

GDV Wassersporttagung
vom 10. bis 12. November 2004

Management einer Charterflotte

Peter Fritz

Moorings, München



Management einer Charterflotte

Peter Fritz
Candidplatz 9
81543 München

Tel: 089 693508 10
Mobil: 0172 8219147

Email:
Peter.fritz@onlinehome.de
Web: www.yacht-invest.de

Moorings / Grand Expedition
Headquarter in Clearwater/Florida

750 Yachten von 32 ft – 62 ft
25 Basen weltweit
600 feste Mitarbeiter + saisonale Mitarbeiter

90.000 Gäste p.A.
Umsatz etwa 40.000.000,- €

Bareboat
Yachten mit Crew
Regatten, Flottillen, Events
Hotels

Eine Charterflotte zu managen bedeutet, die

- Qualität der Yachten
- Qualität des Services (Agentur und Basis)
- Qualität der Sicherheit (Vertragssicherheit)

unter einem **wirtschaftlichen engen** Rahmen zu optimieren.

Beteiligte:

der Investor (Yachtkäufer)

die Basis

die Administration mit Organisation/Verwaltung/Werbung

der Yachtlieferant/Ersatzteillager

die Agentur (Vertrieb der Charterwochen)

DER KUNDE (Charterer)

z.B. Moorings
750 Yachten
25 Basen weltweit

Management einer Charterflotte (Abgrenzung Profit-orientiert)

KONZEPTE

1. Charterflotte gehört einem Investor (ganz oder teilweise)

2. Flotte gehört verschiedenen Investoren spricht Yachteignern
 - a) Wirtschaftliches Risiko bei der Charterfirma (z.B. Moorings)
 - b) Wirtschaftliches Risiko vorwiegend beim Yachteigner (Offshore)
 - c) Wirtschaftliches Risiko trägt zu 100% der Yachteigner

3. Basis: eigene Basis – Franchise Basis

4. Vertrieb Charterwochen mit eigenen Agenturen und/oder beauftragten Agenturen

KONZEPTE

Die wirtschaftlichen bzw. vertraglichen Rahmenbedingungen bestimmen die Art und Weise des Managements einer Charterflotte.

Je stärker die Rückkopplung des **wirtschaftlichen Risikos** auf die betreibende Charterfirma ist, umso mehr ist Qualität und Professionalität zu erwarten..

→ **Wirtschaftliche Risiken der Charterfirma:**

- Garantien für den Eigner der Yacht wie z.B. Einnahmen, Kostenübernahme
- Eigene Yachten des Charterunternehmens
- Einnahmen der Charterfirma abhängig vom Umsatz

Management einer Charterflotte

Das Produkt

Die richtige Yacht an der richtigen Basis mit der entsprechenden Auslastung

Yachten
Reviere
Ausrüstung
Maintenance, Service

Qualitätssicherung

Kosten

Versicherung

VERTRIEB
CHARTERWOCHEN

Wie viele Yachten braucht eine Basis, um rentabel zu arbeiten ?

Management einer Charterflotte

Basis

Yachten
Reviere
Ausrüstung
Maintenance Service

Verträge

Charter
Yachtkauf

Qualitätssicherung

Kosten

Versicherung

VERTRIEB
CHARTERWOCHE

Yachten

Die Yachten müssen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen erfüllen.
Die Qualität der Yacht muss dem Charterbetrieb standhalten.

Die Flotte

Monohull
Multihull
Größe
Anzahl Kabinen (Karibik / Med)
Ausrüstung



Werften:

Beneteau, Jeanneau, Bavaria, Dufour
Service des Lieferanten (Ersatzteillager, Garantien, Betreuung)



Partnerprogramm

Kaufpreis 430.000,- €
Umsatz 690.000,- € in 7 Jahren
Gewinn 315.000,- € in 7 Jahren
Wertverlust 215.000 = 50%
Eigener Wochen 135.000,- € / 4 Wo. p.A.

Garantieprogramm

Kaufpreis 429.000,- €
Einnahmen 185000,- €
in 60 Monaten garantiert
Wertverlust 200.000,- €
Eigennutzung 230.000,- € / 6 Wochen



Management einer Charterflotte

Basis

Yachten
Reviere
 Ausrüstung
 Maintenance Service

Verträge

Charter
 Yachtkauf

Qualitätssicherung

Kosten

Versicherung

VERTRIEB
 CHARTERWOCHE

REVIERE

Saison – Wochen pro Jahr

16 – 17 Wochen sind das Minimum für Break-Even

Revierwechsel z.B. Karibik – Mittelmeer – Karibik

Verschiedene Reviere sind eine gute Kundenbindung und bieten Ausweichmöglichkeiten, falls die Basis nicht genutzt werden kann oder geschlossen werden muss.

Außergewöhnliche Basisstationen z.B. Belize dienen zur Kundengewinnung/-bindung

Management einer Charterflotte

Basis

Yachten
 Reviere
Ausrüstung
 Maintenance Service

Verträge

Charter
 Yachtkauf

Qualitätssicherung

Kosten

Versicherung

VERTRIEB
 CHARTERWOCHE

Ausrüstung, Maintenance, Service



Der Charterkunde erwartet eine hochwertige Ausrüstung sowohl für den Komfort als auch für die Sicherheit.

Bei der Ausrüstung wirken sich die verschiedenen Konzepte mit Nachdruck aus:

Übernimmt die Charterfirma maßgeblich das wirtschaftliche Risiko, so muss die Ausrüstung sowohl im Kaufpreis als auch im Service in Relation zu den Einnahmen stehen.

Liegt das Risiko beim Yachteigner, so kann dieser weitgehend frei entscheiden, wie die Yacht ausgerüstet werden soll.

Nahezu Standard sind heute:
 z.B. GPS Plotter, Autopilot, elektr. Ankerwisch, Heißwasser u.v.m.
 Seltener anzutreffen sind:

Klimaanlagen, Salzwasseraufbereitung, Radar, Generator, Satellitenempfang

Maintenance: ausgebildete eigene Mitarbeiter garantieren hohen Standard und reduzieren Kosten (Personalstruktur).
 Qualität zeigt sich im Ein- und Aus-Check.

Service: Vor und nach der Charter, Garantien bei technischen Mängel

Management einer Charterflotte

Basis

Yachten
Reviere
Ausrüstung
Maintenance Service

Verträge

Charter
Yachtkauf

Qualitätssicherung

Kosten

Versicherung

VERTRIEB
CHARTERWOCHE

Verträge

Charterkunden

Der Chartervertrag regelt die Nutzung der Yacht und die Verantwortlichkeit.

Hier findet man viele Unterschiede im „Kleingedruckten“ der Verträge und diese reflektieren die verschiedenen Konzepte.

Investor

Yacht-Kaufvertrag, Yacht-Managementvertrag
Pool-Bildung von vergleichbaren Yachten

Wesentlicher Unterschied:
Kauf der Yacht nur über die Charterfirma oder
Yachtkauf und –Vercharterung getrennt

Management einer Charterflotte

Basis

Yachten
Reviere
Ausrüstung
Maintenance Service

Verträge

Charter
Yachtkauf

Qualitätssicherung

Kosten

Versicherung

VERTRIEB
CHARTERWOCHE

Yachtkauf - Yacht-Management

Der Yachtverkauf/Beschaffung ist ein wesentlicher und sensibler Teil im Management einer Charterflotte. Die großen Charterfirmen verkaufen nur Yachten, die den Richtlinien und Vorstellungen des Charterunternehmens entsprechen und werden über die Werft direkt bezogen, oft auch als zugelassener Händler für eine bestimmte Werft.

Die richtige Wahl der Yacht am richtigen Platz ist die Waagschale für den Erfolg.

Bei Firmen wie Moorings ist dies eine wesentliche Steuerung der Wirtschaftlichkeit - soll heißen, wenn nicht eine gewisse Auslastung der Yachten garantiert werden kann, werden keine neuen Yachten zum Kauf angeboten bzw. bestellt. Bei einem Bestand von 750 Yachten müssen für die Erneuerung der Flotte etwa 150 Yachten pro Jahr verkauft werden.

EINNAHMEN	EIGENNUTZUNG
WERTVERLUST	KOSTEN

Management einer Charterflotte

Basis

Yachten
Reviere
Ausrüstung
Maintenance Service

Verträge

Charter
Yachtkauf

Qualitätssicherung

Kosten

Versicherung

VERTRIEB
CHARTERWOCHE

Qualitätssicherung

- eigenes technisches Personal
- gründliche Übergabe der Yacht
- Rückgaberechte/Erstattungen
- Überwachung der Basen

- Kundenbefragung an der Basis
- Kundenbefragung nach der Heimkehr



Management einer Charterflotte

Basis

Yachten
Reviere
Ausrüstung
Maintenance Service

Verträge

Charter
Yachtkauf

Qualitätssicherung

Kosten

Versicherung

VERTRIEB
CHARTERWOCHE

Kosten

- Personalkosten, Provisionen für Charteragenturen
- Servicekosten
- Material
- Liegeplatz
- Versicherung
- Werbung

Die nüchterne Seite: Kostenkontrolle

- Kostendruck und Kostenüberwachung wie in allen Branchen
 - Preisausschläge z.B. beim Liegeplatz können nicht unmittelbar weitergegeben werden.
- Eine nüchterne und realistische Betrachtung ist angebracht für das Kostenmanagement, da die Kosten eines Charterbetriebes schnell aus dem Ruder laufen können.

Wie anderswo so gilt auch hier: Größe hilft

Management einer Charterflotte	
<u>Basis</u>	
Yachten	
Reviere	
Ausrüstung	
Maintenance Service	
<u>Verträge</u>	
Charter	
Yachtkauf	
<u>Qualitätssicherung</u>	
<u>Kosten</u>	
<u>Versicherung</u>	
<u>VERTRIEB</u>	
<u>CHARTERWOCHE</u>	

Versicherung

Haftpflicht

Kasko

Kautio

externe Zusatzversicherungen für den Charterkunden

Im Yacht-Managementvertrag von Moorings findet man eine Anpassung der Versicherung an den Zeitwert der Yacht.

Die Kautio sollte dem Selbstbehalt bei einem Schaden entsprechen.

Die Kautionsversicherung übernimmt weitgehend dieses letzte Risiko für den Charterer

Große Firmen bieten eigene Kautions-“Versicherungen“

Management einer Charterflotte	
<u>Basis</u>	
Yachten	
Reviere	
Ausrüstung	
Maintenance Service	
<u>Verträge</u>	
Charter	
Yachtkauf	
<u>Qualitätssicherung</u>	
<u>Kosten</u>	
<u>Versicherung</u>	
<u>VERTRIEB</u>	
<u>CHARTERWOCHE</u>	

Vertrieb Charterwochen

Agenturen, eigene und/oder beauftragte

Persönliche Beratung des Charterkunden wichtig

Internet:

-Akzeptiert als Vorinformation für eine Anfrage

-Buchung mit persönlichem Kontakt vor Direktbuchung

-Eine Charteragentur ohne Webseite ist kaum vorstellbar

Zusatzleistung: Flug und Hotel-Buchung (Veranstalter)

Spezialprogramme zur Kundenbindung

z.B. Flottillen, Regatten

Zahlen

Eine Yacht generiert in 5-6 Jahren einen Umsatz von 180% bis 250% in Relation zum Kaufpreis.

Garantie-Modell

- Moorings garantiert dem Eigner 8%-10% p.A. bezogen auf den Kaufpreis der Yacht
- Moorings übernimmt alle Kosten
- Moorings gewährt 6 – 8 Wochen Nutzung für den Investor
- Keine individuelle Gestaltung der Yacht und der Nutzung.

Das wirtschaftliche Risiko trägt Moorings

Partner-Modell

- Der Eigner erhält 82-84 % vom Umsatz
- Die Kosten für den Eigner entsprechen etwa 55% vom Umsatz
- Der Rest sind die Einnahmen für den Eigner der Yacht
- 4 bis 6 Eignerwochen
- Individuelle Gestaltung

Das wirtschaftliche Risiko trägt der Yachteigner

