

# „In der Branche ist richtig was los“

Kann eine Boot Düsseldorf mit deutlich weniger ausgestellten Booten und Ausstellern als bei vergangenen Veranstaltungen als Erfolg gefeiert werden? Hört man sich unter den Vertretern aus dem Sportschopper-Revier um, so haben die ihren Messeauftritt nicht bereut. Im Gegenteil: Offenbar waren unter den 237.000 Besuchern aus über 100 Ländern viele fachlich versierte Kunden – und dazu einige Menschen, die ihr Ersparnis vor der Inflation retten wollen: indem sie ihr Geld lieber jetzt in das Hobby Wassersport investieren. Ein Messerundgang durch die Hallen.

Es ist das erste Ausstellungsjahr nach zweijähriger Corona-Zwangspause. Viele verkleinern ihre Standflächen – oder kommen gar nicht erst. Ganz gegen diesen Trend hat Bukh Bremen geklotzt und ein neues Messekonzept auf 500 Quadratmetern Fläche in der Ausrüsterhalle umgesetzt. Dazu kommt noch der große, separate Vetus-Stand direkt neben dem Bukh-Stand, der auch vom Bremer

## Der Sportschopper hat sich auf der Boot Düsseldorf an den Ständen der Aussteller aus dem Revier umgesehen

Fachpersonal bespielt wird. Michael Brassat hat als neuer Bukh-Vertriebsleiter die Banner unter der Hallendecke bewusst zurückgefahren, weil es auch so ein Riesenauftritt geworden ist: „Insgesamt haben wir es so etwas luftiger und mit dem großen Stand mehr Raum, um unsere Marken optimal zu präsentieren.“ Für Brassat wäre die Messeausgabe 2023 ohne Corona schon die dritte „boot“ in Funktion des Vertriebsleiters gewesen: „So habe ich schon drei Messen hier geplant, aber jetzt läuft es zum ersten Mal wirklich live ab.“

Für das gemeinsame Foto suchen sich Michael Brassat und Bukh-Geschäftsführer Jörg Bunke den großen, typisch roten Bukh-Diesel aus, mit dem einst das Geschäft der Bremer Großhändler in der Neustadt mal so richtig losging. Aber 2023 ist für beide auch die Chance, mal echte Neuheiten und neue Hersteller zu präsentieren, mit denen Bukh noch gar nicht auf der Messe war. Plastico, Hella Marine, Webasto – die Liste der namhaften Hersteller, deren Sortiment hier zu sehen ist, ist lang. Aber auch die Neuen im Sortiment sind spannend. Brassat: „Mit Kicker Marine Audio besetzen wir das Thema An-Bord-Entertainment, was ganz neu bei uns ist. Wir sind mit italienischen Mitel-Elektromotoren hier, die man in diesen Wochen überhaupt hier erst kaufen konnte. Multiflex hat als Hersteller hydraulischer und mechanischer Lenkungs-systeme einige



Alle Ausstellungsschiffe sind bereits verkauft: Marco Meier vom HW Bootscenter von Ralf Hartwig in Weyhe freut sich am Stand des polnischen Motoryachthersteller Galeon als deutscher Vertragshändler über gute Geschäfte. (Fotos: Kölling)

Markteinführungen. Und das setzt sich so fort.“

Brassat und Bunke kümmern sich auf der Messe vor allem um die Kontakte zu den Firmen. Für die Endkundenberatung und den Verkauf an privat haben sie aber überall auf dem Standareal Fachhändler platziert. Brassat lächelt bei der Frage nach dem Kaufverhalten der Messebesucher: „Man kann das nicht in Euro ausdrücken. Aber wir sehen viel Kaufinteresse und dass unsere Händler hier ganz gute Umsätze schreiben.“ Das liege aber eben auch daran, dass viele Menschen vor einer größeren Investition mehr als eine Seite in einem Katalog oder im Internet sehen wollten und Fragen hätten, die sich am Stand im direkten Gespräch beantworten ließen.

Raus aus der Ausrüsterhalle, rüber zur Superyachthalle 6, wo sich der polnische Motoryachthersteller Galeon inzwischen als feste Größe etabliert hat – und mit der Marke Galeon der deutsche Vertragshändler, das HW Bootscenter von Ralf Hartwig in Weyhe. Hartwigs rechte Hand Marco Meier hat nach fast 25 Jahren den YachtService Hartwig übernommen, hilft aber in Düsseldorf im Verkauf mit all seiner Expertise zu den Booten. Meier bestreitet gar nicht, dass der Bootsbereich von der Pandemie profitiert hat. Diese Jahre hätten zu Einsichten geführt: „Das ist ähnlich wie in der Caravan-Branche: Die Leute haben erkannt, dass sie bei dem eigenen Boot bestimmen, wann die

Reise wohin losgeht. Man ist nicht angewiesen auf Reiseveranstalter, Behörden, Fluglinien und all das.“

Der Blick über den Stand voller Boote weit jenseits der zehn Meter zeigt aber auch, wie weit weg vom straßentauglichen Caravan diese Yachten inzwischen sind – mit ihren Partybars über dem verbreiterbaren Achterschiff, den Designer-Badezimmern und Schlafzimmern mit Kingsize-Betten. Marco Meier: „Klar, die Leute wollen mit allem Luxus unterwegs sein, den sie auch von zu Hause gewöhnt sind. All die Ausstellungsschiffe hier sind bereits verkauft.“ Die bestellten Stückzahlen seien so hoch, dass die Werft auf zwei Jahre ausgebucht sei. „Wir sind in Weyhe mit Galeon ganz vorne und jetzt genau da angekommen, wo wir immer hinwollten. Wir bauen jetzt Yachten von bis zu 25 Metern Länge.“

Raus an die frische Luft und rein in die Segelboot- und Multihull-Halle 15. Hier bleibt es luftig, was dem Bremer Klaus Tietze von Catsale wenig gefällt. Der studierte Nautiker vertritt selbst sechs Mehrerumpferwerften, von denen aber keine ein Boot in der Ausstellung zeigt: „Viele, gerade französische Werften, hatten im vergangenen Jahr lange gewartet und dann doch im Dezember die Boottransporte in die Gänge gebracht – als dann wenige Tage vor Messebeginn doch das Aus bekannt gegeben wurde. Da sind viele auf sechsstelligen Summen an Kosten hängengeblieben.“

Ansonsten hat Klaus Tietze wenig Grund zur Klage: „Ich sage sonst immer, wir verkaufen hier keine Boote. Aber gestern hat ein Kunde einen Vertrag über ein 1,2-Millionen-Euro-Boot gezeichnet. Die Lieferung kann aber erst 2025 erfolgen, weil es vorher keine Bauslots mehr gibt, was momentan typisch ist.“ Die Leute hätten Geld und wollten es in Sachwerte investieren, aus Angst vor der galoppierenden Inflation. „Wir haben hier genauso viele Kontakte wie auf der Rekordmesse 2020. Auch die Nachfrage nach teuren Gebrauchtbooten ist riesig. In der Branche ist richtig was los.“

Der Gang durch die Bereiche Kleinboote, Surfen, Angeln und Tauchen bestätigt, dass die Begeisterung der Leute den gesamten



Komm an Bord: Im Classic Forum sind die Vorträge zum Mitsegeln auf der Bremerhavener Bark „Alexander von Humboldt II“ gut besucht. Claudia Bitti vom Büro der Eignerstiftung der „Alex II“ ist zufrieden: „Wir haben hier einige Buchungen generiert und hatten wirklich viele gute Gespräche.“

Wassersport erfasst hat. Und auch ohne großes Vermögen kommt man aufs Wasser: Im Classic Forum in Halle 14 sind die Vorträge zum Mitsegeln auf der Bremerhavener Bark „Alexander von Humboldt II“ gut besucht. Bordelektriker Joachim Wetzlar zeigt mit dem Mikro in der Hand Entertainer-Qualitäten, als er das Publikum in Düsseldorf mit auf die Reise nimmt. Claudia Bitti vom Büro der Eignerstiftung der „Alex II“ führt ganz stolz den neuen Stand vor, hinter dem ein riesiges Poster des grünen Seglers bis unter die Hallendecke ragt. Davor lässt sich an einer langen Back prima ins Gespräch kommen, sagt sie: „Wir haben hier doch einige Buchungen generiert: Einige wollen erst einmal bei einem Tagestörn reinschnuppern. Andere stecken schon voll in der Seefahrtsmaterie drin. Und so hatten wir hier wirklich viele gute Gespräche.“

Schlange stehen heißt es bei den Bremern, die komplexe Segelboote zur Besichtigung anbieten: Auf die ausgestellte Allures-Segelyacht von Blue Yachting aus Lesum zu kommen ist ein Privileg. Diese tiefgangswariablen Aluyachten mit GFK-Deck und Aufbau sind von der Langfahrtslegende Jimmy Cornell praktisch geadelt worden als ideale Boote für den ganz großen Törn. Blue-Yachting-Inhaber Nils Schürg ist an unserem Messtag praktisch im Dauergespräch mit potentiellen Käufern. Etwas weiter ist auch bei dieser Messeausgabe die Elan-Werft aus Slowenien mit Booten am Start, die in Deutschland ebenfalls von Blue Yachting vertrieben werden. Auch dort ebbt der Besucherstrom über den ganzen Tag hinweg nicht ab.

Dagegen muss man Gleistein Ropes aus Bremen-Blumenthal ein bisschen suchen und mal den Messeführer zu Rate ziehen. Nach der Pleite der Segelmacherei Beilken gibt es den alten Dreier-Messestand zusammen mit Hahnfeld-Masten in Düsseldorf nicht mehr. Carsten Burfeind von Hahnfeld-Masten macht seine Kontakte am Stand der Wichard-Gruppe in Halle 10, und Heide Giese von Gleistein pendelt zwischen den Ständen

der Schiffsausrüster Peter Frisch und Robert Lindemann: „Wir sind ja Hersteller und wollen so unsere Grossisten maximal unterstützen.“ Sie selbst kommt inzwischen auf über 15 Messeteilnahmen in Düsseldorf. Heide Giese ist ganz angetan von der hohen Fachlichkeit in den vielen Gesprächen. Ihr ist es wichtig, den Wassersportlern den Nachhaltigkeitsgedanken näher zu bringen, der bei Gleistein sogar in eine eigene Produktlinie aus recycelbarem und rohölfreiem Tauwerk mündet.

Zu den Veteranen der Boot gehört auch der Bremen-Norder Segelmacher Albert Schweizer, der sich schlicht freut, nach drei Jahren mal wieder auf einer Messe in Düsseldorf zu sein: „Einige alte Gesichter sind weg. Da haben die Leute aufgehört. Junge Gesichter sind dazu gekommen. Alle Gespräche waren absolut positiv.“ Seine Beratungsspezialität sind Riggs und vor allem Segel, die auch schon einmal etwas größer und komplexer sein können. Dazu hat er einige Kontakte auf dem Block: „Jetzt muss ich in Ruhe recherchieren, und dann sieht man, ob daraus konkrete Projekte werden.“ Schweizer hat seinen Platz direkt in der Halle 7a der Superyachtshow direkt vor dem Gemeinschaftsstand von Deutsche Yachten.

Was hier an Design-Studien zu sehen ist, passt nur in Modellform auf diese Bootmesse. Hier gehen Margen schnell auch mal in den fünfstelligen Bereich – und das lockt. Dementsprechend wimmelig geht es kurz vor Messe-Feierabend im Tresenbereich von Deutsche Yachten zu. Torsten Conradi hat hier mindestens zwei Hüte auf: Er ist Geschäftsführer der Yachtkonstrukteure von Judel&Vrolijk und Co. aus Bremerhaven und gleichzeitig Präsident des Deutschen Boots- und Schiffbauerverbandes DBSV. Er sieht, dass Hanse-Yachts, Dehler und einige Franzosen und Italiener nicht nach Düsseldorf gekommen sind, glaubt aber trotzdem an das Konzept einer Messe wie in der NRW-Landeshauptstadt: „Ich denke, viele haben auf diese Messe gewartet. Und es war hier wirklich so, als wäre ein Knoten platzt. Wir sind doch alle froh, dass wir uns nicht immerzu nur am Bildschirm treffen müssen.“ Und gerade im Bootsbereich sei der direkte Kontakt einerseits, aber eben auch das Haptische andererseits wichtig: „Die Leute wollen die Dinge auch anfassen können, für die sie viel Geld bezahlen.“ Mit Blick auf den Boom von Inwater-Bootsmessen wie in Cannes oder Neustadt in Holstein, die immer mehr die echten Premiermessen für neue Boote werden, sagt Conradi: „Sicherheit wird auch in Zukunft nicht mehr alles Geschäft hier in Düsseldorf passieren. Aber die Messe hat ihren Platz in der Welt. Und es ist gut, dass es sie wieder gibt.“

(Volker Kölling)