

Gesund gewachsen

Jubiläum. Vor 40 Jahren wurde das Unternehmen Master Yachting gegründet. Franz Schillinger und Peter Schmid machten es zu einem der erfolgreichsten im europäischen Yachthandel. Von Judith Duller-Mayrhofer

Er gehörte zur Gilde der Pioniere. Karl Schindlauer, in der Szene allseits als Carlo bekannt, gründete 1978 das Unternehmen Master Yachting und brachte damit als einer der ersten das Kaufcharter-Modell unter die österreichischen Segler. Das System funktionierte blendend, Schindlauer betrieb mehrere Stützpunkte in Kroatien und schuf sich als Bavaria-Händler ein zweites Standbein, das gleichzeitig perfekte Ergänzung war. Gemeinsam mit seiner Frau Andrea Barbera, einer gebürtigen Deutschen, eröffnete er außerdem in deren Heimat unter dem Label Master Yachting Germany eine weltweit operierende Charteragentur. Alles paletti.

Dann zogen dunkle Wolken auf, beruflich und privat. Balkankonflikt, Scheidung; Kampfhandlungen in jeder Hinsicht quasi. Als beides überstanden war, sah die Welt im Kleinen wie im Großen anders aus. Andrea Barbera hatte die Charteragentur (die heute zu den größten Europas zählt und vom gemeinsamen Sohn Max geführt wird) im Alleingang übernommen, im 1991 gegründeten Staat Kroatien galt es mühsame Aufbauarbeit zu betreiben. Nur noch die Basis in Sukošan war Schindlauer ge-

blieben, er selbst als Händler von Bavaria zu Beneteau gewechselt, später kam noch der Katamaran-Gigant Lagoon dazu. Neue Rahmenbedingungen, die mit alter Stärke erfolgreich genutzt wurden.

2009, das kann man rückblickend sagen, war ein entscheidendes Jahr für Master Yachting. Mit Franz Schillinger betrat eine bislang unbekanntere Figur die Bühne, die als Nachfolger vorgesehen war und später Tempo und Richtung vorgeben sollte. Drei Jahre arbeitete der Wiener, der nicht aus der Segelszene kam (siehe auch Kasten auf Seite 29), an der Seite von Schindlauer, vertiefte sich in die Materie, prüfte, ob das Unternehmen gesund und für die Zukunft gerüstet war. Im Mai 2011 kaufte er Master Yachting gemeinsam mit seinem Geschäftspartner Peter Schmid (siehe auch Kasten auf Seite 28).

Die beiden Männer, die jeweils Inhaber sowie Geschäftsführer sind und bis heute Beneteau und Lagoon vertreten, steckten in Folge ihre ganze Energie in den Yachtverkauf. Das Chartergeschäft, wiewohl durchaus erfolgreich laufend, spielte eine untergeordnete Rolle. Es diente primär dazu, Kontakte zu diversen Veranstaltern zu knüpfen und zu pflegen, die bekannt-



Perfekte Ergänzung. Peter Schmid (links) hat Finanzen und Administration bestens im Griff, Franz Schillinger ist in Sachen Verkauf und Marketing ein Ass



Peter Schmid sammelt nicht nur harte Daten und Fakten, sondern auch moderne Gemälde

Zahlenkünstler

Ein Mann mit abgeschlossener Gastgewerbeschule und erstaunlich vielen Talenten. Kleiner Auszug aus der beruflichen Vita: Großkundenberater in der Büromöbelbranche, Besitzer einer Bar in Hietzing, Tankstellen-Betreiber, Aktien- und Rohstoffhändler, Hedgefond-Manager.

Peter Schmid war in sehr unterschiedlichen Sparten tätig – und dabei stets erfolgreich. Als er von Franz Schillinger, den er aus seiner Möbel-Phase kannte, gefragt wurde, ob er sich am Unternehmen Master Yachting beteiligen möchte, dachte Schmid nicht lange nach und sagte spontan zu. Nach zehn hektischen Jahren an der Börse habe es ihn einfach sehr gereizt das aktive Management einer Firma zu übernehmen, erinnert er sich. Und: „Ich mag es mit etwas komplett Neuem zu beginnen. Ich lerne gerne und ich stelle mich gerne einer Herausforderung.“ Dass er zum Segeln einen Bezug hat, seit er als Kind seine Ferien im großelterlichen Haus am Mattsee verbrachte, und einst einen 470er sein Eigen-

nannte, dürfte die Entscheidung zusätzlich erleichtert haben.

Die Herausforderung Yachtverkauf und -charter erwies sich jedenfalls als vielfältiger als gedacht. Es galt steuerliche und bürokratische Hürden zu nehmen, sich in technische Details zu vertiefen, Kunden in aller Welt bei diversen Problemen beizustehen und vieles mehr. „Ich hab den Gesamtaufwand total unterschätzt“, gibt Schmid heute zu.

Aber wenn der heute 55-Jährige, der sich selbst als Allrounder bezeichnet, eines gelernt hat, dann auf seine Stärken zu vertrauen. Die da wären: Strategisches und analytisches Denken, Lösungskompetenz, Hartnäckigkeit. Damit half Schmid Master Yachting groß zu machen.

Seinen Partner Franz Schillinger bezeichnet er als ideale Ergänzung und ebenbürtiges Gegenüber: „Ich arbeite zum ersten Mal mit jemandem zusammen, der mit dem gleichen Antrieb wie ich die Ziele der Unternehmensentwicklung verfolgt.“

Zwei Typen, die von der gleichen Leidenschaft getrieben sind, könnte man es auch nennen ...

lich eine ausgesprochen interessante Käufergruppe darstellen.

Die Aufteilung der Arbeitsbereiche funktioniert klaglos. Schmid kümmert sich vorrangig um Finanzen und Administration, Schillinger um Verkauf und Marketing. Jeder macht, was er am besten kann, und das mit maximaler Hingabe. Eine unschlagbare Kombination. Der hohe persönliche Einsatz spiegelte sich rasch in Zahlen wider. Jahr für Jahr wurden die Umsätze gesteigert, zu Beginn sogar verdoppelt. 2015, 2016 und 2017 war Master Yachting der mit großem Abstand beste Lagoon-Händler in ganz Europa. Erfolgsgeheimnis, neben harter Arbeit: Schmid und Schillinger verstehen es, den Kunden den Sinn und Mehrwert der propagierten Kaufchartermodelle zu vermitteln, und vergrößern damit die Zielgruppe der potenziellen Yachteigner beträchtlich. „Früher haben sich nur die wirklich Reichen eine Yacht gekauft, das waren Menschen, die sich das quasi aus der Portokassa leisten konnten“, erinnert sich Schillinger. Jetzt sei man hingegen im Mittelstand angekommen. „Wir zeigen auf, wie sich der Traum von der eigenen Yacht realisieren lässt. Und zwar ganz seriös, ohne zwielichtige Klauseln.“ Die von Master Yachting geleistete Überzeugungsarbeit fruchtet offenbar: Bis 2013, so Schillinger, habe die Hälfte der Käufer das neue Schiff ausschließlich privat genutzt, derzeit kämen auf einen rein privat segelnden Kunden neun Eigner, die das Schiff zwecks Finanzierung ihrer Leidenschaft im Charter laufen lassen.

Stillstand ist Rückschritt

2016 eröffnete Master Yachting eine Tochtergesellschaft in München, die den deutschen Markt bis hinauf nach Düsseldorf bedient, zudem gibt es eine Verkaufsniederlassung in Zürich. Außerdem hat man die Produktpalette um die Marke Overblue erweitert. Die unter diesem Namen firmierenden Motor-Katamarane sind eher schwimmendes Penthouse als Yacht und sowohl hinsichtlich Optik als auch Konzept gewöhnungsbedürftig. „Wir mögen es zur Avantgarde zu gehören und sind davon überzeugt, dass die Overblue dem Zeit-

geist entspricht“, verteidigt Schillinger den polarisierenden Neuzugang, muss aber zugeben, dass es eine Weile gedauert habe, bis sich das Publikum zur Akzeptanz der kastenförmigen Modelle durchringen konnte.

Breite Akzeptanz erfahren hingegen herkömmliche Motor-Katamarane, ein Bereich, dem Schillinger große Zuwächse prophezeit: „Wir wissen von den Charterflotten, dass speziell auf den großen Kats die Segel gar nie ausgerollt werden. Der Chartergast nutzt das Boot als Plattform um von einer Bucht zur nächsten zu kommen. Ein Motor-Kat erlaubt es ihm, genau das schnell, sicher und mit geringem Spritverbrauch zu machen. Für viele muss Segeln nicht sein.“

Die wie verrückt boomenden Verkaufszahlen geben Schillinger recht; wer heute den Vertrag für ein Spitzenmodell unterschreibt, kann damit frühestens 2019 auslaufen. Gleiches gilt übrigens für die segelnden Katamarane von Lagoon oder die Benetau-Modelle Oceanis 46 und 51.1 – die Nachfrage ist so stark, dass die Kapazitäten der Werften nicht mithalten können.

Auch deshalb hat sich Master Yachting eine weitere neue, gerade erst offiziell gelaunchte Marke ins Portfolio geholt: Aquila ist weltweit die Nummer 1 bei Motor-Katamaranen, in Europa aber so gut wie nicht präsent. Das soll sich ändern. „Es handelt sich nicht um den Ableger eines Segel-Kats, sondern eine spezifische Motor-Kat-Entwicklung. Die Boote werden in China in sehr guter Qualität gebaut und sind absolut massentauglich, kein Nischenprodukt wie die Overblue“, erklärt Schillinger. In den nächsten fünf Jahren möchte er davon dieselbe Stückzahl wie bei den Segel-Kats von Lagoon verkaufen, also um die 30 Modelle im Jahr.

Gutes Stichwort: Wo sieht sich Schillinger mit Master Yachting in fünf Jahren? „Wir haben immer expandiert und in neue Produkte investiert, das werden wir wohl weiterhin so machen“, denkt er laut, „wobei unser Fokus auf Yachthandel und Yachtfinanzierung liegt. Aber wir werden nichts übereilen. Wachstum ist wichtig, darf aber nicht zu schnell geschehen.“ ■



Franz Schillinger hat ein gutes Gespür dafür, was seine Kunden für ihr Glück brauchen

Menschenkenner

Extrovertierter Typ, der rasch eine Verbindung zu seinem Gegenüber herstellt, charmant, ohne je eine Grenze zu überschreiten, empathisch, kompetent. Beweglich im Denken, erfreulicher Anblick; auch nicht unwichtig.

Franz Schillinger, Verkäufer mit Leib und Seele. Stieg nicht umsonst nach der HAK rasch zum Sales Manager eines international agierenden Büromöbel-Herstellers auf; man erkannte das Potenzial des jungen Mannes und holte ihn mit 27 Jahren aus der Österreich-Filiale zur Muttergesellschaft nach Frankfurt. Später baute er als Geschäftsführer für ein US-Möbel-Unternehmen den Vertrieb in Europa auf, noch später versuchte er von Kanada aus hochwertige Kosmetik-Produkte in den USA und in Russland zu etablieren.

Nach zwei Scheidungen wieder zurück in Wien, führte ihn ausgerechnet die Russland-Connection über Umwege in die Yachtbranche. Master-Yachting-Gründer Carlo Schindlauer, der Schillinger aus einer Sauna-Runde kannte, wollte mit den Russen ins Charter-Geschäft kom-

men und bat den smarten Wiener darum, ihn als Konsulent mit seinem Know-How zu unterstützen. Der Russland-Deal ging zwar letztlich nicht auf, doch Schindlauer meinte in der Landratte Schillinger einen würdigen Nachfolger gefunden zu haben und überredete ihn zu einem Überstellungstörn von Bordeaux nach Zadar. Als Schillinger nach drei Wochen wieder festen Boden unter den Füßen hatte, wusste er, was er wollte. Nicht mehr Schreibtische, Fräsmaschinen oder Anti-Falten-Tinkturen verkaufen, sondern Yachten. Das neu entdeckte Hobby mit dem Job verbinden, vielleicht nicht mehr ganz so viel arbeiten.

Na ja. Heute ist Franz Schillinger 55 Jahre alt und arbeitet mehr denn je. Den Umstieg aufs Wasser hat er dennoch nie bereut. Er sei Teil eines Traums, sagt er, und dass es in seinem Business nicht nur um Zahlen, sondern um Emotion gehe. Schillinger ist es wichtig, seine Kunden, deren Leidenschaften und Wünsche wirklich zu verstehen. Er will ihnen zu ihrem Glück verhelfen, nicht um Prozente feilschen. So geht Verkäufer.