Die 100.000-Euro-Frage – und warum ein Preisschild nicht die Antwort ist

Autor: Klaus Röder

Der VMWD und die Zeitschrift SEGELN haben mit ihrem Designwettbewerb um eine „Basis-Yacht“ für unter 100.000 Euro eine überfällige Debatte eröffnet. Dafür gebührt ihnen Dank. Doch wer die Zukunft des Wassersports sichern will, muss die Frage größer stellen – nicht: Wie bauen wir ein billigeres Boot?
Sondern: Wie bringen wir wieder mehr Menschen aufs Wasser – dann führt das langfristig wieder zu steigenden Umsätzen bei den Produzenten?

Ein richtiger Impuls

Zunächst das Lob, und es ist ehrlich gemeint: Der Wettbewerb trifft einen Nerv. Neuboote haben sich in wenigen Jahren so drastisch verteuert, dass der Einstieg ins Fahrtensegeln für Normalverdiener zur Illusion geworden ist. Eine 37-Fuß-Serienyacht, die vor zwei Jahren 160.000 Euro kostete, steht heute mit 280.000 Euro in der Preisliste. Wer finanzieren muss, zahlt dafür Zinsen von bis zu neun Prozent. Dass ein Branchenverband und ein Segelmagazin diese Entwicklung nicht achselzuckend hinnehmen, sondern gemeinsam einen Konstruktionswettbewerb ausrufen, ist ein Signal von Gestaltungswillen. Genau solche Signale braucht die Branche.

Die vorliegende Ausschreibung fordert viel vom sich am Wettbewerb beteiligenden Konstrukteur: eine seegehende, segelfertige Yacht für zwei bis vier Personen, CE-Kategorie B, ganzjahrestauglich, mit Bad, Navigationsarbeitsplatz und angenehmem Raumklima in allen Kammern – für unter 100.000 Euro Neupreis, kalkuliert „mit angemessener Marge“. Dazu soll der Teilnehmer des Wettbewerbes ein vollständiges Paket aus Linienriss, Layouts, Segelplan, Gewichts- und Kostenrechnung liefern. Das ist ein erheblicher, unbezahlter Entwicklungsaufwand für ein Produkt, dessen wirtschaftliche Machbarkeit zumindest fraglich ist.

Die unbequeme Rechnung -

Man muss kein Kalkulationsgenie sein, um die Spannung zu sehen: Die geforderte Ausstattung und Preisgrenze passen bei heutigen Material-, Energie- und Lohnkosten kaum zusammen – jedenfalls nicht mit einer Marge, von der eine Werft leben kann. Wir laufen Gefahr, dass der Wettbewerb genau das prämiert, woran die Branche ohnehin krankt: Produkte am Rand der Kostendeckung, kalkuliert gegen die eigene Substanz. Eine Branche, die sich gegenseitig im Preis unterbietet, kannibalisiert sich – sie gewinnt keine neuen Kunden, sie verteilt nur die schrumpfende Nachfrage um und knabbert dabei am eigenen Existenzminimum.

Die Lage ist ernst genug, um sich nichts vorzumachen. Der weltgrößte Serienbootsbauer Beneteau meldete für das erste Quartal 2025 einen Umsatzeinbruch von 43 Prozent. HanseYachts in Greifswald baut bis zu 200 Stellen ab, der Hauptinvestor zog sich zurück. Das VMWD-Konjunkturbarometer 2025 registriert bei 42 Prozent der Betriebe eine regelrechte „Konsum-Scham" der Kundschaft. Wer in diesem Umfeld dazu aufruft, noch günstiger zu produzieren, behandelt das Symptom – und riskiert, den Patienten weiter zu schwächen. Ein Branchenverband soll seine Mitglieder vertreten und stärken, nicht ihre letzten Margen zur Disposition stellen.

Zugang schaffen statt Preiskämpfe führen

Das eigentliche Problem offenbart sich in zwei Zahlen: Das Durchschnittsalter der Bootseigner in Deutschland ist zuletzt von 60 auf 62 Jahre gestiegen. Und die Zahl der jährlich ausgestellten Sportbootführerscheine ist von rund 100.000 im Jahr 2021 auf 78.000 im Jahr 2024 gefallen – ein Minus von mehr als 20 Prozent in nur drei Jahren. Die Branche selbst formuliert es treffend: Wir haben kein Nachfrageproblem, wir haben ein Strukturproblem. Eine junge Generation, die Mobilität, Wohnen und Musik längst teilt statt zu besitzen, wartet nicht auf ein etwas billigeres Eigentumsboot. Sie wartet auf einen einfachen, flexiblen, bezahlbaren Zugang zum Wasser – ob unter Segeln oder unter Motor.

Und hier genau liegt die verpasste Chance der aktuellen Ausschreibung: Sie legt sich fest auf eine Bootsart, eine Größe, ein Preisschild. Doch warum eigentlich? Die Verengung auf die Segelyacht mag der Partnerschaft mit einem Segelmagazin geschuldet sein – der Verband aber vertritt Werften, Dienstleister und Zulieferer des gesamten Wassersports. Und dessen Zukunft entscheidet sich nicht allein am Konstruktionsspant.

Wettbewerb der Geschäftsmodelle

Um das Problem nachhaltig zu lösen, müssen wir größer denken. Öffnen wir den Wettbewerb. Suchen wir nicht ein spezifisches Boot, sondern ein Konzept, das Menschen aufs Wasser bringt. Das kann natürlich eine Basis-Yacht sein.

Es kann aber ebenso ein genossenschaftliches Eignermodell sein, ein Sharing-System im Verbund von Werft, Händler, Marina und Verein. Ein Refit-Programm, das die riesige, alternde Gebrauchtflotte modernisiert und jungen Einsteigern zugänglich macht. Die Refit- und Wartungsbetriebe sind heute schon ausgebucht, hier liegt Wertschöpfung mit echter Marge. Ein Abo-Modell vom Führerschein bis zum ersten eigenen Törn. Eine digitale Plattform, die Liegeplatz, Wartung und Nutzung bündelt. Und ja: auch mit anderen Booten als Segelbooten, denn wer aufs Wasser will, fragt nicht zuerst nach dem Antrieb. Oder aber eine Kombination aus ebensolchen Komponenten.

Der Bewertungsmaßstab wäre ein anderer und ein besserer: Nicht „Wie viel Boot für 100.000 Euro?", sondern „Wie viele Menschen bringt dieses Konzept pro investiertem Euro aufs Wasser – und lässt dabei alle Beteiligten der Wertschöpfungskette auskömmlich

wirtschaften?“ Prämiert würde Zusammenarbeit statt Unterbietung: Konsortien aus mehreren Branchenteilnehmern, die gemeinsam ein tragfähiges Modell vorlegen. Profitieren würde dabei die ganze Branche. Das wäre ein Wettbewerb, der die Stärken des Verbandes ausspielt – denn Netzwerke zu stiften ist die ureigene Aufgabe eines Branchenverbandes.

Das zweite Kapitel

Niemand muss den laufenden Wettbewerb abblasen. Die Frage nach dem bezahlbaren Boot ist und bleibt richtig, und vielleicht überrascht uns ein Entwurf, der die Quadratur des Kreises schafft. Aber machen wir aus dem Wettbewerb eine Serie: Kapitel eins, die Basis-Yacht, ist eröffnet. Kapitel zwei sollte der Basis-Zugang sein – das beste Konzept, um aus Zuschauern am Ufer wieder aktive Wassersportler zu machen. Der VMWD und SEGELN haben bewiesen, dass sie Debatten anstoßen können. Jetzt haben sie die Chance zu beweisen, dass sie auch das größere Bild im Blick haben können. Die Branche wird es ihnen danken. Das Wasser hat Platz für alle.

Zahlen, die man nicht wegdiskutieren kann

Durchschnittsalter der Bootseigner in Deutschland: gestiegen von 60 auf 62 Jahre (boot Düsseldorf / VMWD, 2025)

Sportbootführerscheine: Rückgang um über 20 Prozent – von rund 100.000 (2021) auf 78.000 (2024)

Preis einer 37-Fuß-Serienyacht: von ca. 160.000 auf ca. 280.000 Euro in nur zwei Jahren (BVWW/VMWD, 2023)

Neupreise Segelyachten: plus rund 40 Prozent innerhalb von 18 Monaten (Branchenbarometer 2023)

Bootsfinanzierung: Zinsen zwischen 5,5 und 9 Prozent

Groupe Beneteau, weltgrößter Serienhersteller: Umsatzeinbruch von 43 Prozent im ersten Quartal 2025

HanseYachts, Greifswald: Abbau von bis zu 200 Stellen, Rückzug des Hauptinvestors

VMWD-Konjunkturbarometer 2025: 42 Prozent der Betriebe beobachten „Konsum-Scham“ bei ihren Kunden; nur 38 Prozent melden eine stabile Geschäftslage

Quellen: VMWD-Konjunkturbarometer 2025; Branchenbarometer BVWW/VMWD 2023; boot Düsseldorf/VMWD-Pressekonferenz 2025; Geschäftsberichte Groupe Beneteau und HanseYachts AG; Fachpresse (BOOTE, float Magazin, SegelReporter, boatindustry.de).