Kurs halten

Was macht ein Yachtbroker, wenn eine Finanzkrise seine Kundschaft einschüchtert? Er wagt sich in neue Gewässer

VON ANDREA JESKA

Foto: Kathrin Spirk für DIE ZEIT

Die Mittelschicht ist von Bord gegangen: Yachtenhändler Arne Schmidt

Weiße Segel, flirrendes Wasser, ein strahlender Himmel – ganz schlecht fürs Geschäft, jedenfalls im Jachthandel. »Die Käufer«, sagt Arne Schmidt, »sind da schon draußen auf dem Wasser. Und wer nicht auf dem Wasser ist, hat nicht genügend Geld. Der ruft bei mir nicht an.«

Arne Schmidt, Gebrauchtjachthändler beziehungsweise Hanseatic Jachtbroker, legt Wert auf einen tadellosen ersten Eindruck. Wer den verdirbt, der bekommt nicht leicht eine zweite Chance. Den Niedergang soll man an ihm und seinem Auftreten nicht festmachen können. Also dann: Den Rücken gestrafft, noch einmal mit den Händen durchs schüttere Haar, und Schmidt steigt aus seinem penibel geputzten Saab, Baujahr 2000. Es ist neun Uhr früh und über der Marina in Flensburg kreischen die Möwen. »Ein wunderbarer Tag für Schiffsbesichtigungen«, sagt Schmidt.

Schmidt ist zu früh, das ist er meistens, weil ihm das Zuspätkommen ein Graus ist. Ein Hamburger Immobilienunternehmer will seine Jacht verkaufen, dafür ist er nach Flensburg gefahren. Eineinhalb Millionen ist der Preis, acht Prozent sind Maklercourtage, in diesem Fall also 120 000 Euro. Wenn Schmidt bis Anfang Herbst dafür einen Käufer findet, hat er für den Rest des Jahres keine Sorgen mehr. Doch dieses Wenn ist in den vergangenen sechs Jahren ein Angstbegriff geworden. »Früher hieß es, wir finden den richtigen Käufer. Heute sind wir froh, wenn wir überhaupt einen finden.«

Mit federndem Schritt geht er die Brücke entlang, sein Gesicht hat jene Bräune, die sportlich und gesund wirkt. Auch das schuldet er seiner Kundschaft, in deren Leben Fitness und Leistung große Begriffe sind. Schmidt trägt Bootsschuhe, auf dem blauen Poloshirt prangt das Emblem eines Jachtclubs, und auf seinem Gürtel steht der Schriftzug: Real Club Nautica de Palma. Sein Telefon steckt Schmidt sich in die Hosentasche, wenn es klingelt, klingt es wie eine sehr leise Schiffssirene.

Die Jachten in seinem Portfolio sind 40 bis 80 Fuß, also etwa 12 bis 25 Meter lang, manche sind schon für 120 000 Euro zu haben, einige wenige kosten drei Millionen Euro. »1000 Fuß, das war immer das Ziel.« Nicht zehn Schiffe oder zwanzig, nein, 1000 Fuß Bootslänge pro Jahr wollte er stets verkaufen. Als er vor 40 Jahren Schiffsmakler wurde, war das eine realistische Größe.

Yachtenkrise

In den 1970er Jahren entdeckte der Mittelstand die Yacht als **Statussymbol**, der Markt boomte. Spätestens seit der Finanzkrise wollen immer weniger Einsteiger **sechsstellige Summen** investieren. Gleichzeitig verkaufen immer mehr Freizeitskipper ihre Boote.

Weil es so viele gebrauchte Yachten gibt, leiden die Werften. 2013 lag ihr **Umsatz** bei **1,5 Milliarden**

boote unkompliziert in der Wartung, vor allem aber billiger. Die Boote verkauften sich so schnell, wie sie gebaut wurden. Im Jachthafen neben den großen Schiffen der wirklich Reichen zu liegen war wie ein Signal: Endlich oben angekommen.

An Bord ist das Gespräch über dem Kaffee beim »Küstenklatsch« gelandet. Wer will welches Boot verkaufen und scheitert? »Der hätte an den Norweger verkaufen sollen. Aber wollt er ja nicht,« sagt der Skipper. Schmidt streicht über die Lederpolster, betrachtet die nautischen Geräte. »Ich sag den Leuten immer: Runter mit dem Preis und weg. Aber das wollen die nicht hören.«

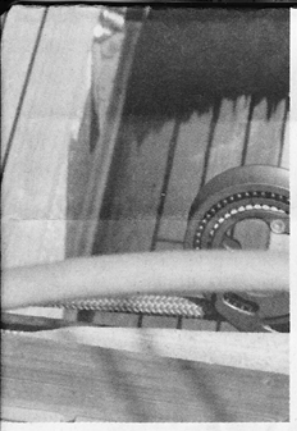
Er hat nie diesen Biss gehabt, der ihm die Superreichen bringt. Wenn er ins Ausland verkauft, dann im Internet, so hat er auch schon Geschäfte in Russland, Singapur und Taiwan angebahnt. Als er seinen ersten russischen Kunden hatte, irgendwo im fernen Wladiwostok, da dachte er noch, ob er nun wohl die ganze Zeit Wodka trinken müsse. Dass in Hamburg viele leben, die zu den oberen Zehntausend gehören, macht das Geschäft für Schmidt nicht leichter. »Die haben ihre Jachten im Mittelmeer liegen, und da wimmelt es von Schiffsbrokern.«

Das Kerngeschäft aber findet in engem Kontakt mit Käufern und Verkäufern statt. Schmidt hat sich ihre Familiengeschichten angehört, manchmal ihre Affären, hat Insolvenzen und Scheidungen miterlebt. Und weiß, dass der Hamburger gern darüber schweigt, was er hat. »Die Leute wollen, dass eine Jacht ihr Geheimnis bleibt.«

Lange hat Schmidt der typisch hanseatischen Kaufmannstheorie angehangen, man laufe dem Geld nicht hinterher, wer Erfolg hat, bei dem komme es von allein. Damals, in den Boomzeiten, hat er seine eigene Zukunft mit Mitte 60 auf der Sonnenseite des Lebens gesehen. Auf einem Boot, vielleicht auf dem Mittelmeer, in der Karibik.

Schmidt ist heute 67, und die Arbeit frisst seine gesamte Zeit. Der Gebrauchtbootmarkt im Internet ist ein riesiges Geschäft geworden, es wäre unklug, da nicht mitzuspielen. Zudem dauert es immer länger, ein Boot zu verkaufen. Ein, zwei Jahre, in denen Schmidt Kunden besucht, betreut, herumfährt. Früher, da hat er Boote und Kunden zusammengeführt, hat darauf geachtet, dass der eine zum anderen passt, und wenn nötig, auch schon mal gesagt: »Nehmen Sie lieber ein anderes Boot.« Heute kann er sich diese Feinjustierungen nicht mehr leisten.

Wie alle großen Krisen hatte auch diese ihre Vorkrisen. Der Boom der Siebziger führte schon in den Achtzigern dazu, dass der Gebrauchtmarkt wuchs und wuchs. Und weil jeder ein Boot hatte, stiegen die Preise für Liegeplätze. Na-



Die Mittelschicht ist von Bord gegangen: Yachtenhändler Arne Schmidt

zehn Schiffe oder zwanzig, nein, 1000 Fuß Bootslänge pro Jahr wollte er stets verkaufen. Als er vor 40 Jahren Schiffsmakler wurde, war das eine realistische Größe. In den guten Zeiten lag er weit darüber. Dann kam 2008 und die Bankenkrise. Für die Branche der Freizeit- und Hobbyschiffe war es der Beginn eines Untergangs. Über Nacht brachen die Verkäufe um 60, 70 Prozent ein, und so ist es bis heute geblieben. »Ein Auto, das braucht man, ein Haus, das auch. Ein Boot, das ist reines Hobby.«

Das Boot, das Schmidt an diesem Sommertag besichtigt, ist eine Swan 45, in bestem Zustand, ozeantauglich. 2003 war die Swan 45 das Boot des Jahres, Weltmeisterschaften wurden damit gewonnen, und vielleicht war es aus diesem Grund, dass der Eigner es kaufte. Vermittelt wurde der Verkauf durch Schmidt.

An Bord erwartet ihn der Skipper, Schmidt schüttelt den Kopf, als ihm eine Hand gereicht wird und klettert flott an Deck. Die beiden Männer kennen sich, seit Schmidt das Schiff kennt.

»Hallo Arne, du bist früh.«

»Hallo Andre. Besser als zu spät.«

Schmidt lässt sich in die weißen Lederpolster in der Kajüte sinken und packt seine Akten aus. »Ich habe schon mal eine Liste erstellt«, sagt er. »Nee, erst mal Kaffee«, sagt der Skipper.

Über dem Tisch und an den Seitenwänden hängen Familienfotos des Eigners. Eine Bilderbuchfamilie, Eltern, zwei Töchter, zwei Schwiegersöhne, vier Enkel.

»Das mit dem Verkauf ist wegen der Frau«, sagt der Skipper. »Der ist die Crew nicht genug getrennt von den Kajüten des Eigners.«

»Ist oft so«, sagt Schmidt. »Aber ich dachte, er will sich verkleinern.«

»Das wohl auch.«

Schmidts Großvater war Tallymann am Zollkanal, ein Ladungskontrolleur. Schmidt lernte erst Bootsbauer, dann Kaufmann, ging zur Marine und segelte auf der *Gorch Fock*. 1975 hatte er das Rüstzeug zusammen, um in das Jachtgeschäft einzusteigen.

Das waren die guten Jahre. Die Mittelschicht war zu Geld gekommen. Mein Haus, mein Boot, mein Auto, bis dahin hatten das nur die oberen Zehntausend sagen können, nun auch wohlhabende Handwerker und Kleinunternehmer. »Zu mir kamen Bäckermeister, Tischler, Angestellte, die konnten sich das damals leisten, Boote zu kaufen. Oder sie wollten es sich leisten. Da waren Leute bei, die zur Miete wohnten, aber unbedingt ein Boot wollten.«

Zum wirtschaftlichen Boom kam der Wandel im Bootsbau. Anders als die pflege- und kostenintensiven Holzboote waren die neuen Kunststoff-

Freizeitskipper ihre Boote.

Weil es so viele gebrauchte Yachten gibt, leiden die Werften. 2013 lag ihr **Umsatz** bei **1,5 Milliarden** Euro, vor der Finanzkrise waren es 3,5 Milliarden. Branchenprimus **Bavaria Yacht** produzierte mal 3500 Segel- und MotorYachten im Jahr – heute ist es nur noch ein **Drittel**.

Der Boom der Siebziger führte schon in den Achtzigern dazu, dass der Gebrauchtmarkt wuchs und wuchs. Und weil jeder ein Boot hatte, stiegen die Preise für Liegeplätze. Nebenkosten wurden gedeckt, indem die Eigner die Schiffe vercharterten. Vor allem Amerikaner nahmen das in Anspruch und wollten wie ihre Vorfahren den Atlantik überqueren. Doch dann kam 9/11, gefolgt von der Wirtschaftskrise.

Nicht nur der wirtschaftliche Niedergang, auch der demografische Wandel hat zur Krise im Schiffsverkauf beigetragen. Segelboote, Jachten waren eine Mode ihrer Zeit. Die Eigner aber sind in die Jahre gekommen und wollen nun lieber eine Finca in Spanien als ein Boot an der Ostsee.

Der Skipper stellt Häppchen auf den Tisch. Schmidt geht durch das Schiff und arbeitet seine Liste ab. »Ich hab da noch ein Boot«, sagt Schmidt. »Liegt auf Reede, kein guter Zustand mehr. Sag Bescheid, wenn du jemanden weißt.« – »Auf Reede? Jeden Tag ein bisschen weniger wert!« Schmidt nickt. »Ja, sag das mal dem Eigner.«

Als die Mittelschicht 2008 ihre Boote abstieß und selbst die Reichen nichts mehr kauften, hat Schmidt noch an einen vorübergehenden Einbruch geglaubt. Doch irgendwann hatte er verstanden, kündigte seinen Angestellten und zog mit dem Büro um an eine günstigere Adresse. Seine erwachsene Tochter wird sein Geschäft nicht übernehmen, für ihn selbst, denkt Schmidt, wird es wohl noch ein paar Jahre reichen.

Über der Marina in Flensburg steht die Sonne jetzt im Zenit, die Möwen dösen müde auf dem Steg. Neben der Swan 45 liegt eine dänische Jacht, *»till salg«*, steht groß an der Außenbordwand. »Mindestens ein Viertel der Boote hier ist zum Verkauf«, sagt Schmidt. »Und davon wird mindestens ein Achtel in den kommenden Jahren auch nicht verkauft werden.«

Dann klettert er von Bord, geht zu seinem Saab und blickt noch einmal auf die Swan zurück. »Wird wohl dauern«, sagt er.

ANZEIGE