

© ZEIT online 8.3.2007 - 10:50 Uhr

Wundertüte Cebit

Warum gerade die kleinsten Stände am Rand der weltgrößten Computermesse den Besuch lohnen. Von Dirk Asendorpf



Cebit-Chef Ernst Raue beweist, warum die Ausstellungsfläche der Messe schrumpfen muss: Computer werden einfach immer kleiner.

Foto: Cebit

„Spielwarenmesse für Dummschwätzer und Nullblicker, Wucherpreiswürstchengestank, ahnungsfreie Hostessen auf gekünstelten Standpartys, 14-jährige Kulisammler, Rentner mit Stofftaschen voller Werbeprospekte, Stau auf dem Hinweg, Stau auf dem Rückweg“ - wer wissen will, was die Computerszene über ihre Leitmesse denkt, muss nur einen Blick in die Diskussionsforen des Brancheninformationsdienstes *Heise online* werfen. Egal ob dort der Absprung von Nokia und Motorola, ein neuer Begleitkongress oder der Rückgang der Ausstellungsfläche gemeldet wird: Sobald das Stichwort Cebit auch nur auftaucht, häufen sich die frustrierten Kommentare.

Und doch fahren sie jedes Jahr wieder hin - nicht mehr alle, aber immer noch sehr viele. Fast 500.000 Besucher werden in Hannover erwartet. Das ist im Vergleich zum Gipfel der New Economy vor sechs Jahren zwar nur noch die Hälfte, aber genug für dichte Mensentrauben in den Gängen. Der Anteil der Fachbesucher, vor allem der ausländischen, steigt. Die Zahl der Aussteller ist in den vergangenen vier Jahren fast stabil geblieben. Für den Rückgang der Ausstellungsfläche um zehn Prozent gegenüber dem vergangenen Jahr hat Messechef Ernst Raue eine pfiifige Erklärung. „Die Gadgets werden immer kleiner“, sagte er auf der Cebit-Präsentation im Januar und schwenkte zum Beweis ein Blackberry-Smartphone, „da wird die Ausstellungsfläche auch in Zukunft weiter schrumpfen.“

Tatsächlich füllte ein Computer von der Rechenkraft des kleinen Multifunktions-Handys vor 20 Jahren noch ein ganzes Zimmer. Größe steht in der IT-Welt im umgekehrten Verhältnis zum Fortschritt. Für die angesagtesten Ausstellungsstücke gilt: Je kleiner, desto besser. Während dies unter Messebesuchern durchaus als Binsenweisheit gelten darf, hat sich die gleiche Einstellung gegenüber der Cebit selber noch nicht durchgesetzt. Dabei gilt auch hier: Am interessantesten sind nicht die besonders großen, sondern die besonders kleinen Messestände. Am Rande der Hallen, dort wo das Gedrängel am geringsten ist, lohnt sich der Besuch am meisten.

Egal ob Microsoft, IBM oder Toshiba: Die Ausstellungsstücke der Branchen-Riesen werden zwar mit viel Optik, Beschallung, Shows und Gewinnspielen in Szene gesetzt. Echte Neuheiten gibt es an den größten Ständen im Zentrum der Hallen aber nicht zu sehen. Wer das neueste Handydesign oder die nächste Generation von

RUBRIKEN

SUCHE

YAHOO! -Web-Suche

DIE ZEIT -Archiv-Suche

LESER - KOMMENTARE

Eigenen Kommentar verfassen >>

Registrieren >>

Anzeige

z.B diese 2 Hörbücher

€ 0,00 +

Im Hörbuchabo

audible.de

TAGES-NEWSLETTER

Abonnieren Sie per E-Mail die Themen des Tages

E-Mail-Adresse:

MR. CHECK

1. Wort markieren
2. Button anklicken
3. Erklärung erscheint!

WÖRTER DER WOCHE

Zetkin | Moltke | Schweiger | Hofer
| Angela Merkel | Goethe | BASt | ZVS

AUS DEM ARCHIV

ZEIT 10/2005:

Vom Trend, den keiner kennt

Ein Rückblick zeigt: So mancher Megatrend wird zum Flop. Und echte Hits bleiben unerkannt >>

ZEIT 13/2001:

Am Anfang war die Schneebit

Eine kleine Geschichte der Cebit, die als Ableger der Hannover Messe begann >>

ZEIT 13/1997:

Eindrücke von der Cebit, wo die Handy-Moderne sich selbst feiert

>>

Anzeige

SPONSORIED LINKS

Spielekonsolen betasten will, kann das praktisch zeitgleich auch in jedem beliebigen Medien-Kaufhaus tun. Produkte und Ideen, die die Welt verändern werden, treten in den kleinen und kleinsten Boxen zum ersten Mal ans Licht der Öffentlichkeit.

Anzeige

Profi-Depotcheck

Machen Sie
mehr aus Ihrem Vermögen

Bankenunabhängige Beratung
ist die beste Geldanlage

Jetzt
teilnehmen



Zum Beispiel das Telefonieren übers Internet. Fünf Quadratmeter sind das Mindestmaß für einen Stand auf der Cebit. Größer war die Box auch nicht, in der die israelische Firma Vocaltec 1995 einen Computer mit Mikrofon und Lautsprecher präsentierte. Die Hardware war gänzlich unspektakulär, doch die Software hatte es in sich. Wer sich an den Stand verirrte, durfte mit der Firmenzentrale in Herzliya sprechen, einem Vorort von Tel Aviv. Kosten für ein Auslandstelefonat entstanden nicht, denn die Sprache wurde in Datenpakete zerhackt und wie eine x-beliebige Datei über das Internet verschickt. Wie bei einem Walkie-Talkie konnten die Gesprächspartner nur abwechselnd das Wort ergreifen. Was davon auf der anderen Seite ankam, waren wenig mehr als verrauschte Satzketzen. Doch die prinzipielle Funktionsfähigkeit der Internettelefonie war bewiesen.

In diesem Jahr ist sie zum wichtigsten Thema der Cebit-Fachbesucher avanciert - noch vor Open Source. Weltweit telefonieren 17 Millionen Menschen online. Es ist absehbar, dass das traditionelle Festnetz in einigen Jahren komplett abgeschaltet wird. Die niederländische Telekom hat schon einen Termin dafür genannt: 2010, gerade einmal 15 Jahre nach der ersten Präsentation der Technik im hintersten Winkel der Cebit.



Ein Bodenbelag, der mitdenkt. Innenansicht des „thinking carpet“
Foto: Vorwerk Teppichwerke

Nicht mehr als fünf Quadratmeter maß zwei Jahre zuvor auch der Messestand von Kallback. Das amerikanische Startup hatte festgestellt, dass der Preis eines Telefonats zwischen zwei Ländern stark differiert - je nachdem, von welchem Land aus angerufen wird. Daraus wurde ein internationales Unternehmen mit zehntausenden Kunden, die hunderttausende Dollar damit sparten, dass sie ihre Auslandsgespräche nicht direkt wählten, sondern sich von Kallback mit einer billigen Verbindung aus den USA zurückrufen ließen.

Auf die Idee mit der Internettelefonie war Elon Ganor gekommen, ein israelischer Arzt, der für seine Aids-Forschung möglichst kostengünstig mit afrikanischen Kollegen in Kontakt bleiben wollte. Die Idee zu Kallback kam dem Geschäftsmann Joel Eisenberg, als er nach einer Übernachtung in London seine Hotelrechnung sah. Die Telefongespräche in die Heimat hatten mehr gekostet als das Zimmer.

Die erfolgreichsten Neuerungen gehen oft auf einzelne, nicht selten sogar fachfremde Tüftler zurück. Von den behäbigen Monopolunternehmen der Telekommunikation und ihren verwöhnten Zulieferern sind sie kaum zu erwarten. Wer auf der Cebit nach echten Innovationen sucht, ist deshalb am äußersten Rand der Hallen am besten aufgehoben. Mehrere hundert Stände im Miniformat stehen dort, „mehr als 150 begnügen sich mit weniger als 15 Quadratmetern“, sagt Messe-Sprecherin Katja Havemeister.

Meistgelesene Artikel des Tages

Fernsehen: [Das Prinzip Blamage](#) »

Studium: [Informatik mit Imageproblemen](#) »

Beliebteste Galerien

Klimaschutz: [Ökoheim für jedermann](#) »

Pop: [Sex zu zwei](#) »

Aktuell informiert

Täglich neu: [Der ZEIT online Newsletter](#) »

Am Ende werden von all den Kleinstausstellern nur einige wenige das Rennen machen. Viele sitzen die sieben Cebit-Tage gänzlich unentdeckt ab. Mancher hat auch nicht genügend Durchhaltevermögen für den langen Weg jeder Technikentwicklung von der guten Idee über ihre erste primitive und komplizierte

Umsetzung bis hin zum leicht verständlichen und problemlos funktionierenden Massenprodukt. Doch gerade hier liegt der Reiz der Computermesse: Wer an den langen Reihen kleiner und kleinster Ausstellungsboxen entlangschlendert, darf raten, wer noch ganz am Anfang und wer schon kurz vor dem Ende seiner Geschäftsidee steht. Die Antwort gibt es erst in ein paar Jahren.

Wer wird im Rückblick der nächsten 15 Jahre den Cebit-Hit von 2007 geliefert haben? Ist es das Tsunami-Alarmsystem der Tübinger Tüftler Eduard Heindl und Wolfram Reiners, das nach Erdbeben, die einen Tsunami auslösen könnten, Alarmlösungen per SMS an jeden verschickt, der sich zuvor für eine Jahresgebühr von 30 Euro angemeldet hat? Oder der thinking carpet, ein

elektronisch aufgerüsteter Bodenbelag, der Beleuchtung und Klimaanlage steuert und orientierungslosen Besuchern mit kleinen Glitzerpunkten den rechten Weg weist? Oder Mediapublic, ein automatisches Frühwarnsystem für Stimmungswandel im Internet, das Alarm schlägt, wenn ein Unternehmen in Onlinemedien oder Foren in unmittelbarer Nähe negativ besetzter Adjektive auftaucht? Oder doch eher der Dienstleister aus Dhaka, Bangladesh, der unter dem Motto „wir arbeiten, wenn Sie schlafen“ seinen abseitigen Standort nutzen will, um Profit aus der Kombination von Billiglohn und Zeitverschiebung zu ziehen?

Zwei Billionen Euro wurden im vergangenen Jahr auf dem Weltmarkt für Informations- und Kommunikationstechnik umgesetzt. Da ist noch viel Platz für neue Ideen. Am Rande der Cebit sind sie vielleicht schon zu sehen. Dort, in der Wundertüte der Branche, kann man finden, was man nie gesucht hat.

Cebit 2007 - Ein Spezial zur größten Computermesse. Mit Gewinnspiel »

© ZEIT online 8.3.2007 - 10:50 Uhr

Bookmark für diesen Artikel setzen

