



VIRTUAL BOAT SHOW

Yacht-Enthusiasten, Bootsbauer und Branchenvertreter von der ganzen Welt sollen an einem virtuellen Ort zusammenkommen.

Darf ich mich vorstellen? Mein Name ist Thorsten und ich bin der Gründer der ersten europäischen und amerikanischen Virtual Boat Show. Die Idee hierzu wurde bereits geboren bevor Corona eine neue digitale Ära eingeleitet hat. Sie ist das Ergebnis von langjähriger Geschäftserfahrung und Leidenschaft fürs Segeln. Unsere Mission ist es, die führende globale Virtual Boat Show zu schaffen, die Yacht-Enthusiasten, Bootsbauer und Branchenvertreter von der ganzen Welt an einem virtuellen Ort zusammenbringt. Wir haben die Idee erstmals im Januar in Düsseldorf verschiedenen Ausstellern und Besuchern vorgestellt und haben sehr positives Feedback erhalten. Nach dem globalen Lock-down ist dieses Konzept von einem add-on zur digitalen Marketingstrategie zu einer realen Alternative geworden. Am 7. und 8. November 2020 veranstalten wir die erste near virtual reality recreational boat show – die VIRTUAL BOAT SHOW.

Was ist das? Die VIRTUAL BOAT SHOW ist:

1. Eine near virtual reality Plattform, mit einer großen und offenen Eingangshalle im Stil einer schönen Marina. Von dort gelangt man in die ver-

schiedenen Hallen. Da wäre zum einen das Auditorium für interessante key note Reden und die networking lounge. Zum anderen gibt es natürlich die Ausstellerhalle(n), das Herzstück einer jeden Messe. In den Ausstellerräumen findet der Besucher die virtuellen Messestände und die haben es in sich.

2. Ein live und interaktives Event.

Als Aussteller stehen Sie an diesen beiden Tagen Ihren potenziellen Kunden direkt und live zur Verfügung. Somit differenziert sich die Show eindeutig von aufgepeppten Webseiten, wo die Boote in schönen 360° Präsentationen dargestellt werden, aber niemand da ist, der die Fragen der Besucher direkt beantworten kann.

Wir machen uns alle verfügbaren Technologien zu Nutze. In jedem virtuellen Messestand kann der Aussteller Dokumente hochladen, Videos einbinden, Kommentare und Fragen der Besucher in offenen Gruppenchats beantworten und in privaten Text-, Audio- oder Video-Chats mit den Besuchern kommunizieren. Und bereits mit jedem modernen Smartphone können Sie den Besucher an die



Firmenlogo: die erste Boat Show soll es Anfang November geben.

Hand nehmen und virtuell durch Ihre Yachten begleiten. Denn auch Sie als Aussteller können an der Messe von überall aus teilnehmen, idealerweise auch von Ihrer Werft. Auch live-Übertragungen direkt im Messestand sind möglich und ebenso die beliebten 360° Rundgänge.

3. Global. Ihr komplettes Dealer-Netzwerk kann an Ihrem Stand vertreten sein. Und noch viel wichtiger, auch die Besucher sind global. Hauptsächlich bewerben wir die Virtual Boat Show in den USA und in Europa einschließlich der Türkei. Als nächstes kommt noch der russischsprachige Raum hinzu. Besucher haben sich bereits aus 18 Ländern angemeldet.

4. Präzise. Die Social Media Plattformen erlauben es genau die gewünschten Zielgruppen anzusprechen. Demographics, Interessen, Income – alles kein Problem. Unsere erwarteten 5.000 Besucher sind auch keine Einzeltickets, sondern de facto 5.000 Haushalte.

5. Pandemie-resistent, sicher und kosteneffizient – keine Menschenmassen in engen Gängen, sondern der Komfort und die Sicherheit des eigenen Zuhauses. Einzige Voraussetzung ist ein Computer, Tablet oder Smartphone und eine Internetverbindung. Kein aufwendiger Messestandaufbau, kein kost-

spieliger Transport und Versicherung der Boote, keine Reise- und Spesenkosten. Wir bieten verschiedene Ausstellerpakete an – ein Light Paket mit limitierter Funktionalität und nur 1 Tag, oder das Standardpaket, live für 2 Tage und volle Interaktivität. Und natürlich Gold- und Platinum Sponsorships.

Der DBSV ist auch eingeladen und konnte für seine Mitglieder einen besonderen Vorteil aushandeln: 20 % Nachlass auf den Standardpreis des Light- und Standardpakets. Und bis Ende Juli nochmal 10 % Frühbucherrabatt auf das Standardpaket. Kontaktieren Sie uns unter management@virtual-boat-show.com

Bootsausstellung der Zukunft

Die **boot im Januar 2020** mit vollen Gängen, vollen Ständen, rauschenden Standpartys und Gedränge in der U-Bahn und vor den Kassen mutet in Corona-Zeiten an, wie eine Geschichte aus der guten alten Zeit. Doch was erwartet uns in Zukunft auf Bootsausstellungen? Um das herauszufinden, haben wir uns an die Veranstalter gewendet, bei denen wir, der DBSV, Aussteller sind und haben verschiedene Fragen gestellt. Wenn die Anzahl der Besucher in Bezug auf die Fläche limitiert ist, kann es am Eingang zu Wartezeiten kommen. Wie werden diese Wartezonen organisiert, damit die Mindestabstände eingehalten werden können? Müssen die Messen neu aufgeplant werden, weil die Gänge breiter werden? Ist die Fläche dafür vorhanden oder müssen Aussteller Fläche abgeben? Müssen Aussteller und Besucher Masken tragen? Wird es Vorträge und Bühnenprogramm geben? Dürfen Standpartys veranstaltet werden und wenn ja, unter welchen Bedingungen?

Die **Messe Friedrichshafen** ist zurzeit vollauf damit beschäftigt, die INTERBOOT Coronafest zu machen. Das bedeutet, dass die Veranstaltung größtenteils neu aufgeplant werden muss, um die Verkehrsflächen größer machen zu können. „Hier spielt uns die Dimension unseres Geländes in die Karten“, sagt Projektleiter Dirk Kreidenweiß, „denn wir haben Platz genug, um diese Maßnahme sinnvoll umzusetzen.“ So können die Abstandsregelungen eingehalten werden. Eine Vorschrift wie das Verhältnis von Besuchern zu Quadratmetern auf Messen sein muss, gibt es in Baden-Württemberg zurzeit noch nicht. Veranstaltungsfächen für Vorträge etc. sollen an die allgemeinen Coronavorschriften angepasst werden. „Nach unserem aktuellen Schutz- und Hygienekonzept muss der Nasen-Mundschutz auf dem Gelände nur dann getragen werden, wenn der Mindestabstand nicht eingehalten werden kann“, meint Kreidenweiß. Außerdem arbeitet die Messe Friedrichshafen daran, dass alle Messeleistungen, bis hin zum Parkschein, nur bargeldlos oder digital bezahlt werden können. Für kleinere Standempfangs unter Beachtung der allgemeinen Vorschriften sieht Dirk Kreidenweiß Spielraum, für eine Ausstellertparty jedoch nicht. Die Veranstalter der **Monaco Yacht Show** antworteten am 9. Juni, dass es für die Beantwortung dieser Fragen noch zu früh sei. Im Übrigen werde man die Veranstaltung gemäß den Regeln der monegasischen Verwaltung durchführen. Fast wortgleich war die Antwort von der Amsterdam Rai, der Veranstalterin der **METS**. Eigentlich sollte auch ohne Corona davon ausgegangen werden, dass die Veranstalter von Messen in Übereinstimmung mit behördlichen Bestimmungen handeln. Die anderen Fragen bleiben offen. Petros Michelidakis, Projektleiter der boot in Düsseldorf, wies darauf hin, dass bis zum Beginn der Messe noch sieben Monate Zeit sei, und dass man sich in Bezug auf Sicherheits- und Hygienekonzepte an Messen ori-

entieren werde, die vor der boot auf dem Düsseldorfer Messegelände stattfinden sollen. In diesem Zusammenhang verwies er auf den im September stattfindenden Caravansalon, für den gerade ein detailliertes Konzept erarbeitet wurde.

Von den anderen Veranstaltern erreichte uns keine Antwort auf unsere Fragen.

Geäußert hat sich dagegen der AUMA, der Verband der Deutschen Messegewirtschaft in einem Positionspapier. Darin wird festgestellt, dass Messen nicht mit Großveranstaltungen wie Sportveranstaltungen, Konzerten



Menschenleere Messegelände sind in Corona-Zeiten die Regel.

etc. gleichgesetzt werden können. Sie unterscheiden sich unter anderem in den hygienischen Rahmenbedingungen, der Möglichkeit Aussteller und Besucher zu registrieren und sie sind für die konjunkturelle Erholung unabdingbar, weil sie Anbieter und Kunden zusammenbringen und Schaufenster für neueste Entwicklungen und Innovationen sind. Dabei wird Wert darauf gelegt, dass die einschlägigen Regelungen wie Abstand, Mund-Nasen-Maske etc. eingehalten werden. Außerdem können Messen durch ihre Vielzahl von Ein- und Ausgängen mit Hilfe intelligenter Wegführung die Personendichte in bestimmten Bereichen des Geländes steuern, denn das gehört zu den üblichen Mechanismen und wird seit Jahren praktiziert. Diese Maßnahmen werden üblicherweise von geschultem Personal begleitet. Der AUMA ist überzeugt, dass mit guter Vorbereitung und entsprechender Selbstdisziplin bei Ausstellern und Besuchern Messen schon bald wieder durchgeführt werden können.