

Swissbau 14. bis 18. Januar 2020

# Unterwegs in der Zukunft

Die Digitalisierung ist eines der grossen Themen der Swissbau. Prägt sie doch auch die Bau- und Immobilienwirtschaft: Branchenübergreifende Vernetzung, Kollaboration und Konvergenz werden immer wichtiger – und damit auch neue, innovative Lösungen und Ansätze.

Von Silva Maier



Bild: MCH Messe Schweiz (Basel) AG

Passend zum Wandel im Zuge der Digitalisierung lautet auch das Motto der kommenden Swissbau «Trial and Error – Mut für Neues?». Denn obwohl sich die Baukonjunktur weiterhin positiv entwickeln dürfte, steht die Branche vor Herausforderungen.

«Bauen heisst die Zukunft gestalten, und zwar alle zusammen. Sonst wird es nicht gehen», sagte der SIA-Präsident Stefan Cadosch an der Medienorientierung zur Swissbau. Neben Themen wie der Verdichtung, dem Bevölkerungszuwachs in Städten und der Abwanderung aus den ländlichen Regionen betrifft dies auch die Digitalisierung. Letzteres geschieht im Bau auf drei Ebenen, wie Cadosch ausführte. Bauten werden nicht mehr nur digital geplant und gebaut, sondern werden angesichts von Smart Homes, Smart City oder dem Internet der Dinge digital. «Die Digitalisierung können wir nur als Gesellschaft stemmen.»

Wie breit sich die Digitalisierung auswirkt, verdeutlichen die rund 880 Aussteller ebenso wie die 30 Branchenverbände, die an der Swissbau vertreten sind. Dass sie auch für das Messengeschäft an sich eine Herausforderung bedeutet, zeigt die Tatsache, dass die Ineltec, Fachmesse für intelligente Gebäudetechnologie, vor rund einem Jahr abgesagt werden musste. Dies, weil sich zu wenig Firmen bereitfanden, ihre Produkte an der Messe zu präsentieren. Nun hat man eine Lösung gefunden: Die Ineltec findet nicht mehr in Zürich statt, sondern in Basel – integriert in die Swissbau.

## «Uptown Basel» und 3D-Show

Die Swissbau umfasst auf rund 110 000 Quadratmetern drei Bereiche, die sich am Lebenszyklus einer Immobilie orientieren: die Messe an sich, die Veranstaltungs- und Netzwerkplattform «Swissbau Focus» sowie das «Innovation Lab» als Sonderschau für digitale Transformation.

Im Vergleich zur letzten Ausgabe der Baumesse von 2018 wandelt sich das «Innovation Lab» etwas. Dies gilt vor allem für den sogenannten «iRoom»: Während hier an der vergangenen Swissbau die Bedeutung von BIM für die Baubranche anhand eines fiktiven Umbaus des Bundeshauses erklärt wurde, wird heuer mit «Uptown Basel» Realitätsnäheres präsentiert. Bei «Uptown Basel» geht um es eine Arealentwicklung auf dem ehemaligen Arlesheimer ABB-Gelände, wo im März die Bauarbeiten zu einem Industrie-4.0-Kompetenzzentrum gestartet sind. «Uptown Basel» liefert den Rahmen für sechs Innovationsprojekte, die jeweils von einem Team entwickelt und im «iRoom» vorgestellt werden. Erleben lassen sie sich mit Hilfe einer 3D-Visualisierungs-Show. Zudem können sich die Besucher beteiligen, indem sie Likes abgeben oder zu Followern ihrer favorisierten Projekte werden. Insgesamt finden täglich zehn Vorführungsblöcke statt.

Das Herz des «Innovation Lab» bildet der Platz der Kommunikation. Er soll den Besuchern ermöglichen, sich auszutauschen. Zudem ist dort ein «Speakers-Corner» vorgesehen oder vielmehr ein Ort, an dem täglich Live-Präsentationen zu digitalen Lösungen und Anwendungen abgehalten werden. Um dieses Zentrum sind die «Infopoints» der rund 70 Partner des Labs gruppiert. Ergänzt wird es vom «Startup-Hub», wo Jungunternehmen ihre Lösungsansätze für die den digitalen Wandel der Branche präsentieren können. ■

## INFORMATION

- › Datum: 14. bis 18. Januar
- › Ort: Messe Basel
- › Öffnungszeiten:  
Dienstag bis Freitag 9 bis 18 Uhr,  
Samstags 9 bis 16 Uhr
- › Weitere Infos und Ticketvorverkauf: [www.swissbau.ch](http://www.swissbau.ch)

# Rudolf Pfander: «Die Swissbau wird es immer geben»

An der Swissbau 2020 werden bis zu 15 Prozent weniger Aussteller als vor zwei Jahren erwartet. Trotz der Digitalisierung habe die Messe als Marketingplattform nicht ausgedient, sagt Swissbau-Chef Rudolf Pfander. Nur sie könne Erlebnisse, Emotionen und persönliche Begegnungen bieten.

Interview von Stefan Gyr

**Herr Pfander, Sie sind seit 19 Jahren im Messebusiness tätig, seit 13 Jahren sind Sie für die Swissbau verantwortlich. Wie hat sich das Messengeschäft in dieser langen Zeit verändert?**

**Rudolf Pfander:** Ich kann mich gut erinnern: Als ich im Jahr 2000 anfing, nahm das Internet Fahrt auf. Wir hatten damals als Messe Angst, dass jetzt alles digital abgebildet wird. Doch es hat lange gedauert, bis die Digitalisierung richtig einsetzte. In der Zeit davor haben sich andere Geschehnisse stärker ausgewirkt, zum Beispiel die Finanzkrise nach der Pleite der Lehman Brothers im Jahr 2008. Das Messengeschäft hat damals stark darunter gelitten, weil wir am Ende immer auch ein Spiegel der Wirtschaft sind. Wegen der zunehmenden Digitalisierung hat die Swissbau schon früh mit Inszenierungen begonnen, um sich vom Internet abzuheben. 2010 haben wir beispielsweise gemeinsam mit Ausstellern die «Trendwelt Bad» lanciert. 2012 starteten wir die Veranstaltungs- und Netzwerkplattform «Swissbau Focus», 2018 lancierten wir das «Swissbau Innovation Lab». Ich denke, wir haben schon viel probiert, manchmal auch nach der Trial-and-Error-Methode, die wir übrigens an der Swissbau 2020 zum Motto machen.

**Die Herausforderungen für das Messengeschäft durch die Digitalisierung dürften noch wachsen. Was kann eine Messe wie die Swissbau, was ein digitaler Kanal nicht kann?**

Die Digitalisierung verändert zusammen mit der Globalisierung weltweit alle Märkte und damit auch das Messengeschäft. Das spüren wir sehr. Wichtig ist, dass wir uns weiterentwickeln. Wir müssen die Herausforderungen annehmen und genau das ausspielen, was die Einzigartigkeit einer Messe ausmacht. Das

heisst, wir müssen die persönlichen Kontakte und den Erlebnischarakter in den Vordergrund stellen – also Kopf und Herz ansprechen. Den Ausstellern und Besuchern sollen Weiterbildung, Wissenstransfer, Materialerlebnisse, Begegnungen und Emotionen geboten werden.

**Die Messeveranstalterin MCH Group steckt tief in den roten Zahlen. Die Baselworld ist in der Krise, die Muba wurde sogar eingestellt. Wie geht es der Swissbau?**

Wir befinden uns in einer Konsolidierungsphase. Wir haben Bereiche, bei de-

nen es super läuft, und es gibt andere Bereiche, bei denen die Situation schwieriger ist. Wir sind ja eine Mehrbranchenmesse. Rund 16 verschiedene Sektoren, die nicht immer direkt miteinander zu tun haben, sind vertreten – von Küche und Bad über Heizung und Lüftung bis hin zu Dämmung und Dichtung. Das heisst, Rückgänge in gewissen Sektoren können bis zu einem bestimmten Grad durch Zuwächse in anderen Bereichen aufgefangen werden. Überall sind nach wie vor viele wichtige Brands dabei. Wir mussten aber sicher Einbussen beziehungsweise Verkleinerungen einstecken. Die Swiss-



Er leitet seit 13 Jahren die Swissbau mit Herzblut: Rudolf Pfander.

bau wird künftig ein bisschen kompakter sein. Das ist bei vielen Messen so, wie etwa das Beispiel der Baselworld zeigt.

### Besteht im Zeitalter der Digitalisierung überhaupt noch ein Bedarf an Messen wie der Swissbau?

Ich sage: Die Swissbau wird es immer geben. Ich bin überzeugt: Die Schweizer Bau- und Immobilienwirtschaft braucht auch in Zukunft eine B2B-Plattform und eine Mehrbranchenmesse. Die Digitalisierung und das Building Information Modeling (BIM) verändern die Baubranche grundlegend. Die Zusammenarbeit wird dabei immer wichtiger. Man muss miteinander diskutieren und aufeinander zugehen. Hier sehe ich die Rolle, die die Swissbau einnehmen kann: Sie kann Menschen interdisziplinär, also über alle Gewerke hinweg, zusammenbringen. Erfreulicherweise gibt es auch Zuwächse. Der Armaturenhersteller Grohe zum Beispiel ist zum ersten Mal mit einem Stand an der Messe vertreten. Holcim hat sich wieder für eine Teilnahme entschieden. Hilti hat sich nach einer längeren Pause 2018 im Swissbau Innovation Lab präsentiert und ist auch im nächsten Jahr wieder dabei. Auch andere Firmen, die zuletzt ausgesetzt haben, kehren zurück. Die Lüftungsbranche, die alle vier Jahre teilnimmt, stösst dieses Mal wieder dazu. Zudem können wir durch die Integration der Ineltec und der Gebäudesicherheitsmesse unser Angebot verbreitern. Auch im «Swissbau Focus» und im «Swissbau In-

novation Lab», unseren beiden Plattformen, verzeichnen wir neue Zugänge.

### Halten sich die Einbussen und Zuwächse ungefähr die Waage?

Wir werden an der nächsten Swissbau ein bisschen kleiner und kompakter werden. Wir bespielen eine minim kleinere Fläche als 2018. Die Zahl der Aussteller dürfte um 10 bis 15 Prozent abnehmen.

« Wir werden an der nächsten Swissbau ein bisschen kleiner und kompakter werden. Wir bespielen eine minim kleinere Fläche als 2018. »

Rudolf Pfander

### Das klingt nach einem happigen Rückgang. Schrillen da bei Ihnen nicht die Alarmglocken?

10 bis 15 Prozent sind ein Rückgang, aber an der Swissbau 2018 hatten wir viele Aussteller – es waren über 1000. Ich denke, die Zahl wird sich auf etwa 850 einpendeln. Es gab aber auch in der Vergangenheit immer wieder Schwankungen. Heute steht unsere Messe in einem harten Konkurrenzkampf mit digitalen Kanälen um Marketinggelder. Wichtig ist für

mich, dass wir inhaltlich relevant bleiben und die Branche abbilden. Am Schluss kommt es bei mir auf die Qualität an und nicht auf die Quantität.

### Trotzdem: Drängen sich bei Einbussen von 10 bis 15 Prozent nicht einschneidende Massnahmen auf?

Wir transformieren die Swissbau stetig und kontinuierlich. Für die Zukunft ist entscheidend, dass wir unsere Relevanz und Interdisziplinarität ausspielen. Unseren beiden Plattformen – «Swissbau Focus» und «Swissbau Innovation Lab» – kommt dabei eine zentrale Rolle zu. Hier wachsen wir. Sehr wichtig ist auch die Zusammenarbeit mit den führenden Verbänden. Im nächsten Jahr sind beim «Swissbau Focus» beispielsweise der Planerverband Swiss Engineering und der Bund Schweizer Landschaftsarchitekten neu dabei. Auch die gesamte Facility-Management-Branche ist erstmals vertreten. Es gilt auch, immer wieder den Content auszuspielen und den Ausstellern und Besuchern den Mehrwert aufzuzeigen, an dem sie partizipieren können. Wichtig ist es in einem solchen Transformationsprozess, eine klare Vision zu haben – und die haben wir. Wir haben glücklicherweise vorausschauend und zukunftsgerichtet die beiden Plattformen geschaffen, die Besucher und Entscheidungsträger an die Messe bringen. Und wir greifen die wichtigen Themen auf wie die digitale Transformation, der sich das «Swissbau Innovation Lab» widmet.

### Rechnen Sie für die übernächste Swissbau in gut zwei Jahren mit weiteren Einbussen?

Ich bin sicher, dass wir den Turnaround schaffen. Die Zahlen werden sich auf dem heutigen Niveau einpendeln. Heute werden die Brötchen überall kleiner gebacken. Früher besuchten zum Beispiel ganze Firmen die Swissbau. Heute kommen nur noch ausgewählte Personen. Die Budgets werden nicht grösser. Wir spüren auch den Konzentrationsprozess: Wegen Zusammenschlüssen gibt es heute weniger Unternehmen als früher.

### Was unternehmen Sie, um die Aussteller anhaltend von der Swissbau zu überzeugen?

Wir sehen es als eine unserer Aufgaben, gemeinsam mit den Ausstellern eine Transformation hinzubekommen. Eine Firma muss nicht entweder einen Riesen-



Publikumsmagnet: Das «Swissbau Innovation Lab» widmet sich der digitalen Transformation.

stand haben oder gar keinen, sondern kann einen Mittelweg finden. Die Grösse allein spielt keine entscheidende Rolle. Viel wichtiger ist es, präsent zu sein und direkte Kontakte knüpfen und pflegen zu können. Der direkte, persönliche Austausch wird auch in Zukunft elementar sein in B2B-Geschäftsbeziehungen. Von Mensch zu Mensch ist auch hier zentral. Zum anderen muss man gerade Produkte im Baubereich auch haptisch und visuell erfassen können. Ein Produkt live zu erleben, ist doch etwas ganz anderes, als es im Internet zu sehen.

### Steht der Standort Basel für die Swissbau zur Diskussion?

Die Swissbau kann nicht nach Zürich ziehen, weil sie immer noch zu gross für die dortigen Messehallen ist. Die Messe Basel bietet sich schon als Standort an, weil hier grosszügige Hallen zu Verfügung stehen, die wir für die Swissbau benötigen.

### Halten Sie am Zweijahresrhythmus der Swissbau fest?

Es ist der Wunsch der Aussteller, dass die Swissbau alle zwei Jahre stattfindet. Ein Messeauftritt kostet grosse personelle und finanzielle Ressourcen. Auch die grossen Weltleitmesse der Baubranche halten einen zweijährlichen Rhythmus ein.

### Die Bauwirtschaft boomt seit Jahren. Sehen Sie magerere Zeiten kommen?

Was ich überall in der Bauwirtschaft höre: Die Konjunktur läuft zwar gut, aber die Preise sind unter Druck. Die Margen sind geschrumpft. Ich stelle auch Unterschiede innerhalb der Branche fest: Die Bauunternehmen und das verarbeitende Gewerbe, die oft lokal oder regional ausgerichtet sind, scheinen relativ gut ausgelastet zu sein. Die Bauzulieferer hingegen, die in einem internationalen Wettbewerb stehen, haben zu kämpfen. Es wird sicher härter, sich im globalen Umfeld zu behaupten. Aber wir sind in der Schweiz viv und innovativ genug, um diese Herausforderungen zu stemmen. Wir haben das «Swissbau Innovation Lab» auch deshalb lanciert, um Start-ups sowie Ideen und Produkte zu präsentieren, die neue Chancen eröffnen.

### Das Motto der Swissbau 2020 lautet «Trial and Error – Mut für Neues?»

Welche Überlegungen stehen dahinter? Die Schweizer Bau- und Immobilienwirtschaft steht für Qualität und Beständig-



Messeleiter Rudolf Pfander mit Bundesrat Ueli Maurer (links) bei der Eröffnung der Swissbau 2018.

Bild: WCH Messe Schweiz (Basel) AG

keit. Doch in unserer komplexen und sich rasch wandelnden Welt werden etablierte Prozesse zunehmend infrage gestellt. Wir alle sind gefordert, neue Kollaborationen einzugehen und andere Wege zu beschreiten, damit wir nicht plötzlich abgehängt werden. Die Zukunft gehört interdisziplinären Teams, die gewohnte Pfade verlassen und so die besten Lösungen finden. Die Swissbau will zu einer neuen Innovationskultur aufrufen und Versuch und Irrtum als Methode in den Fokus stellen. Das Motto soll sich als roter Faden durch die rund 70 Veranstaltungen im «Focus» und die Showblöcke im «iRoom» des «Swissbau Innovation Labs» ziehen und helfen, eine neue Perspektive auf aktuelle Themen zu gewinnen.

### Auf dem Programm steht auch eine sogenannte «Fuckup-Night». Was hat es damit auf sich?

Hier erzählen Unternehmer, wie sie mit einigen ihrer Ideen gescheitert sind, was sie daraus gelernt haben und was schliesslich zum Erfolg geführt hat. Ich finde, wir sollten den Mut aufbringen, vermehrt Neues zu wagen. Gleichzeitig müssen wir bereit sein, aus unseren Fehlern zu lernen, damit wir sie nicht wiederholen.

### Welche Fehler hat die Swissbau begangen, und welche Konsequenzen haben Sie daraus gezogen?

Wir machen sicherlich auch Fehler – das passiert in jedem Unternehmen und ist menschlich. Wir haben immer wieder unsere bestehenden Prozesse hinterfragt und wenn nötig optimiert. Ein Beispiel für unsere Lernerfahrungen: Früher verkauften wir Guided Tours. Wer als Aussteller zahlte, war dabei. Stattdessen stellt jetzt Swiss Architects Rundgänge über das Messegelände zusammen: Junge Architekten wählen Aussteller mit spannenden Produkten aus. Das ist sicher der seriösere Zugang zu Guided Tours.

### Wie sieht die Zukunft der Swissbau aus? Sie haben vorhin die Aussage gewagt, die Swissbau werde es immer geben.

Ich mache diese Messe mit Herzblut. Wir werden die Swissbau ständig mit frischen Ideen weiterentwickeln. Ich bin überzeugt: Wir brauchen in der Schweiz eine Plattform, die den Austausch über alle Gewerke der Bau- und Immobilienwirtschaft hinweg ermöglicht. Nur an der Swissbau schafft man es, alle Zielgruppen zu erreichen – von den grossen Investoren über die Architekten, Fachplaner und Handwerker bis hin zu den Privaten. Wir haben auch eine grosse Kompetenz und eine hohe Glaubwürdigkeit, und darum wird es die Swissbau weiterhin geben – wenn auch kompakter und konsolidierter. Aber in erster Linie ist es die Qualität, die stimmen muss. ■