

HAMBURGER UNTERNEHMER

WIRTSCHAFTSMAGAZIN der Metropolregion Hamburg · Nr. 02/2019

INTERVIEW MIT

Floris Helmers

Gründer und Geschäftsführender
Gesellschafter von Air Hamburg



IM PORTRÄT

Kunterbunte Traumwagen
Davids Finest Sports Cars

JUBILÄUM

70 Jahre DIE FAMILIENUNTERNEHMER
mit viel Politprominenz

STATEMENTS

EU-Wahl
Vorstandsreflexionen



30 Floris Helmers (mitte) im Interview mit Malte Wetttern (links) und David Friedemann (rechts)

Drängeln beim Check-in, Schlange stehen vor der Sicherheitskontrolle und langes Warten auf den Anschlussflug. Längst ist Fliegen keine komfortable, exklusive Form des Reisens mehr. Es sei denn, man nutzt die Services von Air Hamburg. Malte Wetttern und David Friedemann haben sich die Luxuswelt des Jet Charter-Dienstes angeschaut.

Premium Flüge mit Air Hamburg

Jet Charter-Dienste –
exklusiver kann man nicht reisen

Die Sonne steht hoch am Himmel, keine Wolke weit und breit. Wir treffen uns mit Floris Helmers, Gründer und Geschäftsführender Gesellschafter von Air Hamburg, auf der Terrasse des Cafés Himmelsschreiber am Hamburg Airport Helmut Schmidt. Im Hintergrund starten und landen große Passagiermaschinen im Minutentakt. Floris Helmers ist selbst Pilot und hat neben der Flugschule Hamburg im Jahr 2001 das Unternehmen Air Hamburg gegründet. Eine Erfolgsgeschichte. Seither ist das Unternehmen auf 435 Mitarbeiter und eine eigene Flotte von über 30 Flugzeugen angewachsen.

„Ich komme selbst nur noch sehr selten zum Fliegen, aber hin und wieder drehe ich eine Runde in unserer Flugschule in Uetersen“, sinniert Helmers, fasziniert auf die startenden und landenden Flugzeuge blickend. „Wir haben gerade eine neue Maschine bekommen. Unsere neunte Cessna Citation XLS+. Mit diesem Flugzeug können acht Personen bis zu 3.700 km nonstop reisen. Deshalb wird die Maschine oft für Businessflüge eingesetzt.“

Wie buchen Ihre Kunden die exklusiven Flüge?

„Die meisten Kunden buchen über spezielle Vermittlungsbüros. Die Flüge werden dann auf einer Online-Plattform direkt angeboten. Wir haben jedoch über die Jahre auch sehr viele Stammkunden gewonnen, welche direkt buchen. Stellen Sie sich das Ganze wie ein Taxiunternehmen für Flugzeuge vor, d.h. unsere Flotte ist nicht an einem festen Standort stationiert. Wenn wir einen Gast beispielsweise von London nach Moskau gebracht haben, versuchen wir mit möglichst wenig Standzeit einen Anschlussflug ab Moskau zu bekommen. So kann es schon mal vorkommen, dass einige unserer Flugzeuge über mehrere Wochen hinweg nicht in Hamburg landen.“

„Die durchschnittliche Flugzeit unserer Maschinen liegt bei mehr als 1.000 Stunden pro Jahr. Vollständig privat genutzte Flugzeuge kommen pro Jahr oft auf maximal 100 Stunden.“

Gemeinsam wollen wir den Neuzugang der Flotte aus der Nähe betrachten. Vom Café Himmelsschreiber betreten wir direkt das Geschäftsflyerzentrum des Airport Hamburg. Keine Schlange am Security Check. Keine Wartezeit für Gepäckstücke. Klimatisierter Minibus auf dem Rollfeld. Direkt zum Flugzeug. Schnell verstehen wir die Vorzüge des privaten Fliegens.

Die neue Maschine steht glänzend in der Sonne. Die Gangway wird heruntergelassen. „Dieses Flugzeug hat erst 23 Flugstunden hinter sich. Leider dürfen wir das Flugzeug noch nicht kommerziell nutzen. Die Anmeldung beim Luftfahrt-Bundesamt läuft aber bereits. Bis zur Zulassung kann es jedoch manchmal ein paar Wochen dauern“, so Helmers.

Der Innenraum bietet vergleichsweise viel Platz, gemütliche Ledersessel und hochwertiges Interieur.



Dieser Anblick wird der Kategorie Premium in allen Punkten gerecht. Wer sind Ihre Kunden und welche Beweggründe führen zur Buchung?

„Unsere Kunden sind zum einen Geschäftsreisende: Unternehmer aber auch Spitzensportler, Politiker, Diplomaten und natürlich Stars. Darunter sind zum Beispiel George Clooney und bekannte Supermodels. Auch Gäste wie der Dalai Lama nutzen unseren Service.“

„Besonders stolz sind wir darauf, Stammgäste zu haben, welche seit der ersten Stunde mit an Bord sind.“

„Die Beweggründe sind dabei ganz unterschiedlich. Teils kann es der einfache Grund sein, seine Haustiere gern mit in die Kabine zu nehmen oder in der Kabine rauchen zu können. Die meisten unserer Kunden schätzen die hohe Flexibilität und den exklusiven Service. Man verliert nahezu keine Zeit damit, zu warten oder beim Check-in.“



Der Reisekomfort hat dabei seinen Preis. Die Kosten sind je nach Flugzeugklasse, Entfernung und Dauer des Aufenthalts unterschiedlich. Die Strecke Hamburg – Palma de Mallorca kostet ca. 15.000 EUR.

„In Deutschland werden die Preise häufiger verglichen und die Kunden überlegen, ob man bei voller Auslastung sparen kann oder wie hoch die Mehrkosten im Vergleich zu einem Flug der 1. Klasse sind. Unseren ausländischen Gästen stellt sich diese Frage in weit geringerem Umfang. Mehrmals wöchentlich fliegen wir die Strecke Dubai – London. Die Kosten liegen bei ca. 65.000 EUR. Hier stehen deutlich der Komfort und die Schnelligkeit im Vordergrund.“

Das Unternehmen ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Welche Erinnerungen verbinden Sie mit der Zeit der Gründung?

„Mit jedem neuen Flugzeug sind wir personell stark gewachsen. Im Schnitt benötigen wir je Flugzeug sechs Piloten und drei neue Flugbegleiterinnen. Da kommt einiges zusammen. Vor Air Hamburg gab es bereits die Flugschule Hamburg. Einer der Flugschüler musste regelmäßig nach Sylt fliegen und so kam die Idee zum Privatcharter. Vorerst als Inselflieger. Wir sind täglich nach Sylt geflogen. Das war die Geburtsstunde von Air Hamburg.“



Die Flugschule Hamburg ist nach wie vor Bestandteil der Unternehmensgruppe. Ist der Bedarf hierfür ebenso stark angestiegen?

„Die Flugschule ist fester Bestandteil unserer Gruppe. Wir bilden pro Jahr ca. 100 Flugschüler aus. Natürlich ist die Zielgruppe hierfür etwas anders. Einige unserer Flugschüler erfüllen sich mit der Fluglizenz einen lang gehegten Kindheitstraum. Darüber hinaus bilden wir aber auch Verkehrspiloten aus und die besten können bei uns auf der Jetflotte als Copilot einsteigen. Dabei setzen wir auf höchste Standards und bilden alle Piloten im Simulator aus. Hinzu kommen regelmäßig wiederkehrende Sim Trainings und Line Checks. Auch die Sicherheit bei der Wartung ist auf höchstem Niveau. Ein eigener Instandhaltungsbetrieb in Baden-Baden ist fester Bestandteil des Unternehmens.“

INFO

Unternehmen:
Air Hamburg

Gründung:
2001 Flugschule Hamburg
2005 Air Hamburg

Schwerpunkt:
Seit April 2001 ist AIR HAMBURG Kompletthanbieter im Bereich Luftfahrt mit Sitz in Hamburg. Die mittelständische Unternehmensgruppe verfügt über eine Flotte von 30 Jets und 15 Maschinen der Flugschule Hamburg. Zur Unternehmensgruppe gehört auch das Café Himmelsschreiber am Geschäftsflyerzentrum und ein eigenes Flugzeug-Handling.

Mitarbeiter:
ca. 435

Umsatz:
ca. 165 Mio EUR

www.air-hamburg.de

Was hat sich seither am meisten verändert?

„Die große Anzahl an Flugzeugen benötigt nicht nur sehr viel Personal, sondern stellt uns auch vor logistische Herausforderungen. Wir haben in vielen Metropolen wie London, Nizza und Genf eigene Lager, um die Flugzeuge bei jedem Zwischenstopp neu zu bestücken. Dabei lagern wir alles, vom Champagner bis zum Frischetuch. Wir haben diese Herausforderungen bisher gut gemeistert und das Unternehmen auf feste Füße gestellt.“



Ein so schnelles Wachstum kann auch Schattenseiten haben. Welchen Tipp können Sie anderen Unternehmern mitgeben?

„Wir haben trotz des schnellen Wachstums immer auf unsere Kostenstruktur geachtet und das Wachstum gezielt genutzt, um bestehende Konditionen neu zu verhandeln. Somit können wir bei den Flughafenentgelten und dem Treibstoffeinkauf jetzt mit deutlich besseren Preisen kalkulieren. Darüber hinaus ist es wichtig, die Mitarbeiter richtig abzuholen und zu integrieren. Regelmäßige Schulungen, Fortbildungen, After-Works, Boarding-Days, gemeinsame Workshops etc. helfen dabei sehr.“

Davon können wir uns gleich selbst ein Bild machen. Vom Rollfeld zurück im Café Himmelsschreiber treffen wir auf sechs gut gelaunte junge Damen. „Wir sind immer offen für neue motivierte KollegInnen. Das ist Gabriela, sie leitet das Onboarding der neuen MitarbeiterInnen. Hierfür haben wir hier ein Schulungszentrum eingerichtet“, berichtet Floris Helmers.

Was war Ihr bisher ungewöhnlichster Auftrag bzw. Kunde?

„Neben prominenten Gästen kommt es vor, dass wir besondere Tiere transportieren. In den Vereinigten Arabischen Emiraten ist die Falknerei eine alte Tradition. Die Falken werden teils mit Linienflügen transportiert. Die Tiere tragen dabei eine Haube über den Augen und schlafen. Während unseres Fluges ist einem der Falken eben diese Haube von den Augen gerschlüpft. Dieser flog plötzlich durch die Kabine und landete mit den scharfen Krallen auf der Schulter unserer Stewardess.“

Welche Ziele haben Sie sich für die kommenden Geschäftsjahre gesteckt?

„Wir haben in den letzten Jahren sehr viele Herausforderungen gemeistert und sind in Zeiten der Krise gewachsen. Das hat uns auch für die Zukunft gestärkt. Wir werden sehen, wie es weitergeht. Grundsätzlich ist aber zu sagen, dass wir uns immer weiter dem Thema Langstrecke widmen. Wir betreiben 16 Flugzeuge der Baureihe Legacy 650E und sind damit weltweit der größte Betreiber. Darüber hinaus haben wir im letzten Jahr eine dreistrahlige Dassault Falcon 7X aufgenommen. Damit sind Nonstop-Flüge ab Hamburg nach Florida möglich. Auch diese Maschine wird sehr gut angenommen.“

Die Investition in neue Maschinen ist mit viel Kapital verbunden. Sprechen Sie hierfür gezielt neue Investoren an?

„Von Beginn an haben wir einen Frankfurter Investor als starken Partner im Team. Darüber hinaus konnten wir in den letzten Jahren auch einige Unternehmer aus Deutschland als Investoren gewinnen. Die meisten Investoren kennen uns als langjährige Stammkunden.“



Was bedeutet Premium für Sie in einem Satz?

Premium bedeutet bei den anzubietenden Dienstleistungen vor allem, auch auf die außergewöhnlichsten Kundenwünsche einzugehen.“

Unser Besuch lässt uns auch kurz die Frage nach Effizienz und Kosten vergessen und macht Lust, sich direkt in den nächsten Air Hamburg-Flieger zu setzen.

Anzeige



corona werbagentur

” AUS DATEN WERDEN TATEN.

Marktforschung mit United Research liefert Ihnen fundierte Orientierungshilfen, die Ihnen bei Ihren unternehmerischen Entscheidungen wirklich weiterhelfen.