

**Zeitschrift:** Schweizer Ingenieur und Architekt  
**Herausgeber:** Verlags-AG der akademischen technischen Vereine  
**Band:** 115 (1997)  
**Heft:** 3

## **Sonstiges**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

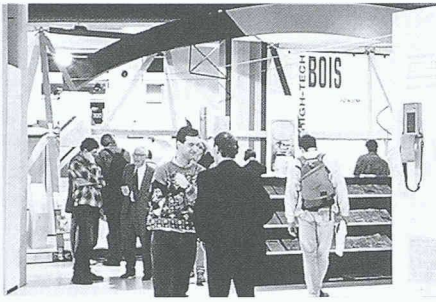
### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 14.03.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## Jahrmärkte für Fachleute



Das vorliegende und das nächste Heft sind einem Anlass gewidmet, an dem auch der SI+A nicht vorbeikommt: der Swissbau, die vom 28. Januar bis zum 1. Februar in Basel stattfindet. Aufgelegt in den verschiedenen Hallen und an einem eigenen Stand, den wir mit anderen Fachzeitschriften zusammen betreiben, werden diese zwei Ausgaben hoffentlich so rasch vergriffen sein wie in früheren Jahren. Doch soll für die bedeutendste Baumesse hierzulande nicht die Werbetrommel gerührt werden, denn kaum eine der grossen Branchenschauen hat dies nötig. Sei es die zurzeit in München stattfindende «Bau», die «CeBit» oder eben die Swissbau: Die Standflächen sind ausgebucht, die Wartelisten lang. Grösste Sorge der Aussteller ist mithin, dass gar zu viele Besucher herbeiströmen und den umworbenen entscheidungsgewaltigen Menschen den Messebesuch vergällen.

Ein weiterer Ausbau dieser Grossveranstaltungen ist denn auch kaum erwünscht. Abhilfe sollen manchenorts unterschiedliche Sektoren schaffen, die den Fach- vom Laienbesucher trennen – etwas diskriminierend und letztlich wenig sinnvoll, sind doch die jungen Computerfreaks und Freizeitrenovierer nicht selten die Firmeneinkäufer von morgen. An der offensichtlichsten Lösung, nämlich der Schaffung neuer Messen, scheinen die Unternehmen wenig Interesse zu haben. Dies zeigt die klägliche Geschichte der Renovationsmesse «Züribau». Zunächst mangels Nachfrage verschoben, fand sie schliesslich Unterschlupf bei der Herbstmesse Züsä – wohl irgendwo zwischen Bratwurstgrills und Marktschreibern mit Do-it-all-Küchengeräten, jedenfalls unbemerkt vom potentiellen Fachbesucher. Die Swissbau, bisher alle zwei Jahre durchgeführt, will nun den Besucheransturm mit einem jährlichen Turnus und unterschiedlichen Schwerpunkten meistern. Dies mag der angestrebten besseren Übersicht förderlich sein, ob es die Attraktivität steigert, muss sich erst weisen.

Weshalb also dieser Erfolg der Leitmessen? Von Ausstellerseite ist die schiere Präsenz sicherlich ein Muss, obwohl der konkrete Nutzen oft schwer messbar sein dürfte. Nicht umsonst sprechen Firmen gerne von den vielen «Kundenkontakten», die sich an Messen ergäben – doch wer ist künftiger Kunde, wer bloss neugieriger Flaneur? Unbestritten sei auch, dass sich für die Schar der Besucher ein Fundus an Informationsquellen auftut. Dieser allerdings ist durchtränkt vom PR-Können von Vertretern und Textern, und es ist fraglich, ob die gesuchten Daten nicht vom heimischen Büro aus ebensogut beschafft werden könnten.

Wenn also bald wieder Tausende nach Basel pilgern, sind wohl nicht nur rationale Gründe im Spiel. Nebenbei: Sind nicht unsere Vorväter an ganz besonderen Tagen von ihren Höfen ins Tal hinuntergestiegen, um sich in der oft gar nicht so nahen Stadt zum Jahrmarkt zu begeben? Einige Notwendigkeiten mussten erstanden werden (die obligaten Hosenträger, das Sackmesser für den Nachwuchs – nachzulesen beim Heimatschriftsteller Ihrer Wahl!), aber vor allem traf man Verwandte und Bekannte, tauschte Neuigkeiten aus und setzte sich nach geglückten Geschäften zusammen ins Wirtshaus. Den Messebesuch des modernen Berufsmenschen jedenfalls macht dies ebenso aus: das sinnliche Wahrnehmen der Präsentationen, des Messerummels und das Zusammentreffen mit Geschäftsfreunden und Firmenvertretern, zur Fachsimpelei, einem Gläschen – jenem persönlichen Kontakt eben, für den im Arbeitsalltag selten genug Zeit bleibt.

*Richard Liechti*