

Motorbootfahren – ein Hobby im Spiegel der Zeit von Dr. Regina Beuthel

Motorbootfahren ist Zeitgeschmack, stets individualisiert und besonders. Es ist, wie wir es heute in unseren Vereinen als Freizeitsport leben, eigentlich nicht öffentlich. Es ist unser ganz persönliches Hobby, über das man „außerhalb“ nicht spricht, so formulierte es einmal ein Clubkamerad treffend.

Motorbootfahren wurde im Zeitalter vor Smartphone und Internet, vor Facebook und Youtube nicht geteilt oder geliked. So gibt es heute nur wenig veröffentlichte private Berichte oder Bilder aus früherer Zeit, im Internet schon gar nicht, auch nicht auf den Webseiten unserer Clubs.

Leider ist damit das „Recreational Boating“ für eine historische Betrachtung ohne eine klassische Archivrecherche nahezu unkommentiert. Suchworte zur Freizeitschiffahrt finden im Internet kaum echte Treffer, auch nicht in wissenschaftlichen Datenbanken. Motorschiffahrt genießt zwar seit Ende des 19. Jahrhunderts ein wirtschaftliches Gesellschaftsinteresse, ist aber stets auf den Schiffbau großer Tonnagen fokussiert.

Interessant sind daher statistische Angaben für Deutschland, welche sich auf Sample Pages der Recreational Boating Industry Statistics 2015 der ICOMIA (International Council of Marine Industry Associations) finden: Bei einer deutschen Bevölkerung von 81,1 Mio. gab es 2015 einen „total boat park“ im Freizeitsektor von 505.795 Einheiten, verteilt auf 195.227 Segelboote, 193.419 Inboard-Motorboote so-



Adler 34, Baujahr 1982

wie 117.149 Festrumpfboote, mit einer Quote von 160 Personen je Boot. [1]

Motorboot fahren oder besser Motorboot leben: für die einen ist es der Thrill der Technikbeherrschung auf dem Wasser, für die anderen das besondere Lebensgefühl. Manch einer liebt sein Boot als die Wochenendlaube auf dem Wasser, für andere ist es das Urlaubsgefährt für lange Wochenenden und Jahresurlaub.

Motorbootfahren nutzt eigene Verkehrswege, kennt, abgesehen vor Schleusen, keine Staus. Es bietet eine eigene Perspektive auf die Landschaft. Es entschleunigt, erholt auf seine ganz besondere Weise. Als schnell gilt, was im Straßenverkehr gemäßigt erscheint. Es ist auf ganzer Linie anders, aber in unseren Breiten nicht snobistisch, stets trendy im Wandel seiner Zeit.

Ein Blick auf die Anfänge

Nur den Wenigsten ist bewusst, dass die Väter der Automobile auch diejenigen der Motorschifffahrt sind: Carl Benz, Gottlieb Daimler und Wilhelm Maybach. Hiervon zeugen die ihnen, unabhängig von einander, 1886 patentierten schnelllaufenden Ottomotoren. Erste Probenfahrten fanden 1886 auf dem Neckar bei Cannstatt, 1887 im Mühlauhafen Mannheims statt. Ihre Holzboote hatten jeweils die Form offener Barkassen mit Biminis; das von Daimler war 7 m lang, nutzte einen 2 PS-Motor. [2]

Der Beginn der Freizeitschifffahrt datiert sich auf Anfang des 20. Jahrhunderts. Denn erst etwa 25 Jahre nach der Patentierung konnte man Ottomotoren in so kleiner Baugröße herstellen, dass man sie zu vertretbaren Kosten in bzw. an Booten betreiben konnte. Die Ära der „Lustboote“ begann; erste Luxusyachten wurden schon ab 1900 gebaut. In Deutschland fertigte man ausschließlich einzeln auf Kundenwunsch. Die Kundschaft war vermögend, sie wollte es sich leisten, ein Statussymbol spazieren zu fahren. Die ersten deutschen Motorbootclubs gründeten sich. Der Freizeitsektor wuchs beständig. Jedoch ging seine „Flotte“ über zwei Weltkriege nahezu verloren, versank oder endete als Brennholz, womit heutige Oldtimer deutschen Schiffbaus fast alle Nachkriegsboote sind. [3]/[4]/[5]

Bereits 5 Jahre nach dem 2. Weltkrieg „boomte“ der Bootsmarkt Europas wieder, so be-

liebt war die Gewässernutzung. Er setzte sich auch im geteilten Deutschland fort. Kleine und große Werften starteten ihr „Business“, so sie nicht mit Fischer- und Transportbooten bereits die Kriege überlebt hatten. Verschiedenste Lebensumstände brachten ihre Eigner dazu, in den Bau von Freizeitbooten einzusteigen. Vielfach waren sie einfach nur motorsportbegeistert wie Henri Jeanneau und machten so ihr Hobby zum Beruf (Frankreich, 1958) oder sie waren Experten im Umgang mit typischen Rumpfwerkstoffen wie im Fall des Kanu- und Kajakbaus bei Elan (Slowenien, 1949) oder dem Kunststoffensterbau als Wurzel der Bavaria Yachtbau GmbH 1978 in Deutschland. Nicht alle hatten sie Erfolg. Viele Werften verschwanden über die Jahre wieder, teils einfach durch Kauf.

Der Kunststoffbootsbau machte in den 60er Jahren zudem das Hobby Bootfahren massentauglich. War die Rumpfform als Modell entwickelt, konnten auch fachlich Ungelernte angeleitet Rümpfe in Serie laminieren. Die Bootspreise fielen auf ein für „vielermann“ erschwingliches Einsteigniveau. Einen ersten Dämpfer erlitt diese Branche mit den Ölkrisen in den 70ern. [4]

Sämtliche grundlegenden Entwicklungen analoger/mechanischer Bootstechnik sind zu Beginn der 70er Jahre für den Freizeit motorsport bekannt und „erschwinglich“. So leben die folgenden fünf Jahrzehnte im Wesentlichen von technisch-qualitativen Produktoptimierungen,

der steigenden Nachfrage an Angeboten sowie von Designvielfalt des Ex-/Interieurs der Boote im Wandel des Zeitgeists. Wenn unser Hafen erzählen könnte ...

Das Zeitalter des MYC Worms

Das Jahrzehnt der 70er Jahre gilt als das der Freizeitkapitäne. Der neue Lifestyle wird wichtig. So setzt die maritime Werbung bewusst die Produktinteraktion sonnengebräunter Menschen, leicht bekleidet, in Szene. Ob für den Trailerurlaub ans Meer oder erste Abenteuer von Weltenbummlern – sex sells ... sich das Besondere leisten können. Der wirtschaftliche Aufschwung in der Gesellschaft lässt die Wünsche nach größeren, leistungsstärkeren Booten wachsen. [6]

Die Serienfertigung von Kunststoffbooten pusht den deutschen Markt nachhaltig. 90 % aller Sportboote (offene Boote mit Außenborder) und Runabouts (Innenborder mit Z-Antrieb) sind nach Freund [7] aus GFK, nur 8 % aus Holz, 2 % aus Aluminium. Selbst Daycruiser verzeichnen bereits eine Rumpfmaterialeinteilung von 80 % zu 16 % zu 4 % sowie die Kajütboote von 74 % zu 20 % zu jeweils 3 % für Stahl/Aluminium. Bemerkenswert liegen GFK/Holz/Stahl bei den Motorkreuzern (ab ca. 7,5 m Länge, für mehrtägige Touren und seetauglich) mit 33 % / 35 % / 30 % bereits nahezu gleich auf, aus Aluminium sind 2 %. Lediglich bei den Motoryachten überwiegen mit 43 %

Holz / 42 % Stahl die traditionellen Grundmaterialien gegenüber 10 % GFK und 5 % Aluminium, was in Anbetracht ihrer Größen und Ansprüche verständlich ist.

1973 kostet ein 3 m-Sportboot mit maximal 25 PS mit Außenborder + Trailer in Summe ca. 5 TDM, Richtung 5 m Länge schnell über 10 TDM. Für Runabouts (5-6 m Länge) werden schon 15 TDM als Einstieg aufgerufen, je nach Konzeption/Materialausführung auch wesentlich mehr. Die Preise der Daycruiser-Klasse (heutige Weekender), liegen für 5 m schon an 20 TDM dran, bis 7 m an 30 TDM; in ihrer Oberklasse können es auch 40 TDM werden, dem Preisbereich der Kajütboote gleicher Länge. Die Untergrenze für Motorkreuzer liegt bei 25 TDM, bewegt sich aber durchaus gen 200 TDM. Es sind zumeist Gleiter/Halbgleiter mit starken Motorisierungen. Diese Bootsklasse lässt sich nicht mehr mit Pkws trailern; ein Hafenziegeplatz sowie Winterlager mit Werftbetreuung werden obligatorisch. Als Motoryacht bezeichnet man zu jener Zeit die optisch wie „kleine Dampfer“ aussehenden Boote in Verdrängerbauweise. Das durchgehende Deck mit „Haus“ bietet Komfort auf zwei Etagen. Anschaffungskosten „mittlerer Preislagen“: für ca. 13 m Länge 100 TDM, ab 25 m dann 7-stellig. [7]

Kreativ und trendy entwickelt sich die maritime Zubehörbranche. Viele „helfende“ Lösungen werden über die Fachpresse überregional angeboten, beispielsweise die platzsparende

Klapptoilette von Monogram Sanitation Systems aus Belgien. Behaupten kann sich letztlich nur wenig. [6]

Die 80er Jahre umschreibt C. Tiedt [8] als das protzige Jahrzehnt, charakterisiert vom Trend großer, lauterer Boote mit bunteren Rümpfen und farbig passender Bordbekleidung. Schicke Outfits, markante Muster – man demonstriert, was man hat – im Bootsbau auch durch die Verwendung edler Hölzer und hochwertiger Stoffe. Klassiker behaupten sich weiterhin. Volvo Penta bringt den Duoprop auf den Markt.

Die Zahl Wassersportaktiver steigt gleich einer Massenmobilisierung und mit ihr die Wirtschaftskraft dahinter, so dass auch Kaufhausketten wie Karstadt in den Verkauf maritimen Equipments einsteigen. Trends und Marken aus den USA erobern richtungsweisend den deutschen Bootsmarkt. Motoryachten entwickeln sich zu Megayachten. [6]

Die Wiedervereinigung **in den 90er Jahren** beschert dem deutschen Wassersport neue Bootsreviere. Nach den Beeinträchtigungen des Bürgerkriegs in Jugoslawien avanciert die Adriaküste erneut zum gefragten Urlaubsziel. Die Freizeitbootsbranche erreicht ihren vorläufigen Zenit im Verkauf, auf Neuboote muss teils über ein Jahr gewartet werden. Neue Möglichkeiten in der computergestützten Bildbearbeitung erlauben das Bewerben von

Bootsentwürfen und -visionen. Powerboote in Neonfarben bekommen Image, Zierstreifen an Rümpfen werden modern. Das Markenbewusstsein manifestiert sich. [6]/[8]

Als neue Themen dominieren die Navigationselektronik sowie das World Wide Web die Einflüsse der **2000er Jahre** auf das maritime Leben, das die Werbung nun Boating nennt. [6] Der Zugang jedermanns zum Internet erlaubt neue Informationsstrategien nicht nur im Verkauf, sondern auch zu Dienstleistungen wie Chartertörns oder Wissenswertem über Ländergrenzen hinweg. Mikroelektronik modernisiert Motor- und Antriebssteuerungen wie auch Instrumentierungen. Mit Freigabe der zivilen GPS-Nutzung in 2000 beginnt die Ära der elektronischen Navigation. Digitale Karten zeigen auf Moving Maps stets die aktuelle Position auf Plottern. Zudem erlauben technische Computersimulationen, beispielsweise der Strömungslehre, neue Vorgehen in Entwicklung und Optimierung. Der IPS-Antrieb kommt auf den Markt.

Die 2010er Jahre bis heute: Das schiffstechnische Produkt rückt wieder stärker in den Blick. Optimierte Motorisierungen können mit der Kunst ihrer Antriebstechnik Verdränger ins Gleiten bringen. Joystick-Steuerungen ermöglichen ungeübten Bootsfahrern anspruchsvolle Fahrmanöver ihrer Boote. Erste Hybridantriebslösungen z. B. für Kanalgewässer werden angeboten. Volvo Penta stellt seinen Forward Drive vor.

Die neue Formensprache im Bootslayout kommt mit ruhigeren Farben daher, z. B. den Schlammtönen auf Rümpfen, den hellen Hölzern, weißen Kunststoffmöbelfronten und Glasfronten statt Bullaugen. Dies hat die Werbung bewusst im trendigen Lifestyle zu inszenieren – modern edel, funktional durchdacht. Bootseinsteiger kaufen mittlerweile ihr erstes Bootsport-Equipment bei Discountern/Baumärkten, beispielsweise kleinere Fest-rumpf-Sportboote bei Bauhaus. [6]

Für den MYC Worms sorgt gerade diese Mischung aller Trends für ein attraktives Motorsportleben: alte gehegte Schätzchen liegen neben neuesten Modellen am Markt, große Boote neben kleinen. Die im Club beheimateten Boote decken ein breites Spektrum ab, mit ihnen werden Tagesausflüge, aber auch Mehrmonatstörns in andere Wasserreviere gemacht – es bietet sich so stets genügend „Stoff“ für ihre Eigner, sich dauerhaft über ihr gemeinsames Hobby und dessen Entwicklungen in Wort, Bild und Tatkraft auszutauschen.

Quellen:

[1] ICOMIA (Hrsg.), 2015. Recreational Boating Industry Statistics 2015. Egham: ICOMIA; [2] Reuß, H-J., 2011. 125 Jahre Motorschiffahrt. Hamburg: HANSA; [3] Wikipedia, 2017. Sportschiffahrt. <https://de.wikipedia.org/wiki/Sportschiffahrt>; [4] Klassik-Boote.de, 2017. Herzlich willkommen! <http://www.klassik-boote.de>; [5] Bergmann, R., 2011. Jahrhundert-Welle. boote, Nr. 7, S. 24-37; [6] Moench, T., 2017. Bekanntmachung. boote, Nr. 2, S. 30-40; [7] Freund, K., 1973. Motorboote. Stuttgart: Motorbuch Verlag; [8] Tiedt, C., 2017. Die Titelgeschichte. boote, Nr. 1, S. 20-29