

EXCLUSIV

DIE WELT DER SUPERYACHTEN

„EL LEON“

54-Meter-Meilenfresser
mit Mangusta-Genen

TOP 10

Superyachten als
heimliche Filmstars

„FREEDOM“

Roberto Cavallis
Batman-Yacht

CYBER SECURITY

Schutz vor
Attacken

„DAR“

Gläserner Jäger





„Wie Tetris spielen“

Stefanie Krücke bringt beste Voraussetzungen mit, um Exteriors und Interiors von Yachten zu gestalten: Sie ist Industriedesignerin und Tischlerin.

Wann hattest du das erste Mal Kontakt mit Yachting?

Durch meine Eltern war ich schon auf Booten, bevor ich laufen konnte. Aufgewachsen bin ich zwar in Hannover, die Ferien verbrachten wir aber immer in der Dänischen Südsee, unter anderem auf unserem Motorboot. Später fing ich selbst mit Windsurfen und Segeln an. Schon im zweiten Industriedesign-Semester war mir klar, dass ich nicht wie ein Großteil meiner Kommilitonen in die Automobilindustrie gehen wollte. Ich fand damals, dass es in der Yachtingindustrie noch einiges mehr zu tun gab.

Inwieweit waren Yachten bereits Bestandteil deines Studiums?

Ich bewarb mich an mehreren Hochschulen mit meiner Mappe und machte in der Wartezeit ein Praktikum bei der größten Tischlerei Hannovers. Die Valentin Schmidt GmbH machte viel gehobenen Innenausbau, etwa für Piëchs Wochenendhäuser in der Schweiz. Aber keine Yachten. Da der Bewerbungsverfahren an Kunsthochschulen etwas dauert, nahm ich den Ausbildungsplatz an, den mir mein Meister anbot. Zwei Wochen nach Vertragsunterzeichnung erhielt ich vier Uni-Zusagen. Ich schloss erst die Tischlerlehre ab, und obwohl mich die Firma behalten wollte, schrieb ich mich danach

an der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig ein. Im dritten Semester entwarf ich einen Außenborder, der Startschuss meiner Yachtingkarriere.

Und der große Durchbruch kam mit deiner Diplomarbeit.

Genau, mit der Kite-Segelyacht „Kitano“. Einer meiner besten Freunde war Kiter der ersten Stunde, und SkySails fing gerade an, Containerschiffe mit Drachen auszustatten. Ich nahm mir vor, dieses Antriebskonzept in Yachten zu implementieren, und unternahm unter anderem kleine Schlepptankversuche in einer Badewanne an der Kunsthochschule. Am Ende war es ein Designkonzept, eine Studie – aber ich bekam nach der Veröffentlichung durchaus Anrufe, was sie denn kosten sollte und wann ich die 60-Fuß-Yacht liefern könne.

Wie waren die Reaktionen der Wassersportbranche?

Das Konzept ging vor zehn Jahren durch diverse Magazine. Da meine Website, auf der ich „Kitano“ präsentierte, „Princess of Style“ hieß, kennen mich in der Branche noch einige unter diesem Spitznamen. Den gab mir ein Kommilitone, weil ich immer farblich aufeinander abgestimmte Outfits anhatte (lacht). Tim Ulrich, damals bei Judel/Vroljik & Co, sah den Artikel in BOOTE EXCLUSIV und dachte sich, wer sich so nennt – die müssen wir kennenlernen. Zwei Monate später fing ich als Designerin bei JVC an.

Du hast also direkt nach dem Studium als feste Designerin für das angesehenste deutsche Konstruktionsbüro gearbeitet?

Ja, fast. Zwischen Diplom und Pressearbeit, die mich von Bewerbungen abhielt,

fing ich als Designerin für Volkswagen im Bereich Interiorkonzepte und Dashboards an. Noch davor holte mich mein Professor an das Institut für Transportation Design, das für Volkswagen Forschung und Entwicklung Projekte im Bereich Interior betrieb.

Wie unterscheiden sich Yachting- und Autoindustrie?

VW und die Automobilbranche sind einfach viel größer und damit auch meist strukturierter. Da gibt es diverse Designabteilungen für Exterior, Interior oder Licht, in denen fünfzig Designer und mehr arbeiten. Das Selbstverständnis von Design ist ein ganz anderes. Aber gutes Design muss nicht teuer sein, sondern kann auch im Bauprozess Geld einsparen und hinterher ein besseres Endergebnis liefern.

Was fiel in deinen Aufgabenbereich bei Judel/Vroljik & Co?

Alles (lacht)! Bei JVC gibt es eine Konstruktions- und eine Designabteilung, in der ich als zweite feste Designerin für Interior und Exterior zuständig war. Besonders die Zusammenarbeit mit den Ingenieuren und Naval Architects war extrem gut und lehrreich. Ich erinnere mich, wie wir Cockpits für Segler entwarfen und ich den erstaunten Konstrukteuren Impulse für die Ergonomie lieferte – nach ihren Vorstellungen war Design eher für „bunt und schön“ zuständig. Doch wenn ein Mensch eine Yacht nicht benutzen kann, bringt es nichts, wie gut sie aussieht. Generell gehören Interior und Exterior für mich fest zusammen. Yachten bauen ist wie Tetris spielen: Alles, was man innen hat, bildet sich außen ab.

Judel/Vroljik & Co bedient ein breites Kundenspektrum. Hattest du ein Lieblingsprojekt?

Wirklich schön geworden ist die MS „Saphir“, ein Fahrgastschiff für den Vierwaldstättersee, eine Art Superyacht für jedermann. An Fähren arbeite ich immer wieder. Die sind sehr spannend, weil sie dem Industriedesign-Charakter entsprechen.

Wie kamst du zu Bavaria, und wie veränderte sich deine Arbeit?

Ein Studienkollege war Produktmanager für Motorboote, und der damalige CEO Dr. Ludmann – er kam von Ford – wollte eine Designabteilung nach automotivem Vorbild aufbauen. Ich sah mich konzernartigen Strukturen gegenüber und lernte viel, gerade was die Organisation und Projektplanung von Projekten in unterschiedlichsten Entwicklungsstadien angeht. Bei Bavaria war ich als Head of Design von 2013 bis 2016 verantwortlich für das Design der Yachten im Exterior und Interior. Hier entwarf ich selbst, koordinierte aber auch externe Designpartner sowie die internen Design- und Umsetzungsprozesse und blieb kontinuierlich extern entstandene Entwürfe mit unserer Design-DNA und unseren Standards ab.

Warum bist du selbstständig geworden?

Nach drei Führungs- und Strategiewechseln bei Bavaria in kurzer Zeit und zehn Jahren in der Branche war es Zeit für etwas Eigenes – und die Rückkehr in den Norden. Das war zu Beginn nicht immer einfach, die Entscheidungswege in dieser Branche sind wirklich lang. Du redest über Projekte, und es passiert drei, vier Jahre nichts. Trotzdem war es die absolut richtige Entscheidung!



Kreativumgebung: Stefanie Krücke in ihrem Hamburger Büro. Vor ihrer Selbstständigkeit arbeitete die Designerin für VW, Judel/Vroljik & Co und Bavaria Yachts.

Wer sind deine Kunden?

Werften, die Segel- oder Motoryachten in Serie fertigen, aber auch Eigner mit Einzelbauten. Zu Superyachten bin ich unter anderem vermehrt über eine Kooperation mit Egg and Dart aus München gekommen. Wir betreuen gemeinsame Projekte und Kunden und teilen uns eine Materialbibliothek, machen aber auch jeder noch eigene Projekte. Ich arbeite momentan an einem 80-Fuß-Segelkataramaran und am Redesign des Modellportfolios für eine Segelyachtwerft.

Wie nutzt du die Plattform der Young Professionals in Yachting (YPY)?

Ich bin nahezu Gründungsmitglied und mag die Vernetzung der Jüngeren in der Branche, die noch nicht in eingefahrenen Strukturen stecken. Viele der Mitglieder kannten sich vom Sehen, aber keiner

wusste so genau, wer wer war, oder ging auf den anderen zu. Jetzt weiß man viel eher, wen man zu einem bestimmten Thema anrufen muss.

Welche Designtrends beobachtest du?

Am augenfälligsten ist der Weg, den die Katamarane einschlagen. Es kommen 80- und 100-Fuß-Formate mit Motor und drei Decks auf, aber glücklicherweise auch sportlichere mit Segeln. Was ich gerne sehen würde, sind mehr „grüne“ Yachten und die Anstrengung dorthin mit wegweisenden Konzepten, Antrieben und Materialien. Das geht uns alle an. Auch der 3-D-Druck und DIY-Trend, verknüpft mit der Digitalisierung, wird unsere Branche noch beschäftigen. Doch gesellschaftliche Strömungen kommen in der Yachtingindustrie gefühlt immer erst zeitversetzt an.

Die 2017 gegründete Netzwerkplattform „Young Professionals in Yachting Germany“ unterstützt ihre Mitglieder dabei, Kontakte innerhalb der Branche zu knüpfen. Beitreten kann jeder, der schon in der Yachtingindustrie arbeitet und zwischen 20 und 42 Jahre alt ist. Derzeit hat der Verein 60 Mitglieder aus unterschiedlichen Bereichen der Großyachtwelt. ppygermany.de

„Interior und Exterior gehören zusammen. Alles, was man innen hat, bildet sich außen ab“