

A man with short brown hair and blue eyes, wearing a white short-sleeved button-down shirt and blue jeans, is sitting on the deck of a boat. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background shows the boat's cabin and a Raymarine electronic display. The sky is a warm, golden-orange color, suggesting sunset or sunrise. The boat is on the water, and the overall atmosphere is serene and professional.

EIN MANN, EIN BOOT

Patric Polch, umtriebiger Bootshändler von der Mosel, führt ein Leben mit Nimbus. Mit Erfolg, denn die feinen Boote aus Schweden sind Dauerbrenner.

TEXT **UWE G. MEILING** FOTOS **KERSTIN ZILLMER**

Modelleisenbahnstädtchen Traben-Trarbach, mit Moselschleife und Weinbergen: Alles erinnert hier an Busladungen glückseliger Pensionäre und vom Wein beschwingter Gastlichkeit. Dass an diesem träge dahin fließenden Fluss in der Provinz ein europaweit erfolgreicher Bootshändler ansässig ist, ist kaum zu glauben. Der Kontrast zum maritimen Business und den hochseetauglichen Booten aus Schweden erscheint in dieser Umgebung einfach zu groß.

So kommt es, wie es kommen muss. Wir sind zwar pünktlich vor Ort, aber finden das Unternehmen nicht. Kein Hinweis, kein Schild, und das Navi kennt die Adresse nicht. „Zum Polch geht’s geradeaus und dann rechts“, bekommen wir zur Antwort. Man kennt sich.

Patric Polch empfängt uns in seinem Büro. Sein Schreibtisch steht vor einem Riesenfotografie. Sonnenuntergang, die See, eine Nimbus vor Anker. Er bereitet Kaffee, beantwortet Mails und führt uns übers Wertgelände. Zwischendurch kommt ein Anruf, im Lager führt er ein kurzes Gespräch mit einem seiner Bootsbauer. Dann erklärt er uns das hochmoderne Erfassungssystem für die erbrachten Arbeitsleistungen und den Einbau von Extras wie einer Entsalzungsanlage. Er stellt uns seine Mutter Christa und Vater Peter vor, schließlich Tante Hanne, die Hafenmeisterin im ehemaligen Schutzhafen.

Patric Polch scheint alles gleichzeitig, mit Leidenschaft, beinahe rastlos und dennoch gründlich zu machen. Bevor er spricht, nimmt er sich Zeit für die Antwort. Was er sagt, hat Hand und Fuß.

Nach dem Abitur ging er zur Marine, war auf der „Gorch Fock“. Danach lernte er Spanisch in Granada, wollte nur weg von zu Hause. Hat in Barcelona beim Händlerkollegen gearbeitet. Es war klar, dass er in der Yachtbranche sein Geld verdienen würde. Kurz nach dem Vollzeitstudium der Europäischen Betriebswirtschaft an der International Business School in München arbeitete er für Sunseeker auf Mallorca. Durch seine Auslandssemester in Madrid und London spricht er mittlerweile fließend Spanisch und Englisch.

Dann stieg er im elterlichen Betrieb ein. Es war so nie geplant. Seine Eltern ließen ihm freie Hand, obwohl er sein ganzes Leben für den Familienbetrieb gearbeitet hat. Während des Studiums kümmerte er sich um die Buchhaltung, Werbung und Marketing, den ganzen kaufmännischen Bereich. „Je länger ich von zu Hause fort war, desto stärker war mein Wunsch, zurückzukehren“, sagt er nachdenklich. Bevor er in die Firma eingetreten ist, hat er sich gefragt: Kann ich Schiffe verkaufen? Behandeln

mich die Mitarbeiter wie das Kind, das ich einmal war?

Ohne die Entwicklung des Internets hätte er die Firma nicht übernommen. Er setzt auf das neue Kommunikationsmittel, soziale Netzwerke. Sie sind für ihn elementar: Das Netz ist sein Ballungsraum. Hier kann er viele verschiedene Kundeninteressen befriedigen und sich präsentieren. Für seine Boote hat er jüngst einen Konfigurator entwickelt – wie die PKW-Hersteller. „Hier an der Mosel, im Binnenland, habe ich es schwerer als in Norddeutschland. Dort ist nicht nur die Infrastruktur besser, die Kunden denken auch, dass man von Geburt an Seemann ist“.

Heute kann er sich ganz auf das konzentrieren, was ihm liegt. Er beschäftigt keinen Verkäufer. Das machten er oder der Vater. Das Geschäft ist ein sehr persönliches. Ein Familienbetrieb. Investiert hat er in die Betriebsstrukturierung, sodass er sich ganz auf den Verkauf und die Übergaben konzentrieren kann, die hauptsächlich in Schweden stattfinden oder an jedem anderen Ort, den der Kunde wünscht.

Warum Nimbus? Vor 25 und 30 Jahren dominierten die klassischen US-amerikanischen Daycruiser. Sein Vater war Diesel-Fan, Volvo Penta der Partner von Nimbus. Die Boote wurden quasi um den Motor herum gebaut, und Stahl als Baustoff für den Rumpf war kein Thema. Boote von Nimbus waren mit 25 Knoten Höchstfahrt damals die Ausnahme. Der Vater wollte schnelle Boote, keine Verdränger, denn da fällt der Rhein als Revier fast aus.

Seine Kunden sind angenehme Zeitgenossen. Sie sind solide und kaufen nicht über ihre Verhältnisse. Eine Finanzierung ist noch nie geplatzt. Sie respektieren den Gegenwert für ihr Geld.

Jeanneaus Neuentwicklung NC 11, sagt Patric Polch, sei ein ernst zu

nehmender Mitbewerber mit interessantem Preis-Leistungs-Verhältnis. „Meine letzten drei Kunden, denen ich eine 365 Coupé verkauft habe, sind sie Probe gefahren“.

Seine Boote leisten mehr und haben einen wesentlich höheren Wiederverkaufswert. Das Nimbus-Konzept ist ausgereift; für europäische Reviere bietet es das richtige Boot für seine jünger werdende Kundschaft, von denen viele auf die Sicherheit des 24-Stunden-Notdienstes setzen. Rund 100 Eigner aus ganz Deutschland nutzen Jahr für Jahr den Rundumservice im Winterlager.

„Um noch mehr Menschen für den Wassersport zu begeistern, brauchen wir Infrastruktur und die Möglichkeit, die Yacht als Hauptwohnsitz zu nutzen, auf dem ich eine Grundschuld eintragen lassen kann“, so Polch. Motorenentwicklung, Navigationselektronik und Komfort haben vielen Menschen das Wasserwandern auf eigenem Kiel erst ermöglicht.

„Wasser bedeutet für mich Relaxen pur“. Er schwimmt, läuft Wasserski und geht Kitesurfen. Seine Eltern genießen die Nähe zum Wasser ebenfalls. Sie haben ihn einmal in Madrid besucht. Nach ein paar Tagen vermissten alle drei das Wasser. Sie machten sich auf die Suche nach einem See, der in einer Landkarte verzeichnet war. Vorgefunden haben sie nur ein eingezäuntes Regenwasserrückhaltebecken. <<<



Patric Polch mit Vater und Firmengründer Peter Polch