

**MARINE INTERIORS: MESSEPREMIERE MACHT LUST AUF MEHR**

**MARINE INTERIORS** | Cruise & Ferry Global Expo Powered by SMM **Innovative Designtrends und hochkarätige Expertengespräche: Die MARINE INTERIORS setzt neue Maßstäbe im Bereich Schiffsinnausstattung. Die europaweit erste Messe zu diesem Thema endete mit großem Zuspruch von Besuchern und Ausstellern**

Ob Mobiliar, Beleuchtungssysteme, Stoffe oder Küchenequipment: Auf der MARINE INTERIORS Cruise & Ferry Global Expo, powered by SMM haben sich erstmals in Europa verschiedenste Anbieter aus dem Bereich Kreuzfahrtingsinnenausstattung präsentiert. Mehr als 100 Aussteller trafen auf Architekten und Designer sowie Entscheider von Werften und Reedereien. „Die drei Tage zeigen, dass der Markt die neue Messe gut angenommen hat. Die erfolgreiche Premiere der MARINE INTERIORS untermauert die Vorreiterrolle, die wir als SMM-Veranstalter im maritimen Segment einnehmen“, sagte Claus Ulrich Selbach, Geschäftsbereichsleiter Maritime und Technologiemesen bei der Hamburg Messe und Congress (HMC).



Die Expo hat als Plattform für das spezielle Segment auf Anhieb überzeugt, die Teilnehmer waren von der Qualität und Vielfalt beeindruckt: „So viel Expertise in Sachen Kreuzfahrtingsinnenausstattung geballt auf einer Messe ist europaweit einmalig. Im Vergleich zu anderen Messen punktet die MARINE INTERIORS mit einer hohen Dichte an relevanten Kontakten“, bilanzierte Arjan Koole, Regional Sales Director Germany & Nordics beim Küchenequipmentspezialisten Middleby Marine. Die Premiere lockte 2.800 Fachbesucher auf das Hamburger Messegelände.

## Hamburg – Der ideale Standort

Auch mit dem Veranstaltungsort konnte die MARINE INTERIORS punkten: „Hamburg ist eine attraktive Stadt und als Kreuzfahrt-Hauptstadt ein idealer Standort für diese Veranstaltung. Ich denke, dass sich die MARINE INTERIORS auf dem Markt schnell etablieren wird“, so David Le Viol, Tender Manager beim finnischen Komplettanbieter Alma-co.

Die professionelle Vorbereitung wurde ebenfalls gelobt, beispielsweise von Georgi Karhu, Chief Commercial Officer bei der Gettone Group: „Da die Liste der teilnehmenden Firmen vorab einsehbar war, konnte ich meinen Messeaufenthalt perfekt planen und mich optimal auf die Gespräche mit Bestandskunden und potenziellen Neukunden vorbereiten. Das hat den Messebesuch besonders effizient und erfolgreich gemacht.“ Zum intensiven Netzwerken auf der Messe luden auch Formate wie „Wine o'clock“ ein, die gut besucht waren.

## Hochkarätiges Konferenzprogramm überzeugt

Begleitet wurde die Messe von international besetzten Konferenz Sessions zu den Themenfeldern Markenidentität und Markeneinführung. Außerdem wurde über die Herausforderungen gesprochen, die Sicherheitsregularien für Designer darstellen. Kai Bunge und Stefan Seidenfaden von Partner Ship Design Hamburg gaben dabei interessante Einblicke in ihre Arbeit an Bord der „Costa Smeralda“. „Costa hat das Motto ‚Italy’s Finest‘ formuliert. Wir haben uns dann überlegt, wie sich traditionelle italienische Elemente wie Kunst, Mode und dolce vita modern interpretieren lassen“, so Seidenfaden. Anschließend diskutierten Experten, was Brand Identity im Kreuzfahrtsegment bedeutet und was Design hier leisten kann. Moderiert wurde das Panel von Tal Danai, CEO von Artlink: „Bei der Premiere der MARINE INTERIORS in Hamburg ging es zu wie in einem Bienenstock. Die Messe hat den Austausch untereinander angeregt, zahlreiche vielversprechende Geschäftskontakte wurden geknüpft. Die Atmosphäre war stimulierend und hat Appetit auf mehr gemacht.“

Wie sich Sicherheitsanforderungen ästhetisch ins Raumdesign einbetten lassen, besprach David McCarthy, Director of Marine Projects & Communications AD Associates mit seinen Gästen im zweiten Panel „How to design to comply“. Seine Bilanz: „Das MARINE INTERIORS Forum mit all seinen Sessions war fantastisch und ich war sehr froh, so viele kompetente Gesprächspartner zu haben.“

Asien war bei den Chinese Dialogue Sessions das zentrale Thema. Hier sprachen Vertreter der chinesischen Kreuzfahrtverbände über das Potenzial des chinesischen Kreuzfahrtmarktes und über Designbesonderheiten für das chinesische Zielpublikum.





### Neue Messe schließt Lücke für die Branche

Die hohe Akzeptanz, die die neue Messe insgesamt bei Besuchern und Ausstellern erfahren hat, bringt Päivi Mäkinen, Director Sales & After Sales Services der Marahrens Group stellvertretend auf den Punkt: „Unsere Erwartungen wurden weit übertroffen. Die Qualität der Besucher und die Kontakte waren extrem gut. Wir hatten einen sehr guten Zulauf an unserem Stand. Es war an der Zeit, dass eine Messe wie die MARINE INTERIORS an den Start geht.“

Mit dem neuen Format greift die Hamburg Messe und Congress die Bedürfnisse der boomenden Kreuzfahrtindustrie auf und rundet ihr Portfolio ab: In geraden Jahren bietet die Weltleitmesse SMM der Branche mit ihrem Interior Bereich und der Cruise & Ferry-Route eine breite Plattform, in ungeraden Jahren setzt die MARINE INTERIORS Akzente in Sachen Innenausstattung. Sie findet das nächste Mal vom 8. bis zum 10. September 2021 statt.



### Über die MARINE INTERIORS Cruise & Ferry Global Expo, powered by SMM

Die MARINE INTERIORS Cruise & Ferry Global Expo, powered by SMM, findet künftig jeweils in ungeraden Jahren statt und läuft parallel zur Seatrade Europe – Cruise and River Cruise Convention. An der Premiere vom 11. bis 13. September 2019 nahmen mehr als 100 Aussteller aus allen Bereichen des Schiffsinnenausbaus teil. Sie trafen in Hamburg auf zahlreiche hochkarätige Besucher, darunter Entscheider von Reedereien, Werften und Designbüros. Die neue Messe wurde von einem prominent besetzten Konferenzprogramm begleitet.

*Quelle: Hamburg Messe und Congress GmbH*