boote

EXCLUSIV

DIE WELT DER PERYACHTEN

„PATH"
44-Meter-Baltic mit viel Freibord und großen Reiseplänen

SUNREEF
Die polnische Kat-Werft zeigt ihr Flaggschiff und öffnet die Hallen

MILLENNIALS
Wie tickt die neue Eignergeneration?

WASSERSTOFF
Grüne Realität

POLARIS
Sonnengruß im Eis

2/22 MÄRZ–APRIL

H84903 Deutschland: 12,00 € • Österreich: 13,20 € • Schweiz: 19,20 sfr • BeNeLux: 13,80 € • Italien: 15,20 € • Spanien: 15,20 € • Portugal (Cont.): 15,20 € • Finnland: 16,80 € • Frankreich: 15,20 € • Slowakei: 13,80 €

4 19849 0 312 003 02

„Keinen Standardweg“

Manuel Del Colombo ist Geschäftsführer der Finkeldei Polstermanufaktur und baute die Außenmöbelmarke Siebensee mit auf. Der 36-jährige Ostwestfale spricht über den Weg in das elterliche Unternehmen, einen fahrenden Showroom und verlängerte Werkbänke.

Wann und wie bist du zum ersten Mal mit der Yachtbranche in Berührung gekommen?
Ich bin ab 2005 neben dem Studium immer mal wieder bei Finkeldei aktiv gewesen, dem Unternehmen meiner Eltern. Es ging meist um Polstermöbel für den nationalen und internationalen Handel. Wir sind ein Familienbetrieb und haben eine vollumfängliche Produktion in Nieheim mit Tischlerei, Lackiererei, Polsterei und insgesamt 55 Mitarbeitern. Mit meinem Bruder, der seit 2002 dabei ist und den Bereich Export aufgebaut hat, leite ich das Unternehmen. Parallel zur Internationalisierung fingen wir 2001 an, Polsterelemente an Yacht-Innenausbauer zu liefern. Als ich 2008 mein Studium abgeschlossen hatte, kam die Wirtschaftskrise, und unsere internationale Händlerstruktur brach mehr oder weniger weg. Im Yachtsektor sahen wir einen neuen Wachstumsmarkt und verstärkten unser Engagement. Das ging so weit, dass wir nicht mehr nur der Subunternehmer von Innenausbauern waren, sondern direkt für Designer wie Andrew Winch als Lieferant maßgefertigter Möbel arbeiteten.

Wie hast du die Kontakte zu den Designern aufgebaut?
Das lief primär über die Projekte, in die wir über Innenausbauer involviert waren. Die dafür gelieferten Möbel waren ein gutes Aushängeschild für uns, und infolgedessen konnten wir mehr und mehr auf uns aufmerksam machen. Die ersten Anfragen von großen Designbüros erreichten uns auf dem direkten Weg, und der Anfang war gemacht.

„Designer nehmen sich Custom-Außenmöbel stärker an. Es ging vor zehn Jahren mit Gigas los und weitet sich auf kleinere Formate aus“

Was hast du studiert?
Das war ein schnödes BWL-Studium. Allerdings setzte ich den Fokus auf mittelständische Wirtschaft, weil klar war, dass die Reise in das Familienunternehmen ging. Wobei ich während der Schule und des Studiums in der gehobenen Hotellerie arbeitete. Das war eine gute Zeit und hat mich den direkten Umgang mit UHNWIs gelehrt (lacht). Ich überlegte sogar, den Hotelfachwirt zu machen, entschied mich aber für eine Entscheiderposition.

Mittlerweile ist Finkeldei in der Yachtbranche vor allen Dingen als ein Teil der Marke Siebensee bekannt. Wie kam es zu der Markengründung?
Anfang der Zehnerjahre fingen wir an, Außenmöbel zu bauen, eines der ersten Projekte war „Madame Gu“. In dieser Zeit haben wir viel gelernt und das Potenzial erkannt. 2015 stellten wir die erste eigene Außenkollektion von Finkeldei auf der Monaco Yacht Show vor. Nach erneuter Präsentation im Folgejahr merkten wir, dass wir das Ganze größer aufziehen müssen, und taten uns mit Stükerjürgen (SAC) zusammen. Sie hatten über ihre Kompositbauteile die Kontakte zu den Werften, wir kannten die Designer. Wir bündelten unsere Fähigkeiten in der Marke Siebensee und traten 2017 erstmals gemeinsam auf.

Welche Aufgabenbereiche hast du bei Siebensee übernommen?
Ich bin für den gesamten Vertrieb und die Erstellung der Kollektion zuständig, von der wir jedes Jahr mindestens eine mit einem anderen Designer neu auflegen. Bei mir läuft alles auf, was nach außen geht. Dazu zählen die Messeorganisation oder der Austausch mit den Designern.

Wie sieht der Produktionsweg eurer Außenmöbel aus?
Wir nutzen uns gegenseitig als verlängerte Werkbank. Die Sitzmöbel kommen aus unseren Hallen und die Kompositelemente von SAC. Festeinbauten aus Holz erhalten wir vom Grittner-Team, einer SAC-Tochter, die auch alle Tische fertigt. Die gesamte Bepolsterung geschieht bei uns. Siebensee ist sehr flexibel in der Produktion, wir teilen die Aufträge je nach Kapazität der Akteure untereinander auf. Einen Standardweg gibt es nicht.

Wie hoch ist der Anteil von Custom-Außenmöbeln?
Sehr hoch. Über unsere Standardkollektion, die wir auch gut verkaufen, kommen wir ins Gespräch mit Kunden und in den Custom-Made-Bereich. Unsere Stärke ist die enge Zusammenarbeit mit den Exteriordesignern, die meist die Außenmöbel festlegen. Siebensees Hauptmärkte sind England, Monaco und USA. Derzeit sind wir eng verzahnt mit Espen Øino und Sabrina Monte-Carlo. Wir merken, dass sich Designer generell stärker des Custom-Themas für Außenmöbel annehmen. Das ging vor ungefähr zehn Jahren mit Gigas los und weitet sich nun auf kleinere Formate aus. Wir sind auf sechs der zehn größten Yachten vertreten, insgesamt sind es über 100, mehr darf ich nicht sagen.

Wie haben sich die turbulenten letzten beiden Jahre auf das Geschäft ausgewirkt?
Normalerweise veranstalten wir im Frühjahr eine Roadshow, bei der wir mit einem Möbelwagen alle Designer in England abklappern, uns austauschen und unsere neueste Kollektion präsentieren. Dieses Jahr mussten wir die Tour wieder absagen, aber 2019, als sie das letzte Mal stattfand, konnten wir Projekte abschließen, die uns ein Stück weit durch die Corona-Zeit getragen haben. Den größten Auftrag der Firmengeschichte haben wir im vorletzten Jahr erhalten. Mock-up-Meetings, bei denen Designer die Möbel im Rahmen einer Sitzprobe abnehmen, konnten nicht stattfinden. Teilweise sind wir damit nach Italien gefahren und haben die Abnahme im Hotel oder eben per Video mit mir als Probanden gemacht. Dennoch gab es terminliche Verzögerungen, weil Freigaben ausblieben. Vor allem die englischen Designer wollen die Stücke anfassen und erleben.

Guter Dinge: Siebensee-Geschäftsführer Manuel Del Colombo erlebte in den letzten zwei Jahren eine hohe Nachfrage. Er kümmert sich um Vertriebsthemen und die Erstellung neuer Möbel-Kollektionen mit namhaften Designern.

Habt ihr Verzögerungen bei den Lieferketten zu spüren bekommen?
Da die Wertschöpfung größtenteils bei uns im Haus geschieht und wir es mit langen Lieferzeiten zu tun haben, hatten wir keine gravierenden Schwierigkeiten, Rohmaterialien wie Holz, Furniere, Edelstahl oder Bezugsstoffe zu beziehen. Bei Teak sieht es anders aus. Da ist die Bezugssituation problematisch, die Nachfrage aber nach wie vor hoch. Bislang werden Alternativen nicht angenommen.

Wann und wie bist du auf den Verein Young Professionals in Yachting aufmerksam geworden?
Ich kannte YPY durch junge Designer, die für Andrew Winch gearbeitet haben. Zu der Zeit kam es in Deutschland gerade erst auf, sodass ich eines der ersten Mitglieder beim deutschen Chapter war. Besonders reizvoll für mich ist der Netzwerkgedanke dahinter, weil natürlich auch viele Kunden dabei sind, aber auch weil es zu lockeren Gesprächen und Events kommt. Gerade in diesen unsicheren Zeiten war es hilfreich, sich über die Teil- oder Nichtteilnahme an Messen austauschen zu können. Gut gefällt mir, dass die Mitglieder breit gestreut sind. Wenn man irgendetwas braucht, erhält man in der WhatsApp-Gruppe sofort eine Antwort.

Wie sieht dein privater Yachtbezug aus?
Bekannte haben eine Yacht, die ich häufiger auf Törns begleite. Aber komplett angefixt wurde ich durch die Teilnahme an der Yacht Week. Das ist ein einwöchiges Event im Mittelmeerraum, das Flottensegeln auf Charterbooten mit einem Musikfestival zusammenbringt. Den Segelschein will ich bis 40 in der Tasche haben (lacht).

Die 2017 gegründete Netzwerkplattform **„Young Professionals in Yachting Germany“** unterstützt ihre Mitglieder dabei, Kontakte innerhalb der Branche zu knüpfen, unter anderem auf Events und bei Stammtischen. Beitreten kann jeder, der schon in der Yachtingindustrie arbeitet und zwischen 20 und 40 Jahre alt ist. Derzeit hat der Verein über 100 Mitglieder aus unterschiedlichen Bereichen der Großyachtwelt. **ypyinternational.org**