
Publikation

4 investors

Veröffentlichungsdatum 28.04.2020 12:49 Uhr - Autor: Johannes Stoffels

HanseYachts: Viele Messen fallen aus



Bild und Copyright: HanseYachts.

Bei der Präsentation von Jens Gerhardt, Vorstand von HanseYachts, auf der virtuellen Münchner Kapitalmark Konferenz (MKK) von GBC ist Corona natürlich ein Thema. Die Norddeutschen können an ihren vier Standorten in Frankreich, Polen und Deutschland weiter produzieren. Keiner der rund 1.600 Mitarbeiter ist erkrankt. Allerdings können einige derzeit nicht zur Arbeit kommen. Entweder weil sie Grenzgänger sind oder zu Hause Kinder betreuen müssen. Entsprechend hat sich die Produktion verlangsamt.

Das Orderbuch von HanseYachts ist noch gut gefüllt, doch Neuaufträge könnten zunächst geringer ausfallen. Eine Vielzahl von Messen, an denen HanseYachts teilnehmen wollte, ist in diesem Sommer abgesagt worden. 34 Messen fallen von März bis August aufgrund von Corona aus, ab September will HanseYachts wieder auf Messen präsent sein. Dann soll das Messegeschäft wieder anlaufen. Positiv für den Schiffsbauer ist, dass die wichtigsten Messen der Branche im September und Januar stattfinden. Jährlich werden von der Gesellschaft bis zu 90 Messen besucht, ein wichtiger Absatzkanal für den Bootsbauer.



RÜTTNAUER
RESEARCH

Negativ für HanseYachts ist in diesen Tagen, dass fast alle Häfen geschlossen sind. Das stört die Kunden, das stört das Unternehmen. Doch in den kommenden Wochen sollen diese wieder öffnen.

2021 kann laut Gerhardt interessante Impulse bringen. Zwar fallen Restaurantbesitzer als Kunden vermutlich raus, doch neue Zielgruppen könnten sich für die Boote von HanseYachts interessieren. So kann es wieder einen verstärkten Trend zum individuellen Urlaub geben. Statt Kreuzfahrt sollen Verbraucher auf das eigene Boot setzen. Andere Interessenten könnten das Boot zudem als interessantes Asset ansehen. Ob sich diese Hoffnungen erfüllen, dürfte auch vom weiteren Verlauf der Krise abhängen.

An den mittelfristigen Zielen hält Gerhardt unterdessen fest. Der Umsatz soll auf 200 Millionen Euro steigen, die EBITDA-Marge zwischen 10 Prozent und 12 Prozent liegen. Für den Kursverlauf wäre das Erreichen dieser Ziele sehr hilfreich. In der Krise ging es von rund 6 Euro auf 2 Euro nach unten. Inzwischen notiert das Papier wieder an der Marke von 3 Euro, ist aber noch weit von den früheren Kursen entfernt.