

Von Roland Wildberg

DAS BRANCHEN-BAROMETER kündigt stürmisches Wetter an: Die Wassersportmesse Interboot in Friedrichshafen am Bodensee ist traditionell die erste nach der Saison. Noch bis zum 28. September kommen Händler und Hersteller zusammen, um dem Publikum neue Modelle zu präsentieren. Doch der Wind weht manchem Anbieter direkt ins Gesicht. „Der Markt ist dramatisch geschrumpft“, sagt Michael Hammermeister von Hellwig Boote aus Erkelenz, einer Werft, die kleine Motorboote bis sieben Meter Länge baut.

Rund 25 Prozent Rückgang schätzt der Bootsbauer für Deutschland, in Skandinavien und England sieht er den Markt um 30 Prozent schrumpfen, in den USA gar um die Hälfte. „Dort werden Boote meist über Komplettfinanzierung gekauft – das wird noch ein böses Ende geben.“ Die Bankenkrise zieht so auch die Bootsbauer in Mitleidenschaft.

Aber der Bundesverband der Wassersport-Wirtschaft (BVWW) in Köln hat auch ohne die aktuelle Entwicklung in Übersee herausgefunden, dass der Optimismus der Branche nachlässt: Nach einer Umfrage unter den Mitgliedsfirmen glauben nur noch knapp 60 Prozent, dass die Geschäftslage besser sei als im Vorjahr oder zumindest genauso gut. 2007 lag dieser Wert noch bei 75 Prozent. Etwas mehr als die Hälfte hofft weiterhin, dass sich die Konjunktur mittelfristig stabil oder besser als in diesem Jahr entwickeln werde – vor einem Jahr glaubten das noch 85 Prozent der BVWW-Unternehmen.

Bei Motorbooten blickt die deutsche Bootswirtschaft auf eine lange Phase des Wachstums zurück: Seit 2001 wurde die Zahl der jährlich exportierten Motorboote von rund 550 auf rund 2130 im vergangenen Jahr nahezu vervierfacht. Im gleichen Zeitraum hat sich der Export von Segelyachten von 1918 auf 2835 Stück erhöht, und im ersten Halbjahr 2008 wuchs der Export an Segel- wie Motorbooten noch einmal

Kleine Boote fahren in die Krise

Auf der Interboot ist nicht jeder Aussteller gut gelaunt. Während Superyachten Konjunktur haben, droht der Mittelklasse eine Flaute

fast um 50 Prozent. Auf dem Binnenmarkt dagegen geht der Absatz kontinuierlich zurück, sagt Joachim Pfister von Boote Pfister aus Schwebheim bei Schweinfurt. „Bis Bootsgrößen von 15 Metern ist die Lage schlecht, die Stimmung ist mies“, sagt der Händler.

Dabei kann Pfister nicht klagen. Mit Booten der US-Marke Sea Ray hat er in diesem Jahr gute Geschäfte gemacht. Grund: der günstige Dollarkurs, der Importe billiger macht. Auf der Interboot zeigt er unter anderem die überarbeitete 175 SPC, eine 5,33 Meter lange, offene Yacht mit Innenbordmotor, für 21 900 Euro inklusive Trailer. Allerdings muss sich Pfister für seinen Umsatz

mehr anstrengen: Früher machte er den Löwenanteil seines Geschäfts in 90 Kilometer Umkreis, heute muss er Boote bis nach Stuttgart und weiter verkaufen. „Das Angebot, vor allem an Gebrauchtbooten, ist zu groß – und die Leute haben kein Geld mehr.“

Das wird zum Teil mit allgemeinen Einflüssen begründet. „Die ersten Ausläufer der sich abflachenden Konjunktur haben die maritime Wirtschaft in Deutschland erreicht“, sagt Jürgen Tracht vom Branchenverband BVWW. Bei größeren Investitionen seien die Kunden zurückhaltender geworden. Vor allem kleine Boote bleiben bei den Händlern stehen.

„Es fehlt der Nachwuchs“, klagt Michael Hammermeister von Hellwig Boote. Der demografische Wandel mache sich auch im Wassersport bemerkbar. Kleine Boote werden vorwiegend von jungen Einsteigern gekauft. Die aber fehlen derzeit, sagt Hammermeister. Und auch in der nächsten Größe lässt die Nachfrage nach. „Insbesondere die Anbieter von Mittelklassebooten sind von Umsatzrückgängen betroffen“, heißt es vom BVWW. Durch die steigenden Lebenshaltungskosten sei nicht mehr so viel Geld übrig, das spüre vor allem der Mittelstand. „Man muss schon nach Nischen suchen, um zu überleben“, sagt Hammermeister.



Auf der Interboot sind rund 950 Bootstypen zu sehen. Hersteller kleiner und mittlerer Motorboote müssen stärker um die Kunden kämpfen

Zahlen und Aktionen

FAST 1000 BOOTE AUF EINEN BLICK

Die Wassersportmesse Interboot in Friedrichshafen am Bodensee dauert noch bis zum kommenden Sonntag. In neun Messehallen und im Hafen werden rund 950 Boote zu sehen sein. Das Tagesticket für Erwachsene kostet neun Euro.

PARTNERLAND IST DIESES JAHR KUBA

Partnerland ist in diesem Jahr die Karibikinsel Kuba. Neben harten Fakten über das exotische Segel- und Tauchrevier sind auch kubanische Musik, Tänze und Cocktails zu genießen.



Die Interboot zeigt auch Powerboote von Formula

ANZEIGE

dahm international

A PASSION FOR YACHTING

SEIT 40 JAHREN IHR
ERFAHRENER PARTNER FÜR
BROKERAGE UND CHARTER.
www.dahm-international.com

Eine Nische, die sich zu einem eigenen Markt entwickelt hat, ist die „Generation 50+“, wie ältere Kunden freundlich genannt werden. Nutznießer dieser Strategie ist Patric Polch, der Boote des schwedischen Herstellers Nimbus anbietet:

Auf der Messe zeigt er die 365 Coupé, ein elf Meter langes Motorboot für mehrtägige Törns.

Das Schiff hat ein asymmetrisches Deckslayout – die beiden Gänge rechts und links des Aufbaus sind nicht gleich breit. Auf einer Seite wurde der Gang extra verbreitert, um einen besonders bequemen Durchgang zwischen Bug und Heck zu ermöglichen. Außerdem hat die Nimbus 365 Coupé einen Seiteneinstieg, was ebenfalls einen Komfortgewinn darstellt.

Der Zuspruch für das neue Modell ist gut. „Ich habe in zwei Wochen bereits zwei Boote verkauft“, sagt Patric Polch aus Traben-Trarbach. Das konservative Design oh-

ne Flybridge – das ist ein freier Steuerstand auf dem Dach der Kabine – spreche auch viele Segler an, die im Alter lieber Motorboot fahren wollten. Die Nimbus-Werft will das neue Design nun in der gesamten Modellpalette einführen.

Bootshändler Polch blickt im Gegensatz zu vielen Konkurrenten auf eine gute Saison zurück. „Aber das liegt daran, dass ich größere Boote anbiete – bei den kleineren Klassen sieht es nicht gut aus.“ Das werde sich bald auch in der Mittelklasse bemerkbar machen: „Jeder fängt mit einem kleinen Boot an und steigt später auf ein größeres um – also wird das langfristig bei uns ankommen.“