

C.I.T.

Von 18 bis 20.6.1999 fand in der Wiener Stadthalle erstmals eine neuartige Verkaufsmesse statt, die C.I.T. - die 3 Buchstaben stehen für "Computer, Internet und Telefonie".

Friedrich Pöschko

Die einzige Verkaufsmesse zu diesen Themen im Wiener Raum wurde von der Messe Wien ja in den letzten Jahren ziemlich heruntergewirtschaftet - fast jährliche Umtaufen ("PC-Expo", "PC multimedia hit" usw.) sowie der Veranstaltungsmodus (mal Co-Veranstaltung mit anderen Messen, mal eigenständige Messe) sorgten für Verwirrung. Die Besucher bemängelten überzogene Eintrittspreise und immer weniger Aussteller, letztere - vor allem die kleineren - immense Standplatzkosten und nicht zuletzt auch schlechte Organisation, sodass zum Schluss sogar viele große Aussteller dort ausblieben.

Dadurch entstand im Wiener Raum eine gewisse Lücke im Angebot, das von der C.I.T. nun gefüllt werden sollte.

Einer der Hauptproponenten, das Wiener Computerblatt WCM, rührte schon seit Wochen wie wild die Werbetrommel, der Aussteller selbst (*JH Messen und Veranstaltungen GmbH*) informierte auf seinem Website mit Daten, geplanten Aktivitäten und einem Ausstellerverzeichnis, das bis zwei Tage vor Messebeginn als "unvollständig" bezeichnet wurde und weitere, in letzter Minute hinzukommende Aussteller, erhoffen ließ. Leider war dem nicht so - es kamen in den letzten zwei Wochen - nicht Tagen - keine hinzu. Wir wollen annehmen, dass hier kein geplantes Erwecken falscher Hoffnungen als Marketingmittel stattfand.

Offiziell als "Verbrauchermesse" titulierte, war aus den genannten Quellen (WCM, Website) schon im Vorfeld bald zu entnehmen, dass der Schwerpunkt in erster Linie auf dem Gebiet des Verkaufs liegen sollte, erst in zweiter Linie auf der Produktvorstellung und dem Knüpfen von Kontakten. Daneben sollte es noch Vorträge mit Podiumsdiskussionen sowie das obligate Gewinnspiel geben.

Der Besuch beginnt...

In einer kleinen Seitenhalle der Wiener Stadthalle (Halle E) tat sich für mich aus Zeitgründen am Samstag nachmittag, dem zweiten Ausstellungstag, der Vorhang auf. Der Kartenverkauf befand sich am Halleneingang, wodurch Wartezeiten komplett vermieden wurden, die Eintrittspreise waren mäßig (Schüler, Studenten, Pensionisten, Grundwehrdiener 50,-; Normalpreis 80,-).

Aufgrund der relativ kleinen Ausstellfläche - die ohnehin kleine Halle E war nur teilweise belegt) sah die Halle auf den ersten Blick gut mit Publikum gefüllt aus, wenn man jedoch meine Kartenummer (ermäßigte Karte mit Seriennummer 849, und das in der Veranstaltungsmitte - am Nachmittag des zweiten Tages) berücksichtigt, darf man die Besucherzahlen nicht mit der früheren PC-Expo vergleichen. Dafür dürften wohl drei Gründe maßgeblich sein: zum ersten waren auf dem Computersektor nur lauter kleine Händler vertreten, große Elektronikmärkte oder Computerhersteller, die in zurückliegenden Jahren das Bild der PC-Expo geprägt hatten, fehlten. Weiters wollen wir der C.I.T. das schöne Wetter während der Ausstellungstage als besucherreduzierenden Faktor zugute halten sowie den Umstand, daß es die erste Veranstaltung dieser Reihe war, die erst einen gewissen Bekanntheitsgrad erwerben muss.

Nach dem Eintritt wurde jedem Besucher ein professionelles Booklet als Messeführer in die Hand gedrückt, das in umfassender Komplexität Lageplan, Ausstellerverzeichnis, Vortragsprogramm und Kontaktanzeigen beinhaltete. Viel besser kann man es nicht machen - größere Messen haben vielleicht schönere, aber oft viel weniger übersichtliche und funktionelle Booklets.

Preise, billiger als im Laden

In der Nähe des Eingangs waren hauptsächlich Computerhardware- und softwarehändler positioniert, um die sich das Publikum am meisten drängte. Hier blühte der Verkauf - Preislisten gingen weg wie die warmen Semmeln, desgleichen die Ware. Das Preisniveau war bei einigen Händlern äußerst niedrig (was ich gut beurteilen kann, da ich mich ständig über die Verbraucherpreise auf dem Computersektor auf dem Laufenden halte). Eher zufällig wurde mir bekannt, dass einige Händler tatsächlich Ware zu "Messepreisen" anboten, zu reduzierten Preisen also, die man selbst während der Messe bei diesen Händlern im Laden nicht bekam - man wurde von dort vielmehr auf die C.I.T. geschickt, wenn man die Ware zum Messepreis wollte. Eine im Interesse nachfolgender Veranstaltungen dieser Reihe durchaus richtige Vorgangsweise - die umgekehrte würde eher eine Unterwanderung der Messe bedeuten.

Rundgang durch die Halle

Je weiter man in die Halle hineinging, desto intimer wurde die Stimmung, Internet- und Telefonieanbieter hatten weniger herzuzeigen und waren daher auch weniger umlagert - am meisten noch ein Stand, an dem eine Software für Videotelefonie präsentiert wurde - trotz LAN-Verbindung der Rechner über Hub ruckelte das Bild, dass es (k)eine Freude war.

Trotzdem hatte ich den Eindruck, dass die Internet-Anbieter (viele boten Messe-Sonderkonditionen) freudig Verkaufsgespräche abschlossen. Bei den Telefonieanbietern hingegen zeigte sich ein durchwachsenes Bild - Anbieter für Festnetztelefonie waren meist mit einem Imagegewerkschaftskonzept vertreten und daher auf einer hauptsächlich Verkaufsmesse wie dieser ziemlich falsch platziert, Handyzubehörverkäufer hingegen passten ganz richtig dorthin.

Der auf dem Website angegebene Bereich Multimedia/Videobearbeitung war äußerst unterproportional vertreten (wie sonst wäre es zu erklären, dass mir kein Stand oder Produkt aus einem Bereich, der so viel Spektakuläres herzuzeigen hätte, im Gedächtnis geblieben ist). Auch Webdesigner und Intranetzwerker agierten offenbar zu unspektakulär, um sich in mein Bewusstsein zu stehlen. Wie derzeit auch im Handel (Urlaubssaison!) galt der Digifot-Szene großes Interesse. Die Computerprintmedien waren angemessen proportional vertreten.

An den Fachvorträgen (mit Videoprojektor auf Leinwand) bestand zum Zeitpunkt meines Besuchs eher mäßiges Interesse, von den angekündigten Diskussionen habe ich ebenfalls keine miterlebt. Ein Stand, der einen Flohmarkt mit gebrauchten Computerteilen beinhalten sollte, war überhaupt nicht besetzt. Vom Gewinnspiel bekam ich nichts mit - es ging wohl in der Reizflut unter.

Fazit

Ziehen wir ein Fazit - ich möchte es in die Gebiete Inhalt, Umfang und Präsentation einteilen:

Vom Inhaltlichen her war die C.I.T. für mich eine Verbrauchermesse, wie sie sein sollte - auf der einen Seite gelungene Verkaufsmesse, auf der anderen Gelegenheit

Tipps für Aussteller

In diesem Zusammenhang möchte ich allen Ausstellern einen einfachen, immer funktionierenden Tipp geben, wie sie leere Stände vermeiden können - die ich leider auch diesmal wieder zahlreich, vor allem bei den Dienstleistern, beobachten musste. Umgekehrt waren einige, ansonsten gar nicht so attraktive, Stände überraschend gut besucht: weil sie nämlich etwas hatten, was andere nicht hatten:

Bilder!

Wir alle wissen: Der Mensch lebt primär von der Optik. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, und ein bewegtes Bild noch tausend mal mehr. Daher findet man die meisten Leute auf Messen immer dort, wo eindrucksvolle Bilder oder Filme zu sehen sind - vor allem, wenn sie auch noch auf Großdisplays messtauglich präsentiert werden. Derzeit sind gerade Techniken wie Plasmadisplay oder Projektion gängig und werden immer billiger - Miete dieser Geräte sollte sich jeder Aussteller leisten können.

Mein Rat also: Stillbilder, Diashows oder Filme - auf jeden Fall Grafik, elektronisch präsentiert. Stehende Grafiken sollten dabei gute Qualität (vor allem hohe Auflösung) aufweisen, sonst verliert der Betrachter schnell das Interesse, bei Filmen oder Diapräsentationen ist das weniger wichtig - die sollten nur nicht zu schnell ablaufen, da die Aufnahmefähigkeit von Messebesuchern für Details sehr gering ist (nicht zuletzt aufgrund der übrigen Reizflut). Bilder auf einem vergleichsweise kleinen 17"-TFT-Monitor etwa können heutzutage nur mehr Zuschauer anlocken, wenn sie bewegt sind - für Stillbilder muss Auflösung her, also ein Plasma-

display oder ein Videoprojektor. Die sind noch dazu ganz *trendy*; derzeit *total out*, wiewohl grundsätzlich brauchbar, sind hingegen Röhren-Fernsehgeräte und Rückprojektoren.

Große Bilder müssen her, schöne Bilder.

Aber auch: *einfache* Bilder! Reize hat man als Messebesucher ja ohnehin genug. Die Bereitschaft, sich mit komplizierten Bildern auseinanderzusetzen, haben Museumsbesucher - Messebesucher nicht.

Gute Grafik als Blickfang lockt Besucher zum Stand - der Herdeneffekt tut dann ein Übriges (wenn viele Leute um einen Stand herumstehen, muss es dort etwas Interessantes geben, was wiederum weitere Leute anzieht). Sind die Leute dann am Stand, interessiert man sie weit leichter für sein Produkt. Leere Stände hingegen wirken auf die meisten Besucher abschreckend - ein noch so gutes Produkt "kommt dann nicht rüber", sondern bleibt liegen.

Wenn nicht ein konkretes Produkt selbst in Großgrafik gezeigt werden kann (dazu zählen alle Dienstleistungen wie etwa ein Internetzugang), so muss eben eine Bildsequenz oder ein Video darüber konstruiert werden.

Hat man nach den genannten Vorgaben als Aussteller eine Grafik, eine Diashow oder ein Video erstellt, kann man noch immer unsicher sein: wie kommt's beim Publikum an? In diesem Fall kann man - als Produzent ist man ja immer betriebsblind - vor der Messe einen simulierten Stand aufbauen und einen unabhängigen Testkandidaten an dem simulierten Stand vorbeigehen lassen.

Das Konzept "Grafik als Blickfang, und dabei Klotzen statt Kleckern" wurde auch von einigen kleinen Ausstellern dieser Messe gut umgesetzt. So war die Demo eines sehr guten (aber nicht brandaktuellen) Computerspiels, die auf einem Plasmagroßdisplay lief, richtig umlagert - obwohl der restliche Stand eher uninteressant-konventionell aufgebaut war. Oder: die oben erwähnte, für mich vorher völlig uninteressante Videotelefonie-Software hätte ich gar nicht mitbekommen, wenn ich keine zwei Schirme mit Videobildern darauf gesehen hätte (die Kamerabilder einer simulierten Telefonieverbindung zeigten). Dass das Videobild dann ruckelte, war schlimm, aber grundsätzlich technisch behebbar, etwa durch ein schnelleres Netzwerk oder Bilddatenreduktion durch geringere Auflösung oder Schwarzweißbilder, etc.). Ein Detail, mehr nicht wichtig ist: ich war auf das Produkt aufmerksam geworden und meinem Gang zum Stand folgten gleich zwei andere Besucher.

Sicher habe ich einige andere, für mich interessante Produkte auf dieser Messe gar nicht bemerkt - weil die in der Flut an Reizen untergingen. Die Großgrafik ist ein probates Mittel, als Klippe aus der Brandung aufzuragen und den Kampf gegen die anderen Reizproduzenten zu gewinnen - mit ihr ist der Lockerfolg praktisch garantiert.

➤ zu Fachberatung und zum Kontaktenknüpfen mit neuen Händlern und Anbietern. Neue Produkte und Technologien hingegen gab es nicht zu sehen - das darf man sich von einer solchen "Verbrauchermesse" nicht erwarten.

Vom Umfang her allerdings hätte ich mir - schon allein aufgrund des mit "Computer, Internet und Telefonie" äußerst weit gesteckten Themen- und Produktbereichs - mehr erwartet und gewünscht; nicht unbedingt größere, aber vor allem mehr Aussteller. Viele bekannte Fachhändler aus der Branche haben mir gefehlt.

Dafür herrschte - womit wir bei der Präsentation wären - ein fast intimes Ambiente, dem nur aufgrund einiger Image-

werber der Flohmarktcharakter abgesprochen werden kann. Die wenigen Großen (etwa Telekabel) verdrängten die Kleinen nicht so wie auf anderen Messen. Der präsentierte Messeführer war im Eintrittspreis enthalten und erwies sich als funktionell. Die Vorfelddarstellung muss, nicht zuletzt aufgrund des fast fanatischen Einsatzes des Computermagazins WCM, allermindestens als ausführlich bezeichnet werden. Der Website verdient in erster Linie das Adjektiv "zweckmäßig" und bis auf das äußerst nüchterne Design nur den Tadel, dass ein Lageplan der Stände dort fehlte.

Die Messe Wien als Konkurrenzveranstalter sollte besser in sich gehen, ihre Entscheidung "Schlipsträger ja, Flohmarktpublikum nein" zu überdenken. Sie hat

mit ihrem Herumgewurstel am Konzept der PC-Expo so lange in die falsche Richtung gearbeitet, bis sie es für tot erklären musste und damit anderen eine Marktnische geschaffen, in die sie selbst nur schwer wieder einsteigen können wird - am ehesten noch mit einem Neuaufbau von ganz unten, sozusagen einer Kopie der C.I.T.

Als Anwender kann man froh sein, dass die vakante Lücke besetzt wurde - die *JH Messen* haben mit dieser C.I.T. im großen und ganzen einen recht brauchbaren Versuch gezeigt, mit dem man recht zufrieden sein kann - und gespannt darauf, wie sich die nachfolgenden Veranstaltungen dieser neuen Reihe entwickeln werden.