

Dehler wieder auf gutem Kurs

Seit Juni heißt es in Freienohl „Dehler by HanseGroup“, nachdem der in Insolvenz geratene Yachtbauer aus dem Sauerland von der Wertengruppe der HanseYachts AG aus Greifswald (Hanse, Moody, Fjord) gerettet wurde. Als neuer Dehler-Geschäftsführer ging Ralf Tapken, 47, an Bord. Tapken war zuvor für die dänische Yachtwerft X-Yachts und beim Elektronik-Zubehörlieferant Simrad in leitender Position beschäftigt.

Und nun hat man sich bei Dehler Yachts mit viel Elan an die Arbeit gemacht. Es wurde überarbeitet, neu kalkuliert und auch neue Modelle sollen in naher Zukunft vom Stapel laufen. Dabei setzt man weiterhin auf das holländische Design-Duo Simonis/Voogd, von denen die jüngeren Dehler-Modelle 34 und 44 stammen, aber auch wieder auf Judel/Vrolijk & Co aus Bremerhaven.

Bereits zur Interboot in Friedrichshafen wurde eine überarbeitete Dehler 35 (bisher Dehler 34) vorgestellt. Die Dehler 29 mit mehr Platz unter Deck folgt in Kürze. Der Neuanfang ist also bereits in vollem Gange. Andere Dehler Modelle werden derzeit im Eiltempo optimiert, um sie auf den Herbst- und Wintermesen zu präsentieren und einige neue Projekte sind schon weit über die Planungsphase hinaus.

Laut Werftinformationen wird die Dehler 39, die zurzeit in überarbeiteter Form gebaut wird, im Frühjahr 2010 von einer 41 Fuß-Yacht abgelöst (Design: Si-



Neuer Dehler Geschäftsführer Ralf Tapken.

monis Voogd). Die Dehler 44 wird von einer von Judel/Vrolijk & Co konstruierten 45-Fuß-Yacht ersetzt. Die Dehler 60 bleibt im Programm und wird mit verändertem Interieur wohl zur boot präsent-

tiert. Und 2011 soll eine neue Dehler 50 kommen. Insgesamt wird die Marke Dehler ihre alten Werte „modern, innovativ, sportlich, hochwertig“ beibehalten und noch steigern. Überraschend: Eine Neuauflage der legendären Varianta als Kleinkreuzer steht kurz vor der Präsentation. Sie basiert auf dem in den Neunzigern von Judel/Vrolijk entwickelten Einsteiger-Segelboot „Rotkäppchen“.

Die Wassersport Wirtschaft sprach mit Jörn Bock, neuer Marketingleiter der HanseGroup, über die Philosophie und die Ziele, die Dehler mit diesem Kleinkreuzer verfolgt.

Wassersport Wirtschaft: In der Vergangenheit wurde von Hanse, Dehler und vielen Mitwettbewerbern die Modellpalette eher um größere Schiffe erweitert. Warum nun der Schritt zu einem Kleinkreuzer unter sechs Meter?

Jörn Bock: Weil es ein spannendes Projekt ist. Für Dehler und für uns alle. Wir wollen Einsteiger ernst nehmen, wir

Holmatro Rigg Hydraulik





Hydraulische Achterstagspanner und Baumniederholer
Hydraulik-Zylinder für Standard- und individuelle Lösungen
z.B. für Kiele, Traveller, Kutterstagen u.v.m.
Hydraulische Wantenschneider für Draht und Rod
Winschen und One Touch-Winschkurbel

Halle B 00 Stand 2 9

KOHLHOFF
specialized in deck equipment

Freesenberg 16 · 24161 Altenholz
Fon 0431-220 21-0 · Fax 0431-220 21-10
info@kohlhoff-online.de

www.kohlhoff-online.de



alle haben schließlich früher selbst klein angefangen. Und so groß die HanseGroup heute ist, wir sind allesamt zuerst Segler und dann Kaufleute. Beim Varianta-Projekt hat sich das Seglergen klar durchgesetzt. Aber am Ende werden wir viel gelernt haben, weil auf dem Weg von der Entscheidung bis zum Markteinstieg viele Probleme gelöst werden müssen. Varianta ist

für uns eine Investition in die Zukunft und in neue Zielgruppen.

Wir wissen, dass gute und preisgünstige Kleinkreuzer fehlen. Früher hatten viele Yachtwerften ein Einsteigermodell in der Palette, so wie die Automobilhersteller bis heute. Bei Mercedes ist das die C-Klasse. Der Einstieg bei Booten beginnt meist erst bei 30 Fuß. Das sind schon komplexe Yacht-

systeme, mit denen lässt sich bei intelligenter Bauweise und ordentlichen Stückzahlen Geld verdienen lässt. Bei kleinen Booten ist das schwierig. Beim Bau und besonders im Vertrieb. Welcher Händler hat schon Lust, drei Stunden mit einem Interessenten zu verhandeln, wenn er in derselben Zeit eine 40-Fuß-Yacht verkaufen kann. Kleine Boote zu bauen und zu ver-



Steuersysteme
Steuerräder aus Alu, Edelstahl und Carbon
Autopilotantriebe
Ruderlager · Ruderwellen · Ruderblätter

alle · Stand 2 9

KOHLHOFF
specialized in deck equipment

Freesenberg 16 · 24161 Altenholz
Fon 0431-220 21-0 · Fax 0431-220 21-10
info@kohlhoff-online.de

www.kohlhoff-online.de

kaufen ist in den letzten zehn Jahren etwas für Spezialisten geworden. Das wollen wir für uns ändern.

Wassersport Wirtschaft: Ist die Varianta 18 ein echtes Einsteigerboot, oder wird es auch eine Hightech-Ausführung geben?

Jörn Bock: Zunächst einmal hat dieses Boot als Rotkäppchen ja damals bereits bewiesen, dass es eigentlich ein Alleskönner ist. Ein simples Einsteigerboot, das auch zum Wohnen geeignet ist und das auch auf Regatten bestehen kann. Bis heute übrigens.

Wir haben uns das Boot angeschaut und festgestellt, dass es mit seinen Proportionen und seiner Optik bestens in die heutige Welt passt. Der steile Steven entspricht geradezu modernstem Designstandard. Unser Plan ist, das Boot als simples, aber schönes und sicheres Einsteigerboot zu liefern, sozusagen „ready to sail“. Wer mehr will, kann von uns mehr bekommen, auch einen Gennaker. Wir sind dabei, sinnvolle und leicht nachzurüstende Extras zu entwickeln. Und wer einen Racer daraus machen möchte, muss das Boot eben individualisieren. Wir wissen noch nicht, wie sich die neue Varianta-Gemeinde entwickelt. Wenn man moderne Kommunikationswerkzeuge einsetzt, und das werden wir, lässt sich aus der Kommunikation mit Seglern das Boot sicher auch noch weiter entwickeln, warum nicht.

Das geschieht jetzt schon in Greifswald. Wir haben uns eine Varianta geholt



Die Varianta, der Klassiker von Dehler unter den Kleinkreuzern.

und segeln täglich damit. Hier arbeiten ja auch ein paar sehr gute Segler, sogar Weltmeister, die sich fast streiten, das Boot segeln zu dürfen. Nach dem Segeln gibt es ein Meeting und es wird diskutiert. Wir nehmen die Varianta genauso ernst, wie eine 60-Fuß-Yacht.

Wassersport Wirtschaft: Wird man mit der neuen Varianta 18 auch neue Wege im Vertrieb gehen?

Jörn Bock: Ja, denn bei aller Liebe zum Segeln, das Projekt muss sich selbst tragen. Den Bootsbau haben wir gut im

Griff. Die Vertriebsproblematik habe ich angesprochen. Eine Lösung ist, die Varianta über das Internet zu verkaufen. Das ist leicht gesagt, aber wir sind auf gutem Wege alle damit zusammenhängenden Fragen zu beantworten. Ein 700-Kilo-Boot mit Mast und Kiel übers Netz zu verkaufen ist etwas anderes als einen Fernseher oder Laufschuhe. Und im Karton kann man es auch nicht verschicken. Aber wenn man Probleme konzentriert angeht, findet man Lösungen. Wie schon gesagt, Varianta ist für uns alle ein spannendes Projekt und eine Investition in die Zukunft.

Jörn Bock Leiter Marketing HanseGroup

Seit Anfang August ist der 59jährige Hamburger verantwortlich für die Positionierung, Führung und Weiterentwicklung der Marken Hanse, Moody, Dehler und Fjord unter dem Dach der HanseGroup. Jörn Bock, ehemaliger Journalist, war über viele Jahre Mitglied der Chefredaktion von Europas größter Wassersport-Zeitschrift Yacht, bis 2000 deren Chefredakteur und bis zu seinem Engagement bei der Hanse-



Group Herausgeber des Blattes. Dörthe Schmeinck, die bisherige Marketingchefin der HanseGroup, hat innerhalb des Unternehmens eine neue leitende Position übernommen. Seit Anfang August verantwortet sie als Geschäftsführerin den Aufbau des Auslieferungs- und Service Centers im südfranzösischen Canet-en-Roussillon, dem Mediterranean Yacht Service Center (MYSC).

Neuer Schwung bei HanseYachts

Das abgelaufene Geschäftsjahr hat an den HanseYachts-Konzern große Anforderungen gestellt. Nach über zehnjährigem erfolgreichem Wachstum war man nun mit einem Absatzrückgang konfrontiert, der in seinem Ausmaß und seiner Geschwindigkeit nicht vorherzusehen war. In diesem Umfeld passte man in Greifswald Kapazitäten an, Markenwelt und das Produktportfolio wurden erweitert. Innerhalb des abgelaufenen Geschäftsjahres konnte man die Liquiditätslage und die Ergebnissituation jedoch wieder verbessern. Man ist nun für erneutes Wachstum gerüstet.

Der HanseYachts-Konzern hat das zum 31. Juli 2009 abgelaufene Geschäftsjahr als Folge der Finanz- und Wirtschaftskrise dennoch mit einem deutlichen Verlust abgeschlossen. Die Vertriebsgesellschaften des Greifswalder Unternehmens konnten vor allem im Ausland die Absatzerfolge des letzten Jahres nicht wiederholen und haben mit negativen Ergebnissen zum Konzernergebnis beigetragen. Die Umsatzerlöse des Konzerns liegen nach den vorläufigen Zahlen mit 58,2 Mio. Euro um 57 Prozent unter den Vorjahresumsätzen von 135,3 Mio. Euro. Das EBITDA ist mit -12,9 Mio. Euro vor allem durch die Unterauslastung der Produktion und die damit verbundenen überproportional hohen Personalaufwendungen sowie die Kosten der Kapazitätsanpassung im Laufe des Geschäftsjahres belastet. Im Vergleich zum Beginn des Geschäftsjahres hatte man bei HanseYachts den monatlichen Perso-

nalaufwand bis zum Bilanzstichtag um über 35 Prozent gesenkt.

Aufgrund des stabilen Cashflows verfügte man bei HanseYachts zum Bilanzstichtag über liquide Mittel von 11,0 Mio. Euro. Bei Bankverbindlichkeiten von 11,8 Mio. Euro ist der Konzern wirtschaftlich nahezu schuldenfrei. Das Ei-

HanseGroup

genkapital beträgt mit 52,2 Mio. Euro 70 Prozent der Bilanzsumme. Am 27. Oktober 2009 wird der HanseYachts-Konzern den Geschäftsbericht für das am 31. Juli 2009 abgelaufene Geschäftsjahr veröffentlichen.

Für das Geschäftsjahr 2009/2010 rechnet man in Greifswald mit leicht steigenden Umsatzerlösen. Dabei werden die Margen weiterhin unter Druck bleiben.

Aufgrund der vollzogenen Kapazitäts- und Kostenanpassungen erwartet man eine signifikante Ergebnisverbesserung gegenüber dem abgelaufenen Geschäftsjahr.

HanseYachts ist eine der führenden Yachtwerften in Europa. Derzeit werden unter den Marken Hanse, Moody und Dehler Segelyachten und unter der Marke Fjord Motoryachten im Größenbereich von 24 bis 63 Fuß gebaut. Von Anfang an war das Konzept der Werft, technologisch anspruchsvolle Eigneryachten mit einer einfachen Bedienbarkeit zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten. Dies, gepaart mit einem innovativen Design-Konzept, mündete in den Erfolg, mit dem die HanseYachts-Gruppe heute am Markt agiert. Die HanseYachts AG ist seit März 2007 im Regelmarkt (General Standard) der Frankfurter Wertpapierbörse börsennotiert.

www.hanseyachts.com

SF MARINA

Wir liefern weltweit für Marinaanlagen:

- hochwertige Schwimmstege aus Beton
- schwimmende Wellenbrecher aus Beton bis 6m Breite
- stabile Ausleger WM Bomben von Wilen Marin AB 6-15 Meter Länge sowie Sonderlösungen
- Plattformen, Privatstege, Tankstellen
- Gangways, Versorgungssäulen, Zubehör
- Marina Refit und Montage
- seriöse Beratung und Planung

SF MARINA Deutschland GmbH

Frauenthal 8 · D-20149 Hamburg

Tel.: 040 - 37 50 29 45

Fax: 040 - 37 50 29 48

e-mail: welcome@sf-marina.com

www.sf-marina.com



hanseboot Halle B6, Stand 502