



Das Grauen wartet in der Küche

Die zwei Quadratmeter verdienen gar nicht den Namen Küche, Kabuff wäre passender. Und so geht es dort auch zu. Eng, chaotisch, durcheinander, manchmal sogar lustig. Jeder, der hier nichts zu suchen hat, ist dort zu finden. Es ist der inoffizielle Meeting Point des Taucher.Net. Wer auf Koffeinentzug ist oder ein versalzenes Würstchen sucht, ist hier genau richtig. Im Kühlschrank ist das Equipment für die ungenießbare Wurst ebenso gelagert wie die heimlichen Frischmilchvorräte. Manchmal gibt es sogar kalte Cola, meist aber nur lauwarme. Bier gibt es nur nach Sonnentunergang, aber da man diesen in der Halle nicht sieht.....

Der Letzte macht die Tür zu: Unser gastronomisches Wohlfühlparadies

Eine Katastrophe der schlimmsten Sorte ereilte uns am fünften Messetag. Die Kaffeemaschine machte das, was sie am besten niemals machen sollte – sie streikte. Aufgrund dessen wurde Frau Saeco fristlos entlassen und durch eine willigere Bewerberin ersetzt.

Apropos Bewerberin, es werden ganztägig immer noch freundliche, gut aussehende Spüldamen gesucht, die ihren Lebensinhalt darin sehen, achtlos in die Spüle geworfenes, schmutziges Geschirr zu säubern. Als Belohnung winken unbegrenzt Freiurst und frische Handtücher. Geeignete Bewerberinnen mögen sich am Taucher.Net Stand vorstellen, dort werden sie auf Herz, Nieren und Spülhände geprüft.

Ihre Redaktion von Diveside

Großer Erfolg: Noch ist nicht „Deadline“

Von Michael Böhm

Überfischung der Meere, Beifang, Verschmutzung, tägliche Hiobsbotschaften ... man könnte wahnsinnig werden, kapitulierend die weiße Fahne schwenken und verzweifelt den Umweltzerstörern unseren schönen Planeten vollends überlassen. Wären da nicht so unermüdliche Typen wie Lorenzo von Fersen, Stefan Wießmayer oder Sandra Isenberg und ihre yaqu pacha-Kampagne „Deadline“.

Danke für's Vertrauen!

„Die Tauchermesse in Halle 3 auf der Düsseldorfer „boot 2009“ war für Deadline ein voller Erfolg!“, so



Stefan Wießmayer, Sandra Isenberg, Dr. Lorenzo von Fersen

Dr. Lorenzo von Fersen. Ein Erfolg, der Hoffnung macht. Im Süden Brasiliens, rund 300 Kilometer vor der Grenze Uruguays, entsteht derzeit an der Mündung des Rio Grande ein „Superpuerto“. Ein riesiger Verladehafen für Brasiliens landwirtschaftli-

che Exportgüter in der Größe des Hamburger Hafens. Die Folgen: Luft- und Wasserverschmutzung, zudem wird es richtig laut unter Wasser dank des immensen Schiffsverkehrs. Sicher ist, dass der Superhafen in Lagoa de Patos zu einer extremen Belastungsprobe für Meer und Fluss, für die gesamte Unterwasserwelt wird. Die Ausrottung des dort beheimateten Großen Tümmlers ist damit besiegelt. Doch keiner weiß, wie die Probleme zu lösen sind. Schlimmer: Es interessiert nicht.

Artenschutz ist ein großes Feld, das yaqu pacha neben vielen anderen Naturschutzorganisationen beackert. Deadline ist eine ihrer Kampagnen, die sich verschiedensten Projekten zum Schutz der (Meeres)Tiere weltweit verschrieben hat. Dazu gehört auch das am brasilianischen Rio Grande. In der Halle 3 der „boot 2009“ präsentierte sich yaqu pacha der Tauchszene – einprägsam. Das Team um Lorenzo war aktiv, bat um Unterstützung für das Projekt „Großer Tümmler“ in Lagoa de Patos in Brasilien. Lorenzo und Stefan wurden noch konkreter, verkauften Patenschaften für Delfine. Die dortige Tümmler-Population ist weitgehend bekannt, die individuellen Merkmale identifizieren die einzelnen der bis jetzt noch namenlosen Delfine. Für 500 Euro erwarben die Spender eine symbolische Patenschaft für einen der Delfine und geben ihrem Paten einen Namen.

Warum 500 Euro? Das lokale Projektteam am Rio Grande braucht



dringend ein Motorboot, 15.000 Euro sind dafür nötig. Bis zum gestrigen Freitag, 23.01.2009, gelang es von Fersens Team, Patenschaften für 10.500 Euro an den Mann, die Frau zu bringen. „Nahezu alle Geldgeber der ‚boot 2008‘ haben dieses Jahr wieder mitgemacht“, sprudelt es freudig über Lorenzos Lippen, als er vom Zwischenstand berichtet.

„Sehr, sehr zufrieden!“

Ein großes Plus in der Vorgehensweise liegt darin, dass „Deadline“ nicht nur Probleme anspricht, sondern konkrete Lösungsvorschläge mitliefert. „Das Rio Grande-Projekt hat Modellcharakter. Wir können die wissenschaftlichen Forschungsergebnisse andersorts genauso umsetzen. Die Informationen werden nicht nutzlos“, erklärt der 51-jährige Diplom-Biologe. „Die diesjährige Messe macht mich sehr, sehr zufrieden. Ich danke allen für das Vertrau-

en in uns. Ich denke, die Szene hat erkannt, dass wir ein zuverlässiger Partner sind, dem man auch vertrauen kann.“

Vertrauen, ein Plus aller deutschen Artenschutzorganisationen. „Wer in Deutschland Geld für Artenschutz spendet, braucht sich keine Gedanken über dunkle Kanäle und illegale Machenschaften zu machen“ beseitigt von Fersen die Bedenken so manchen Zweiflers ob der Vielzahl der NGO's, wie die nichtamtlichen Organisationen in der Szene heißen.

yaqu pacha

1992 gegründet, ist yaqu pacha ein Kind von Dr. Lorenzo von Fersen dem Forscher des Tiergartens der Stadt Nürnberg. Von dort erfährt er auch finanzielle und personelle Unterstützung, beispielsweise für die kostspieligen Forschungsreisen nach Südamerika.

yaqu pacha, Taucher. Net und die DiveInside-Redaktion bedanken sich für die tolle Unterstützung!

Schneller, länger, weiter...

Lorenzo von Fersen ist gebürtiger Argentinier, studierte dort bis zum 26. Lebensjahr Biologie und promovierte schließlich in Deutschland. Seine Doktorarbeit befasste sich jedoch keineswegs mit Meerestieren. „Meine psychologischen Forschungen an Haustauben erweckten bei Brieftaubenzüchtern den Eindruck, ich könne ihre Tauben tunen – schneller, länger, weiter, höher und so“, erklärt Lorenzo belustigt die Begleiterscheinungen seiner damaligen Arbeit.

Doch die Liebe zum Meer war vorhanden, sein aktuelles „Baby“ ist der Neubau der Delphin-Lagune als Erweiterung der bestehenden Anlage und die Schaffung von Räumlichkeiten für die Delphintherapie. „Wir bieten in Nürnberg die europaweit erste Möglichkeit dieser tiergestützten Therapieform. Doch trotz unserer evaluierten, positiven Ergebnisse aus wissenschaftlichen Untersuchungen der Universität Würzburg gibt es auch Kritiker.“

Doch ist sich die Tierwissenschaft einig: Beim Thema Zoo geht es nicht mehr um ja oder nein, sondern nur

um wie. „Es ist heute nicht mehr wünschenswert, dass alle Menschen Kontakt zu Tieren in freier Wildbahn haben. Denn wir sind für so etwas einfach zu viele Menschen“ bestärkt von Fersen die Feststellung. Und weil der Auftrag eines Zoos definiert ist, hat sich der Tiergarten Nürnberg zu einem Naturschutzzentrum entwickelt, einem Zentrum für Artenschutz, Forschung, Pädagogik und auch das Life-Erlebnis.

www.deadline-online.net



Sandra Isenberg, Biologin und Tiertrainerin im Delphinarium des Zoos Münster

Natur braucht Freunde

yaqu pacha bedankt sich bei den neuen Delfinpaten:

- Multitec
- Subex
- Quality Divers
- Laguna Travel
- Subal
- Subaqua Reisen
- mares
- Scubapro
- NRC
- Seacam

- Beluga Tauchsport
- Sinai Divers
- Boys from the Blue
- Laguna Divers
- Marion Tauchanzüge
- Stefan Wiessmayer
- iQ Company
- Schöner Tauchen
- TUSA
- Taucher.Net

uemis ZURICH

Next Generation SDA

Von Walter Ciscato

Sie entwickelten den meistverkauften Tauchcomputer der Branche: Ernie Völlm und Markus Mock. Die beiden Ingenieure der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) Zürich entwickelten anfangs der 80ziger Jahre einen Tiefenmesser und 1987 folgte der erste Tauchcomputer.

Zwanzig Jahre nach diesem Meilenstein, präsentieren die beiden Ingenieure mit dem SDA uemis ZURICH wieder einen revolutionären Tauchcomputer. Der SDA überzeugt durch ein vollfarbiges OLED Display. Tauchgangsinformationen wie Tiefe, Zeit, Dekompression, Aufstiegs geschwindigkeit, Druckanzeige usw., werden je nach Wichtigkeit in den Farben grün, orange oder rot angezeigt. Ein weiterer Pluspunkt ist das Logbuch, welches lebenslänglich (2000 Tauchstunden) abrufbar ist. Alle Tauchgangsdetails sind abgespeichert, man kann den Tauchgang mit dem Cursor sogar nachfahren. Ferner gibt es Partnerdaten, die zwischen den SDA-Modellen unter Wasser auf einer Distanz bis zu drei Meter abrufen kann. Die wichtigsten Buddydaten wie Restdruck und Dekompressionszeiten sind somit auch für den Buddy einsehbar.

Der Akku kann entweder durch die USB Schnittstelle oder durch die eingebauten Solarzellen wieder aufgeladen werden. Die Betriebs-

zeit des Akkus reicht ohne Aufladung etwa für eine Tauchwoche (10 Tauchgänge). Interessant ist auch das speziell entwickelte Armband, welches sich durch ein ausgeklügeltes Konzept mit einer Hand fixieren lässt. Das Cover lässt sich durch zwei Schrauben vom Benut-



zer wechseln. Wie bei Handys stehen Cover in verschiedenen Farben zur Verfügung. Der uemis ZURICH kommt mit dem Tanksender und Ladezubehör für rund EURO 1350,- in den Handel, lieferbar ist das Gerät ab Frühjahr 2009. Zu sehen ist der SDA auf dem Stand A 27.

Internet:www.uemis.com

Besuch bei Johnson Outdoors

„Trio Feminal“: Ella, Tina, Hilde

Von Harald Apelt und Linus Geschke

Ein neuer Virus macht sich breit in Halle Drei. Männer aufgepasst: Wenn das, was in den letzten Monaten bei Scubapro vollzogen wurde, um sich greift, ist es bald vorbei mit der männlichen Dominanz in den Chefetagen. Ein weibliches Trio schickt sich an, Scubapro auf dem deutschen Markt wieder zu der Stellung zu verhelfen, die das Unternehmen einst hatte. Neben Ella Stoß (Geschäftsführerin) und Hilde Montgomery (Vertriebsleiterin) bestimmt seit gut drei Monaten Tina Kopseel als Marketingleiterin die Geschicke des amerikanischen Premiumherstellers. Diveinside bat die drei Damen zum Gespräch.

Diveinside: Ella, warum stellst du mit Tina eine weitere Frau in der Führungsetage ein. Haben Männer bei dir keine Chance?

Ella: Das mit Tina war eine ganz witzige Geschichte. Sie hatte sich schon vor zwei Jahren bei uns initiativ beworben, aber damals hatten wir keine passende Stelle für sie frei. Vor einiger Zeit hat sie sich dann in dem Businessforum XING angemeldet und entdeckte mich als ersten Kontakt eines ihrer Kontakte. Ein paar E-Mails später haben wir uns dann getroffen.

DI: Warum denn ausgerechnet Scubapro, Tina?

Tina: Also... (20 Sekunden Schweigen)... Scubapro ist ja eine ganz tolle Marke und mein Endziel war es immer schon, in der Tauchbranche zu landen. (blickt hilfeschend zur Chefin). Und ich bin froh, jetzt eine Position gefunden zu haben, in der ich meine Kenntnisse aus den Bereichen Marketing und Tourismus einbringen kann.

Ella: Das ist auch gut, dass wir für die Position eine qualifizierte Kollegin gefunden haben. Und, um auf eure vorherige Frage einzugehen, es hätte auch durchaus ein Mann sein können. Meine Aufgaben sind in den letzten Jahren so stark angewachsen, dass ich jemanden gebraucht habe, der sich voll und ganz um das Marketing kümmert.

DI: Welchen Bezug hattest du denn vorher zur Tauchszene, Tina?

Tina: Ich bin eine begeisterte Taucherin, habe meinen Divemaster gemacht. Insofern bin ich wirklich froh, jetzt Hobby und Beruf kombinieren zu können.

DI: Hilde, du stehst ja als Vertriebsleiterin an vorderster Front. Ein schwieriger Job in der Männerdomäne Tauchsport?

Hilde: Mit Männern habe ich keine Probleme, diese meistens mit mir auch nicht. Ich bin unter Jungs groß geworden, konnte immer schon über deren Witze lachen und mich behaupten. Macht euch da mal keine Sorgen um mich.

DI: Ist das ein angeborenes Gen oder hast du dir das erarbeitet?

Hilde: Wahrscheinlich beides. Ich habe ja jahrelang als Basisleiterin auf Phuket gearbeitet, da lernt man, sich anzupassen und durchzusetzen.

DI: Ella, was war die schwierigste Aufgabe für dich in den ganzen Jahren?

Ella: Ganz sicher die Neupositionierung von Seemann. Als wir anfangen, hatte Seemann das Image eines Billigheimers. Heute ist Seemann eine zeitgemäße Marke, die hohe Qualität zu einem äußerst fairen Preis anbietet.



DI: Auch das Image von Scubapro ist unter deutschen Tauchern bei weitem nicht mehr so strahlend, wie es einmal war. Was ist da verkehrt gelaufen?

Ella: Einiges. Aufgrund des großen Erfolges hatte sich in der deutschen Führung im Unternehmen eine gewisse Arroganz eingeschlichen, das Marketing war nicht optimal und die Produktentwicklung verlief stockend, der Fachhandel bekam nicht mehr die ihm zustehende Aufmerksamkeit. Alles Dinge, an denen wir jetzt verschärft arbeiten werden.

Tina: Aber ich denke, der Weg damals mit Seemann war ein deutlich weiterer, als der jetzige mit Scubapro. Wir werden mittelfristig daran arbeiten, dass Scubapro das verlorene Image in Deutschland zurück gewinnt und sich damit auch wieder stärker von Seemann unterscheidet. Scubapro muss soll sein weltweites Image als wieder eine Premiummarke auch in Deutschland wieder etablieren werden.

DI: Ihr Drei seit vom Typ her ziemlich unterschiedlich: Die besonnene Tina,

die warmherzige und energische Ella und das dynamische Powerpack Hilde. Was macht ihr, wenn es unter euch mal so richtig knallen sollte, wer setzt sich durch?

(Tina schweigt, Hilde lacht und Ella grinst).

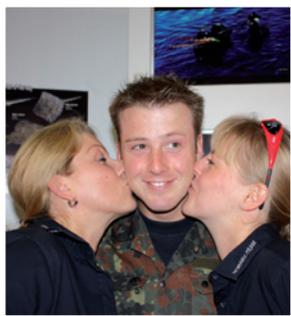
DI: Dann doch noch eine allerletzte Frage an Ella – was macht denn bei diesem weiblichen Power dein Mann Robert? Widmet er sich ganz SSI oder denkt er gar schon an den Ruhestand?

Ella: Natürlich hat er mit SSI, das wir ja letztes Jahr weltweit als Mehrheitspartner übernommen haben, einige große Herausforderungen. Aber bei seinem 14 Stunden Tag bleibt immer noch genügend Zeit, dass er sich um Johnson kümmert, allerdings mehr im internationalen Bereich. Da fordert Johnson Outdoors seine strategische Begabung und seine langjährigen Kenntnisse in Industrie und Produktentwicklung ein – er bleibt uns also schon noch erhalten – und das ist auch gut so.

Zu Ditt und Spaß dabei: Tina Kopseel, Hilde Montgomery und Ella Stoß (von links)

MESSEGEHT
boy

des Tages (SA)



Offen für alles Scharfe:
Marcus Schindelmeiser

Marcus Schindelmeiser | Minentaucher

Alle Jahre wieder suchen Rike und Sylvia vom „Norway-Team Frank“ den Messeboy des Tages. Gefunden haben sie ihn dieses Jahr bei den Minentauchern: Marcus Schindelmeiser ist als Oberbootsmann zuständig für die Entschärfung von Minen aus dem 2. Weltkrieg.

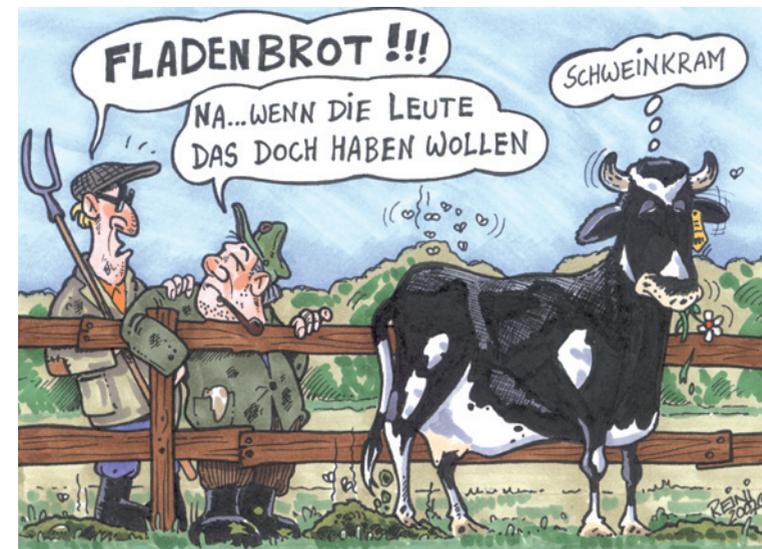
Wenn er nicht gerade Alllasten entsorgt, hält er sich mit Ausdauertraining fit. An alle scharfen Mädels: Aufgepasst, Marcus ist noch zu haben! Gegen ein kleines Trinkgeld verraten wir auch, wo er zu finden ist. Infos zu seinem Aufenthaltsort gibt es am Taucher.Net Stand.

So sehen Sieger aus!



Zum dritten Mal in Folge gewann Christoph Karcher mit seinem Team des „Scubacenters“ in Labin/Kroatien den tauchen-Award als „Beste Tauchbasis Mittelmeer“. „Irgendwas müssen wir schon richtig gemacht haben“, freut sich der Seriensieger. Bei ihm bekommt der Gast alles aus einer Hand: Neben Tauchen auch einen Campingplatz mit Mobilhomes oder Apartments, dazu drei Hausriffe mit Tiefen zwischen acht und 52 Meter.

Ein Preis, drei lachende
Sieger: Die Jungs
von Scubacenters in
Labin/Kroatien mit ihrem
tauchen-Award



AUFGESCHNAPPT

Die besondere Geburtstagsfeier



Donnerstag 12.30 Uhr – die Halle 3 leert sich spürbar, die Menschen pilgern zur Showbühne, die sich schnell bis in alle Ecken füllt. Das kann nur einen Grund haben: Professor Hans Hass feiert live auf der Dive Show seinen 90. Geburtstag. Vom Harpunierer zum engagierten Umweltschützer, Pionier der Unterwasserkinographie, Forscher und größter lebender Sympathieträger der Tauchszene – der lang andauernde Applaus, als Hans Hass mit seiner Frau Lotte die Bühne betrat, zeigte ihm, wie sehr er vom Publikum geschätzt wird. Die Menschen standen Schlange, um ihm zu gratulieren, allen voran der Vorsitzende der Messe, Herr Werner Matthias Dornscheidt, der Hass gleich einlud, auch seinen 100. Geburtstag wieder auf der boot zu verbringen.

DiveInside gratuliert dem Jubilanten herzlichst zum Geburtstag!

Befallen vom Bootsbazillus

Zuerst wollte Arnd Schöttler nicht so recht mit der Sprache rausrücken, er beschrieb die Logistik der Bühne und des Tauchturm lediglich mit dem Wort: „Einfach!“. Dann aber gab er zu, dass es ab Mitte Oktober in die heiße Phase geht, mit Standdesign, dem Bestellen der Tauchausrüstungen und der Zusammenstellung der 440 Bühnenprogrammpunkte. Dazu müssen noch die gut 1000 Anfragen nach Schnuppertauchgängen im Messturm mit einem klaren NEIN! beantwortet werden. Lediglich Günther Jauch durfte nach drei Tagen Training mal ins Messewasser springen. Hans Meiser hat diesbezüglich versagt. Er versuchte seine Sendung „Notruf“ mit Vollgesichtsmaske zu moderieren und konnte gerade noch gerettet werden. Arnd Schöttler fiebert drei Monate nach dem Ende der Messe bereits der Zeit entgegen, die Nächste zu organisieren. 22 Jahre, so lange ist er schon dabei: Die boot machen eben süchtig!



Selten so entspannt: Arnd Schöttler, Logistikkopf der Showbühne und des Tauchturms

Weiter südlich geht nicht ...

... zumindest nicht in Europa! Die Pelagie-Inseln Lampedusa und Linosa sind fest entschlossen, sich 2009 bei den Tauchern einen Namen als Top-Ziel im Mittelmeer zu machen. Und dafür bieten sie einiges: Kristallklares Wasser mit Sichtweiten bis 40 Meter, Fischschwärme, ganzjährig Aussicht auf Haie und Karrettschildkröten. Sizilianische Küche mit fangfrischem Fisch runden den Urlaub auf den Inseln kulinarisch ab. Eine kleine Sensation auf Lampedusa ist das Krankenhaus mit Dialysestation, so dass auch Touristen, die eine Blutreinigung benötigen, hier einen Traumurlaub verbringen können.



Antje Winkel zeigt am Stand F72 gerne weitere Vorzüge der „Europäischen Tropen“

Antje & Eleonora Winkel

Menschen, Themen, Sensationen?

Von Andreas Nowotny

Vierzig Jahre boot: Für Taucher ist sie längst zu einem Fixtermin geworden. So lockt die Dive Show in Halle 3 mit der Surfhalle zusammen die meisten Messebesucher an. Trotz eines deutlich spürbaren Publikumsrückgangs 2009 sind die Aussteller insgesamt zufrieden. Die Zahl der qualitativ hochwertigen Gespräche ist angestiegen. Statt Besucherströmen, die auf der Suche nach dem ultimativen Schnäppchen sind, kommen nun Taucher, die auch im Reisesegment nach exklusiven Zielen suchen.

Allein was fehlt sind Sensationen. Die boot 2009 ist in vielen Bereichen die boot 2008, nur mit freieren Gängen. Klar, der Taucherturm wurde umgestaltet, Hersteller zeigen einige neue Produkte und auch bei den Reiseveranstaltern sind neue Gesichter hinzugekommen. Was aber fehlt, das ist der „Wow-Faktor“. Etwas, das das Zeug hätte, Messegespräch

zu werden und das Besuchern noch lange nach der Ausstellung in Erinnerung bleibt.

Equipment, das so innovativ ist, dass es das Tauchen revolutioniert, wird gar nicht erwartet. Wichtiger wären Impulse, die zeigen, wohin sich die Taucherei in den nächsten Jahren bewegen könnte. Ideen, die einen neuen Schwung in die Branche bringen. Reine Modellpflege mit kleineren Schönheitskorrekturen und Anzüge in neuen Farben gibt es schließlich jedes Jahr. Ein Beispiel für solch ein innovatives Produkt wäre der Inflator. Vor ein paar Jahren groß angepriesen wurde erwartet, dass er innerhalb kürzester Zeit den alt hergebrachten Inflator ablöst. Dies ist zwar nicht geschehen, aber es war zumindest ein neuer Ansatz, der die Art veränderte, wie über das Jacket und das Thema Tarierung gedacht wird.

Auch der Aquapilot war ein Produkt, das neue Denkanstöße gab. Obwohl

sich das Konzept einer Tarierautomatik nicht durchsetzen konnte und auch von keinem der großen Hersteller übernommen wurde, es sind genau solche Ideen, die frischen Wind in die Szene bringen. Ideen, die man momentan vergeblich sucht.

Eine echte Revolution waren die ersten Unterwassergehäuse für kompakte Digitalkameras. Mit einem Mal wurde die Unterwasserfotografie Tauchern mit dicken Geldbeuteln entrisen und der breiten Masse ermöglicht, erschwingliche Bilder aus dem Urlaub zurück zu bringen. Heute kann man aus einem breiten Angebot wählen, von einfachen Kameras, die ohne spezielles Gehäuse ein paar Meter tief wasserfest sind, bis hin zu High-End-Domeport-Lösungen für den ambitionierten Unterwasserfotografen. Die gleiche Entwicklung gab es im Bereich Video, wo ebenfalls eine Riesenauswahl an Gehäusen um die Gunst der Käufer buhlt.

Im Bereich Tauchreisen sucht man auch vergeblich nach der einen Destination, in deren Schatten alle anderen Reiseziele verblassen. Andererseits zeigt ein Gang durch Halle 3 vielleicht etwas anderes, das durchaus als Sensation gelten könnte: Wie gewöhnlich manch vormals exotische Reiseziele geworden sind, sieht man an Lombok: Vor wenigen Jahren nur nach mühsamer Anreise zu erreichen und zusammen mit den Gilis hauptsächlich abenteuerlichen Rucksacktouristen vorbehalten, kann man inzwischen bequem von Bali nach Mataram fliegen und die dortige Unterwasserwelt erkunden. Trotz steigender Kerosinpreise und den nicht nachvollziehbaren Aufpreisen für das Tauchgepäck:



Uns Tauchern stehen Reiseziele offen, von denen wir noch vor zehn Jahren nur träumen konnten.

Auch in anderen Bereichen gibt es Zeichen der Hoffnung. Scubapro drängt mit seinem neuen Flaggschiff A 700 wieder mit voller Kraft zurück auf eine wichtige Marktposition, erstmals auf der Messe vertretene Anbieter wie Beluga setzten Akzente in der Reisebranche. Wäre doch gelacht, wenn sie es zusammen mit anderen nicht schaffen würden auf der boot 2010 für noch mehr frischen Wind zu sorgen.



Zwangsjacke für ungezogene Kinder.:
Wenn man sie damit über Bord wirft, können sie noch eine ganze Weile überleben



Tauchlehrer A. aus L.G. zeigt
eindrucksvoll die Auswirkungen von
langfristigem Stickstoffmangel.



Finanzkrise bei Cressi-sub? Eine stylische
Möglichkeit der Umsatzsteigerung findet
sichtbar große Unterstützung.



Die Schönste zum Schluss: Nicht für's ge-
meine Publikum, sondern erst nach Feier-
abend tanzt der wahre Augenschmaus.

Ein unerhörter Fall von Käfighaltung in
Halle 3 wurde aufgedeckt! Greenpeace
setzt sich bereits für die Freilassung der
seltenen Quietscheenten ein.



Neustes Nato-Modell zur Erschnüffe-
lung von Kampfstoffen. Die Optik
erinnert entfernt an einen Hund



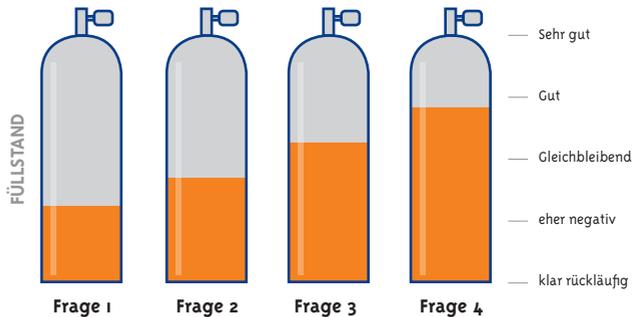
Kaum zu glauben, aber
es gibt tatsächlich Men-
schen, die uns mögen:
Eine davon ist Manuela
und backt ganz tolle Ku-
chen. Danke, Manuela,
der wird nicht schlecht
bei uns!



Handgepäck für Vieltaucher, die
sich auch unter Wasser nicht von
ihrem Gepäck trennen möchten.

Entwicklung in der Tauchbranche in 2009

WER VERLIERT, WER GEWINNT?



Befragt wurden: **Equipment-Hersteller**

Das medienbeherrschende Thema im Januar: die weltweite Wirtschaftskrise. Diveinside befragt täglich 10 Aussteller aus den verschiedenen Bereichen des Tauchsportes, wie sie die Aussichten für 2009 beurteilen. Die Trendwerte zu den Antworten auf die untenstehenden Fragen zeigen sich in unserer täglichen Auswertung.

Frage 1: Die Entwicklung der Weltwirtschaftslage allgemein

Frage 2: Die Entwicklung der Tauchbranche

Frage 3: Die Entwicklung in ihrem Bereich

Frage 4: Die Entwicklung in ihrem Unternehmen

NICHT VERPASSEN!

Täglich um 17:30 Uhr!
Fixtermin am
Taucher.Net-Stand E 94
Happy Hour mit Freibier,
Drinks und geiler Mucke



Diveinside erscheint täglich zur Messe „boot“ Düsseldorf als Printausgabe und ist eine Sonderausgabe der Taucher.Net GmbH.

REDAKTION

Chefredakteur: Armin Süß (verantwortlich)

Redaktion: Harald Apelt, Linus Geschke, Herbert Gfrörer, Andreas Nowotny, Steffi Gasda, Michael Böhm, Harald Mathä

GESTALTUNG

artdoping | grafik + design, Oliver Peschke

FRAGEN AN DIE REDAKTION

Redaktion Diveinside, Stand Taucher.Net 3E94

E-Mail: redaktion@diveinside.de

Taucher.Net GmbH, Kocheler Straße 27 · 82418 Murnau

Tel: +49 (0)8841-489699, Fax: +49 (0)8841-489769

E-Mail: redaktion@diveinside.de

RECHTE

© Alle Rechte liegen, soweit nicht anders angegeben bei der Taucher.Net GmbH.

Registergericht: Amtsgericht München

Registernummer: HRB 153 528

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer

gemäß § 27 a Umsatzsteuergesetz: DE237595512

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 55 Abs. 2 RStV:

Herbert Gfrörer (Anschrift wie oben)