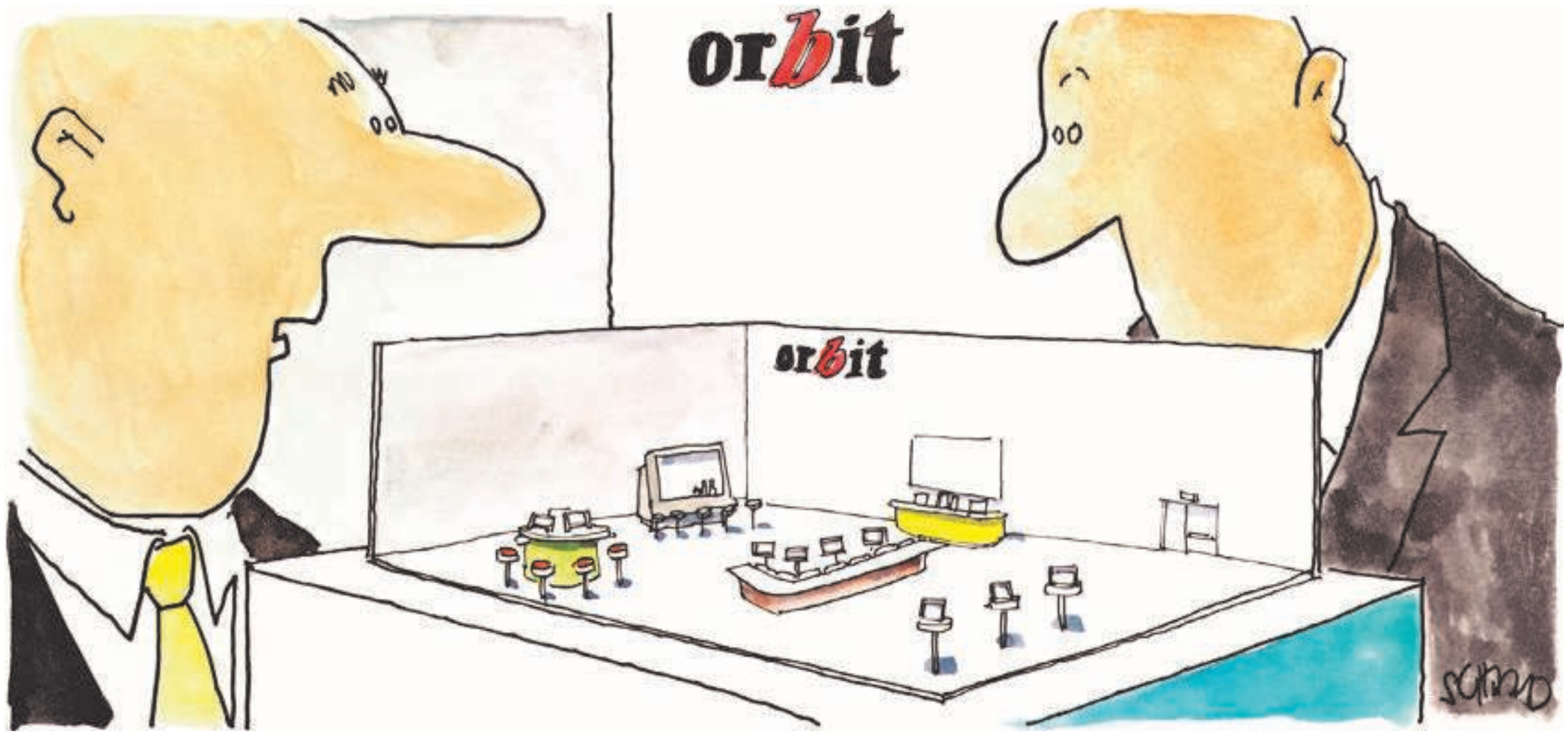
ORBIT/COMDEX

Neue Studie: Wie kleine und mittlere Betriebe hierzulande das Internet nutzen. 61

Viren, Würmer & Trojaner: Ein Sicherheitsexperte zur digitalen Bedrohungslage. 63

Informationen für Messebesucher: Alles über Öffnungszeiten, Preise und den Kongress. 69



«Die Messe ist heuer so klein – da haben wirs gleich beim Modell belassen!»

Wie sich die Orbit bewähren kann

PRO ORBIT-BESUCH

Ein fragiles Ökosystem

Mit **Alexander Stüger* sprach Matthias Schüssler**

Microsoft hat letztes Jahr 1,4 Millionen Franken für den Messeauftritt ausgegeben. Wie viel Geld steckt Ihr Unternehmen dieses Jahr in den Orbit-Stand?

Unsere Investition beträgt rund 300 000 Schweizer Franken.

Sie müssen keinem einzigen Messebesucher erklären, wer Microsoft ist. Sie könnten sich das Geld sparen.

Die Bekanntheit von Microsoft stützt sich sehr auf den Desktop-Bereich. Microsoft hat aber ein wesentlich breiteres Angebot und Know-how. Unsere Mitarbeiter können den Messebesuchern konkrete und individuelle Lösungen aufzeigen.

Alexander Stüger

Mit welchen Leuten kommen Sie konkret in Kontakt?

IT-Interessierte und IT-Entscheidungsträger aus den verschiedensten Industrien, die sich für praxisorientierte Lösungen interessieren.

Könnten Sie diese Zielgruppe nicht genauso gut per Internet ansprechen? Und das viel billiger?

Nein. Wir nutzen die Messe als Plattform für das Gespräch mit unseren Endkunden. Massgeschneiderte Gesamtlösungen lassen sich nicht über das Internet anbieten.

Ist es eine Prestigefrage, Präsenz zu markieren?

Nein. Wir nehmen teil, weil wir unsere Produkte der richtigen Zielgruppe präsentieren können.

Ob die Orbit sich als Anlass für grosse Unternehmen präsentiert oder KMU und Privatanwender anpeilt – Ihr Stand hat Besucher.

Microsoft hat seinen Auftritt dem neuen Messekonzept angepasst. Unsere Business-Solution-Abteilung zeigt vor allem Lösungen für kleine und mittlere Unternehmen.

... aber kaum ein anderes Unternehmen ist in der glücklichen Lage, jede Neuausrichtung mitmachen und allen Zielgruppen etwas bieten zu können. Ist die Zeit der grossen Publikumsmessen vorbei?

Eine Messe ist dann attraktiv, wenn Sie von Herstellern, Vertreibern, Anbieter, Interessenten, Käufer gleichzeitig als Plattform benutzt wird, um sich gegenseitig auszutauschen.

Diese Voraussetzung scheint nicht mehr gegeben. Was könnte die Messeleitung besser machen?

Es ist schwierig für eine Messeleitung, alle Mitspieler im Griff zu halten. Die Messe ist vergleichbar mit einem Ökosystem mit komplexen Wechselbeziehungen. Bleibt eine der Gruppen fern, entsteht ein Ungleichgewicht und das ganze System kommt ins Wanken. Momentan besteht nur noch ein kleiner Vorteil gegenüber anderen Marktbearbeitungsmethoden.

* *Alexander Stüger ist General Manager von Microsoft Schweiz*

orbit
24.–27. September 2003
COMDEX

ORBIT 2003

Aus Anlass der Informatikmesse Orbit/Comdex, die von nächstem Mittwoch bis Samstag in Basel stattfindet, erscheint «Digital» heute als Spezialbund mit grösserem Umfang. *(TA)*

KONTRA MESSE-TEILNAHME

Auf unsere Kunden gemünzt

Mit **Patrick Buck* sprach Matthias Schüssler**

Cisco nimmt dieses Jahr nicht an der Orbit teil. Weshalb?

Für unser Unternehmen haben Kundenbedürfnisse oberste Priorität. Und diesen entspricht die Form der Orbit ganz einfach nicht mehr.

Wie müsste die Messe aussehen, um weiterhin für Sie attraktiv zu sein?

Das kann ich Ihnen nicht umfassend beantworten. Sie müsste ganz klar auf unsere Kunden ausgerichtet sein.

Daher setzt Ihr Unternehmen auf einen eigenen Anlass?

Ja. Wir wollen mit Cisco Connection den massgeblichen Anlass für die Netzwerk-Welt ins Leben rufen. Nicht umsonst steht er unter dem Motto «The first Networking Community Event».

An wen richtet sich die Cisco Connection? Wieviele Besucher erwarten Sie im Januar in Interlaken?

Die Cisco Connection richtet sich an Entscheidungsträger, Netzwerkprofessionals und Lösungsanbieter. Wir rechnen mit 500 bis 800 Teilnehmern.

Ihr Anlass ist keine Gesamtschau. Für das Publikum geht die Möglichkeit verloren, Vergleiche zwischen den Konkurrenten anzustellen.

Wir scheuen die Konkurrenz nicht. Unsere Kunden können selbst entscheiden wo und wie sie sich informieren. Bei der Cisco Connection erhält der Kunde die Gelegenheit sich ein umfassendes und breites Bild zu machen.

Patrick Buck

Unternehmen bleiben der Orbit wegen geschrumpfter Marketing-Budgets fern. Geben Sie für die Connection mehr Geld aus und weshalb rechnet sich das?

Wir achten mit Argusaugen darauf, dass jeder eingesetzte Franken den höchstmöglichsten Nutzen bringt.

Macht das Internet Messen nicht überflüssig?

Das Internet hat die Art und Weise verändert, wie wir arbeiten, leben, und sogar spielen. Unbestritten ist auch, dass es die Produktivität erhöht. Der menschliche Kontakt wird aber nicht überflüssig – er war wichtig, ist wichtig und wird sogar immer wichtiger. Wir wollen mit unseren Partnern die für uns wichtigen Kunden direkt und gezielt ansprechen.

Haben Messen wie die Orbit ausgedient, weil das Publikum inzwischen so heterogen geworden ist, dass eine Messe für alle keinen Sinn mehr macht?

Mit dem Stichwort «heterogen» treffen Sie den Nagel auf den Kopf. Für manche Unternehmen mag die Orbit zwar nach wie vor Sinn machen. Doch wir brauchen einen massgeschneiderten Event.

* *Patrick Buck ist Marketing- und Kommunikations-Manager bei Cisco Schweiz*

ANZEIGE

intel inside pentium 4
Intel, das Intel Inside Logo, Pentium und Xeon sind Marken der Intel Corp. oder ihrer Tochtergesellschaften in den USA oder anderen Ländern.

✓Erhältlich bei über 800 Fachhändlern
✓Individuell konfigurierbar
✓3 Jahre Garantie

Infos und Bestellungen im Online-Shop:
www.maxdata.ch

Notebook Eco 3200X
mit Intel® Pentium® 4 Prozessor 2.66 GHz
Fr. 2'199.–
Notebooks ab Fr. 1'429.–

Magic PC + Monitor
mit Intel® Pentium® 4 Prozessor
Bundles mit TFT ab Fr. 1'188.–

Platinum Server
mit Intel® Xeon™ Prozessor
Server ab Fr. 1'999.–

MAXDATA
REAL HARD WARE
Gratis Hotline 0800 629 328
Haldenstrasse 5 · 6340 Baar
VG427T.37