

Sie sind wieder da



Claus-Ehlert Meyer,
Geschäftsführer des
Deutschen Boots-
und Schiffbauer-Ver-
bandes

Sie sind wieder da, die Messen. So viel wir früher über die vielen Bootsausstellungen geschimpft haben, so sehr haben sie uns in den letzten 20 Monaten gefehlt. Aus unserer Sicht waren die INTERBOOT 2020 und die Palma Super Yacht Show im Juni 2021 Unterbrechungen dieser Abstinenz, aber in diesem Spätsommer wurden die In-Water-Shows in Ijmuiden und Helsinki noch abgesagt. Die Briten titeln auf ihrer Homepage in dicken Lettern „The Boat Show's back“ und sprechen damit wohl allen aus der Seele. Wenn diese Bootswirtschaft erscheint, haben die INTERBOOT, Cannes Yachting Festival, Southampton International Boat Show und die Monaco Yacht Show schon stattgefunden. Die Fort Lauderdale International Boat Show wird mit einem deutschen Gemeinschaftsstand stattfinden, aber aufgrund der Einreisebeschränkungen in die USA werden nur amerikanische Vertreter am deutschen Stand anzutreffen sein. Das große internationale Event, die Marine Equipment Trade Show (METS), soll Stand heute stattfinden. Am 17. 9. 2021 wird die niederländische Regierung die neuen Corona-Regeln bekanntgeben und danach wird ein entsprechendes Hygienekonzept erarbeitet und den Ausstellern und Besuchern mitgeteilt. Am Horizont im Januar lockt die Boot in Düsseldorf, aber alles in allem sind wir von der gewohnten Normalität noch weit entfernt. Dabei spielen verschiedene Faktoren eine limitierende Rolle: Entwicklung der Inzidenzen, Reiselust, Reisemöglichkeiten und Erwartungshaltung der Aussteller. Ohne schwarz zu malen, kann davon ausgegangen werden, dass Aussteller- und Besucherzahlen bis zum Januar 2022 nicht das Niveau von 2019 erreichen werden. Gerade deshalb wäre es ein Fehler nun zu sagen: Ich warte nochmal ein Jahr, denn nach vielen Jahren guter Messegeschäfte ist die Branche mehr denn je gefor-

dert, sich zu den Messen zu bekennen und sie zu stärken, damit man in den kommenden Jahren zu alter Form zurückfindet.

Eine bislang ungeklärte Frage stellt sich hinsichtlich der Bedeutung von digitalen Formaten in der Nach-Corona-Zeit. Dazu veranstaltete der Verband der Deutschen Messewirtschaft (AUMA) einen Workshop mit Fachleuten aus Forschung und Wirtschaft. Übereinstimmend wurde festgestellt, dass es in Deutschland zurzeit noch keine selbständigen digitalen Messen gibt. In diesem Zusammenhang entstand der Begriff der hybriden Messen, wo es neben der realen Messe auch ein digitales Format gibt. Dieser Begriff ist allerdings noch sehr unscharf und wirft verschiedene Fragen auf, zum Beispiel, ob beide Veranstaltungen zeitgleich stattfinden müssen. Auch wurde klar, dass die Digitalisierung von Messen keine Messe digitalisiert. Mit anderen Worten: Es müssen völlig selbständige digitale Formate mit Blick auf moderne Technik, Marketing und Vertrieb entwickelt werden. Eine Zusammenfassung des lehrreichen Workshops kann man hier nachlesen: www.auma.de/de/medien/meldungen/messen-als-teiler-marketing-strategie-neu-denken.

Es wird sich zeigen, wie aktuell dieses Thema für die Wassersportbranche ist, wenn wir die Bootsausstellungen von September bis Januar hinter uns haben. Egal, ob Sie als Besucher oder Aussteller an einer Messe in nächster Zeit teilnehmen, ich wünsche Ihnen dabei Erfolg, Spaß und gute Unterhaltung.

Claus-Ehlert Meyer