

# Wirtschaftliche Talfahrt oder Branchen-Boom

Welche Auswirkungen hat das Coronavirus auf die Bootsbranche? Ein Interview mit Jan Brock, Geschäftsführer von go boating und Aufsichtsratsvorsitzender des Bundesverband Wassersportwirtschaft (BVWW).



Jan Brock vertritt die Banken SGB Finance und CGI Finance, die sich durch besondere Nähe zu Herstellern und Händlern auszeichnen.

**D**ie Nachfrage an Booten und Boots-ausrüstung und damit das Interesse an Krediten und Versicherungen ist trotz – vielleicht aber auch aufgrund – der Corona-Krise deutlich angestiegen.

**Herr Brock, können Sie uns mehr zu den Auswirkungen von SARS-CoV-2 auf die Bootswirtschaft berichten? Welche Veränderungen sind**

**bei Händlern, Werften und Endkunden festzustellen?**

Schon jetzt lassen sich mehrere Auswirkungen auf die Branche feststellen, die sich 2021 vermutlich noch stärker durchsetzen werden. Das Motto „My boat is my castle“ wird sicher eine große Rolle spielen. Statt Fernreisen und exotische Charters-touren steigt die Nachfrage nach einem eigenen Boot, um lokal Urlaub zu machen. So ist man unabhängig von Fliegern und Restaurants, kann Menschenansammlungen vermeiden und trotz möglicherweise anhaltender Pandemie einen Urlaub genießen. In diesem Zusammenhang wird auch der lokale Chartermarkt immer beliebter. Auch nach Corona werden viele zunächst auf Auslandsreisen verzichten wollen – so boomen zur Zeit Ostsee und deutsche Binnengewässer, weil sie für uns auch weiterhin so einfach zu erreichen sind.

Ein Problem wird das geringe Angebot an neuen Booten darstellen. Da viele Werften aufgrund des Lockdowns schließen mussten, generell sehr vorsichtig geplant haben und Lieferketten gerissen sind, werden die Märkte 2021 zum Teil unterversorgt sein. In diesem Jahr musste die Bootsbranche nahezu komplett ohne Messen auskommen. Was Anfang des Jahres noch unvorstellbar war, hat sich nun zu einem Trend entwickelt, der auch nach Corona fortbestehen wird. Boots-

händler werden sich auf die Präsentation ihrer Boote im Internet konzentrieren. Das muss und wird kundenfreundlicher werden. Und: Die großen Hersteller, das zeigt sich bereits jetzt, werden Spezialevents organisieren, auf denen die Kunden neue Yachten erleben können.

**Lassen wir das vergangene Jahr Revue passieren: Welche Bilanz können Sie für Go boating ziehen? War 2020 ein erfolgreiches Jahr für Sie?**

Wir haben viel gelernt und sind sehr optimistisch. Kommerziell war 2020 das beste Jahr in unserer 15-jährigen Existenz – nicht zuletzt wegen des Bootsbooms.

**Aufgrund rechtlicher Änderungen für die Pauschalversteuerung in Frankreich, kann das so genannte Französische Leasing seit wenigen Wochen nicht mehr angeboten werden. Welche Nachteile ergeben sich daraus für Ihre Kunden? Auf welche Konditionen können sich Kunden bei neuen Leasingverträgen einstellen?**

Diese Entwicklung hat sich lange angekündigt. Für Leasingkunden mit bereits abgeschlossenen Verträgen bestehen keine Nachteile – hier gilt Bestandsschutz. Bei Neukunden wird in aller Regel der Bootskredit die richtige Wahl sein. Richtig angewandt kann er das Leasing wunderbar ersetzen. Hier bieten wir lange Laufzeiten und spannende Konditionen.

**Welche Entwicklungen sind auf dem Bootsmarkt zu erkennen? Wie ist Ihre Einschätzung: Worauf können wir uns 2021/2022 in der Branche einstellen?**

Wie in den meisten Branchen gilt auch für uns: Digitalisierung wird immer wichtiger. Zudem werden wir bei Neu- und Gebrauchtbooten einen Verkäufermarkt sehen. Sowohl für uns als auch für die Kunden gilt, auf Qualität zu achten und nur mit erfahrenen Bootshändlern zusammen zu arbeiten. Und wenn Sie als Kunde Ihr Traumboot gefunden haben, schlagen Sie schnell zu!

**Mit Blick auf 2021: Welche Veränderungen wird es im neuen Jahr bei Go boating geben, worauf dürfen sich Ihre Kunden freuen?**

Auch wir werden uns in der digitalen Welt stärker aufstellen. So entwickeln wir zurzeit einen neuen Onlinerechner, der in Kürze auf unserer Webseite go-boating.de zur Verfügung stehen wird. Sowohl online als auch im Printbereich arbeiten wir gerade an neuen Marketingkampagnen. Und sobald es die Pandemiesituation wieder zulässt, freuen wir uns, uns auch wieder stärker auf den Außendienst und den direkten Kontakt mit unseren Kunden konzentrieren zu können. Und nicht zuletzt: unsere Zinsen sind gerade gesunken. ●

Foto: Volker Goebner