

# Bremen und Hamburg: Da geht was

An fünf Tagen Hamburg Boat Show sind Ende Oktober 27.500 Zuschauer in die drei B-Hallen der Messe Hamburg gekommen. Laut Veranstalterangaben waren das 700 mehr als bei der Erstausgabe der hanseboot-Nachfolgebootmesse im Jahr 2018. Mit rund 300 Ausstellern ist deren Zahl konstant geblieben. Der Weg hin zur eher kleinen Fachmesse mit einem qualitativ hochwertigen Publikum wird viel diskutiert. Der „Sportschipper“ hat sich einen Tag lang auf der Messe umgeschaut und Bremer Stimmen eingeholt.

**T**orsten Conradi erlebt die Hamburg Boat Show im Doppelstress: Der Bremer ist einerseits als Präsident des Deutschen Boots- und Schiffbauerverbandes (DBSV) als Veranstalter gefordert und muss sich gleichzeitig um die Geschäfte seines Yachtkonstruktionsbüros judel/vrolijk & co an seinem Messestand kümmern. Dass er als Bremer mit dafür gesorgt hat, dass Hamburg nach dem Aus der hanseboot eine Wassersportmesse behält, tut er mit einem Schulterzucken ab: „An der Stelle sind wir Hanseaten und unterscheiden nicht mehr zwischen Bremern und Hamburgern. Die Neckereien behalten wir uns für den Hochseeseglerabend in der Oberen Rathaushalle in Bremen vor.“

Am Stand des DBSV trifft Conradi mit Claus-Ehlert Meyer den Geschäftsführer des Verbandes, der sich beim plötzlichen Ende der hanseboot plötzlich in die Veranstalterrolle gepresst sah: „Man darf nicht vergessen, dass wir auf der letzten hanseboot durch 300 sogenannte letters of intend unserer Mitglieder aufgefordert worden sind, in Hamburg eine Messe weiterzuführen.“ Die Hamburg Boat Show werde also von den Ausstellern selbst getragen und sei gewollt. Für die Wassersportbranche im Norden und Nordwesten sei diese Messe im Herbst ungemein wichtig. Insbesondere die Segelmacher füllten hier ihre Auftragsbücher, und im Herbst würden von den Kunden eben oft auch gerne neue Boote bestellt.

Bei unserem Rundgang trifft Conradi auf Dirk Kreidenweiß, Projektleiter der Wassersportmesse Interboot in Friedrichshafen am Bodensee, und im Auftrag des DBSV auch Projektleiter der Hamburg Boat Show, die er nach dessen Wünschen konzipiert hat: „Die Zusammenarbeit war von Anfang an komplett unkompliziert, weil wir uns seit Jahren kennen und mit der Messe Friedrichshafen ja auch selbst schon lange Mitglieder im DBSV sind.“ Torsten Conradi wird per Telefon zu seinem Stand zurückbeordert. Ein Kunde will einen Auftrag zeichnen.

Zufallstreffen mit dem Wassersportlehrer Klaus Schlösser von bootsausbildung.com. Der Bremer, der mit seinen Fachvorträgen und Seminaren feste Größe auf den Wassersportmessen Boatfit in Bremen und Klar Schiff in Bremerhaven war, ist als Besucher an die Alster gekommen. „Mir gefällt der hier gewählte Weg hin zur Fachmesse“ so Schlösser, der das Aus beider Fachmessen im Land Bremen nach wie vor sehr bedauert.

Heide Giese-Bothe, Sales-Managerin von Gleistein Ropes aus Bremen-Blumenthal, ist dagegen nur so halb privat auf der Messe. Gleistein stellt als Hersteller nicht selbst aus: „Aber ich habe hier viele Kunden besucht.“ Ihr Eindruck von der Messe: „Das hier hat für viele etwas mit Netzwerken zu tun.“

Carsten Burfeind von Hahnfeld Masten zieht mit Blick auf sein Auftragsbuch eine durchweg positive Bilanz. „Ich habe nach der Messe einen Haufen Papier, den ich abuarbeiten habe. Wir hatten



Keine Ressentiments: Der Bremer Torsten Conradi ist in seiner Eigenschaft als DBSV-Präsident Veranstalter der Hamburg Boat Show. (Foto: Kölling)

den Stand den ganzen Tag voll. Es war wie zu hanseboot-Zeiten.“ Matthias Wegner von der Segelmacherei „Die Zwei“ fand hingegen die ersten Tage zu schwach besucht. Gezielte Gespräche hatte er erst am Wochenende. Und Ger Schmitz von „Holm“-Segel aus Schleswig, Partner der Bremer Persenningspezialisten, hätte gerne mehr Aussteller aus der Wassersportbranche in der Halle gesehen.

Rüber in die Halle B 6 zu den Stegen mit den Neubooten: Das „HW Bootcenter“ aus Weyhe ist mit einer großen Galeon 420 Fly vor Ort. Listenpreis: 591 000 Euro, Messepreis: 530 000 Euro. Doch stattdessen verkauft das Team um Ralf Hartwig, Torsten Proofs und

Marco Meier ein Boot, das es noch gar nicht gibt. Marco Meier: „Die Galeon 400 kommt erst zur Messe in Düsseldorf, aber wir haben hier so eine aus dem Katalog verkauft.“ Die Weiterführung der Messe in Hamburg ist für Geschäftsführer Marco Meier „sehr wichtig“: „Dieses Mal gab es auch mehr Werbung – sogar einen großen Banner für die Hamburg Boat Show im Bremer Hauptbahnhof.“

Jens Ellermann als Chef von Bukh Bremen sind hingegen Zahlen von etwas mehr als 25 000 Besuchern für den Standort Hamburg zu mager. Ellermann: „Bei 26.000 Besuchern hat der DBSV im vergangenen Jahr Miese gemacht. Ich glaube nicht, dass das bei 27.500 Besuchern großartig anders gelaufen sein wird. Der Verband kann sich diese Veranstaltung auf die Dauer nicht leisten.“ Andererseits gehe auch er zwiespalten in die nächsten Zusammenkünfte mit dem DBSV: „Wir waren ja mit einigen Händlern da, die alle recht zufrieden waren. Das Publikum war interessiert und auch kaufwillig. Und schließlich haben wir viele Wassersportler im Einzugsgebiet. Aber Hamburg muss diese Messe auch wollen.“

Torsten Conradi ist inzwischen am Dehler-Steg in Halle B 6 angekommen. Die Dehler 30 od, eine Konstruktion aus seinem Hause Judel/Vrolijk, ist dicht umlagert. Yachtverkäufer Frank Kuhlmann von Schwern Yachten aus Wedel ist komplett zufrieden mit den Kundenresonanz auf der Hamburg Boat Show: „Hier haben wir Besucher, die wirklich interessiert sind und auch Ahnung haben“. Der waschechte Hamburger versichert, nicht von Torsten Conradi gedrängt worden zu sein, die Judel/Vrolijk-Konstruktionen auf der Hamburg Boat Show auszustellen. Und dass ein Bremer sozusagen den Hamburgern ihre Wassersportmesse rettet, sei für ihn als echten Hamburger auch kein Problem: „Über solche Ressentiments sind wir lange hinweg: Ich arbeite bei Schwern seit Jahren mit einem Bremer zusammen, und bei mir ist es sogar noch schlimmer: Ich bin mit einer Bremerhavenerin verheiratet.“ Bremen und Hamburg: Das geht durchaus zusammen – auch in puncto Wassersportmesse. (Volker Kölling)