

# Erfolgreiches Aushänge- schild der Ineltec 2003



Future Building, die Sonderpräsentation für intelligente Gebäudetechnologien und Facility Management hat sich als Besuchermagnet der Ineltec 2003 erwiesen.

Neue Wege der Messekommunikation sind gefragt, innovative Methoden der Messbarkeit von Kundenanlässen und ein Marketingmix von verschiedenen Elementen wie Erlebnis, Weiterbildung und Information führen auch in diesen schwierigen Zeiten zum Erfolg.

Rund 3000 Besucher haben an Führungen durch das Future Building teilgenommen und hautnah erlebt, wie modernste Technik am Bau angewendet wird. 470 Personen besuchten die Fachvorträge an den Thementagen und gegen 8000 Dokumente wurden mit dem Infobadgesystem bestellt.

Die kommunikative Fassade als Aushängeschild der Sonderschau.  
(Bild: Messe Schweiz)



Text: Richard Staub

Das Aushängeschild der Sonderschau war sicher die kommunikative Fassade. Aber auch designorientierte Besucher kamen mit den architektonisch hochstehenden Räumen und der Gartenkunst im Atrium auf ihre Rechnung. Die Inszenierungen mischten bereits erhältliche Funktionen mit einem Schuss Zukunftsvisionen.

Die Marketingkommunikation für die Sonderschau darf angesichts der beschränkten Mittel als sehr präsent bezeichnet werden. In allen wichtigen Fachzeitschriften erschienen z. T. mehrfach ausführliche Vorschauartikel. Sogar in den elektronischen Medien wurde das Projekt mehrfach gezeigt (siehe auch Monitoringliste). Auch von der Messeleitung der Ineltec wurde die Sonderschau stark betont. Der Sonderdruck, verlegt durch den AZ Verlag, wurde in einer Auflage von 45 000 Stück gedruckt, und gab einen guten Einstieg in die verschiedenen

Hauptthemen, die Veranstaltungen sowie der beteiligten Partner. Das elegant gestaltete Heft erhielt viele positive Feedbacks.

Ebenfalls relativ früh bereit war die Website [www.futurebuilding.ch](http://www.futurebuilding.ch), integriert auf die Website der HK-Gebäudetechnik aus dem AZ Verlag. Dies hatte einen Nachteil: Über Suchmaschinen gelangte man nicht zu dieser Sonderschau-Website. Ansonsten erreichte man die wesentlichen Informationen mit wenigen Mausclicks und die Grundlagenartikel aus dem Sonderdruck sind als PDFs abrufbar.

Wer vor dem Messebesuch immer noch nichts von der Sonderschau wusste, wurde spätestens beim Eintritt in die Halle 1 darauf aufmerksam gemacht: Die Medienfassade war unübersehbar und weckte sicher die Neugier, was dahinter steckt.

### Gelungenes Teamwork

Dem Sonderschau-Team um Hans Jörg Luchsinger ist es gelungen, beharrlich die Vision, ein vernetztes Gebäude in Funktion zu zeigen, umzusetzen und genügend Partner zu akquirieren. Da jedes Teammitglied in einer etwas unterschiedlichen Branchenposition tätig ist, gelang es, ein breites Spektrum an Partner und Ausstellern zu gewinnen. Auch die Zahl von sieben Partner-Verbänden kann sich durchaus sehen lassen. Allerdings zeigte sich durch die Akquisitionstätigkeit neben dem Job auch Grenzen; für eine erneute Durchführung wäre es von Vorteil, für einige Wochen einen vollamtlichen Akquisiteur zur Verfügung zu haben.



**Mich persönlich sprach die Fassade sehr an. Der Fantasie und dem spielerischen Element bleibt viel Freiraum für Umsetzungen und Anwendungen. Hier bieten sich sehr spezielle Möglichkeiten an. Zudem gefiel mir das Badge-System mit der direkten Bestellung der Messeunterlagen sehr. Nur**

**bleibt die Frage, weshalb gleichwohl an der Theke beim Eingang Drucksachen angeboten wurden. Der Einsatz neuer Medien im Haus ist aus meiner Sicht nicht so neu wie er in der Inszenierung dargestellt wurde.**

**Daniel Haldemann,**  
Geschäftsleiter typo.d AG, Reinach

Es gelang, die Partner für das Future Building in erster Linie für die gemeinsame Idee zu begeistern; trotzdem gab es natürlich viele Diskussionen um das konkrete Product-Placement. Mit den Info-Points, dem Emailversand und dem Sonderheft gelang es sicher, auch den einzelnen Produkten und Dienstleistungen Gewicht zu geben. Die Umsetzung des Konzeptes und die Realisierung war sicher eine sehr eindrückliche Teamleistung. Wenn man eine Woche vor Beginn der Ineltec vor Ort war, konnte man kaum glauben, dass dies alles noch zum Laufen käme. Allerdings wurden einzelne Teammitglieder sicher auch hier sehr stark belastet, da ja auch die Realisierung nur ein «Neben-Job» war. Dem gesamten Team darf deshalb sicher eine grosse Anerkennung für seinen Einsatz ausgesprochen werden! Und im besonderen gilt dies auch für das Schauspielerteam unter der Leitung von Anita Niederhäusern, welche die eingeplanten Proben nicht voll nutzen konnten, da zu vieles in der Technik noch nicht funktionierte. Auch am ersten Tag mussten sie sich oft um Pannen herumspielen und gelangten trotzdem an den folgenden Tagen zu guten und sicheren Auftritten.

### Besuchermix: Zielpublikum erreicht?

Mit der Sonderschau wollte man Fachleute aus der Bau- und Immobilienbranche, Investoren, Facility Manager und Immobilienverwalter, Architekten und Generalunternehmer, Ingenieure und Planer, Hersteller, Installateure und Systemintegratoren sowie Studierende ansprechen. Die Platzierung der Sonderschau in der Ineltec war nach einer langen Diskussions- und Vorbereitungszeit mehr dem entsprechenden Angebot der Messe Basel zu verdanken als einer grundlegenden Analyse, mit welcher Messe denn dieses Zielpublikum am besten erreichbar wäre. Natürlich ist es wirklich so, dass bei Automatisierung im Zweck- und Wohnbau sofort elektrotechnische und elektronische Komponenten benötigt werden. Die Ineltec ist sicher die Messe für Fachleute der Elektrotechnik. Sicherlich ist es notwendig, diese Kreise vermehrt über die zukünftigen (Geschäfts-)Möglichkeiten zu informieren.

Häufig wird aber bereits viel früher in der Konzeptionsphase eines Gebäudes über den Grad der Technisierung entschieden und die entsprechenden Fachleute haben dann nur noch die Aufgabe, das Konzept umzusetzen. Leider ist dann meistens bereits eine Trennung in Planung und Ausführung in die einzelnen Gewerke vollzogen, was die Möglichkeiten moderner, gewerkeübergreifender Systeme sehr beschränkt. Daher müssen unbedingt auch Investoren, Eigentümer, Architekten, Generalunternehmer, Immobilienverwalter und Facility Manager über die jetzigen und zukünftigen Möglichkei-



V. l. n. r.: René Senn, PL Home, Andreas Wenger, PL Fassade und Architektur, Hans Jörg Luchsinger, Verantwortlicher für die gesamte Sonderschau, Markus Weber, Fachkoordinator Technik, in gelöster Stimmung am Schlussapéro. (Bild: BUS-House)

ten vernetzter Gebäudetechnik informiert werden. Ein Resultat könnte dann z. B. sein, dass GUs oder Genossenschaften bei neuen Projekten konsequent eine passive Ausrüstung in Form von flächendeckenden Anschlussdosen, Leerrohren und Steigzonen vorsehen. Womit eine spätere – auch individuelle – Vernetzung viel einfacher und kostengünstiger zu realisieren wäre.

Ungefähr 300 Architekten haben das Future Building besucht, was unerwartet hoch war. Über die Besuchsfrequenz der anderen oben angeführten Zielgruppen lässt sich nichts näheres aussagen. Generell lässt sich feststellen, dass Fachmessen sehr stark auf einen bestimmten Fachpersonenkreis fokussiert sind. So fehlten denn in der Sonderschau sicher auch die Planer und Installateure von Heizungs-, Lüftungs- und Kältesystemen, da diese traditionsgemäss die Hilsa besuchen. Das Thema war aber im Bereich Office klar miteinbezogen, z. B. mit einem dezen-

«Speziell das Schauspiel im Future Building war sehr unterhaltsam und hat trotz realistischer Anwendungen der Zukunft einiges vorweg genommen. Ohne mühsames Studieren von Katalogen konnte ich mich umfangreich über die neusten Möglichkeiten der Gebäudetechnik ins Bild setzen. In minimaler Zeit erhielt ich vor Ort ein Maximum an Informationen, was im Nachgang mit dem Mailservice des Infobadges unterstützt wurde.»

**Andreas Rüegg**, dipl. El. Ing HTL  
Projektleiter Infrastrukturanlagen, Hoffmann La Roche AG, Basel



Vernetztes Wohnen ist lustvoll – Szene im Home Bereich. (Bilder: BUS-House)



Angela Hightech alias Anita Niederhäusern voll in Fahrt als Super Facility Managerin im Office Bereich.



zentralen Fassadenlüftungsgerät. Im Home Bereich bildete das Audio-Video-System einen starken Schwerpunkt. Auch diese Branche hat ihre eigenen Messen und Events, die z. T. sogar zum gleichen Zeitraum wie die Ineltec stattfanden. Bis zur kompletten Vernetzung der Messeaktivitäten aller an der Gebäude- und Haus-Automation beteiligten Branchen ist also noch ein weiter Weg.

**Innovation pur: Medienfassade**

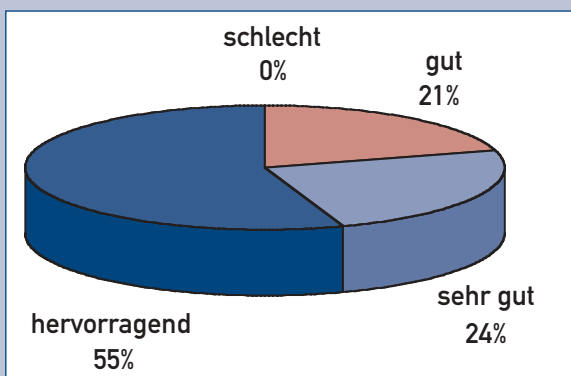
«Der Gebäudehülle kommt in Zukunft eine grosse Bedeutung zu. Sie wird zur multimedialen, teiltransparenten und multifunktionalen Kommunikationsfassade für Zeichen, Text, Bild und Film. Die Gebäudefassade wandelt sich so zur animierten Visitenkarte und Kommunikati-

onsplattform der darin tätigen Unternehmen. Zugleich bieten sich der Architektur dadurch neue Ausdrucksformen. Das Future Building zeigt erstmals eine 19x4 Meter grosse Fassade in dieser Bauweise.» So beschreibt die mitbeteiligte se Lightmanagement das Aushängeschild der Sonderschau. Mit drei verschiedenen Lichttechnologien, die sich punkto Darstellungsfähigkeit und Kosten/Fläche wesentlich unterscheiden, wurden bewegte Bilder erzeugt. Für die Bildwirkung der LED-Pixel-Fassade war der Abstand der Besucher etwas zu klein. Sie beeindruckte dennoch durch die Farbenvielfalt, die Erzeugung der vielen Muster und sogar spontaner Schriften. Es wurde damit klar, dass der Schritt von der Bildeingabe in Form eines Standardformates zur Bilderzeugung vollautomatisch geschieht; eine wichtige Voraussetzung für die Benutzertauglichkeit einer Medienfassade. Zu wenig deutlich kam wahrscheinlich zum Ausdruck, dass die Fassade trotz der Kommunikationsfähigkeit eine hohe Transparenz von innen nach aussen aufweist. Der Zwischenhalt im Atrium war nicht entsprechend kommentiert.

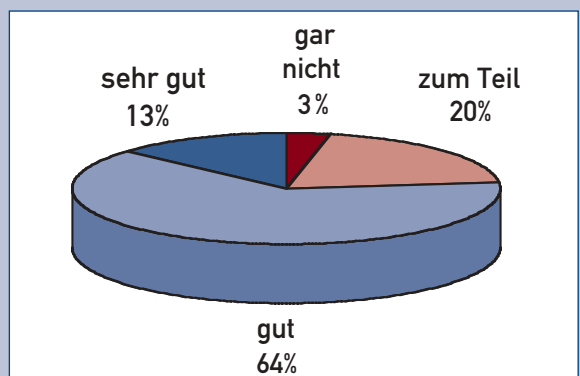
Die Kommunikationsfassade entstand auch als Teamwork von innovativen Fassadenbauern und Beleuchtungsunternehmen, gekoppelt mit der Forschungsarbeit der Fachhochschule beider Basel. Die Fassade deckte die Schnittstelle Architektur und Technik so gut ab, dass sie auch an der Swissbau gezeigt werden musste. Dennoch scheinen nicht wenige Architekten extra wegen der Fassade nach Basel gereist zu sein, so etwa auch Heinz Moser von Burkhart + Partner, welche das Stadionprojekt in Peking mit der kommunikativen Fassade gewonnen haben, sowie Jacques Herzog von Herzog und de Meuron, welche ebenfalls in mehreren Grossprojekten mit Kommunikationsfassaden involviert sind. Es ist anzunehmen, dass die hohen Investitionen der Partner sich durch eine weitere Zusammenarbeit in realen Projekten auszahlen werden.

**Feedback-Auswertung und Einzelkommentare**

1 Die Zusammenarbeit mit dem Future Building Team war:



2 Wurden Ihre Ideen und Vorstellungen an der Sonderschau umgesetzt



### Schauspiel statt Technik-Ausstellung

Was ist eigentlich der Nutzen moderner Gebäude- und Haus-Automation? Nichts kann dies anschaulicher erklären als gezeigte Funktionen. Dieses Konzept verfolgten die Ausstellungsmacher sowohl im Home- wie im Office-Bereich. Zwei Schauspieler-Teams spielten während dem ganzen Tag Szenen. Im Home Bereich ein typisches Paar ohne Kinder mit hohem Lebensstandard. Verblüffend für die Zuschauer etwa wie sich Schubladen und Türen der modernen Küche wie von Geisterhand im richtigen Moment öffneten und schlossen. Zentrales Element der Inszenierung war die einfache Bedienung aller Funktionen über Touch-Screen. Vermittelt wurden Komfort, Unterhaltung, Information und Sicherheit als Nutzen des Vernetzten Wohnens.

Im Office-Bereich wurde mit «Angela Hightech» die moderne Managerin eines international tätigen Facility Management Unternehmens ironisiert. Zu Hilfe standen ihnen – was wohl die Zuschauer nicht wussten – zwei echte Gebäudeautomations-Techniker. Vermittelt wurde v. a. die Fernüberwachungs- und Fernbedienmöglichkeiten, die dezentrale Regelung moderner Raumautomation durch verschiedene Sensoren, Sicherheitstechnik und moderne Visualisierungsmethoden als Nutzen zeitgemässer Gebäudeautomation.

Das dazwischenliegende Atrium war zwar sehr schön gestaltet (Gartenbau!); da die Besucher sich dort einen kurzen Moment von den Überraschungen des ersten Teils erholten und gespannt auf den zweiten warteten, kam dieser Teil wohl doch etwas zu wenig zur Geltung. Auch die Aktionen in der Fassade waren zu wenig selbsterklärend.

Auf Grund der Umfrage lassen sich die Reaktionen der Besucher und der Aussteller in zwei Trends unterteilen. Gegen 80% beurteilten mit hervorragend bis gut und nur 20% mit schlecht, d. h. ihnen gefiel diese Präsen-



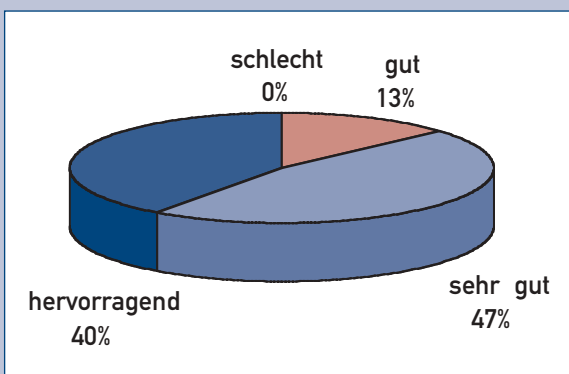
tionsart nicht. Die gewählte Darstellung hat also polarisiert. Die typisch technischen Fachleute hatten eher Mühe; sie erwarteten offenbar Technik und bekamen Schauspiel serviert. Es muss auch gesagt werden, dass die Aufführungen punkto Konzentration für die Schauspieler sehr anspruchsvoll waren, nicht nur, wenn sie eine Panne umspielen mussten.

Anita Niederhäusern meint zudem als Verantwortliche des Schauspiels: «Die Zuschauer wurden darüber informiert, dass Schauspieler im Future Building die Technik vorführen würden. Hier hätte der Hinweis, dass die Aufführung «unterhaltsam» oder «witzig» sei, den Zuschauern eine Hilfe geboten. Auch deshalb, weil wir ein sehr ge-

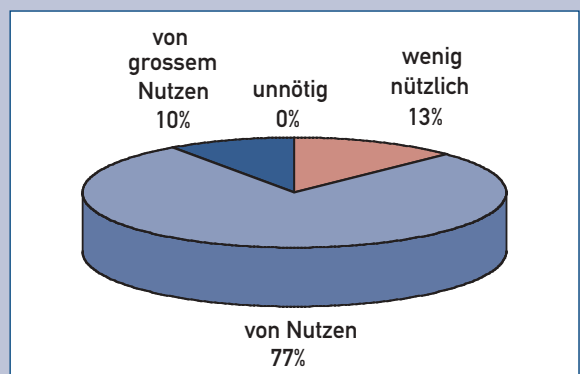
Infopoints und Bookshop als Marketingzentrum.

Das Future Building Team unmittelbar nach der Schlussveranstaltung.

### Die Präsentation der Firmen mit den Infopoints, an denen sich die Kunden per Badge direkt Informationen über E-Mail senden lassen, finde ich:



### Die Website [www.future-building.ch](http://www.future-building.ch) als begleitendes Kommunikationsinstrument ist:





Full House am Thementag Licht der Schweizer Licht Gesellschaft



Ch. Wenger, Leiter Industriefachmessen der Messe Schweiz, bestellt mit dem Badge Produkteinformationen per E-Mail. (Foto: polyscope)

misches Publikum hatten und nicht in erster Linie Menschen, die Theater gewohnt sind. Gefehlt haben Plakate beim Eingang und direkt beim Future Building, die die Besucher auf die Vorführungen hingewiesen hätten, im Sinne von: «Besuchen Sie das Future Building – Auführungen alle 15 Minuten». Damit hätten wir noch mehr Besucher ansprechen können.»

### Technik im Hintergrund – zu fest im Hintergrund?

Es war von Beginn weg die klare Absicht des Teams, alle Funktionen im Future Building «echt» zu steuern. Zu diesem Zweck wurde eine relativ komplexe Struktur festgelegt und dann auch umgesetzt. Dies machte die Realisierung viel aufwändiger und labiler als es für die zeig-

ten Funktionen nötig gewesen wäre. «Ein Beispiel: auch in einem vernetzten Umfeld können einzelne Geräte ausfallen. So geschehen beim Videokonferenz-System. Da dieses ein zentrales Element der Vorführung war, litt natürlich die Aufführung darunter.»

Mit grossen Engagement seitens der Teammitglieder und alle involvierten Partnerfirmen wurden komplexe Techniken erstmals in diesem Umfang zusammenschaltet und präsentiert. Es liegt in der Natur der Sache, dass bei denen vielen technischen Schnittstellen nicht alles perfekt geklappt hat. Leider zeigte es den Stand der Gebäude- und Hausautomation im Jahre 2003 nur versteckt. Nirgends war für die Besucher die Technik, welche die Funktionen ermöglichte, sichtbar. Ursprünglich war mal geplant, am Ende der Vorstellung am Konferenztisch in einigen Minuten die Technik im Hintergrund vorzustellen. Dies hätte das Konzept des Schauspiels durchbrochen und wurde fallengelassen. Man wollte beim Ausgang zu den Info-Points das technische Konzept visualisieren. So hätten sich die daran Interessierten sich über die Technik informieren können. Dafür gab es dafür weiter vorne die Theke mit Vertretern des Teams, die Auskunft geben konnten. Zeitweise schienen diese, v. a. zu Beginn, so an ihren Laptops beschäftigt, dass man sie lieber nicht gestört hätte. Und offensichtlich wurden sie auch später nicht sehr oft um Infos angegangen.

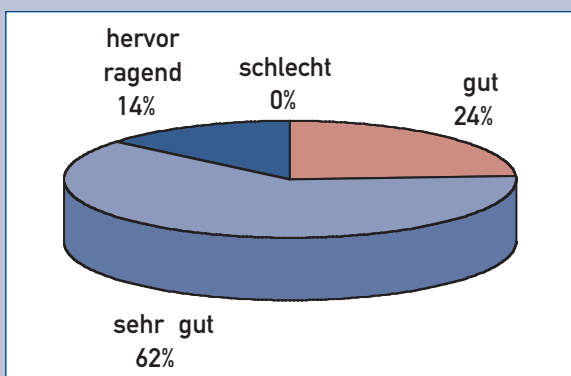
**Fazit:** Man sollte vor lauter Funktionalität nicht vergessen, die Technik, welche diese möglich macht, zu zeigen. Und weniger wäre mehr: Die Technik sollte einfacher und stabiler sein.

### Marketingkommunikation mit neuen Mitteln

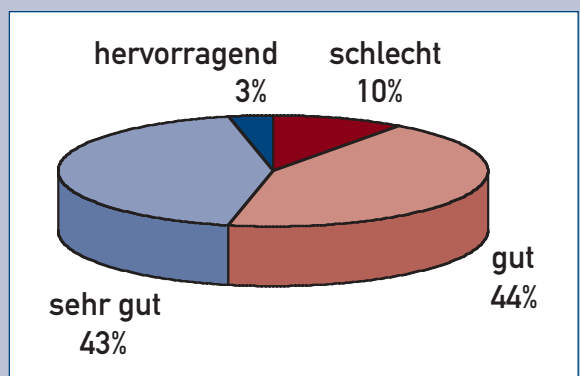
Als Highlight wurde die für jeden Besucher extra programmierte Chip-Karte bewertet: Der Besucher konnte diese unter die Werbetafeln halten und erhielt so auto-

Den Sonderdruck «Future Building» der AZ Fachverlage AG mit einer Auflage von 45 000 Ex. Finde ich in Bezug auf Inhalt und Gestaltung:

5.



Die Medienarbeit und Medienpräsenz im Vorfeld und während der Messe war:



matisch das gewünschte Infomaterial per Email zugestellt. Diese Dienstleistung wurde sehr häufig benutzt: Insgesamt wurden beinahe 8000 Mails verschickt! Die Auswertung zeigte, dass die Besucher sehr selektiv ihr Infomaterial bestellten und dies in einer recht grossen Bandbreite, sowohl bezüglich gewünschten Partnerunterlagen als auch bezüglich Mails pro Besucher. Punkto Aufwand und Ertrag sicher eine Spitzenleistung für einen Messestand! Angenehm eben auch für die Besucher, welche gezielt Informationen ohne irgendwelche unnötigen Verkaufsgespräche beschaffen können. Wie erfolgreich daraus weiterführende Kontakte entstanden sind, kann zur Zeit noch nicht beantwortet werden. Eine gute Ergänzung zu den Infopoints war sicher auch der Bookshop des AZ Verlags. Selten kam es beim Aufnehmen der Daten für die Erstellung der Badges zu grossen Staus. U. a. auch, weil für die geschlossenen Führungen nach den Thementagen die Karten bereits zuvor erstellt worden waren. Ziemlich viele Besucher liessen sich gar nicht registrieren, deshalb ergibt sich eine Differenz der Statistik von bixi zu den etwa 3000 Besuchern. Leider hatte auch der Email-Versand technische Tücken. Firewalls und Anti-Spam-Definitionen mancher Empfänger führten dazu, dass nicht alle, die etwas bestellt haben, dies auch erhielten.

### Umfangreiches Begleitprogramm

Die Thementage, welche ergänzend zur Sonderschau Future Building stattfanden und von verschiedenen schweizerischen Industrieverbänden organisiert wurden, hatten eine sehr unterschiedliche Teilnehmerresonanz zu verzeichnen. Sehr gut besucht waren die Lichttagung und der SIA/SZFF-Event. Daran anschliessend funktionierten auch die geschlossenen Führungen gut. Einmal mehr zwiespältig ist das Forum zu bewerten. Ein riesiges Programm, mit vielen guten Beiträgen und gu-

«Das Future Building zeigte nicht nur eindrücklich die neusten Trends für intelligente Gebäudetechnologien – meine Elektromonteurlernlinge nahmen auch wahr, welche attraktive Perspektiven ihnen ihr Beruf bieten kann. Herzliches Kompliment an alle Beteiligten!»

#### Heinz Weisskopf

Gewerblich-industrielle Berufsfachschule, Muttens  
Elektroingenieur FH / Elektrofachlehrer SIBP



### Medienspiegel Sonderschau Future Building/Ineltec 2003

#### Fachzeitschriften und special interests

BauMarktPlatz Schweiz	3/4/2003
EIBA BusNews	Juli 2003
ET Elektrotechnik	5/2003
ET Elektrotechnik	6-7/2003
ET Elektrotechnik	8/2003
ET Elektrotechnik	9/2003
Facility Management	Mai 03
FASSADE	3/2003
HausTech	9/2003
HK-Gebäudetechnik	8/2003
HK-Gebäudetechnik	5/2003
Immobilien Business	Juni 2003
MFS-News	1/2003
MFS-News	2/2003
polyscope	17/2003
Spektrum der Gebäudetechnik	4/2003
Spektrum der Gebäudetechnik	2/2003
tec21	Juni/Juli 03

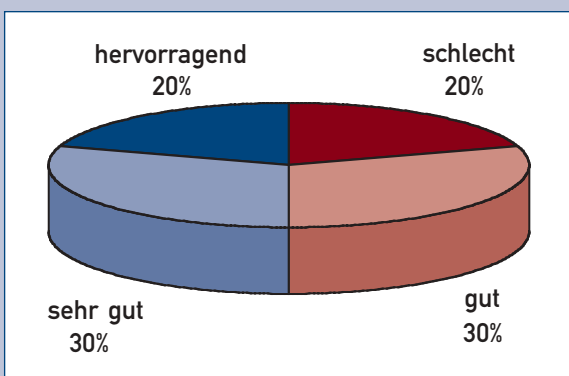
#### Tageszeitungen

20 Minuten	6.9.2003
Aargauer Zeitung	1.9.2003
Basellandschaftliche Zeitung	6.9.2003
Basler Zeitung	5.9.2003
Volksstimme	7.9.2003

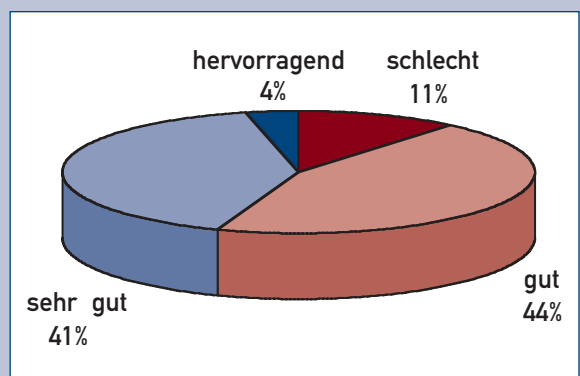
#### Elektronische Medien

DRS 1 Regional	5.9.2003
Radio Basilisk	5.9.2003
SRG DRS 1/ MTW	7.9.2003
TeleBasel	5.9.2003

Die Erlebnispräsentation der vernetzten Home- und Officerräume mit Schauspielern fand ich in Bezug auf Inhalt und Gestaltung:



Das Thema Vernetzung und Systemintegration mit 40 verschiedenen Produkten wurde wie umgesetzt:





Die Sonderschau Future Building hat mir und meinen Mitarbeitern sehr viel gebracht. Wir haben neue Kontakte im Bereich LED Lichttechnik geknüpft und werden diese Technik an der Sporthalle St.Jakob anwenden. Als Blickfang hat das Fassadenschild mit der davorliegenden Bar und den Infoständen den Eindruck einer Theaterkulisse vermittelt. In Tat und Wahrheit wurde auch mit einem Theaterstück auf originelle Weise auf die virtuelle Welt von heute aufmerksam gemacht hat.

**Jürg Berrel**

Architekt BSA/ SIA, Berrel Architekten, Basel

DVD mit allen Vorführungen im Future Building, SZFF Fassadenfilm sowie Bildmaterial und TV Ausschnitt Telebasel

Fr. 46.- inkl. MWST und Versand

**Kontakt:**

I/E/U/ AG Consulting  
H.J.Luchsinger  
Grammetstr. 14, 4410 Liestal  
Tel. 061 927 55 00  
hjl.tenum@pingnet.ch

MCH Messe Basel AG  
Ch. Rudin, 4005 Basel  
Tel. 058 200 20 20  
info@messe.ch, www.ineltec.ch

**Medienpartner**

AZ Fachverlage AG  
5001 Aarau  
Tel. 062 836 60 04  
www.az-verlag.ch

**aktuelle Infos:**

www.future-building.ch

ter technischer Betreuung – häufig vor halb bis ganz leeren Rängen. Als Messebesucher kann man sich zu wenig genau timen, dass man genau am richtigen Tag zur richtigen Zeit wieder im Forum ist.

Auch die GNI-SZFF-Feierabendseminare waren eher schwach besucht. Offenbar haben die meisten Besucher nach einem anstrengenden Messtag keine Lust mehr, ein Seminar zu besuchen.

Es scheint, dass die Begleitausstellung vis-à-vis etwas im Schatten des Future Buildings stand. Die Besucher wurden förmlich von dessen Fassade angezogen und viel weniger von den Ständen in der Begleitausstellung. Etliche Aussteller beklagten sich denn auch über mangelnde Frequenz. Verschlechtert wurde dies zusätzlich durch die verschachtelte Anordnung der Stände. Einmal mehr zeigte es sich auch, dass es für einen kleineren Verein wenig Sinn macht, an einer Messe mit einem (besetzten) Stand aufzutreten.

**Fazit:** Weniger wäre mehr.

**Aussichten für die Zukunft**

Mit der Sonderschau Future Building und v. a. mit dem Gebäude selbst wurde sicher ein professioneller Massstab für die Demonstration vernetzter Gebäudetechnik im

Office und Home gesetzt. Dies wurde auch von etlichen Verantwortlichen anderer Messen, z. B. der Projektleiterin der e/home Berlin mit grosser Anerkennung gewürdigt. Es ist wirklich gelungen, sehr viel Know-how, Produkte- und Funktionsvielfalt unter einem gemeinsamen Dach zu vereinen.

Dieser Power sollte weiter getragen werden. Ob an der Ineltec 2005 oder an anderen Anlässen muss gut diskutiert werden. In einer weiteren Ausgabe könnte auch vieles einfacher, dafür transparenter gestaltet werden. Zudem müsste man sich überlegen, ob doch auch die einzelnen Produkte selbst sich noch stärker profilieren könnten, ohne die Gesamtbotschaft damit zu verwässern. Bei weiteren Ausgaben sollten auch die oben geschilderten Überbelastungen des Teams abgefangen werden.

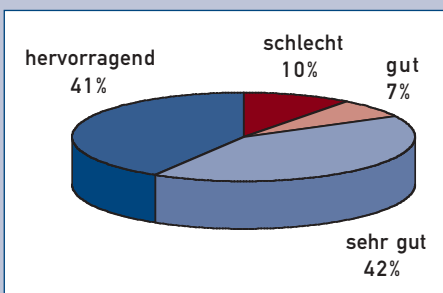
Es ist also wichtig, dass alle Beteiligten offen ihre Erfahrungen darlegen können und weitere Aktionen auf einer gründlichen Analyse aufbauen. Auf jeden Fall ist zu hoffen, dass sich immer wieder engagierte Fachleute auf eine solche Tat einlassen, die vielleicht zuerst ziemlich unrealistisch erscheint. Nur so entstehen Visionen und nur Visionen schaffen wirklich neue Märkte!

**Oder mit anderen Worten:**

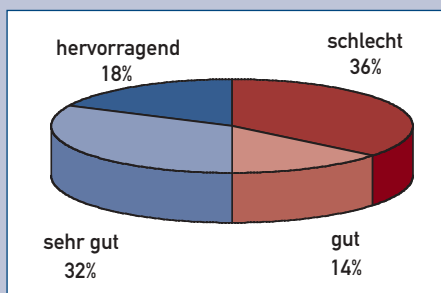
*Wenn du ein Schiff bauen willst,  
dann rufe nicht die Menschen zusammen,  
um Holz zu sammeln,  
Aufgaben zu verteilen,  
und die Arbeit einzuteilen,  
sondern lehre sie die Sehnsucht  
nach dem grossen weiten Meer.*

Antoine de Saint-Exupéry

**Die Standgestaltung und insbesondere die Medienfassade als Eyecatcher fand ich:**



**War die Grundidee der Medienfassade (Kommunikation nachts, Transparenz am Tag) erkennbar?**



**Sind Sie interessiert, im Jahre 2005 wieder an einer Sonderschau teilzunehmen?**

