

04.12.2003 - 12:38 Uhr

Jetzt erst recht: Unternehmen setzen auf die CeBIT

Hannover (ots) -

- Marktführer buchen mehr Fläche denn je
- Microsoft übernimmt HP-Stand in Halle 1

Die führenden Unternehmen der ITK-Branche setzen auf die CeBIT. Angesichts einer sich abzeichnenden Erholung der konjunkturellen Situation nutzen die Firmen ihre Leitmesse als Plattform, um sich dem internationalen Markt anzubieten und den Aufschwung voranzutreiben. Ungeachtet der Absagen einiger Branchenvertreter nimmt die Bedeutung der CeBIT-Präsenz bei grossen ITK-Anbietern zu: Alcatel, Microsoft, Panasonic, Samsung und Sanyo beispielsweise präsentieren sich zur CeBIT 2004 vom 18. bis 24. März mit vergrösserter Ausstellungsfläche und buchen zum Teil mehr Fläche als zu jeder vorangegangenen CeBIT.

Samsung Electronics aus Schwalbach hat seine Präsenz auf der CeBIT 2004 um insgesamt 53 Prozent auf erstmals über 2 000 Quadratmeter erweitert. Allein in Halle 21 ist Samsung mit rund 1 600 Quadratmetern vertreten. Auch in Halle 1 wird die Ausstellungsfläche auf rund 500 Quadratmeter vergrössert. "Wir nutzen die CeBIT stärker denn je, um unser umfangreiches Programm sowohl dem Business-Anwender als auch dem privaten Nutzer zeigen zu können. Wir setzen dabei vor allem auf die starke Internationalität der Besucher und die hohe Entscheidungskompetenz", betont Thomas Ferrero, Direktor Corporate Marketing.

Die Panasonic Deutschland GmbH, Hamburg, nutzt die CeBIT, um ihr erweitertes Angebot auf deutlich vergrösserter Fläche zu präsentieren. Für Panasonic ist die CeBIT eine der weltweit wichtigsten Leitmessen, sagt Peter Weber, Manager Press & PR, Panasonic Marketing Europe: "Angesichts der ausgeweiteten Produktpalette in den Bereichen Office Automation, IT und Telekommunikation sowie im CE-Markt wird Panasonic neben weiteren Ständen in den Hallen 1 und 26 den Hauptstand in Halle 1 von gut 2 300 auf 2 700 Quadratmeter vergrössern."

Kräftig zugelegt hat auch Alcatel aus Stuttgart: von 700 auf nunmehr 1 100 Quadratmeter zur CeBIT 2004. Für Alf Henryk Wulf, Vorstand Marketing und Vertrieb bei Alcatel in Deutschland, ist die CeBIT die Leitmesse für die technologische und wirtschaftliche Orientierung seiner Märkte: "Wir treffen dort die Zielgruppen für unsere klassischen Angebote, aber auch wichtige Gesprächspartner für unsere neuen Services." Dabei wirkt sich die Veränderung der Märkte auch auf die Präsenz von Alcatel auf der CeBIT aus. Im Mittelpunkt stehen immer weniger Hardware-Produkte, sondern mehr und mehr Anwendungen und Dienstleistungen. "Bereits in diesem Jahr haben zahlreiche Mitarbeiter von Alcatel Themen wie Telematikdienste, neue Messaging- Dienste, Broadband Entertainment, UMTS und Kommunikationslösungen für den Mittelstand vorgestellt. Es gibt weltweit kaum eine vergleichbare Veranstaltung, wo wir so intensiv mit qualifizierten Gesprächspartnern zusammenkommen", sagt Wulf.

Die Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH mit Sitz in München präsentiert ihre Produkte auf der CeBIT 2004 konzentriert in Halle 1 und vergrössert ihren Stand um mehr als die Hälfte auf rund 700 Quadratmeter. Die Schwerpunkte der SANYO-Präsentation liegen in den Bereichen LCD-Projektoren, Digital Imaging und Mobiltelefone. Wichtigster strategischer Grund für die Ausweitung ist die Intensivierung der Aktivitäten mit den europäischen Kunden: "Für uns ist die CeBIT in erster Linie die adäquate Plattform für die Präsentation unserer Neuentwicklungen und zusätzlich der Branchen-Treffpunkt für intensiven Gesprächsaustausch mit unseren europäischen

Kunden", betont Herr Keiichi Naito, Direktor Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH.

Auch der Stand von Hewlett-Packard in Halle 1 bleibt zur CeBIT 2004 nicht leer. Microsoft übernimmt den rund 2 000 Quadratmeter grossen Stand, um dort zusätzlich einen Erlebnispark der neuen Technologien zu installieren und sich verstärkt den Windows-Nutzern zu widmen. Wie im Vorjahr ist das Unternehmen auch in Halle 4 auf rund 4 000 Quadratmetern vertreten, um dort das B2B-Geschäft zu pflegen. Microsoft sieht in diesem erweiterten Messeauftritt die Chance, mehr Kunden und Besucher zu erreichen sowie eine zielgruppengerechte Ansprache zu realisieren, um der Produkt- und Lösungsvielfalt des Microsoft-Angebotes zu entsprechen. "Mit diesem Schritt möchten wir unser Bekenntnis zur CeBIT und zum Standort Deutschland unterstreichen", so Christine Ückert, Projektleiterin Fairs & Events von Microsoft, München.

Hewlett-Packard bleibt der CeBIT übrigens nicht gänzlich fern, sondern beteiligt sich bei verschiedenen Partnerständen. Nähere Informationen dazu erfolgen Mitte Januar.

Ausgewählte Presstexte im rtf-Format und Fotos finden Sie auch im Internet unter: www.cebit.de/presseservice. Wünschen Sie darüber hinaus eine unserer Presseinformationen als Datei, senden wir Ihnen diese gern per E-Mail zu.

Kontakt:

Gabriele Dörries
Tel.: +49-(0)5 11 - 89-3 10 14
Fax: +49-(0)5 11 - 89-3 26 31
E-Mail: gabriele.doerries@messe.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001485/100469786> abgerufen werden.