gang über die Messe nicht abhalten ließen. Als 1987 zwei Tage vor Beginn der CeBIT die niedersächsische Landeshauptstadt nach einem überraschenden Schneesturm in einer über einen Meter hohen weißen Pracht zu versinken drohte, und die Messe nur aufgrund des unermüdlichen Einsatzes zahlreicher Helfer pünktlich starten konnte, fanden sich im Laufe der achttägigen „SchneeBIT“, wie sie fortan hieß, 406 474 Besucher ein.

Mit dem Beginn der 90er Jahre hatte die CeBIT endgültig den Durchbruch im internationalen Messegeschäft geschafft. Obwohl die IT-Industrie zunehmend in eine schwere Rezession geriet und zugleich zahlreiche traditionelle Universalanbieter intern mit gravierenden Umwälzungen zu kämpfen hatten, fanden sich alle jährlich in Hannover ein. DV-Strategien wie Client-Server-Computing, Outsourcing und Data Warehousing machten von sich reden, moderne Netzwerktechnologien hielten Einzug, und Multimedia sowie Internet zogen zunehmend auch wieder das Schaupublikum an.

Es wurde immer enger auf dem mittlerweile komplett genutzten Messegelände. Die Flächenkapazität des Messegeländes reichte Jahr für Jahr weniger aus, obwohl die Deutsche Messe AG begann, alte Hallen abzureißen und durch neue, moderne zu ersetzen. Auch die Warteliste der Unternehmen, die mangels Platz nicht teilnehmen konnten, stieg wieder an. Die Hallen waren überfüllt, und das fachliche Gespräch mit dem IT-Profi war kaum mehr möglich. So wurde die CeBIT 1995 mit mittlerweile über 6 100 Ausstellern und mehr als 755 000 Besuchern, davon mehr als 100 000 aus dem Ausland, zwar als „Mega-CeBIT bezeichnet, doch angesichts der wachsenden Begeisterung des Privatpublikums drohte der Fachcharakter der Messe verloren zu gehen. Rund 218 000 Privatleute wurden 1995 gezählt – das waren etwa 29 Prozent der Gesamtbesucherzahl.

Reprofessionalisierung der CeBIT

Um den Business-Charakter der CeBIT aufrecht zu erhalten, musste sie „reprofessionalisiert“ und der Anteil der Privatbesucher verringert werden. Eine Maßnahme war die deutliche Erhöhung der Eintrittspreise ab der CeBIT 1996. Ein weiteres Novum stellte die Reduzierung der Veranstaltungsdauer auf sieben Tage dar, womit die Deutsche Messe AG den Wünschen der Aussteller nachkam. Darüber hinaus kündigte die Messegesellschaft an, ab August 1996 alle zwei Jahre eine weitere CeBIT für den Handel, den SOHO-Bereich (Small Office / Home Office) und die privaten PC-, Multimedia- und Internet-Konsumenten zu veranstalten: die CeBIT HOME – World of Home and Consumer Electronics.

Die erste CeBIT HOME wurde 1996 mit 632 Ausstellern auf einer Fläche von 52 248 Quadratmetern durchgeführt. Sie erreichte rund 215 000 Besucher. 1998 waren 586 Aussteller auf 48 370 Quadratmetern vertreten. Die Besucherzahl lag bei 175 000. Die CeBIT HOME 2000, die wegen der in Hannover stattfindenden EXPO 2000 in Leipzig durchgeführt werden sollte, fand aufgrund einer zu geringen Ausstellerbeteiligung nicht mehr statt.

Der Anteil der Privatbesucher der CeBIT hat sich seit 1996 deutlich verringert und liegt mittlerweile bei gerade ein mal knapp zwölf Prozent. Entsprechend stieg der Fachbesucheranteil auf 88 Prozent.

Längst ist unumstritten, dass die CeBIT die internationale Leitmesse für Informations- und Telekommunikationstechnik, Software und Services schlechthin ist. Mit 6 246 Ausstellern und 308 000 Quadratmetern vermieteter Fläche war sie auch im Jahr 2005 die größte Messe der Welt. Darüber hinaus nimmt sie im weltweiten Vergleich der ITK-Messen mit fast 3 300 ausländischen Unternehmen aus 68 Ländern die Spitzenposition in punkto internationaler Beteiligung ein.

CeBIT-Aktivitäten im Ausland

Aus dem Erfolg der CeBIT am Messeplatz Hannover resultierte die Überlegung, das Konzept der CeBIT auch international zu vermarkten. Mit dem Slogan „CeBIT worldwide Events“ werden international tätige Kunden mit maßgeschneiderten Messekonzepten und dem Messe-Know-how „Made in Hannover“ in ausgewählte Zukunftsmärkte geführt. Die konkrete Umsetzung des CeBIT-Konzeptes erfolgte nach gründlicher Marktanalyse über die Etablierung neuer eigener Messen und über den Einkauf bzw. die Beteiligung an bereits existierenden Veranstaltungen. Während zur CeBIT in Hannover das internationale Top-Management anreist, können bei Messen im Ausland weitere Besucherzielgruppen, wie z. B. das mittlere Management, angesprochen werden. So fiel 1999 die Entscheidung, die CeBIT zu internationalisieren, sie jedoch nur auf einem Messeplatz pro Kontinent durchzuführen. Dabei greift die Deutsche Messe AG auf ihre langjährige Erfahrung in der Durchführung von Auslandsmessen zurück.

Mittlerweile werden CeBIT Events in Istanbul,Türkei (CeBIT eurasia Bilisim und CeBIT Broadcast Cable & Satellite) und in Sydney und Australien (CeBIT australia) durchgeführt.