



„Cross-Selling funktioniert“

Sarah Henningsen verbindet erfolgreich die Yachting- mit der Immobilienwelt. An Land arbeitet sie für Kensington, für Behnemar betreut die 33-jährige Hamburgerin den deutschen Markt und greift auf persönliche Erfahrungen zurück.

Hi Sarah, als waschechte Hamburgerin bist du bei einer Reederei in dein Berufsleben gestartet. Kam die Leidenschaft für Yachting davor oder danach in dein Leben?

Ich habe zunächst für die Hamburg Süd gearbeitet. Yachten haben mich da noch nicht allzu sehr interessiert, eher Golf. Darüber kam ich auch zu dieser ersten Anstellung nach meinem PR- und Kommunikationsmanagement-Studium. In meinen Aufgabenbereich fiel das Organisieren von Messen und Schiffs-taufen weltweit. Das Internationale gefiel mir sehr. Ich war viel unterwegs, teils in Hongkong, China oder Moskau, und kümmerte mich neben der Reiseplanung vor Ort darum, dass Zelte errichtet wurden, das Catering kam oder die richtigen Taufflaschen zur Hand waren. Wobei das eindeutig war. Da Hamburg Süd zu diesem Zeitpunkt noch zur Oetker-Gruppe gehörte, wurde entsprechend mit Henkell Trocken getauft.

Hamburg Süd wurde 2017 an Maersk verkauft. Veränderte sich dadurch auch dein berufliches Leben?

Ja, eine Zeit lang arbeitete ich im Betrieb meiner Eltern in Hamburg. Mein Vater ist Architekt und Bauingenieur. Nach einem Jahr zog ich aber der Liebe wegen nach Haren (Ems). Meinem damaligen Partner gehörte eine Binnenreederei, in die es mich dann auch beruflich zog.

„Ich brenne für Yachten, sie sind ein mobiles Zuhause. Das transportiere ich und spüre, ob jemand offen dafür ist“

Das hört sich nach einem krassen Kontrast zum ständigen Reisen und den internationalen Routen einer Container-Reederei an.

Das stimmt, die Binnenschifffahrt ist leider und zu Unrecht nicht so hoch angesehen. Dabei ist es der schwierigere Job, auf Flüssen zu navigieren und die lokale Versorgung mit Rohstoffen zu organisieren.

Bist du mal mitgefahren?

Ja, das war sehr spannend! Mein früherer Partner ist Binnenschiffer und an Bord groß geworden. Er selbst hatte eine größere Yacht, auf der wir im Sommer bis zu sechs Wochen unterwegs waren. Meist zu zweit oder mit Freunden, in Nordfrankreich, Schweden oder Dänemark. Dadurch lernte ich schnell, mit anzufassen. Wobei ich es am Anfang als eine große Herausforderung wahrnahm, das Leben an Bord mich dann aber packte. Ich genoss diese Freiheit, auch zu Corona-Hochphasen von Bord aus zu arbeiten. Und auch in Haren lebten wir auf einem Wohnschiff, das wir nach eigenen Vorstellungen ausbauten.

Hausboote verkaufst du nun weniger. Was hat dich letztlich in den gehobenen Immobiliensektor gezogen?

Zuerst wollte ich nichts als weg vom Wasser. Und da ich die Branche sehr gut durch meine Familie kannte, fing ich bei Kensington Finest Properties in Hamburg an. Nach vier, fünf Monaten merkte ich dann aber, dass mir das Wasser doch sehr fehlte. Ich dachte mir: Wenn ich schon an Land erfolgreich Immobilien verkaufe, warum nicht auch Yachten?

Wie gelang dir der Einstieg in die Yachting-industrie?

Ich kontaktierte einen Freund und gleichzeitig

Mentor, der mit den größten Yachten der Welt zu tun hatte, und fragte ihn, in welchem Unternehmen ich tätig werden könnte. Er nannte mir zwei Namen, denen er mich empfehlen würde, und ich traf beide. Meine Entscheidung fiel auf Behnemar, worüber ich sehr glücklich bin.

Versteht sich Behnemar als ein Brokerhaus?

Nein, Behnemar sieht sich als Consultant, wobei es vorrangig darum geht, den Kunden zufriedenzustellen und langfristig zu halten. Natürlich verdienen wir wie jeder Broker auch gern Geld, aber das steht definitiv an zweiter Stelle. Wir begleiten den Kunden vom ersten Interesse bis hin zur Vorstellung von Yachten, Besichtigungen, Terminen mit Werften oder auch mit Verkäufern, einfach weil Behnemar den gesamten Prozess bis hin zum Yachtmanagement begleitet. Wir arbeiten intensiv mit Heesen und San Lorenzo zusammen, weil dort der Service ganz oben steht. Diskretion ist bei uns das Wichtigste, wir versprechen Kunden, nicht über Transaktionen zu reden.

In welcher Phase der Kundenbetreuung kommst du zum Zug?

Behnemar betreibt Büros in Dubai, Monaco und in Hamburg, für das ich zuständig bin und von wo aus ich den deutschen Markt betreue. Wir sind ein kleines, effizientes und diskretes Team, und da der Gründer Dr. Rainer Behne früher Partner in einer Hamburger Bank war, versteht er die Gesellschaft eher als ein vertrauliches Family-Office. Parallel dazu arbeite ich als selbstständige Immobilienmaklerin für Kensington Finest Properties. Ich muss sagen, dass sich die beiden Welten sehr gut kombinieren lassen und dass Cross-Selling gut funktioniert.

Messeinsatz in Cannes: Sarah Henningsen steht auf der Sanlorenzo-Premiere SD90, wo auch das Interview stattfand.

Nach dem Motto: Ach übrigens, benötigen Sie nicht auch noch eine Yacht? Im Ernst, da ist sicher viel Feingefühl gefragt.

Personen, die gerade ein Schloss verkauft haben oder größere Gewerbeimmobilien besitzen, haben natürlich das Kapital, auch eine Yacht zu erwerben. Manchmal müssen diese erst über eine auf sie abgestimmte Charter den Yachting-Lifestyle schätzen lernen. Es geht eben nicht darum, sofort zu verkaufen, sondern Immobilienkunden langsam an Schiffe heranzuführen. Ich brenne für Yachten. Sie sind das mobile Zuhause. Und genau das versuche ich zu transportieren. Außerdem spüre ich, ob jemand offen dafür ist und eine Affinität zu Wasser hat. Oder ob er gestresst ist. Das ist etwas, das ich für mich kennengelernt habe, als ich auf Yachten war: Nichts hat mich so sehr beruhigt und geerdet, als an Bord zu sein und das Meer um mich herum zu genießen. Alle Sorgen, Probleme oder Stress sind vergessen.

Der anhaltende Boom ist sicher auch eine Folge der Corona-Pandemie.

Wir haben extrem gemerkt, dass Menschen in der Folge einen Weg suchen, sich zurückzuziehen und ihre Basis zu halten, also engste Freunde oder Familienangehörige bei sich haben zu können. Man sucht nach einem sicheren Ort, nach seiner eigenen Insel, an Land oder eben auch auf dem Wasser. Bei unseren weltweiten Charterkunden stellen wir fest, dass einige Interessenten überraschend gleich sehr große Schiffe buchen wollen.

Wie hat sich die Objektvermarktung in Zeiten von sozialen Medien verändert?

Sie sind wichtig, da ein Generationswechsel stattfindet. Die Zielgruppe, die wir ansprechen müssen, tummelt sich unter anderem



auf verschiedenen Plattformen. Im Yachting läuft das auch über meine privaten Accounts, aber auch traditionelles Netzwerken nimmt einen großen Teil ein. Ich gehe auf viele Veranstaltungen und bin ein sehr offener Mensch, der gern ins Gespräch mit anderen kommt.

Dann war der Eintritt in das YPY-Netzwerk eine logische Konsequenz für dich, oder?

Während der German Superyacht Conference bin ich auf die Arbeit von YPY aufmerksam geworden. Hubertus und Sascha haben so sympathisch über den Verein berichtet, dass ich sofort beigetreten bin und am großartigen Event in Pellworm teilgenommen habe. Mir gefällt, dass man von jungen Leuten umgeben ist, die etwas schaffen wollen und für diese Industrie leben.

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