

# „Die beste boot der letzten fünf Jahre“

Die boot-Aussteller aus dem Weserrevier eint am letzten Tag der Internationalen Bootsausstellung in Düsseldorf eins: das breite Lächeln im Gesicht. Die Stimmen zu neun vollen und tollen Tagen betonen immer wieder folgendes: Die boot-Ausgabe 2020 war die beste der vergangenen fünf Jahre und die Kunden so international wie nie zuvor. Das bestätigt auch die Messestatistik mit 250.000 Wassersportfans aus 106 Ländern – mit einem Anteil der internationalen Besucher von 25 Prozent.



Andrew Winkley (l.), einer der Geschäftsführer des maritimen Großhandels Bukh Bremen, schwärmt von der besten boot seit fünf Jahren und weiß mit dieser Aussage seine Händler hinter sich. (Fotos: Kölling)

**A**ndrew Winkley, einer der Geschäftsführer des maritimen Großhandels Bukh Bremen, berät gerade ein Paar im besten Alter zur richtigen Ankerwinde. An einer bestimmten Stelle des Gesprächs würde er die Ratsuchenden an seine Händler auf dem Stand übergeben. So funktioniert das hier: Winkley stellt mit Bukh aus und liefert damit den Händlern mit einem 520-Quadratmeter-Stand praktisch die Plattform für ihre Geschäfte. Verkaufen müssen die sieben Händler selbst. 520 Quadratmeter: So groß war Bukh noch nie auf der boot. Aber die Bremer haben eben auch neue Ausstellungsstücke dabei und neue Hersteller im Sortiment. Winkley ist der erste, der von der besten Messe seit fünf Jahren spricht und weiß dabei „seine“ Händler wie Heiner Imhoff von der Lesum oder Wilhelm Janssen von der Geeste hinter sich.

Vor einer besonderen Herausforderung standen die beiden neuen Beilken Sails-Geschäftsführer Uwe Wenzel und Lars Lensing-Hebben: Beilken hatte die Messe unter der vorherigen Geschäftsführung bereits abgeschlossen, sich aber unter der neuen ganz kurzfristig anders ent-

## Aussteller aus dem Weserrevier ziehen rundum positive Bilanz nach neun Tagen Messe am Rhein



„Die kleinen Erwartungen wurden komplett übertroffen“: Strahlende Gesichter bei den beiden neuen Beilken Sails-Geschäftsführern Uwe Wenzel (r.) und Lars Lensing-Hebben.

schieden. Lensing-Hebben und Wenzel wirken nach neun Messtagen wie ein eingespieltes Ehepaar, bei dem jeder jeweils wechselseitig die Sätze und Gedanken des anderen ergänzt. Lensing-Hebben: „Es war wahnsinnig was los. Und wir mussten ja glücklich sein, dass wir überhaupt noch einen Stand bekommen haben.“ Wenzel: „Wir sind wirklich mit Hoffnung, aber ohne große Erwartungen hergefahren.“ Lensing-Hebben: „Und die kleinen Erwartungen wurden komplett über-

troffen.“ Uwe Wenzel hat auf dem Dreißig-Quadratmeter-Eckstand an einem Gang in Halle 10 überhaupt zum ersten Mal in seinem Leben erlebt, dass ein Kunde einen kompletten Satz Segel auf einer Messe bar bezahlt hat. Und auch sonst galt hier: Es gab nicht nur Anfragen,

sondern auch Abschlüsse. Grundsätzlich gilt bei Beilken auch direkt nach der Messe: Wer jetzt bestellt, hat Ostern seine neuen Segel. Und ein gutes Dutzend Anfragen nach großen Komplettlösungen haben die beiden neuen Geschäftsführer als Hausaufgaben mitgenommen.

Den Gang durch, gleich am Eingang zu Halle 10: Hier haben Hahnfeld Masten und Gleistein Ropes ihren Stand. Alexandra Buerfeld, in der Geschäftsführung von Hahnfeld-Masten vor allem die Frau für die Zahlen, hat nach fünf Tagen Messe ziemlich gute Laune. Ihr Mann Carsten kommt abgekämpft von seinem letzten Vortrag auf einer boot-Forum-Bühne an den Stand zurück: „Jetzt reicht es auch. Aber alle Vorträge waren wirklich gut besucht – mit guter Resonanz. Die Leute haben Fragen danach, kommen mit hierher, was immer gut ist.“

Heide Giese-Bothe ist als Sales-Managerin von Gleistein Ropes weniger wegen der Direktkunden, sondern mehr wegen der Händlerkontakte und Großkunden in Düsseldorf. b2b statt b2c: „Unser komplettes italienisches Netzwerk war hier“. Jetzt denkt sie darüber nach, im nächsten Jahr alle Gleistein-Agenten auch aus dem Ausland auf die boot einzuladen.

Volles Haus auch am riesigen Stand von SVB, dem großen Bremer Spezialversender für Wassersportartikel: Die Verkaufstresen sind dauerhaft dicht umlagert. Trotzdem kommen von Kerstin Friske keine Klagen. Es ist ihre 24. boot, und sie hat einen Qualitätssprung bei der Kundschaft festgestellt: „Wir hatten ein ganz tolles Publikum.“ Viele der meistgefragten Produkte aus dem 32. SVB-Katalog mit seinen 522 Seiten sind auf der Messe anfassbar – und durch die Beratung dann auch erlebbar. Mit nach Hause nehmen kann aber selbst am letzten

Messtag kein Kunde etwas. Kerstin Friske erklärt das Prinzip: „Beraten, verkaufen, versenden – die Bestellungen, die wir hier aufnehmen, sind tags drauf meistens schon beim Kunden.“ Friskes Kollegin Marjorie Le Hérain kümmert sich derweil um die französischsprachige Kundschaft, für die es einen eigenen Katalog gibt. Friske selbst hat aber auch Engländer, Schotten und Belgier beraten.

Ralf Hartwig, Firmengründer des HW Bootcenters in Weyhe, hat mit seinem Hersteller Galeon in diesem Jahr einen Riesensbrocken von Luxusboot in die Superyachthalle 6 gestellt: Die Galeon 680 Fly ist ein Gebirge aus Glas und Karbon – preisgekrönt für ihr Design. Und fast noch wichtiger: Bezahlt. Hartwig: „Für die Yacht hat ein polnischer Käufer 2,6 Millionen Euro hingelegt.“ Nachmittags um fünf nippt er an seinem zweiten Galeon-Stand in der nagelneuen Halle 1 an einem extrastarken Espresso: „Die Messe hat morgens um zehn die Tore geöffnet. Um fünf nach zehn war unser Stand jeden Tag von Menschen geflutet.“ Die Entscheidung, mit den Galeon-Booten von unter 50 Fuß aus der Halle 6 in die 1 zu ziehen, sei komplett richtig gewesen, findet Hartwig: „Es gab viele Anfragen, auch direkte Verkäufe. Aber wir hat-

berät Käufer zu den Marken Outremer mit ihren Performance-Katamaranen aus Südfrankreich, Broadblue mit pfiffigen Cruiser-Katamaranen aus Südengland und vertritt die Dreibeiner der Trimaran-Werft Neel aus Nordfrankreich. Der studierte Nautiker hat am letzten Tag das eine oder andere Lachfältchen mehr im Gesicht: „35.000 bis 40.000 Euro Messeinvest stehen ein auf der Messe unterzeichneter Vertrag für eine 1,5 Millionen Euro teure Outremer 55 und ein weiterer für eine Outremer 45 gegenüber – Wert 850 000 Euro. Tietze: „Und wenn ich mir die Anfragen von der Messe anschau, werde ich noch eine Handvoll weiterer Verträge fertig-kriegen.“

Rüber zu den Schürjs von Blue Yachting. Uli Schürg sitzt auch am letzten Messtag kurz vor Schluss noch auf einer Elan Impression 45, dirigiert Besucherströme durch das Boot und beantwortet etwas heiser die Fragen nach Stauraum und Kojenzahl auf dem Raumwunder der slowenischen Werft. Gleich nebenan am Stand zeigt Sohn Nils potentiellen Kunden die Aluminium-Segelyacht der französischen Werft Allures. Und auch mit einer Garcia Exploration 52 ist Blue Yachting auf der boot dabei: Ein 1,5 Millio-



„Wir hatten ein ganz tolles Publikum“: Kerstin Friske vom Bremer Spezialversender SVB gerät nach ihrer 24. boot ins Schwärmen

Schwergewicht: Yachthändler Ralf Hartwig, Firmengründer des HW Bootcenters in Weyhe, sorgte mit spektakulären Galeons für reichlich Aufmerksamkeit auf der Messe – und für gute Umsätze.



ten mit den La Mare Hausbooten ja auch noch einen dritten Stand zu betreiben. Und das war zusammen dann doch richtig anstrengend für das Team.“

Drei Stände von drei Werften hatte auch „cat sale“-Geschäftsführer Klaus Tietze aus Bremen zu betreiben – aber eben mehr in der Rolle als Yachtconsultant und Agent: Er

nen Spezial-Aluminium-Boot wie ein Aufruf, umgehend auf eine Expedition ins Eis zu gehen.

Und dann macht der Hallensprecher unmissverständlich klar, dass es das jetzt wirklich war mit der boot 2020. Auf Wiedersehen im nächsten Jahr!

(Volker Kölling)