

BTA – Building Technology Austria

Spannendes Format mit Ausbaupotenzial

In der Messe Wien ging am 18. und 19. September die 1. BTA – Building Technology Austria in Szene. Das neue B2B-Format verkörpert die Vision einer integralen Gebäudeplanung durch fächerübergreifende Kreativität, nachhaltige Technologien und intelligente Zusammenarbeit.

Dies ist gelungen, indem die BTA sich in gleicher Weise als Fachforum, Expo, Start-up Village, Lab und Networking-Event präsentierte. Mit dabei waren 80 Aussteller, die sich auf 16 m² großen Einheitsständen präsentierten. Knapp über 1.000 Besucher kamen nach Angaben von Veranstalter Reed Exhibitions zur Erstveranstaltung.

Klare und miteinander kommunizierende Strukturen

Der Messebereich, BTA-Expo, war in fünf auch farblich wahrnehmbare Themengebiete, sogenannte Topic Districts, gegliedert: SMART Buildings / Energy Systems / Climate & Water Supply / Safety, Health & Security / Planning Solutions. BTA-Fachforum sowie BTA-Lab und BTA Start-up Village waren prominent in der Halle D der Messe Wien positioniert. Im BTA-Fachforum wurden den Fachbesuchern mehr als 30 Referate hochkarätiger Experten geboten. Dem vertieften Wissensaustausch diente das BTA-Lab. Universitäten, Institute, Verbände, Fachmedien und Expo-Aussteller konnten eine der drei Workshop-Inseln buchen, um dort interaktive Sessions für bis zu 15 Personen abzuhalten. Für Erfahrungsaustausch und Networking hatte Reed Exhibitions außerdem zentrale Kommunikationszonen samt kostenloser kulinarischer Begleitung inmitten des Geschehens eingerichtet.

Die zweite Ausgabe der BTA – Building Technology Austria soll am 30. September und 1. Oktober 2020 in der Messe Wien stattfinden.

TGA-Blitzumfrage

Das neue Konzept fand unter den Ausstellern durchaus Zustimmung. Die Besucherzahlen entsprachen nicht ganz den Erwartungen. In einer Blitzumfrage fragten wir Aussteller zu:

1. Wie ist die BTA 2019 aus Ihrer Sicht verlaufen?
2. Welche Aspekte waren für Sie besonders positiv, bei welchen Punkten gibt es noch Verbesserungspotenzial?
3. Planen Sie bei der nächsten BTA wieder mit dabei zu sein?

Ing. Marcus Scheller, Geschäftsführer Rittal:

1. Grundsätzlich war die Messe gut konzipiert und organisiert. Das Thema und die Zusammensetzung der Aussteller war gut gewählt. Die Auftaktveranstaltung war gelungen und hatte einen guten Zustrom. Das Gesamtbesucherergebnis hätte besser sein können.
2. Die Einheitsstände ergaben ein homogenes, ansprechendes Bild. Da die Standflächen für voluminöse Exponate zu klein sind, regen wir eine zentrale Ausstellungsfläche dafür an. Die Fachvorträge waren teilweise gut und auch gut besucht. Reine Produktthemen wurden



Marcus Scheller, Rittal

weniger in Anspruch genommen. Eventuell hat hier auch das Fachpublikum gefehlt.

Nun gilt es zu analysieren: Aus welcher Branche kamen die Besucher, welche Branchen waren gar nicht oder nur schwach vertreten? Des Weiteren muss die Besucherwerbung hinterfragt werden. Wurden Branchen übersehen, war die Wahl der Ansprache die richtige. Dazu gibt es seitens des Veranstalters auch die notwendige Bereitschaft.

3. Wir warten einmal die Ergebnisse der Analysen ab.

Günter Zink, Vertriebsleiter Building Technologies Rehau Österreich:

1. Aus unserer Sicht war der Publikumsbesuch auf der Messe insgesamt nicht sehr groß, was sich natürlich auch auf die Besucherfrequenz auf unserem Stand niedergeschlagen hat. Die Messe wurde im Vorfeld seitens der Messeorganisation nicht ausreichend beworben. Zu unseren Kunden ist nichts oder sehr wenig über diese Messe durchgedrungen.

2. Positiv war das einheitliche Standkonzept und die damit verbundenen überschaubaren Kosten. Auch die Cateringplätze wurden als angenehm empfunden. Wie bereits im Punkt 1. erwähnt, gibt es bei Marketing und Werbung von Seiten der Messeorganisation eindeutig Verbesserungspotenzial. Außerdem ist durch das kleine, einheitliche Standkonzept die Messe höchstens von regionaler Bedeutung für den Osten Österreichs, kein Thema jedoch für das ganze Bundesgebiet (anders als die Energiesparmesse Wels).
3. Eine Teilnahme 2020 hängt für uns vom Marketing- und Werbekonzept der Messeorganisation im nächsten Jahr ab und ist derzeit noch offen.



Der Stand von Rehau

Gerhard Vogel, Geschäftsführer Wilo Pumpen Österreich

1. Die Quantität an Besuchen war eher gering, die Qualität der Besuche war jedoch zufriedenstellend. Als Nachfolgemesse der Aquatherm ist diese Messe nicht zu verstehen, da der Fokus im Bereich der Gebäudeautomation liegt und somit hauptsächlich Betreiber, FM-Unternehmen und Planer anspricht. Diese Kundengruppen sollten aber auch vom Messeveranstalter medial



stärker angesprochen werden. Unser Eindruck war nämlich der, dass die Besucher hauptsächlich von den Ausstellern selbst zum Besuch animiert worden sind. Hier würden wir uns einen stärkeren Vermarktungsauftritt des Messeveranstalters erwarten. Aus unserer Sicht waren die Tageseintrittspreise für die Besucher, die nicht von den Ausstellern Gutscheine erhalten haben, zu teuer. € 45,00 für eine halbe Ausstellungshalle ist zu hoch.

2. Positiv war das Come together, das eine sehr gute Plattform für die Vernetzung zwischen den Ausstellern geboten hat. Die einheitlichen Größen der Stände waren auch sehr positiv. Damit stand die Information im Vordergrund. Mit unserer Standposition waren wir sehr zufrieden.
3. Wir planen, wieder dabei zu sein, da wir mit der Betreiber-/Planerorientierung eine neue Vermarktungsausrichtung in Form einer Messe sehen.

**Kerstin Klenkhardt,
Sauter Österreich:**

1. Sehr positiv. Wir hatten viele Interessenten am Stand. Wenn die Messe noch bekannter wird, ist das sicherlich noch besser.
2. Eine Kongressmesse ist für Fachbesucher immer der bessere Weg, um an detaillierte Informationen zu gelangen. Die gleich großen Ausstellerflächen halten wir für positiv.
3. Ja, wenn die Kosten ähnlich bleiben und trotzdem mehr und früher für die Messe geworben wird. Wir planen vielleicht auch einen der Workshops oder Vorträge auszurichten.



Der Stand von Sauter.

**Thomas Kirsch, Segmentleiter
Building Service Xylem Water
Solutions Austria:**

1. Das Konzept der Expo, die Vorträge und die Aufmachung mit den gleich großen Messeständen ist sehr gut.
2. Es waren zu wenig Besucher, die Werbung für die Expo muss besser werden.
3. Ja.



Martin Spanblöchl, Viessmann

Martin Spanblöchl, Niederlassungsleiter Wien, Viessmann:

Es war die erstmalige Umsetzung dieser neuen Fachmesse und wir blicken überwiegend positiv auf diese Veranstaltung zurück. Hervorzuheben ist das innovative Konzept, welches sich von den etablierten Fachmessen im Bereich der Gebäudetechnik deutlich unterscheidet.

Diese neue Plattform mit einheitlichen Messeständen hat für die Besucher hochwertige Informationen zu spannenden Themenbereichen wie SMART Buildings, Energy Systems oder Digitalisierung geboten. Durch Aktivitäten wie Fachvorträge oder Workshops wurden Wissenstransfer und Dialog entsprechend gut gefördert.

Die BTA ist als Network-Event zu sehen und hat das Ziel, Fachleute aus dem gesamten Bereich der Gebäudetechnik zusammen zu bringen. Der Fokus auf eine breite Basis von Besucher-Zielgruppen wie z.B. Installateure, Planer, Bauträger oder Energieversorger hat bei uns Zuspruch gefunden.

Im Bereich der Besuchermobilisierung ist sicher noch Optimie-



Der Stand von Viessmann

rungspotential gegeben und ein entscheidendes Thema muss daher sein, die Besucherzahl bei der nächsten Veranstaltung zu erhöhen. Zusammengefasst ist die BTA eine gute Initiative und ein Schritt in die richtige Richtung.

Ob Viessmann neuerlich an der BTA teilnehmen wird, wird zu einem späteren Zeitpunkt entschieden.

**Ing. Andreas Zottler, Sales & Marketing Director Austria
Rettig Austria:**

Die Grundidee der Messe finde ich sehr gut. Mit der „gerechten“, für alle Aussteller gleichen Fläche, und der übersichtlichen Raumaufteilung in der Halle waren alle Aussteller gleichermaßen gut präsent. Auch die Verpflegungszonen in den einzelnen Bereichen konnten für Gespräche unsererseits gut mitgenutzt werden. Die Vorträge waren von den Themen größtenteils sehr interessant und durch die zentrale Lage des Vortragsbereiches direkt im Messtagesablauf integriert.

Leider war die allgemeine Besucherfrequenz an beiden Tagen erschreckend niedrig.

Unsere Erwartungen waren, hier Planer, Bauträger, Architekten sowie Anlagenbauer als Besucher anzutreffen und in Kontakt zu kommen. Leider waren diese Ziel-



Andreas Zottler, Rettig

gruppen bei der schon allgemeinen schwachen Besucherquote fast nicht vorhanden. Diese geringe Besucherzahl resultiert unserer Meinung nach daraus, dass in den entsprechenden angeführten Branchen diese Messe viel zu wenig bis gar nicht beworben wurde.

Um hier ein Konzept für die Zukunft zu haben, ist es unumgänglich, Besucher der angesprochenen Branchen mit gezielter Werbung und noch interessanteren Vorträgen zu einem Messebesuch zu motivieren.

**Dr. Georg Patay,
Geschäftsführer energy4rent**

1. Wenn man neue Wege beschreiben, ist das immer auch ein Risiko – aber wer nichts Neues wagt, der wird auch nie erfolgreich sein! In Bezug auf die Besucherqualität waren wir sehr zufrieden, in Hinblick auf die Besucherfrequenz sehe ich noch viel Luft nach oben.



Georg Patay, energy4rent

2. Unsere Branche lebt von Innovationen und wird immer vernetzter. Daher ist für mich das BTA-Konzept die richtige Antwort auf unsere immer vernetzter werdende Branche. Die Konzeption von einheitlichen, kompakten Messeständen finde ich sehr gut. Bei der Qualität der gemeinsamen Cateringzonen könnte sich die BTA an der ARCHITECT@WORK noch etwas mehr „benchmarken“. Auf jeden Fall muss das Einladungsmanagement der relevanten Zielgruppen seitens der Reed Messe massiv verbessert werden, um die Messe bekann-

ter zu machen und damit die Besucherzahl zu erhöhen.

- Wir sind noch in der Überlegungsphase und haben daher keine Entscheidung getroffen. Unglücklich finde ich den neuen BTA-Termin, der zu zeitnah an der ARCHITECT@WORK gelegt wurde. Vielleicht gibt es hier noch eine Adaptionmöglichkeit.

Sabine Stubenvoll, Leiterin Marketing, Kommunikation & Personalentwicklung AT/CEE Trox Austria:

- Das Konzept der BTA mit Fachforum, Workshops und Messe ist einzigartig in der Branche. Wir haben viele spannende Gespräche geführt und interessante Kontakte geknüpft. Das neue Konzept der Building Technology Austria hat auf jeden Fall Potential für die Zukunft.



- Besonders hervorzuheben ist die BTA als Netzwerk-Event, es wurden auf dem Messestand und auf den Gängen sowie im Communication- & Cateringbereich spannende Gespräche geführt. Die Größe des Messestandes war aus unserer Sicht vollkommen ausreichend, somit sind die Kosten auch im Rahmen geblieben. Als Aussteller waren wir seitens des BTA-Organisationsteams immer bestens betreut – vielen Dank dafür! Verbesserungspotential sehen wir auf alle Fälle in der Besucheranzahl und im Mix der Fachbesucher (Architekten, Bauherren, Planer, Investoren etc.) und somit

auch in der Vermarktung der Building Technology Austria.

- Gerne sind wir bei der nächsten Veranstaltung wieder dabei.

Alfred Eder, Geschäftsführer Anton Eder:

Die Firma Eder als ein österreichischer Hersteller ist besonders interessiert an einer Fachmesse auf unserem Heimmarkt. Wir sind daher sehr froh, dass in Wien dieses neue Format „BTA“ ins Leben gerufen wurde. Die Kombination aus solider Fachmesse und Kongress finden wir sehr gut; ebenso die branchenübergreifende Ausstellerstruktur. Zwei Tage sind vom Zeitaufwand ebenfalls ideal.

Der Zeitpunkt könnte sicher etwas früher im Jahr gewählt werden; z.B. zum Ende des ersten Quartals. Von der Häufigkeit her wünschen wir

uns, dass die Veranstaltung alle 2 Jahre stattfinden sollte.

An Verbesserungsmöglichkeiten gibt es sicherlich auch noch einige Punkte für die nächsten Jahre: u.a. vom Umfang der Aussteller ist zu wünschen, dass dieser noch vergrößert wird ..., u.a. gehört in der Haustechnikbranche die Zielgruppe Installateur- und Fachgroßhandel direkter angesprochen.

Grundsätzlich ist es aber so, dass wir an dem Format festhalten werden und gerne die nächsten Schritte samt den Verbesserungen mitmachen wollen.

www.bt-austria.at



LG

Erfolgreiche Roadshow

Ausgestattet mit einem eigens angefertigten Präsentationswagen, machte sich das Team von LG Electronics Austria auf zu einer Roadshow, um die neue Therma V R32 Split Wärmepumpe vorzuführen.

Das Team von LG besuchte fünf Städte innerhalb von fünf Tagen. Die drei Vortragenden erklärten während täglich drei Demos und weiteren Fachvorträgen die Vor-

teile der Anwendung. Man absolvierte dabei ca. 1.650 km und benötigte insgesamt ca. 12 Stunden Auf- und Abbaizeit.

Eine komplett funktionstüchtige Wärmepumpeninstallation sowie Demoequipment zur kompletten Regelung und ein Multimedia-Präsentationsset ermöglichten eine eindrucksvolle Vorstellung der vielseitigen Luft-/Wasser-Wärmepumpe.



Effizientes Kältemittel und neuentwickelter Kompressor

Zentrales Thema für energieeffizienten und umweltfreundlichen Betrieb für das neue Modell sind dabei das hochleistungsfähige Kältemittel R32 sowie der von LG neuentwickelte hybride Verdichter R1. LG hat sich für seine Heiz- und Klimasysteme der Zukunft für das umweltfreundliche Kältemittel R32 entschieden, das

mit dem GWP von 675 rund 70 % unter dem bisher genutzten Kältemittel R410a liegt und auch ca. 20 % weniger Füllmenge benötigt. Der neuentwickelte Kompressor R1 vereint als weltweit erster Verdichter die Vorteile von Scroll- und Rotationskompressoren.

Die neue Luft-/Wasser-Wärmepumpe LG Therma V R32 Split ist in Österreich, der Schweiz und Deutschland bereits erhältlich.

www.lge.com

