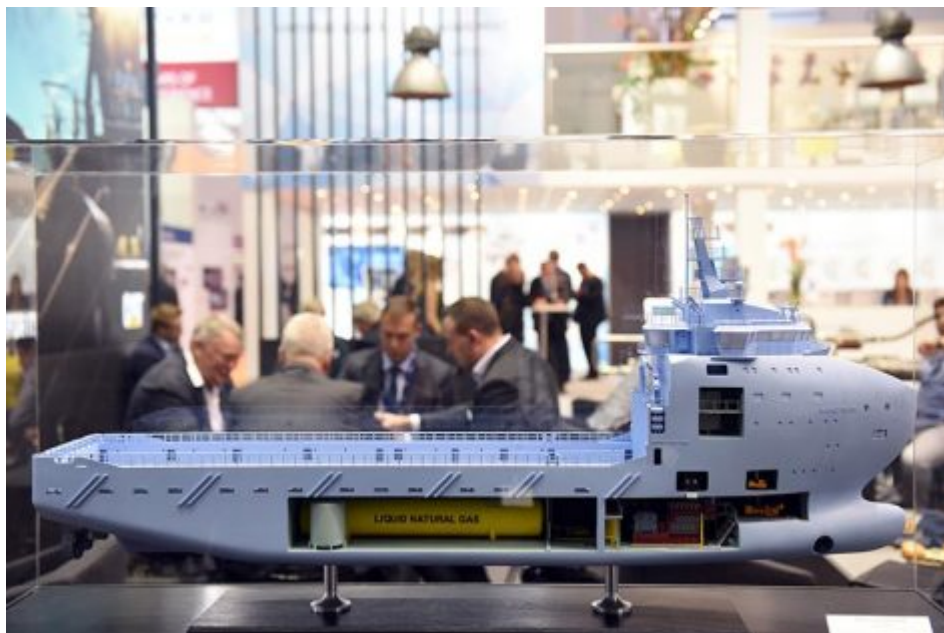


# MARITIME BRANCHE ZEIGT STÄRKE



Die SMM 2018 brachte rund 50.000 Fachbesucher aus mehr als 120 Ländern zusammen und unterstrich damit einmal mehr ihre Rolle als Weltleitmesse der maritimen Wirtschaft.

Die Schwerpunkte der Veranstaltung unter dem Motto „Trends in SMMart Shipping“ waren die Themen Digitalisierung und Green Shipping. Mit insgesamt 2.289 Ausstellern aus 69 Nationen und fünf begleitenden Fachkonferenzen erfüllte die SMM die hohen Erwartungen der Branche und setzte Maßstäbe in Sachen Internationalität und Innovation.

13 Hallen mit insgesamt 93.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche: Die SMM hat ihre Position als größte und bedeutendste Messe der globalen maritimen Industrie eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe und Congress GmbH, blickt sehr zufrieden auf die viertägige Veranstaltung zurück: „Die SMM 2018 war ein voller Erfolg – nicht nur für uns als Veranstalter, sondern vor allem für die Aussteller und Besucher. Wir haben in diesem Jahr wieder das Who Is Who der maritimen Welt in unseren Messehallen versammelt und es hat sich erneut gezeigt, dass die persönliche Begegnung von wichtigen Branchenakteuren durch nichts zu ersetzen ist. Es ist uns gelungen, die wichtigen Themen zu adressieren und damit Impulse für die Zukunft zu setzen.“ Hoch erfreut zeigt sich Aufderheide auch über den Besuch von Kitack Lim, Generalsekretär der International Maritime Organization (IMO) auf der SMM. Lim war bei der feierlichen

Eröffnung der SMM im Hamburger Rathaus, bei der Eröffnungs-Pressekonferenz und bei einer Fachkonferenz als Redner zu Gast und sprach über die umweltpolitische Agenda der IMO. Begrüßt wurden zur SMM 2018 zudem 15 Wirtschafts- und 12 Politische Delegationen aus dem In- und Ausland.

Das Motto der SMM „Trends in SMMart Shipping“ hatten die Messeverantwortlichen nicht zufällig gewählt: Digitalisierung ist neben Umweltschutz ein zentraler Treiber der Branche. Das zeigte sich auch an den Ständen, die häufig mit Touchscreens, Simulatoren und Virtual Reality-Brillen versehen waren und damit innovative Techniklösungen erlebbar machten. „In diesem Jahr konnte man richtig sehen, dass die digitale Transformation den maritimen Sektor erreicht hat. Die SMM ist ein großartiger Ort, um sich damit zu befassen“, sagt Frank Coles, Präsident der Transas Group, die zu Wärtsilä gehört. Das sehen auch andere Aussteller so: „Da die digitale Revolution zur maritimen Realität wird, hat sich die SMM 2018 als die ideale Gelegenheit erwiesen, das dynamische Positionierungssystem (DP) Ability Marine Pilot Control als Teil der Entwicklung hin zur autonomen Schifffahrt einzuführen“, erklärt Mikko Lepistö, Senior Vice President von ABB Marine & Ports, PG Digital Solutions. „Alle unsere Hauptkunden sind hier, und die Organisatoren der SMM haben unermüdlich mit unserem Team zusammengearbeitet.“

Die SMM bildet die gesamte Wertschöpfungskette der maritimen Industrie ab: Es ließen sich vom Schmierölfilter des Spezialisten Bollfilter über das Signalhorn von Zöllner bis zum Radarsystem von Furuno und den Schiffsmotor des Weltmarktführers MAN Energy Solutions die unterschiedlichsten Exponate in Augenschein nehmen. Die rund 50.000 Besucher wurden über spezielle Themenrouten zu den entsprechenden Ausstellern geleitet – darunter die neue Cruise & Ferry Route. Besonderes Interesse genoss in diesem Jahr das Geschäftsfeld Interieur, bei dem es etwa um die Innenausstattung von Kabinen auf Kreuzfahrtschiffen ging: „Hier zu sein ist für uns sehr wertvoll. Wir hatten eine Vielzahl interessanter Gespräche mit Partnern aus aller Welt“, berichtet Thomas Töpfer, CEO von Rheinhold & Mahla.

Besonders das Networking ist es, was Aussteller und Fachbesucher der SMM gleichermaßen schätzen: „Für uns ist die Messe ein Muss, weil man hier alle zwei Jahre weltweit alle Partner und Kunden an einem Ort hat“, sagt Jan-Christoph Löttsch, Director After Sales & Service bei

Raytheon Anschütz.

Neue Produkte, neue Personen, neue Strategien – die SMM war auch 2018 wieder die Plattform zur Präsentation von Weltneuheiten und Geschäftsabschlüssen. „Rolls-Royce Power Systems ist mit seiner Kernmarke MTU massiv in Vorwärtsbewegung: Vom Motorenhersteller hin zum integrierten Lösungsanbieter. Als Leitmesse der maritimen Wirtschaft ist die SMM die optimale Plattform, um das zu zeigen“, sagt der Vorstandsvorsitzende Andreas Schell.

Innovationen standen auch bei Siemens im Fokus. „Die SMM ist für uns immer ein Stimmungsbarometer, um Trends und Marktthemen aufzugreifen“, sagt Matthias Schulze, Executive Vice President Marine bei Siemens. Alfa Laval präsentierte auf der SMM seinen Kunden erstmals ein besonders leistungsstarkes Ballastwassermanagementsystem. „Die Kunden interessierten sich besonders für Produkte, die sich mit den neuen Umweltauflagen beschäftigen“, berichtete Klaus Maak, Divisional Manager Marine MidEuropa.

Wie jedes Mal wurden auf der SMM gute Geschäfte gemacht. Beispielsweise vermeldete GEA einen Auftrag für seine innovative industrielle Kühl-Technologie, der vom Kreuzfahrtunternehmen P&O Cruises kam. Auch weitere Aussteller freuten sich über wichtige Geschäftsabschlüsse. So gab die Klassifikationsgesellschaft DNV GL bekannt, den Neubau eines 2750-TEU-Frachters für die chinesische Werft Huangpu-Wenchong (HPWS) zu begleiten und zu klassifizieren und der Schiffspropellerspezialist MMG nutzte die SMM zur Auslieferung des weltweit größten Propellers für ein Containerschiff.

Viel Aufmerksamkeit erregte die „Maritime 3D-Printing Show Area“, die erstmals auf einer maritimen Messe veranstaltet wurde. „Das Thema 3D-Druck zieht, die Gespräche laufen sehr gut“, lautet die Bilanz von Lina Harms vom Maritimen Cluster Norddeutschland, das Partner der SMM war. Begleitet wurde die SMM erneut von hochkarätig besetzten Fachkonferenzen, die Themenfelder wie Digitalisierung (Maritime Future Summit), Umweltschutz (Global Marine Environmental Congress), Meeresforschung (Offshore Dialogue) sowie Sicherheit und Verteidigung (Maritime Security & Defence) kompetent abdeckten und mit über 500 Teilnehmern sehr gut besucht wurden. Premiere auf der SMM 2018 feierte das TradeWinds Shipowners Forum, das mit einem vielseitigen Programm und einer Reihe von namhaften Referenten aufwartete.

Der Bedarf an Talenten in der maritimen Wirtschaft ist groß. Dem wurde mit dem Maritime Career Market (MCM) als Plattform für Jobsuche, Karriere und Weiterbildung Rechnung getragen. Einen erfolgreichen Einstieg feierte dort das Karriereforum mit Vorträgen zu maritimen Berufsbildern und Karrieretipps.

Insgesamt hat sich die Stimmung gegenüber dem Jahr 2016, das stärker von der Schifffahrtskrise geprägt war, deutlich aufgehellt: Nach vier Tagen SMM resümiert etwa Trond Rolstad Paulsen, Sales Manager Sensing & Digital Solutions beim norwegischen Technologie-Unternehmen Kongsberg: „Unser Stand war schon am Eröffnungstag sehr gut besucht. Ich habe den Eindruck, dass die Leute positiv gestimmt sind und investieren wollen.“ Bernard Meyer, Seniorchef der Meyer Werft, einem der weltweit führenden Kreuzfahrtschiffbauer, kommt zu einem ähnlichen Ergebnis: „Es war wieder eine hervorragende Show der maritimen Industrie.“ Es fällt auf, dass die wirtschaftliche Situation in der Branche deutlich positiver beurteilt wird als in den letzten Jahren.

Die nächste SMM findet vom 8. bis 11. September 2020 in Hamburg statt.

*Quelle: SMM, Foto: Hamburg Messe und Congress / Nicolas Maack*