

München, 18. Januar 2020

Presseinformation

Schlussbericht

BAU ONLINE gibt Orientierung in bewegter Zeit

- Reichhaltiges Digital-Angebot vom 13.-15. Januar 2021
- 247 Aussteller aus 29 Ländern, 38.325 Teilnehmer aus 138 Ländern
- Top-Thema: Corona als Beschleuniger des Wandels

Silvia Hendricks
Pressekontakt
Tel. +4989-949-21483
Silvia.Hendricks@messe-
muenchen.de

Intensives B2B-Networking und vielfältige Markteinblicke – das Angebot der BAU ONLINE erwies sich als wichtiger Ankerpunkt für die Baubranche in bewegter Zeit. 247 Aussteller boten digitale Live-Präsentationen sowie 1:1-Gespräche an und das Konferenzprogramm beleuchtete die Themen Digitalisierung, Herausforderung Klimawandel, Ressourcen und Recycling, Wohnen der Zukunft sowie die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Architektur und Bauwirtschaft.

„Die starke Beteiligung an der BAU ONLINE zeigt, wie wertvoll unser Messenetzwerk für die Baubranche ist“, erklärt Dr. Reinhard Pfeiffer, Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München. „Wir haben unseren Kunden und Partnern eine Brücke zur BAU 2023 geboten – zu der bereits nahezu alle namhaften Aussteller ihre Messebeteiligung angekündigt haben.“ Die BAU ONLINE hat „die Baubranche in beeindruckender Weise aktiviert“, so Dieter Schäfer, Fachbeiratsvorsitzender der BAU München und Vorstandsvorsitzender der Deutschen Steinzeug Cremer & Breuer AG. „Das digitale B2B-Networking leistet einen entscheidenden Beitrag, das Geschäft in dieser herausfordernden Zeit am Laufen zu halten. Das ändert jedoch nichts an der Tatsache, dass die BAU ONLINE die Präsenzmesse BAU nicht ersetzen kann.“

Die wichtigsten Zahlen zur BAU ONLINE

247 Aussteller aus 29 Ländern haben sich an der BAU ONLINE beteiligt und 1.495 Live-Präsentationen sowie 4.316 1:1-Gespräche angeboten. 23 Aussteller

Messe München GmbH
Messegelände
81823 München
Deutschland
messe-muenchen.de



Presseinformation | 18. Januar 2020 | 2/2

unterstützen das Event zudem als Sponsoren. Während der drei Tage schalteten sich insgesamt 38.325 Teilnehmer aus 138 Ländern zu. Insgesamt zählte die Plattform während der drei Tage 218.756 Zugriffe. Das Konferenzprogramm umfasste 31 Foren, in denen rund 150 Experten Einblicke in Trendthemen gaben. Der Live-Stream wurde für drei Zeitzonen ausgestrahlt (Europa/Berlin, USA/New York, Asien/Shanghai).

BAU eine feste Größe im Kalender der Aussteller

„Für uns ist und bleibt die BAU eine feste Größe in unserem Kalender. Bei der Premiere der BAU ONLINE Gold-Partner zu sein, ist für Schüco selbstverständlich“, erklärt Dr. Georg Spranger, Leiter Marketing, Schüco International KG. „Das neue Format kam sehr gut bei uns und unseren Gästen an. Und natürlich freuen wir uns jetzt schon auf die BAU 2023.“

Dr. Max Schöne, Geschäftsführer von heroal, sagt: „Wir waren gespannt, wie das neue, digitale Format von den Besuchern angenommen wird – und freuen uns, dass die BAU ONLINE 2021 erfolgreich verlaufen ist. Wir haben zahlreiche wertvolle Gespräche mit Kunden und Interessenten aus aller Welt führen können und viele positive Rückmeldungen zu unseren neuen Produkten und Serviceangeboten erhalten.“ Und Volker Höschele, Country Business Director bei Bosch Professional Deutschland, meint: „Die BAU ONLINE bot uns die Möglichkeit, auch in Zeiten des Abstands die Kommunikation und den Austausch mit unseren Händlern und Usern zu pflegen und unsere Produktneuheiten und Innovationen vorzustellen. Das ist für uns enorm wichtig. Unser Dank gilt der Messe München, die ein solches Format ermöglicht hat.“

„Die BAU hat das beste aus der Situation gemacht“, sagt Stefan Fischbach, Vorsitzender der Geschäftsführung der ASSA ABLOY Sicherheitstechnik.

„Besonders die Live-Präsentationen kamen bei unseren Kunden sehr gut an. Die virtuellen Vorträge können aber das persönliche Gespräch nicht ersetzen und wir freuen uns darauf, 2023 Kunden und Partner wieder in München zu treffen.“

Corona als Beschleuniger des Wandels

„Wir brauchen im Bausektor Innovation für Klimaschutz und Herausforderungen wie bezahlbares Wohnen“, erklärte Anne Katrin Bohle, Staatssekretärin im

Presseinformation | 18. Januar 2020 | 3/3

Bundesbauministerium, im Online-Konferenzprogramm – und führte weiter aus: „Die aktuelle Krise hat außerdem gezeigt, dass das Bauen noch widerstandsfähiger werden muss. Auch die Digitalisierung hat das Ziel, nachhaltiges Bauen zu unterstützen und die Produktivität der Bauwirtschaft zu erhöhen.“ Dieter Babel, Hauptgeschäftsführer des Hauptverbands der deutschen Bauindustrie, schlug in die gleiche Kerbe: „Die Bauindustrie ist insgesamt bis jetzt gut durch die Pandemie gekommen. Gleichwohl brauchen wir Gründergeist und Start-ups für Fortschritt, Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit.“

Die Pandemie „hat das Klima des Wandels beschleunigt“, sagte Anja Rosen, Architektin und Geschäftsführerin von agn Niederberghaus & Partner, „jetzt ist es wichtig, die Pandemie-bedingten Ressourcen-Einsparungen zu verstetigen und Rückprall-Effekte zu vermeiden“. Zum Beispiel, in dem weniger Flächen in Gebäuden genutzt werden – und diese dann auch mehrfach. Klar wurde an vielen Stellen: Das Gebäude der Zukunft wird immer technischer und komplexer, frühes und interdisziplinäres Planen essenziell. Ein Beispiel dafür brachte Magnus Nickl von Nickl & Partner ein: „Wir sehen die Krankenhäuser der Zukunft nicht als singuläre Gebäude, sondern als Plattformen, die immer je nach Bedarf zusammengesteckt werden können.“

Das Konferenzprogramm der BAU ONLINE hat viele wichtige Trends in der Bauindustrie aufgezeigt – und es wurde deutlich, „dass ein schlichtes ‚Weiter-so‘ nach Corona nicht möglich ist“, so Markus Sporer, Projektleitung BAU. „Die Präsenzmesse BAU 2023 wird deshalb relevanter sein denn je“, erklärt Matthias Strauss, ebenfalls Projektleitung BAU. „Hier wird der durch Corona angestoßene, langfristige Wandel der Bauindustrie und all ihrer Gewerke komprimiert aufgezeigt werden.“

Weitere Informationen zur BAU: www.bau-muenchen.com



BAU ONLINE: Corona als Beschleuniger des Wandels

Über die BAU

Die BAU, Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme, ist die größte und bedeutendste Veranstaltung der Branche. Corona bedingt fand die BAU vom 13. bis 15. Januar 2021 rein digital als BAU ONLINE statt. 247 Aussteller aus 29 Ländern und 38.325 Teilnehmer aus 138 Ländern nutzen die Plattform. Als Präsenzmesse im Januar 2019 präsentierte die BAU auf 200.000 m² Fläche Architektur, Materialien und Systeme für den Wirtschafts-, Wohnungs- und Innenausbau im Neubau und im Bestand.

Die BAU führt, weltweit einmalig, alle zwei Jahre die Marktführer der Branche zu dieser Gewerke übergreifenden Leistungsschau zusammen. Das Angebot ist nach Baustoffen sowie nach Produkt- und Themenbereichen gegliedert. Die BAU spricht alle an, die mit der Planung, sowie mit dem BAU und dem Betrieb von Gebäuden aller Art zu tun haben. Zugleich ist die BAU die weltgrößte Fachmesse für Architekten und Ingenieure. Die zahlreichen attraktiven Veranstaltungen des Rahmenprogramms, darunter hochkarätige Foren mit Experten aus aller Welt, runden das Messeangebot ab.

Über die Messe München

Die Messe München ist eine der weltweit führenden Plattformen für Vernetzung. Getreu dem Claim „Connecting Global Competence“ agiert die Messe München als globale Vernetzungsplattform und bringt Entscheider aus der ganzen Welt zusammen. Im Portfolio der Messe München finden sich über 50 eigene Fachmessen für Investitions- und Konsumgüter sowie Neue Technologien, die sich mit gesellschaftlich-aktuellen Themen befassen. Hierzu gehören die Weltleitmessen bauma, BAU, IFAT und ISPO Munich. Die jährlich rund 200 Veranstaltungen der Messe München ziehen rund 50.000 Aussteller und drei Millionen Besucher an.

Die Messe München verfügt über eines der modernsten Messegelände der Welt und bietet ihren Kunden mit dem gesamten Messegelände in Riem, dem ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungszentrum München und im Conference Center Nord vier Locations, die sämtliche Kundenwünsche individuell erfüllen. Neben dem Heimatmarkt München ist die Messe München auch im Ausland sehr erfolgreich und mit Präsenzen in China, Indien, Südafrika, Brasilien, Russland und der Türkei in allen wichtigen Wachstumsmärkten der Welt aktiv. Insgesamt ist die Messe München mit ihrem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften und Auslandsvertretungen in mehr als 100 Ländern präsent.