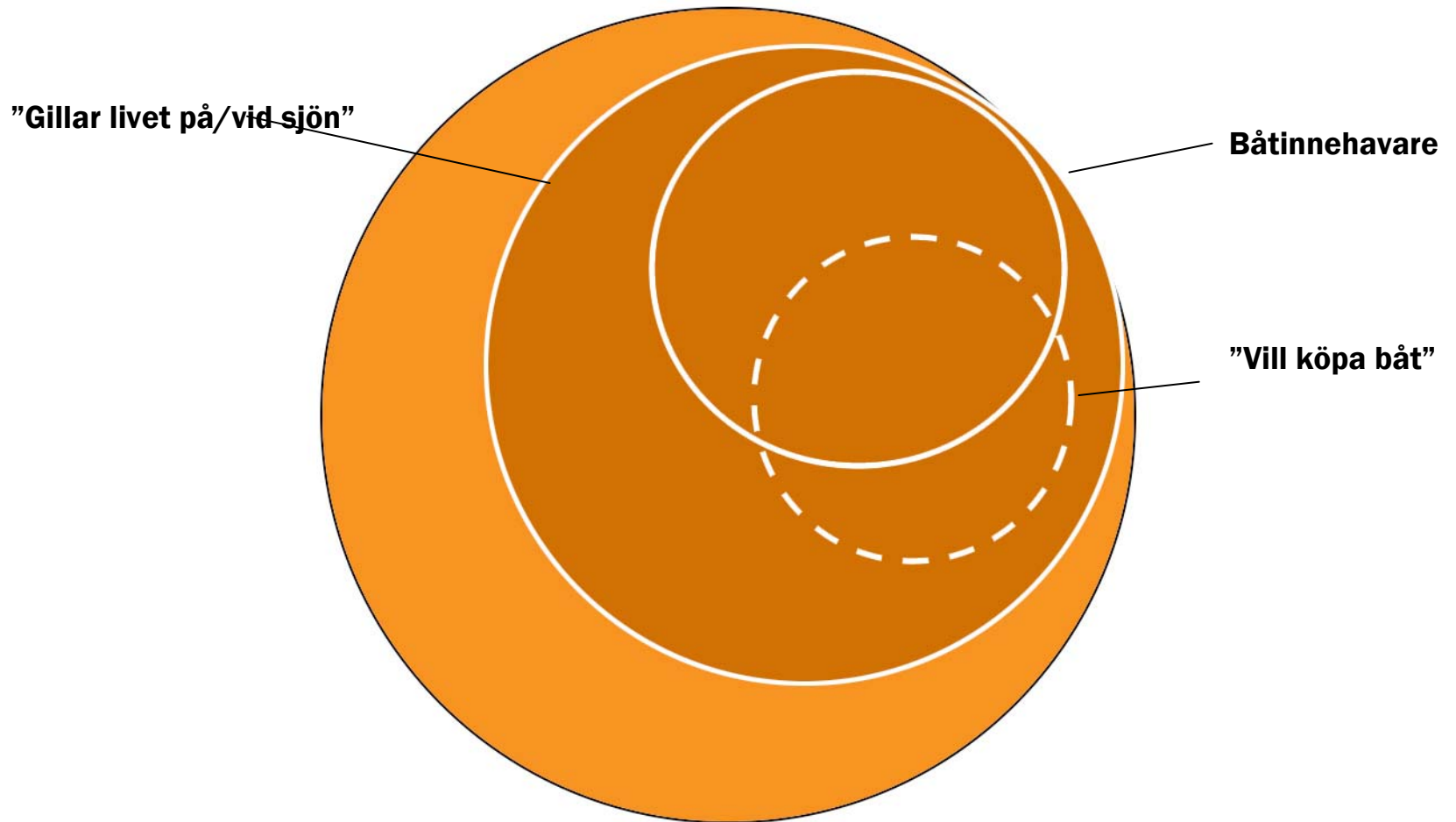


# Morgondagens Båtliv 2: Nytänkarna

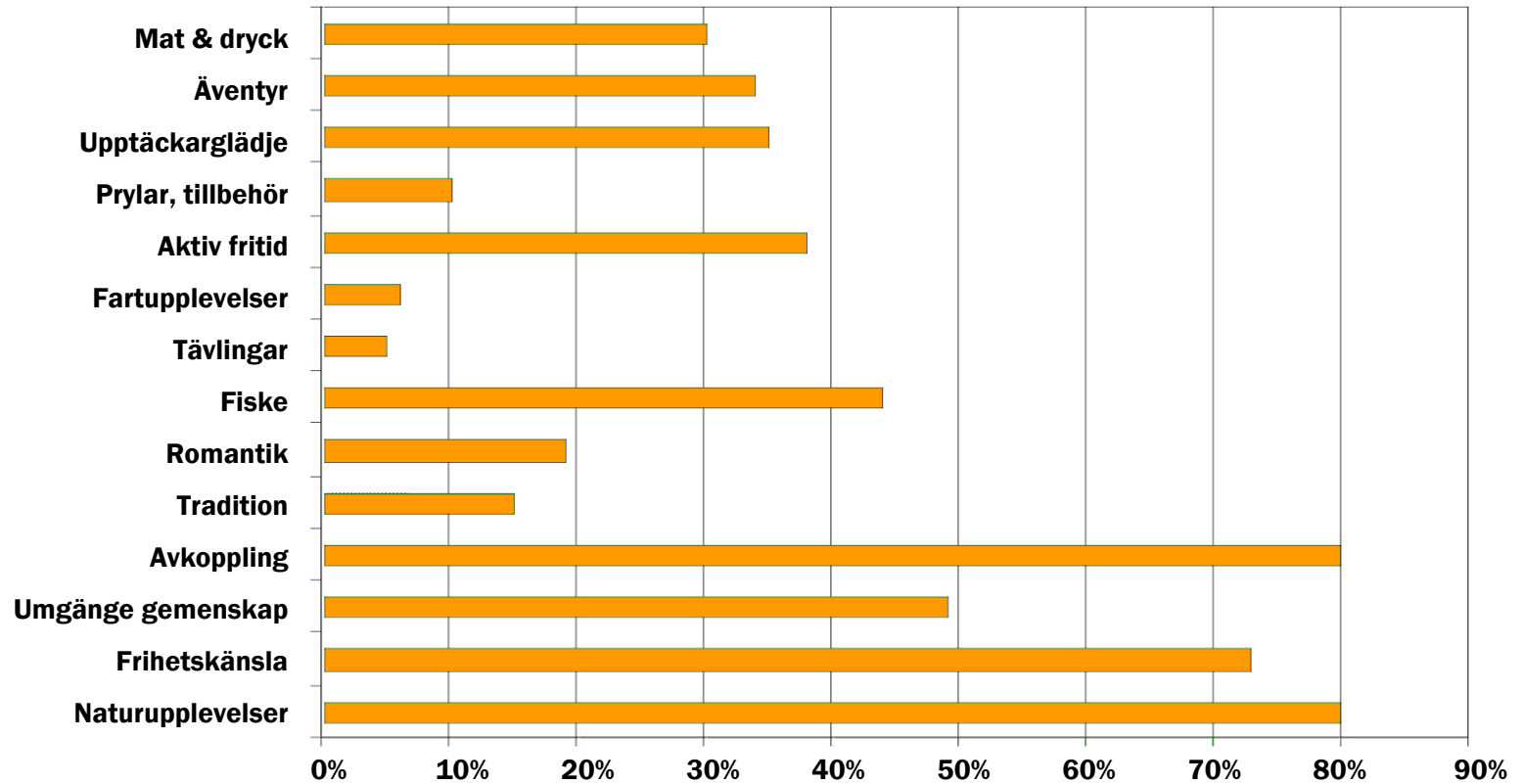
*Dokumentation*

# Bakgrunden: Morgondagens Båtliv 2005/6

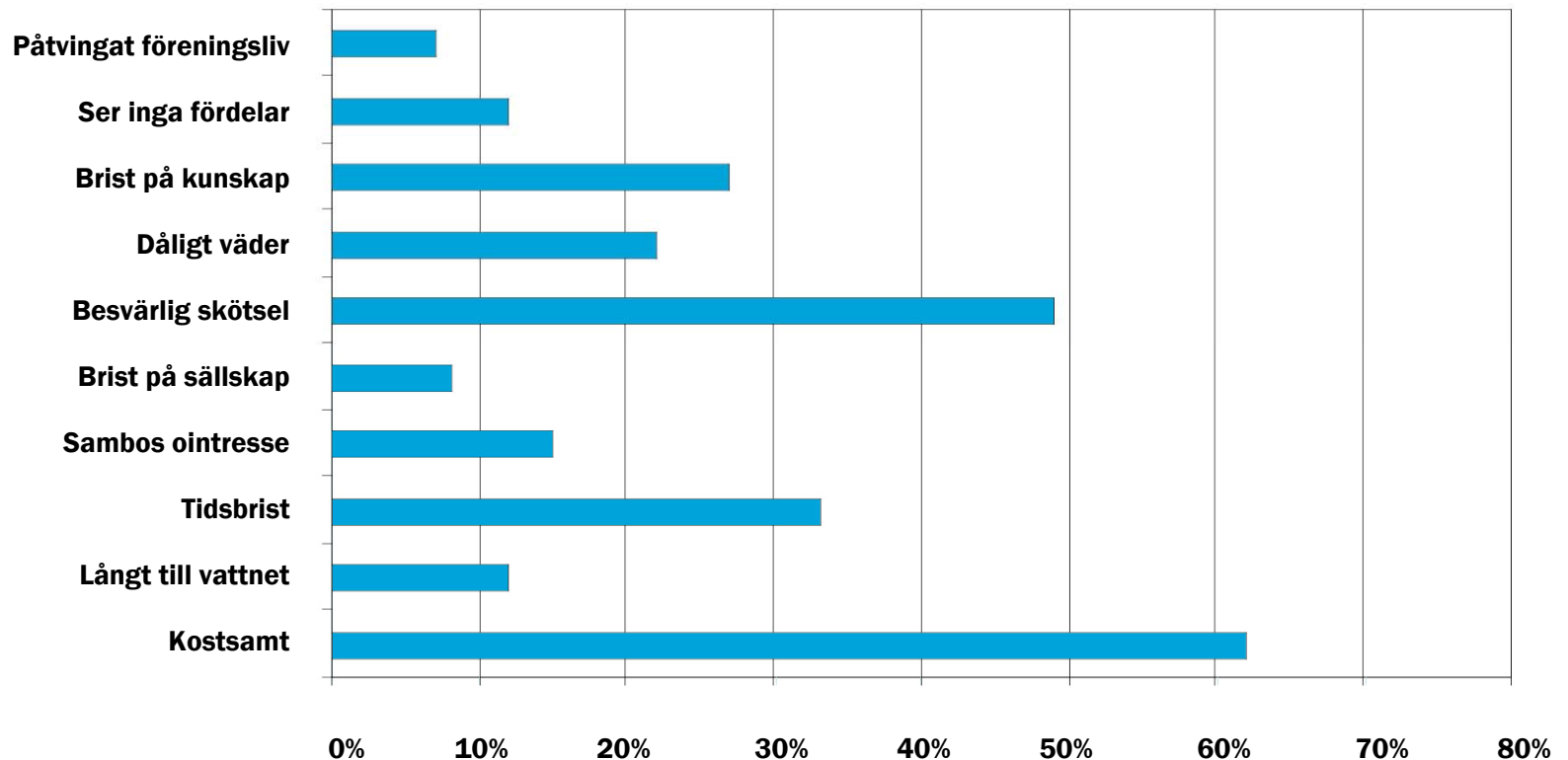
# NYA BÅTSVERIGE 2005



# POTENTIELLA BÅTKÖPARE OM BÅTLIVET OCH VARFÖR MAN VISTAS TILL SJÖSS.



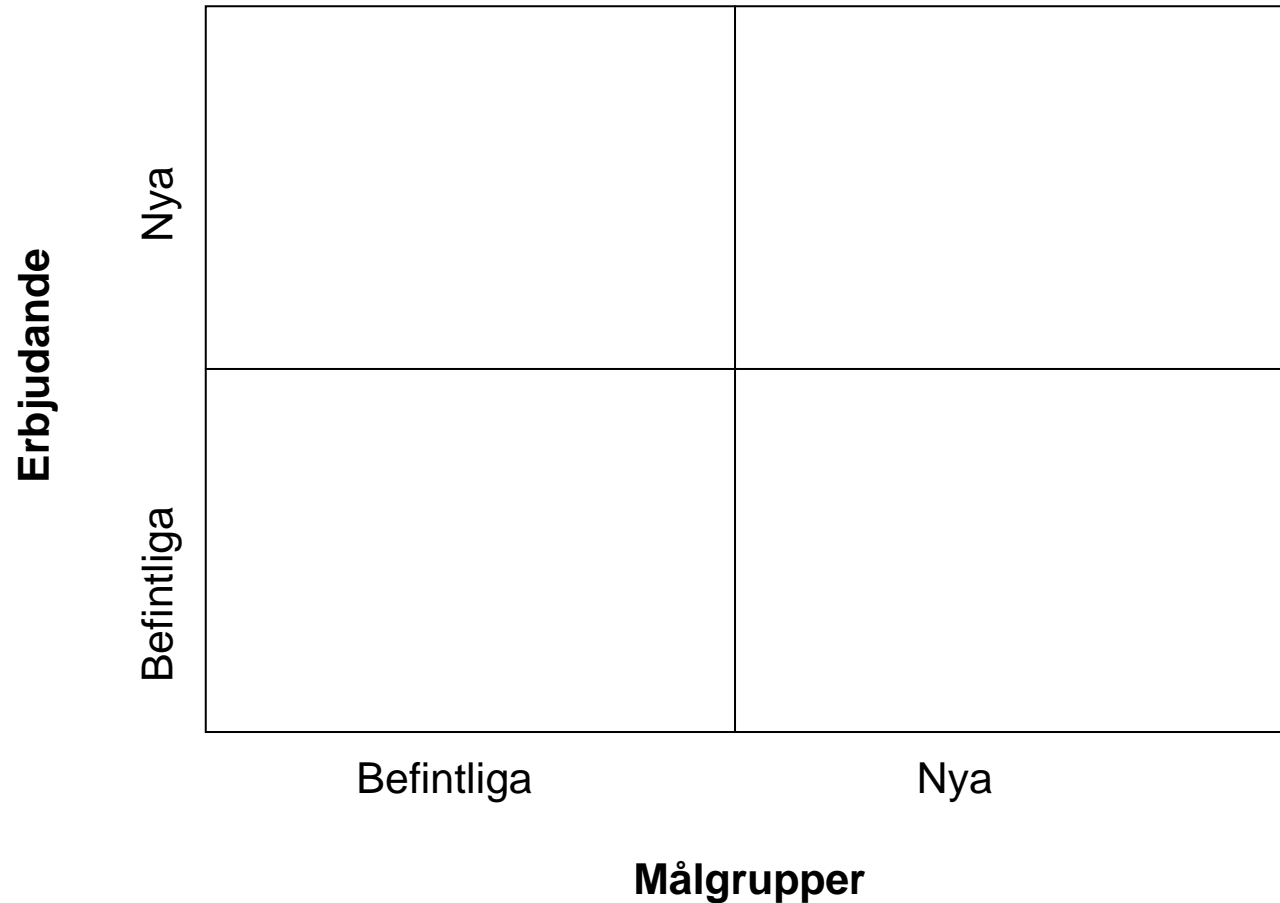
# POTENTIELLA BÅTKÖPARE OM VARFÖR MAN INTE HAR EN BÅT?



# Syfte och mål

- Visa på ett antal inspirerande exempel i båtbranschen, av olika slag och omfång, som i något avseende avspeglar de marknadsmöjligheter som presenterades i det första projektet.
- Goda och inspirerande exempel på att det går att tänka nytt och utveckla marknaden.

# Nytänkandet?



# Nytänkarna

Point 65

Oxelösund Båt & Motor (Lagoon)

MarinDepån

Aquavilla

BåtAccenten

Promarina AB

Ursprungligen 23 kandidater

# Upplägget för exemplen

- Konventionen
- Nytänkandet
- Historien
- RealityCheck

# ***Skriver om definitionen och regelboken för "båtliv" i Sverige.***

Aquavilla

# Caset

## Kort om företaget

- Aquavilla AB är en avknoppning från Pampas Marina. Företaget ritat och producerat husbåtar och kringtjänster och produkter för husbåtar. Sedan verksamhetens start 2.000 har 22 husbåtar levererats. Man har ett 70-tal kunder i kö som deponerades 10,000 redan det året, därtill finns ytterligare ett 1.000 tal aktuella intresseanmälningar.
- Det faktum att det som regel saknats ett regelverk för husbåt hos kommuner, landsting och bland banker och försäkringsbolag har tvingat Aquavilla till en långvarig bearbetning av dessa institutioner för att skapa en infrastruktur åt sina husbåtsköpare. Detta arbete är krönt med framgång i bl a Västervik där man planerar för husbåtar längs stadens kajer.

## Konventionen

- *Båtbranschen och båtliv i Sverige handlar om fritidsbåtar av olika typ, storlek och prisklass, som köps för att användas på fritiden eller som hobby. En företagare i den svenska båtbranschen agerar inom denna tydliga och fasta ram.*

## Nytänkandet

- *”Sjöliv” definieras om, breddas och får helt nya ramar. Genom att skapa förutsättningar för ett flytande permanentboende för den vanliga familjen kan ett liv vid vatten levas året runt, och samtidigt inspirera och driva på ett konventionellt båtintresse.*

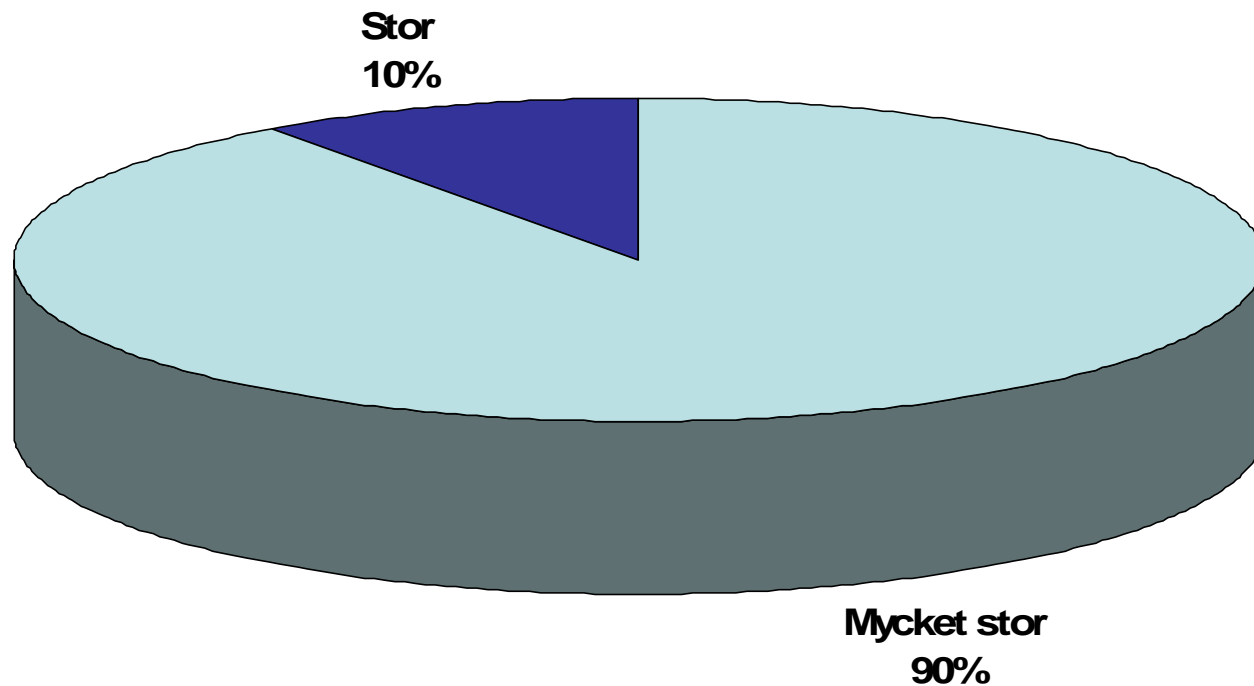
# Historien

- Hade haft husbåtar i marinan sedan 80-talet med hjälp av tillfälliga lösningar.
- Efter flytt till Pampas lyckas man 1997 genomdriva ett konkret "husbåtsregelverk" för Solna stad.
- Man går vidare och designar Aquavilla-konceptet, som presenteras vid AFS år 2000.
- Gensvaret från media och allmänhet blir enormt. Elva båtar byggs och säljs, 140 beställare på kö (varav ett 70-tal står kvar fortfarande).
- Avsaknaden av en "husbåtsinfrastruktur" utansför Solna sätter stopp för försäljning och utveckling. Period av "lobbyarbete" med bearbetning av politiker, kommuner, landsting, banker och försäkringsbolag mm.
- Under 2009 ett genombrott i bl a Västervik som planerar bör husbåtar i restaurerade hamnkvarter.
- Parallellt har Aquavilla-konceptet förbättrats och en ny produktions- och transportlösning tagits fram.

# RealityCheck...

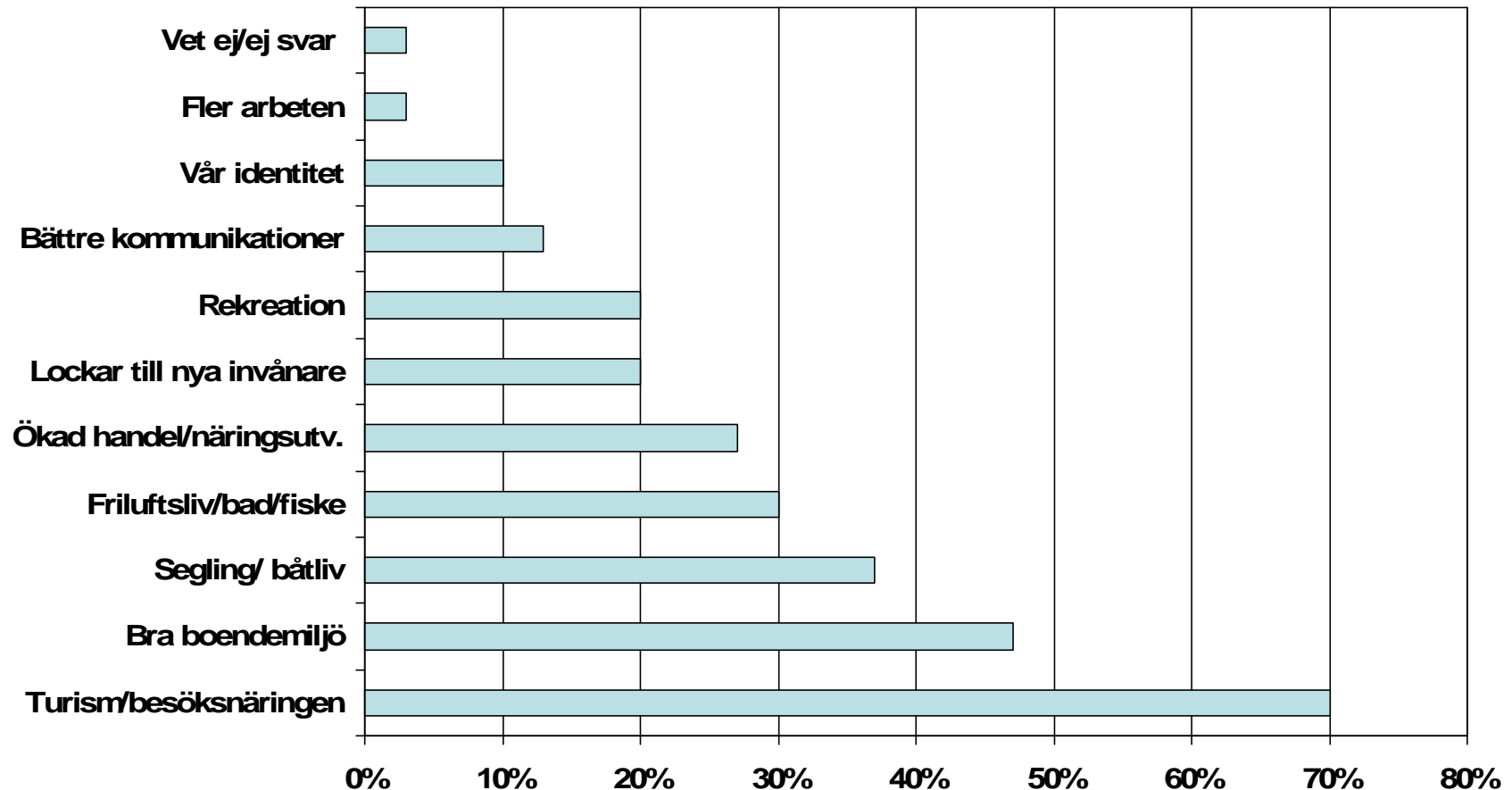
- Intervjuer 30 personer med ansvar för kommunal utveckling inom näringsliv, turism och boende i kommuner med "vattenkontakt".
- Insikten om värdet av vattenkontakten är nästan total.
- En tillgång som kommer att tillvaratas i allt högre utsträckning.
- Pådrivande är ökad turism men även mer attraktiv boendemiljö.
- En tredjedel av respondenterna tycker att tanken på "flytande villor" är mycket eller ganska intressant.
- Det som lockar är bl a möjligheterna att erbjuda ett attraktivt och sjönära boende, att väcka liv i gamla hamnkvarter och ta tillvara ortens närhet till vatten. Vissa menar även att det bidrar till att minska bostadsbristen.

# I vilken grad ser ni er kommuns kontakt med vatten och båtlivet som en tillgång?



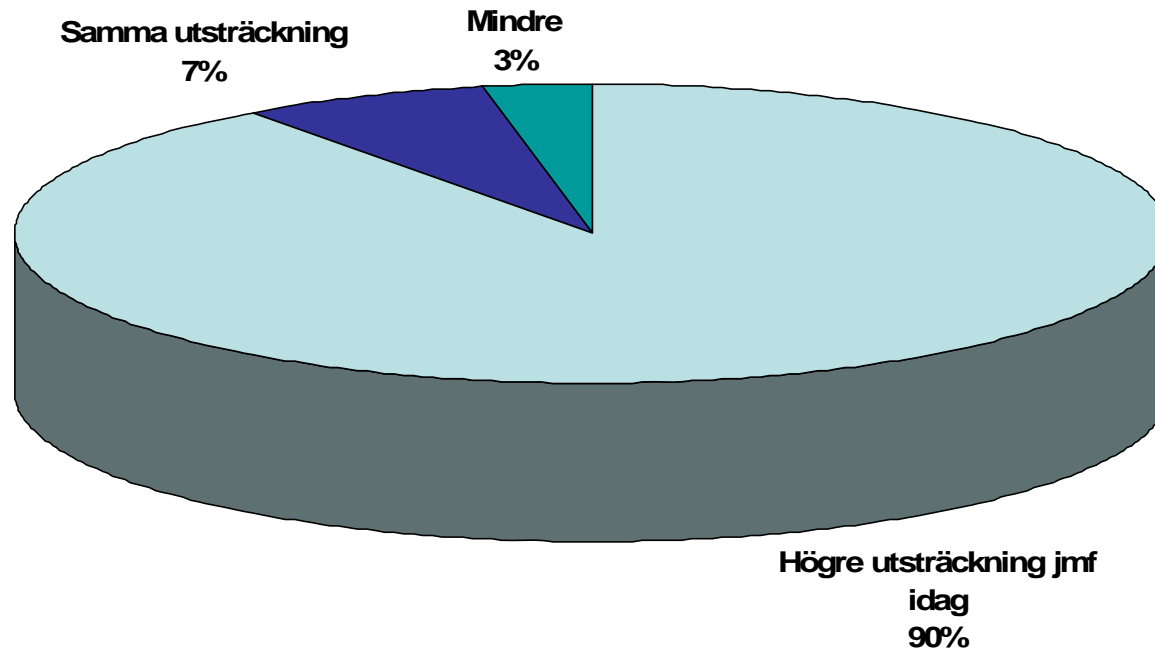
Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# Vilka värden, är det som vatten och båtlivet tillför er kommun?



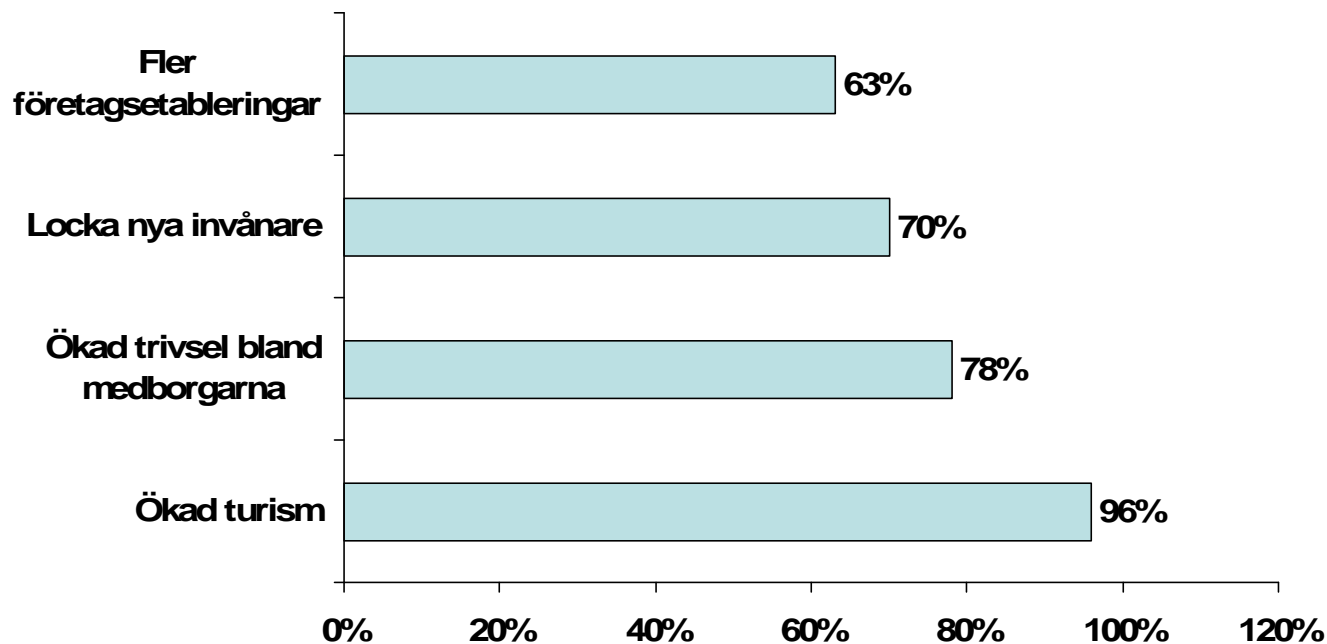
Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# I vilken utsträckning tror du att er kommun i framtiden kommer att dra nytta av ert läge, er vattenkontakt?



Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# Kan du motivera ditt ställningstagande (flera svar är möjliga)?

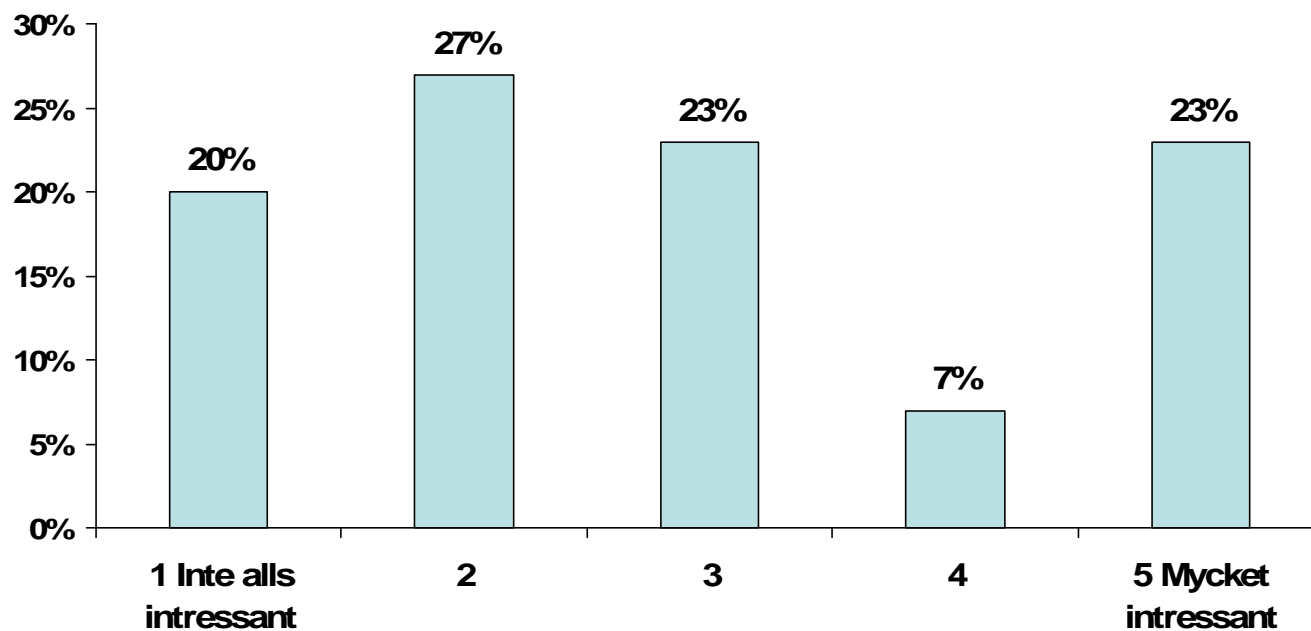


Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

**På en del håll i landet skapar man nu praktiska och regelmässiga förutsättningar för att etablera permanentboende på husbåtar, ofta specialbyggda för ändamålet, s.k. flytande villor.**

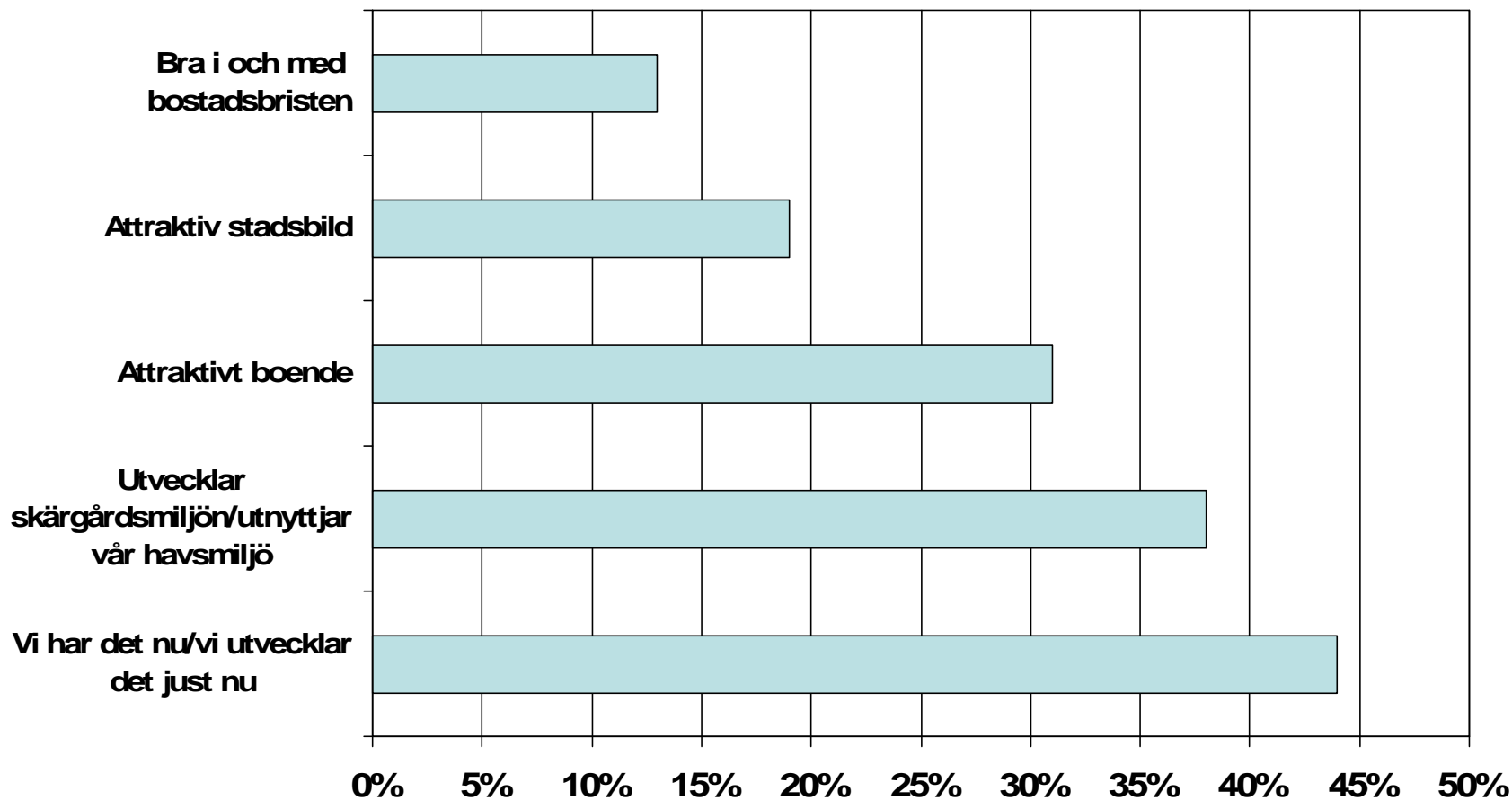
**Låter det intressant för er kommun?**

... förutsättningar för att etablera permanentboende på  
husbåtar, ofta specialbyggda för ändamålet, s.k.  
flytande villor. Låter det intressant för er kommun?



Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# Om svar "3-5": Kan du motivera ditt svar?



Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# Exempelvis

- *Det har vi redan, Sjövillor, kallar vi dem. Genom Sjövillorna kan vi erbjuda ett boende med fantastiskt läge vid vattnet men samtidigt nära stadskärnan. Vi ser det som ett bra komplement till befintliga boendeformer.*
- *Det skulle kunna vara ett nytt användningsområde för utdöende fiskehamnar.*
- *Det skulle kunna vara intressant eftersom det är bostadsbrist.*
- *Det är en fråga som är svår för mig att svara på. Det är en politisk fråga, jag vet inte hur den politiska policyn på området ser ut.*
- *Det är klart att det skulle kunna vara intressant. Det har funnits något försök med husbåtar i hamnen i Åhus. Detta boendevalternativ skulle hypotetiskt kunna betyda att man kan bo mitt i centrala X-stad med hjälp av vattnet.*

Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# Exempelvis (forts.)

- *Det är något vi redan arbetar med. Det är ett nytt sorts boende där vi utnyttjar den havsmiljö vi har tillgång till. Vi tittar på flerfamiljshus i detta sammanhang, vilket är unikt.*
- *Jätte positivt, vi arbetar redan med sådana projekt.*
- *Vi arbetar med att utveckla gästhamnen och förslag om husbåtar har uppkommit från utomstående aktörer så det finns med i diskussionerna. Det finns både positiva och negativa röster då det gäller förslag om husbåtar.*
- *Vi har redan skissat på det här och för oss skulle det betyda ett boende i innerstaden som skapar liv och rörelse vid vattnet. Dessutom finns det en efterfrågan på vattennära boende.*
- *Vi håller redan på att ta fram en detaljplan som medger byggande och användande av flytande villor.*

Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# *Från nischsport till Svenssons söndagsutflykter*

Point65

# Caset

## Kort om företaget

- Startår 1996
- Omsättning 2008: MSEK 21,0
- Marknader: 22 länder i hela världen
- Sverige: Fem flagship stores (Point65 Kayak Centers)

## Konventionen

- *Kayaker är en supernische för dyra, traditionsbundna specialistprodukter som man säljer till en mycket liten grupp högpresterande entusiaster.*
- *Stora, ranka havskajaker i glasfiber för minst 20.000/st*

## Nytänkandet

- *En kajak kan produceras billigt och i en rad olika varianter och säljas till lågt pris till breda och nya målgrupper.*
- *Dagsturkajaker i plast, från ca 6000/st*

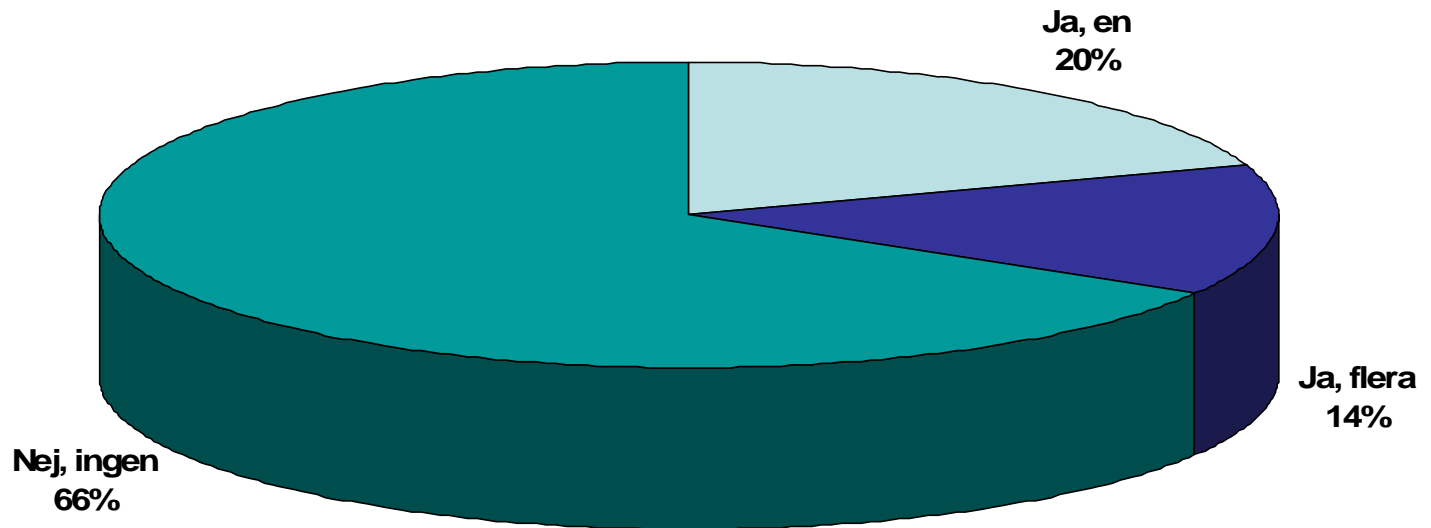
# Historien

- Richard Öhman får 1996 uppdraget att ta in lågprisbåtar från Estland. Det blir en kajak som får namnet Point65.
- Svenska kajakmarknaden var traditionellt inriktad på stora havskajaker i glasfiber och en relativt liten grupp kajakentusiaster. Point65 valde att plocka upp trenden från exempelvis USA och hitta en bredare kundgrupp.
- Man satsade på relativt billiga dagsturkajaker i plast. Efter en inledande – och olönsam – lågprissatsning blev fokus på egendesignade kajaker i mellanprisläget producerade i lågkostnadsländer som Estland och Kina.
- Med hjälp av bred och nydanande marknadsföring lockar man till sig helt nya användargrupper, exvis medelålders familjepaddlare, motionspaddlande pensionärer och unga nyfikna multisportare.
- I Sverige etableras en egen butikskedja i eget namn medan övriga stora kajakmarknader bearbetas med lokala importörer.
- 2009 presenteras en helt ny typ av delbar kajak. Därmed blir kajaken oändligt mer transporterbar och mer lättförvarad, och en stor barriär för många presumtiva köpare försvinner. Point65 har indikationer på att den nya kajaken kan lyfta försäljning radikalt.

# RealityCheck...

- Enkät bland svenska köpare av Point65-kayaker med totalt 51 respondenter.
- Två tredjedelar hade tidigare inte ägt någon kajak.
- Naturupplevelser och motion var de främsta drivkrafterna.
- Endast en tredjedel har kajak som "hobby".
- 40% är befintliga båtnehavare.
- 40% är f.d. båtnehavare medan 20% har aldrig haft båt tidigare.

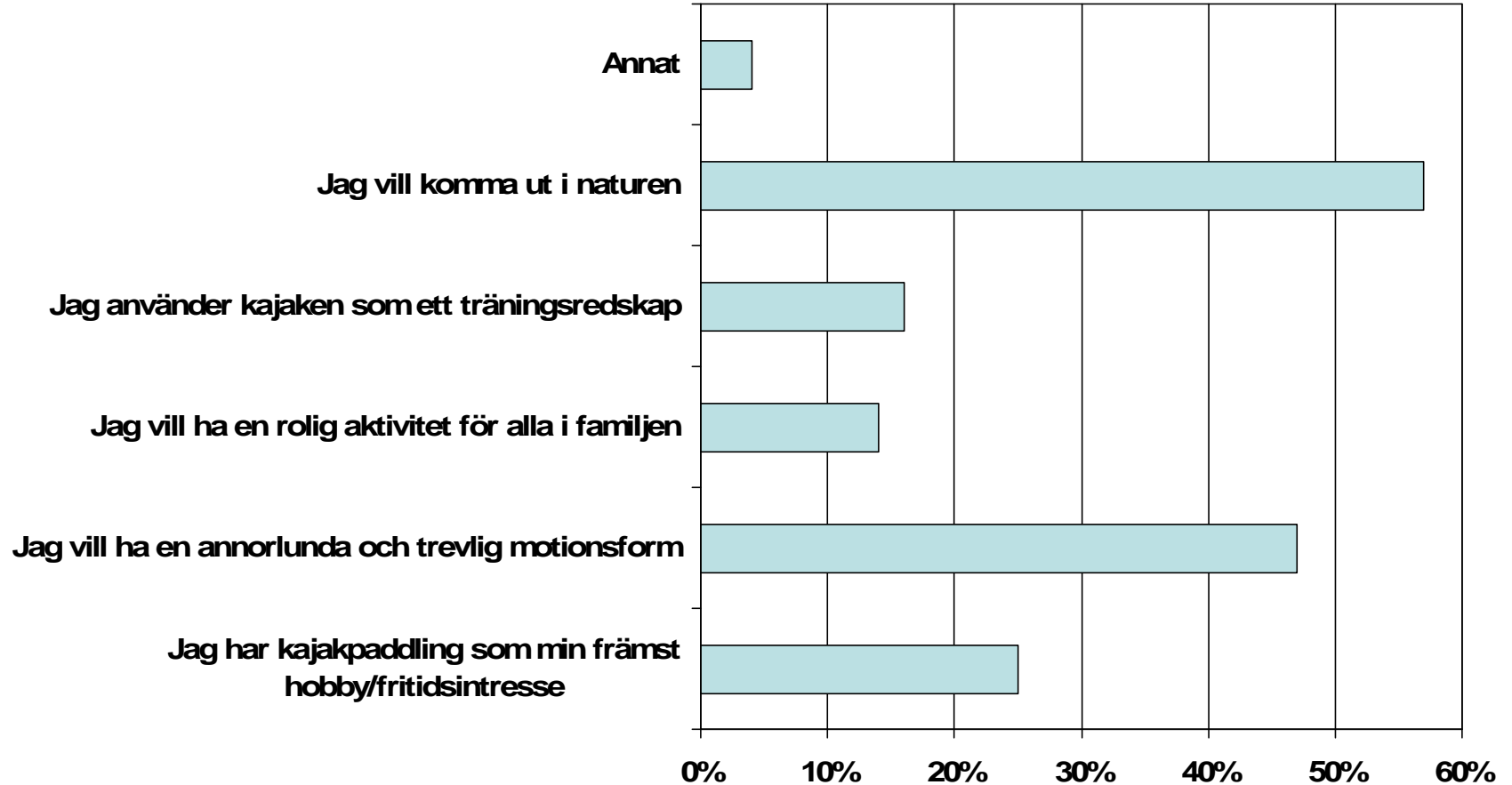
# Har du haft någon kajak i hushållet tidigare innan du köpte kajak hos Point 65?



Källa: MBL2 kundenkät, 51 respondenter

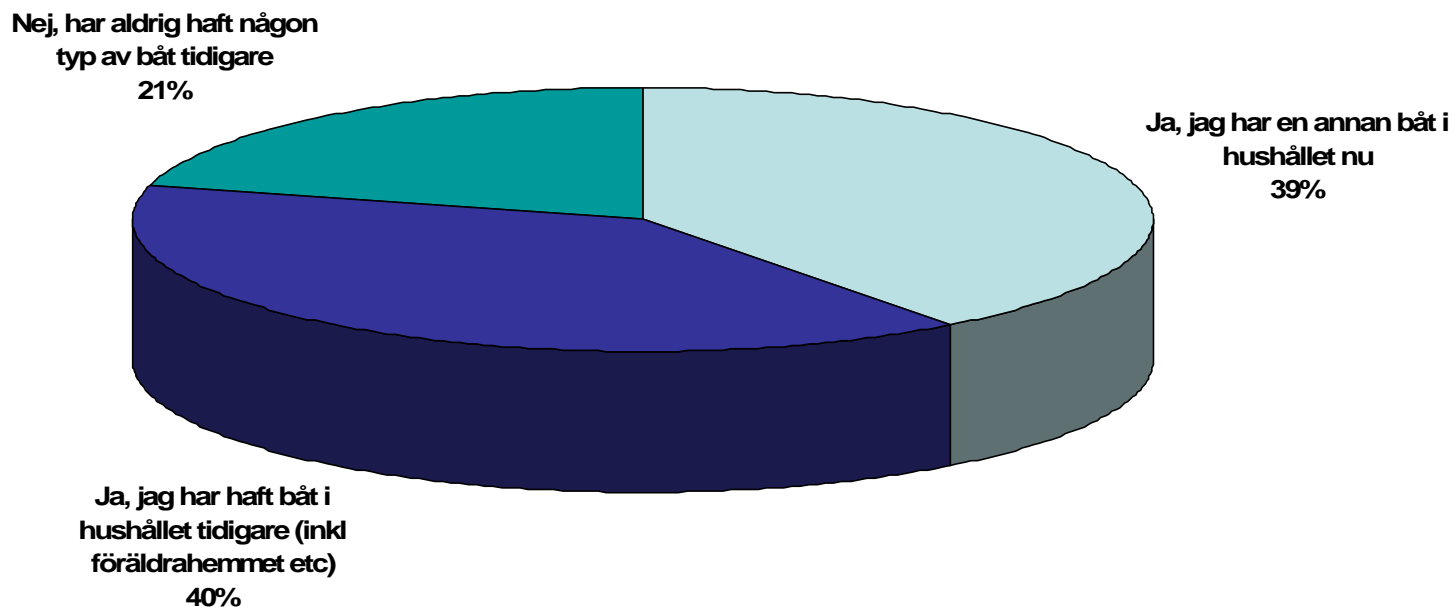
# Vad var ditt huvudsyfte med kajaken?

(Ange max två alternativ)



Källa: MBL2 kundenkät, 51 respondenter

# Har du eller har du haft någon annan typ av båt i hushållet?



Källa: MBL2 kundenkät, 51 respondenter

# *Från båtparkeringsplats till upplevelsecentrum.*

## Promarina

# Caset

## Kort om företaget

- En del av Viamare Invest AB. Startår 2008.
- Omsättning 2009: ca 8.5 mio SEK. Budget 2010: 24 MSEK.
- Beräknad break-even senast 2011 med ca 10-12 anläggningar

## Konventionen

- *Marinor och gästhamnar drivs av kommuner (i egen regi eller med hjälp av arrendator) med målsättningen att erbjuda bra båtplatser till lägsta möjliga kostnad.*

## Nytänkandet

- *Skapa ett service och upplevelsecentrum i anslutning till marinor och gästhamnar, som inte bara möter båtägares ökande krav på service och upplevelser utan också lockar till sig icke-båtägande lokalbefolkning och turister.*

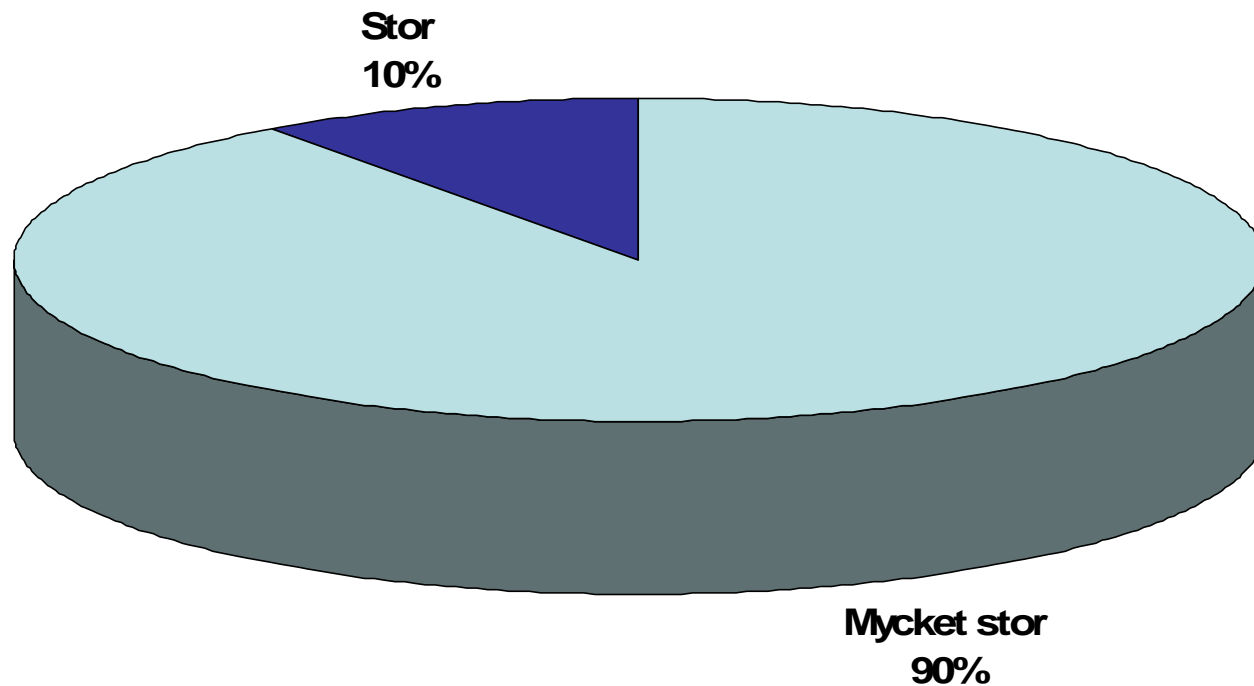
# Historien

- Ett underliggande investeringsbehov i kommunala marinor som etablerades under 70-talet och en generell privatiseringsvåg. Kommuner har ökat fokus på turism som näringsgren, inkomstkälla.
- Nya och ökade krav på service i gästhamn/marina från både gamla och nya båtägare.
- Promarina har identifierat att svenska hamnar sitter på en stor utvecklingspotential. En modern och färgstark hamn ökar attraktionskraften för såväl stadens invånare som besökande båtägare. Samtidigt skapar den nya jobb åt det lokala näringslivet.
- Grundutbud består av sommarplatser och vinterförvaring för alla båtägare. Därtill tillgång till servicetjänster som inriktar sig på båtens skötsel är därför en viktig del i Promarinas erbjudande. Även utbildningar och andra aktiviteter relaterade till sjölivet, bl a erbjudande från övriga Viamare.
- Promarina vill att fler båtlivsorienterade företag ska etablera sig i hamnen.
- Tar totalansvar för den ekonomi som krävs för att bygga upp och utveckla verksamheten i hamnen.
- Idag fem anläggningar: Furusund, Oxelösund, Strängnäs/Mariefred, Arkösund. Ytterligare 2-4 anläggningar under 2010, bl a på västkusten. Nästa steg: Östersjön, Västkusten, Polen, Baltikum

# Reality-check...

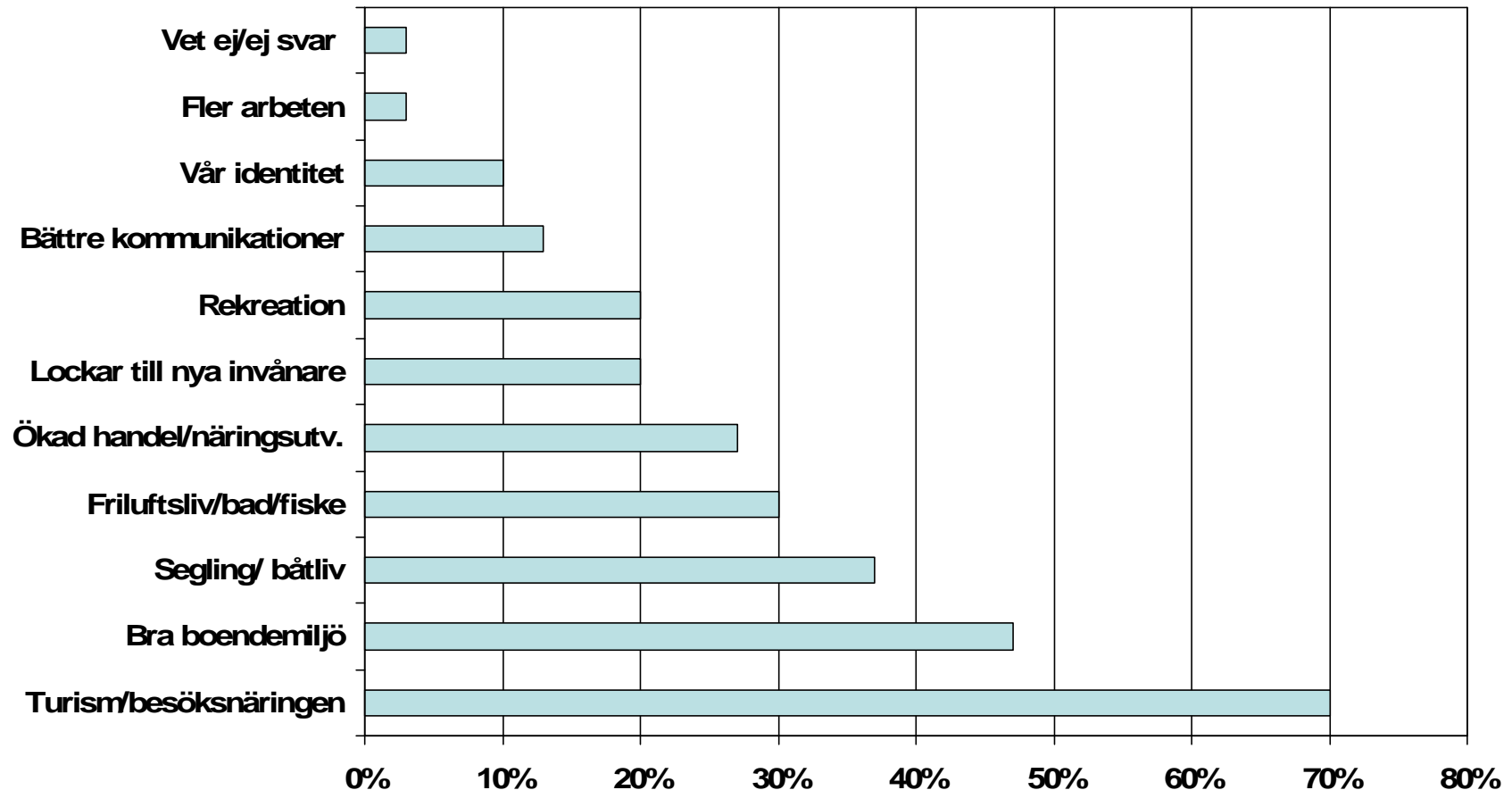
- Intervjuer 30 personer med ansvar för kommunal utveckling inom näringsliv, turism och boende i kommuner med "vattenkontakt".
- Insikten om värdet av vattenkontakten är nästan total.
- En tillgång som kommer att tillvaratas i allt högre utsträckning.
- Pådrivande är ökad turism men även mer attraktiv boendemiljö.
- Hälften av respondenterna ansåg att Promarinas koncept var mycket eller ganska intressant för deras kommun.
- Källa för engagemang och idéer, ökad effektivitet, minskad ekonomiskt risktagande.
- 20% ansåg att det inte var intressant.

# I vilken grad ser ni er kommuns kontakt med vatten och båtlivet som en tillgång?



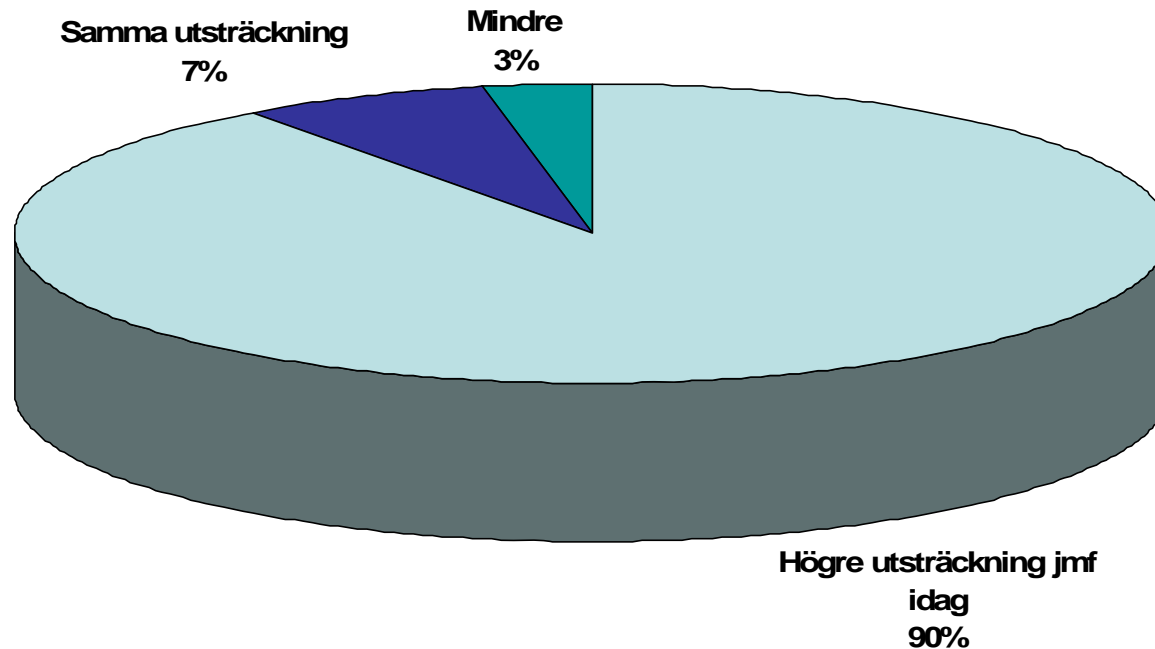
Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# Vilka värden, är det som vatten och båtlivet tillför er kommun?



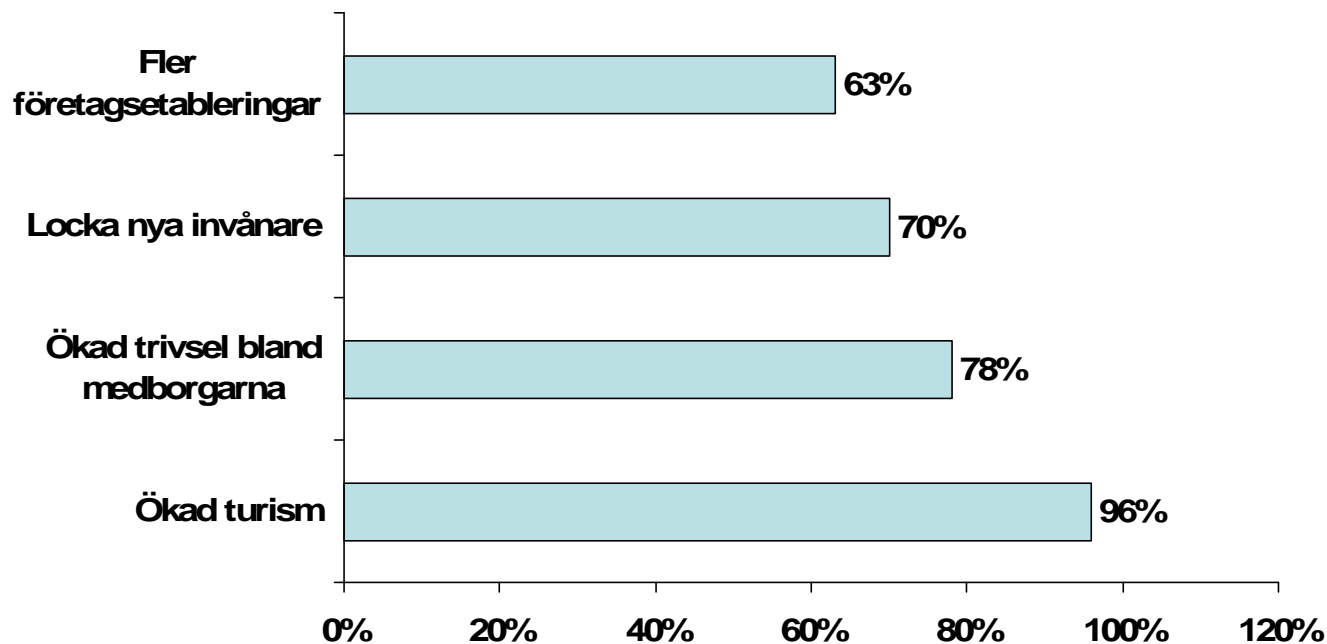
Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# I vilken utsträckning tror du att er kommun i framtiden kommer att dra nytta av ert läge, er vattenkontakt?



Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# Kan du motivera ditt ställningstagande (flera svar är möjliga)?



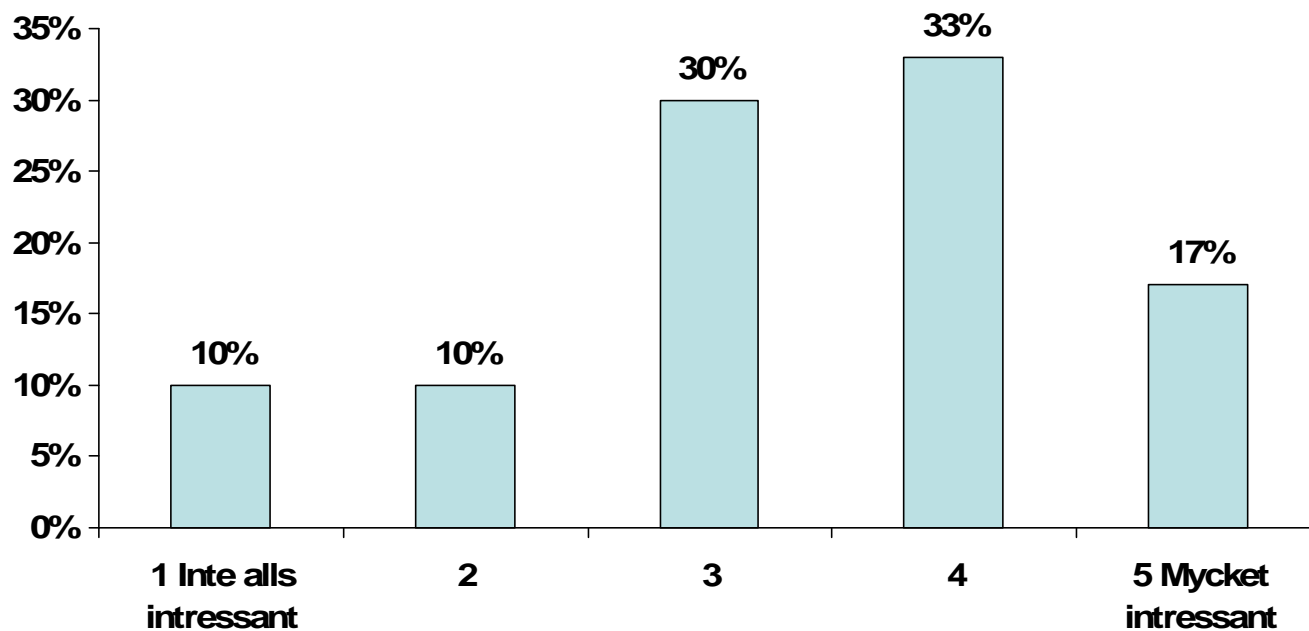
Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

**På en del håll i landet väljer man idag att lägga exempelvis drift, utveckling och investeringar i kommunala gäst- och småbåtshamnar hos en privat totalentreprenör, som får ansvar att utveckla hamnområdet att bli mer attraktivt för såväl ett modernt båtliv som för handel, turism och andra besökare.**

**Hur intressant är detta för er kommun?**

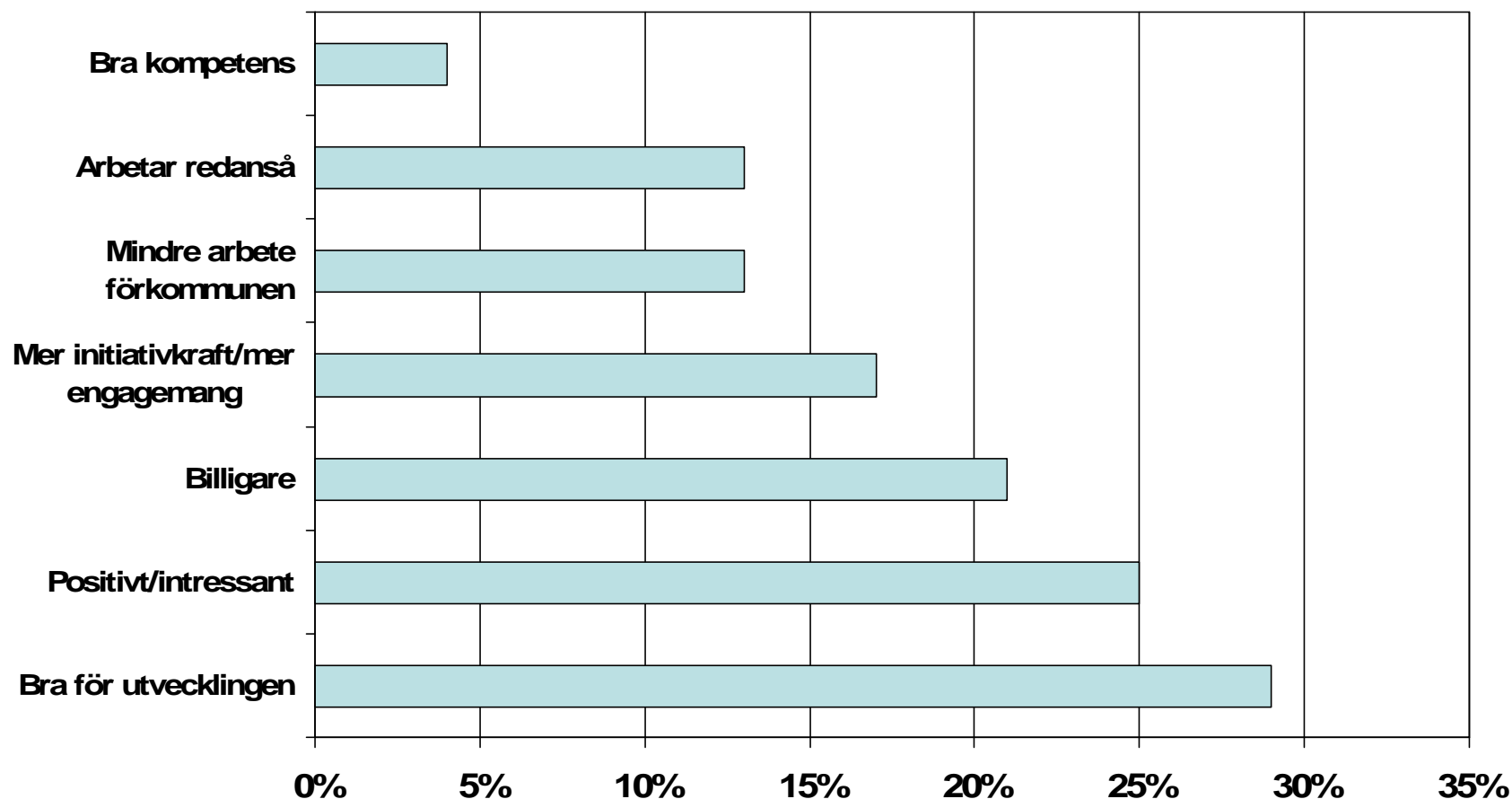
*Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter*

# På en del håll i landet väljer man idag att lägga exempelvis drift, utveckling och investeringar i kommunala gäst- och småbåtshamnar...Hur intressant är detta för er kommun?



Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# Om svar 3-5: Kan du motivera ditt svar?



Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# Exempelvis

- *Det hade kunnat fungera både som utveckling och marknadsföring av kommunen. Jag tror att det skulle främja utvecklingen, skapa ett större engagemang för hamnområdet. Men egentligen tror jag att en kombination mellan olika aktörer, kommunala och privata hade varit att föredra. Men jag vet inte hur det skulle kunna fungera rent byråkratiskt.*
- *Det låter jätteintressant! Det ligger helt rätt i tiden för oss. Som jag ser det har vi många vagnar men få lok, folk som kan dra i frågor som denna. Så om det kommer privata entreprenörer med bra idéer så tycker jag att det låter väldigt intressant. Men jag kan ju inte svara för hur det skulle fungera med den kommunala byråkratin.*
- *Det är redan på gång inom kommunen. Jag ser det som en möjlighet till ett mindre byråkratiskt arbetssätt som är en fördel.*
- *I X-stad finns det några privata alternativ i nuläget. Det kan vara intressant att utveckla, men det är ju en politisk fråga. Det som kan vara bra med ett sådant upplägg är att det ger att privata aktörer har möjlighet att lägga ett helt annat engagemang när det gäller att utveckla hamnområdet. Det kan vara en bra modell att lägga upp arbete efter.*

Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

# Exempelvis (forts.)

- *Jag ser det som en framkomlig väg för att kunna utveckla hamnområden. Genom att ta in privata entreprenörer behöver inte kommunen ta hela det ekonomiska investeringsansvaret.*
- *Privata aktörer skulle kunna åstadkomma en effektivisering som leder till en bättre och billigare utveckling av hamnområdet.*
- *Som det är nu drar kommunen hela lasset när det gäller exploatering och kostnadsansvar. Vi har redan funderat på att ta in entreprenörer på detta område då vi tror att de kan sköta dessa bitar bättre än den kommunala organisationen.*
- *Så arbetar vi redan, avseende vår gästhamn. Den drivs av privata entreprenörer. För oss fungerar det positivt och utvecklingen sker i en bra takt.*
- *Vi jobbar inte riktigt så, men vi arrenderar ut driften av gästbåtshamnar men kommunen behåller det strategiska ansvaret och långsiktig planering av området.*
- *Vi kommer inte att ge bort frågan till en privataktör. Istället samverkar vi, kommunala och privata aktörer.*

Källa: MBL2 kommunenkät, 30 respondenter

***Från ”meckargrotta” till livsstilsbutik...***

**BåtAccenten**

# Caset

## Kort om företaget

	-92	-97	-02	-07
Omsättning	3,5m	5,6m	11,3m	20,9
Antal anställda	1	2	4	8
Resultat	5'	14'	300'	1,200'

## Konventionen

- *En båttillbehörsbutik skall tillhandahålla material för den kunniga båtägaren.*

## Nytänkandet

- *Båttillbehör för HELA båtfamiljen, inte enbart för båtens tekniska framdrift. Också för båtägaren som vill vara lite annorlunda och uttrycka sin personlighet "pimpa båten", samt för båtägare som inte är så tekniskt kunniga eller erfarna av båtskötsel ...*

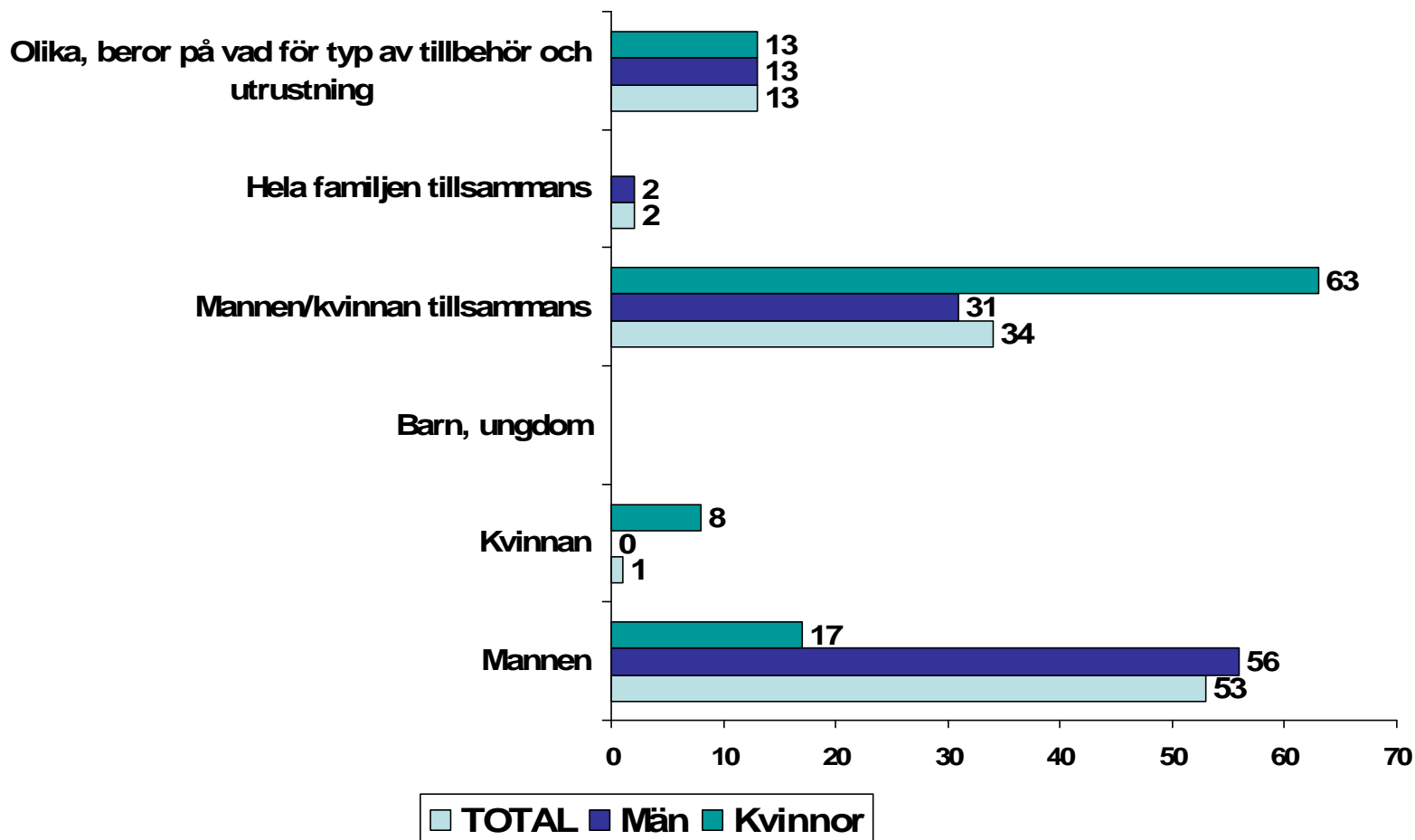
# Historien

- I början av 90-talet dominerades tillbehörsbutiker av ett par stora kedjor, som satsade på den "klassiske svenska båtkillen".
- BåtAccenten skapades för att möta behoven hos en ny typ av båtägare med andra behov och intressen.
- Större fokus på "mjuka" delar av båtlivet, bl a inredning, mathållning och umgänge. Tog fasta på ambitionen att göra båten mer personlig och individuell.
- Utgår från att båtägaren inte kan eller vill göra allt själv, varför personalen är mycket påläst och serviceverkstad finns året runt.
- Butiken är skapad utifrån ett modernt butikskoncept och välkomnar uttryckligen hela båtfamiljen, inte minst kvinnor.
- BåtAccenten har utvecklat ett eget sortiment som idag säljs vidare till fristående butiker i ett nyligen avknoppat grossistbolag.

# Reality-check...

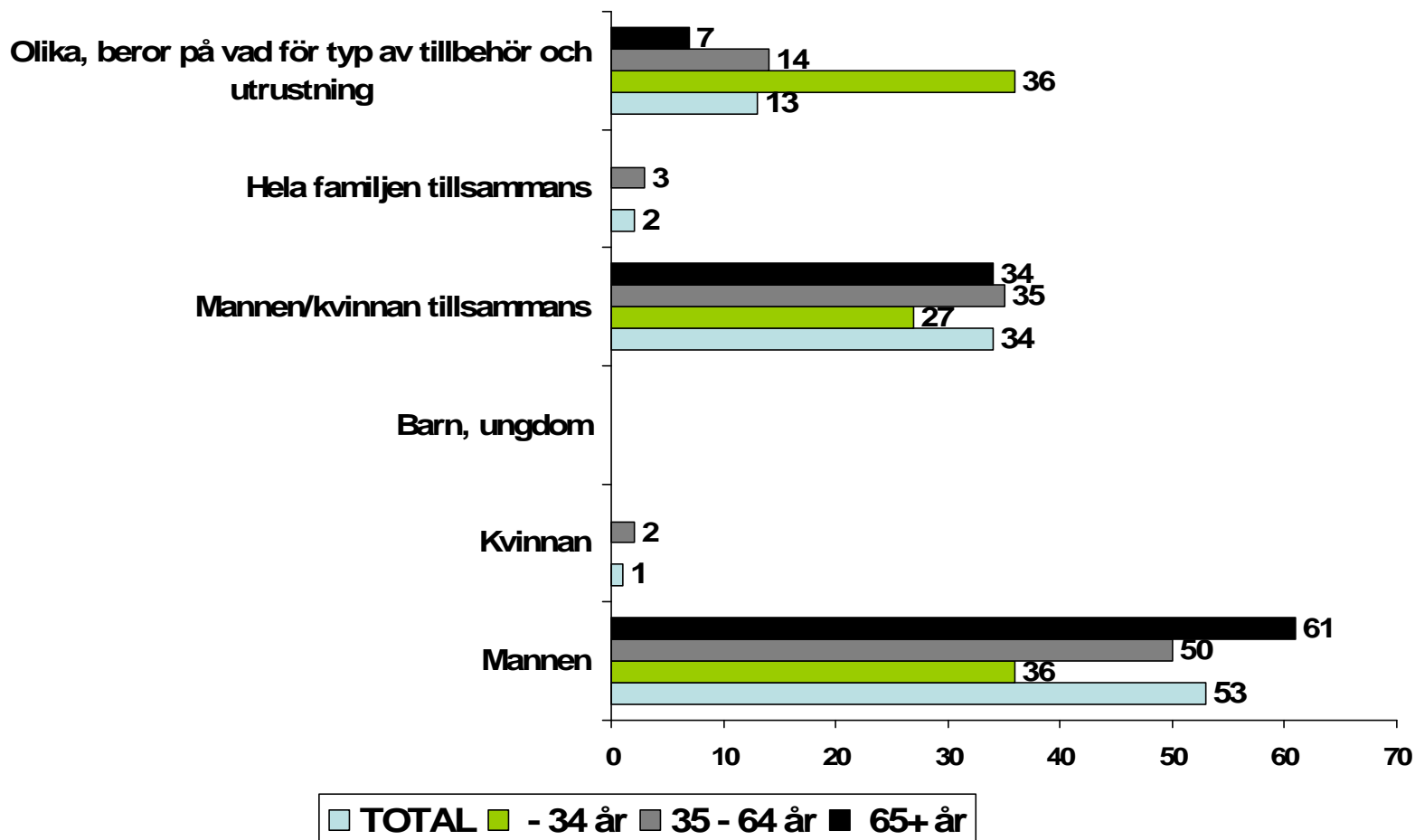
- Enkät bland 240 kunder hos BåtAccenten om beslutsfattande.
- Respondenterna var huvudsakligen män: 216 män resp 24 kvinnor.
- Hälften av männen ansåg sig vara ansvarig för inköp av båtillbehör och utrustning. Övriga ansåg framförallt att besluten togs gemensamt mellan man och kvinna eller att ansvaret varierade beroende på typ av utrustning.
- Endast 17% av kvinnorna som svarade denna enkät ansåg att mannen var huvudansvarig medan drygt 60% ansåg att det var ett gemensamt beslut. Bara 8% ansåg att kvinnan är ansvarig.
- Både män och kvinnor anser att männen fokuserar på "hårdvaran".
- Männen anser att kvinnorna främst ansvarar för "hushålls- och trivselfaktorer". Kvinnorna håller delvis med men lägger till saker som navigation
- Männen och kvinnorna är överens om att fler beslut tas gemensamt i takt med att prislappen stiger eller om det innebär en större förändring.
- Barn och ungdom på verkar beslut om resmål, aktiviteter och utrustning för aktiviteter och underhållning ombord.

# Vem i ert hushåll är ansvarig för inköp av båtillbehör och utrustning till båten?



Källa: MBL2 kundenkät, 240 respondenter

# Vem i ert hushåll är ansvarig för inköp av båtillbehör och utrustning till båten?



Källa: MBL2 kundenkät, 240 respondenter

# Vad män bestämmer om ?

## Enligt männen:

- *Upptagning- och vårrustning*
- *tillbehör, verktyg*
- *Allt*
- *Teknisk utrustning inklusive filter etc*
- *Motor, service, underhåll, elmaterial*
- *Navigation, motorunderhåll*
- *Segel, motor, beslag, underhåll*
- *Reservdelar till motor/teknik*
- *Teknik, motor, segel*
- *Segel, hårdvaror*
- *Servicedelar, elektronik, förtöjning*
- *Bil, båt, datorer etc*
- *Motor, elektronik*
- *Det mesta*
- *Båttillbehör*
- *Underhåll/motor*
- *Motordetaljer, färg o dyl*

## Enligt kvinnorna:

- *Vår- och höstutrustning (underhåll)*
- *Kollar upp vad som behövs till maskinerna, drev*
- *Teknisk utrustning*
- *Vilken typ av material som behövs till båt, bil, trädgård*
- *El, utrustning, båtvård*
- *Förbrukningsmaterial, olja filter osv*
- *Teknisk utrustning*
- *Motor*
- *Allt vad gäller motor, segel, båt (allt tekniskt)*
- *Segel, navigation, förtöjning*
- *Köp av dieselmotor*
- *Sjökort, förbrukningsmaterial*
- *Båtvård*

Källa: MBL2 kundenkät, 240 respondenter

# Vad kvinnor bestämmer om ?

## Enligt kvinnorna:

- *Navigationsutrustning, plotter, GPS, VHF, köksprylar, inredning, tågvirke*
- *Allt*
- *Komfort*
- *Barnens kläder*
- *Hushåll, kylskåp, kläder, presentartiklar*
- *Interiör t ex gardiner, köksprylar*
- *Utseende, utredning, navigationshjälpmedel*
- *Pentry, stuvning, mathållning*
- *Ankarspel, badplatsform*
- *Köp av köksutrustning*
- *Gardiner, pentryutrustning*

## Enligt männen:

- *Mysfaktorn ombord, kuddar, porslin*
- *Service, pentry, specerier*
- *Köksutrustning, gardiner, dynor*
- *Inredning*
- *Mindre interiör*
- *Hur länge vi ska segla/dag*
- *Färdmål, inredningsdetaljer*
- *Hushållsartiklar, tyger*
- *Utformning av kapellet*
- *När inköpet bör ske*
- *Husgeråd, fenderskydd, lampor*
- *Inredning*
- *Inredning*
- *Tyger, färger*
- *Kläder*
- *Husgeråd, inredning*
- *Inredning, kök, förtöjningsgods*

Källa: MBL2 kundenkät, 240 respondenter

# Vad kvinnor och män bestämmer om tillsammans ?

## Enligt kvinnorna:

- Dyrare inköp, design
- Säkerhetsutrustning typ raketer, kikare
- Det mesta
- Utformning av trädgård, semesterar, måltider, det mesta faktiskt
- Allt
- Dyrare saker, sjökort
- Köp av textilier, pentryutrustning, segel mm
- Uppgradering av båten
- Segelutrustning
- Större investeringar, segel, nya dynor
- Ny båt, ny utrustning
- Inredning, detaljer, tillbehör
- Allt
- Textilier
- GPS, segel, kylskåp, nya vantskruvar mm
- Navigation

## Enligt männen:

- Dyrare investeringar t ex kapell
- Större utgifter som t ex värmare, kapell
- Gemensamt intresse, skapar diskussion/beslut
- Ny spis, kylskåp, navigationsutrustning
- Samtliga inköp
- Stora och dyra investeringar t ex segel, ny motor, ny båt
- Byte av utrustning - utvändigt och invändigt
- Dyrare tillbehör som värmare,
- Heminredning
- Tillbehör exempelvis gps, Fendrar
- Inredning, säkerhet, andra detaljer
- Segel, tillbehör, navigationsutrustning
- Solceller, stege, ankarlift
- Större investeringar, GPS-tillbehör, täckställning
- Val av båt

Källa: MBL2 kundenkät, 240 respondenter

# Vad barn/ungdomar bestämmer om ?

*Leksaker, Elektronik*

*Mat, Leksaker*

*Resmål, fritidsaktiviteter*

*Hur länge vi är ute per dag på semestern,  
Vattenleksaker*

*Vilka hamnar, Flytvästar*

*Lek, tidsfördriv*

*Ibland om vi ska stanna extra dag på  
något ställe*

*Datorer, Fiskeutrustning*

*Egna intressen, kläder etc*

*Kläder, flytvästar, livselar*

*Tv, stereo, musikanläggning*

*Utrustning, jolle, bad*

*Dottern är delägare och deltar i de stora  
inköpen*

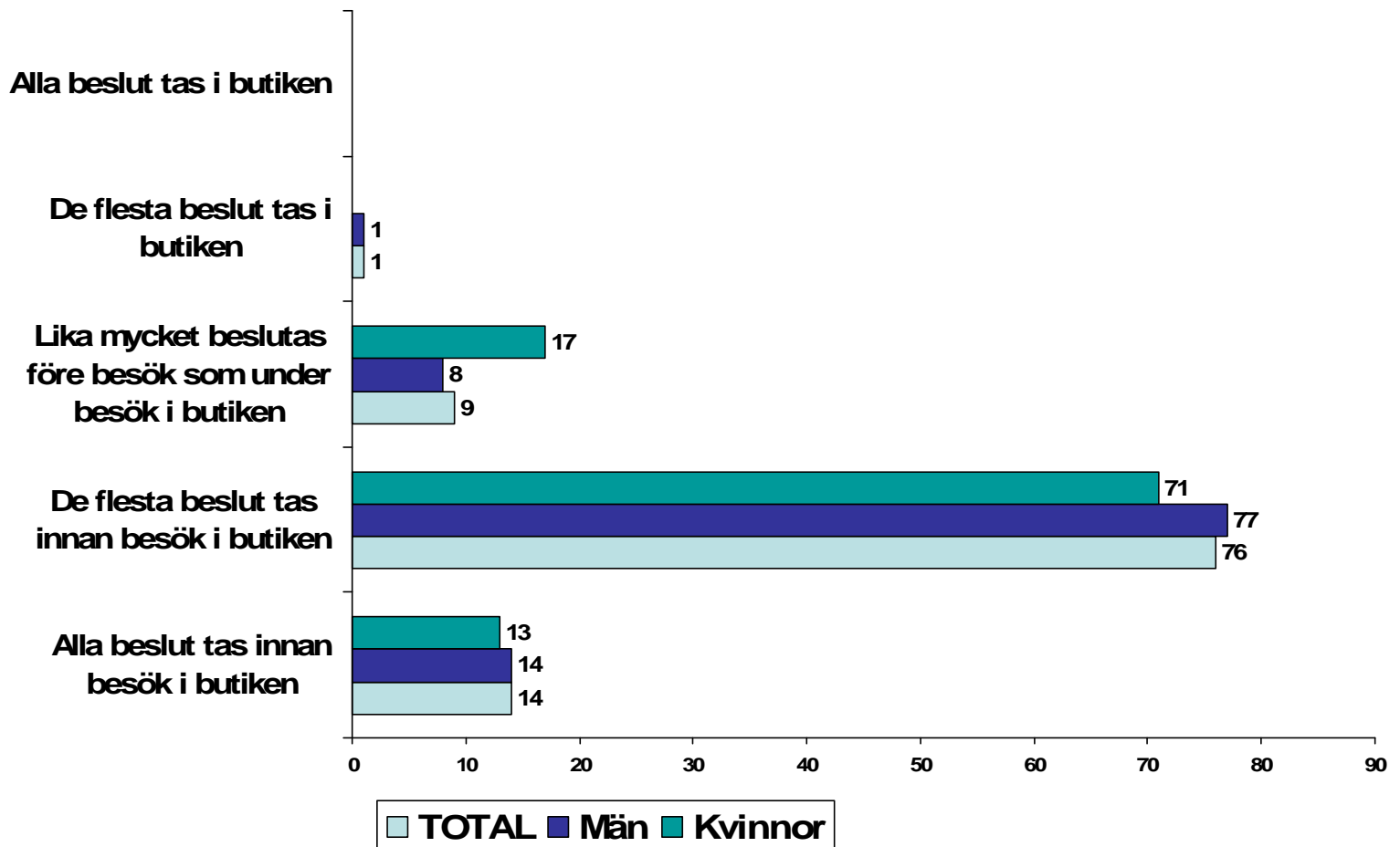
Källa: MBL2 kundenkät, 216 manliga respondenter

# Vad hela familjen bestämmer om gemensamt ?

*Komfort, Leksaker  
Större investeringar  
Resmål under semester mm  
Typ gummijolle med motor  
Gummibåt, utombordsmotor till jollen  
Allt övrigt, utrustning etc  
Färdmål, lekar ombord  
Vart vi ska segla  
Allt  
Inredningsdetaljer  
Jolle, Mat  
Om vi ska ut på sjön eller ej, Mat  
Säkerhetsutrustning  
Båtbyte  
Extra ankarspel, Semester, resor  
Säkerhet, brandskyddet mm  
Investeringar  
Prisbild*

Källa: MBL2 kundenkät, 216 manliga respondenter

# När tas beslut om vilka produkter som skall köpas in till båten från BåtAccenten?



Källa: MBL2 kundenkät, 240 respondenter

***Säljer inte båtar utan drömmen  
om livet till sjöss...***

**Marindepån**

# Caset

## Kort om företaget

- Etablerades 1986, sammanslagningen 2007.
- Fem anläggningar
- Antal anställda: 32 personer
- Omsättning (prognos 09): Knapp 100 MSEK

## Konventionen

- *Fritidsbåtar kan bara säljas i "byggsats", där köparen själv kombinerar ihop båt med motor, samt kringutrustning och tillbehör mm. Därefter monteras båten enligt spec (eller inte?) och levereras efter ca...x veckor.*

## Nytänkandet

- *Erbjuda körklara båtar, färdigmonterade med motor, gps, förtöjning, bottenmålade etc...med långa garantier och ett urval av serviceställen tillgängliga på nära håll.*

# Historien

- Uppfattade att båthandlarbranschen måste bli mer rationell och kundorienterad.
- Köpte in och slog samman fyra anläggningar i Stockholmsregionen.
- Identifierade att man kunde förhandsmontera båtar med motor, utrustning etc som täckte 85% av kundernas önskemål.
- Byggde upp en monteringsanläggning i Gävle och introducerade konceptet "COMPLETE" samt en femårig motorgaranti under våren 2008.
- En "nyckelfärdig" båt till fast pris för kunden som snabbt vill ut på sjön.
- Enormt positivt gensvar hos kunder (och leverantörer) men en hel del skepsis bland konkurrenter och i säljkåren.
- Idag finns flera efterföljare i branschen.

# Reality-check...

- Personalenkät bland medarbetarna inom försäljning.
- Alla upplevde sig som positiva vid introduktionen av COMPLETE
- Flertalet anser att det blivit enklare att sälja efter introduktionen.
- Ett par säljare upplever att det blivit svårare eller delvis svårare.
  - Kunderna uppfattar att priset är högre
  - Kunderna har svårt att jämföra konkurrerande erbjudanden
  - Kunder i olika delar av landet har olika krav och förväntningar
- Flertalet anser att de ändrat sitt sätt att sälja.
  - Man säljer in helhetslösningen med paketpris och snabb leverans
  - Man måste vara tydligare med vad som ingår
- Kunderna uppfattas av säljarna vara generellt positiva.
  - Bekvämt och enkelt
  - Bra för nya båtägare, båtägare som har ont om tid
  - Osäkerhet kring vad som ingår ger missförstånd och felaktiga jämförelser

# När Marindepån valde att satsa på Complete, vad var ditt första intryck som säljare? Varför?

"Mitt första intryck var positiv. Det kändes att lättare få avslut med kund, snabbare beslut och slippa långa diskussioner om vad man skall ha för utrustning. Snabbare leverans..."

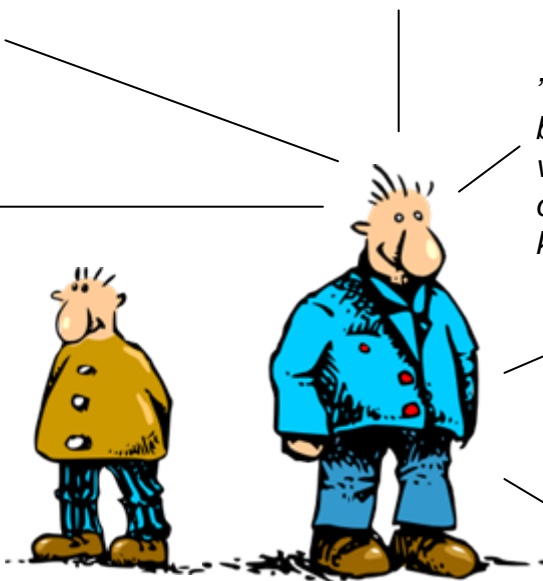
"Klart Positiv! Vi behöver få kompletta ekipage att sälja under högsäsong. Ju färdigare båt paket vi kan leverera ju mindre reklamationer får vi och kan planera försäljning och leveranser på ett proffsigare sätt. En positiv känsla att få sälja helt färdiga båtar."

"Positivt! Att sälja båt "allt inklusive" låg i luften sedan tidigare. att ordningställa båtar COMPLETE under lågsäsong för att kunna göra snygga fullutrustade snabba leveranser när kunden väl bestämt sig måste vara rätt..."

"Mycket positiv: Blev ett mycket bra gensvar från kunder på vårmässan... för complete har ju dom extra tillbehören som kunden oftast ändå vill ha"

"Positiv, Kändes rätt i tiden..enklare för kunden..säljandet skulle bli lättare.."

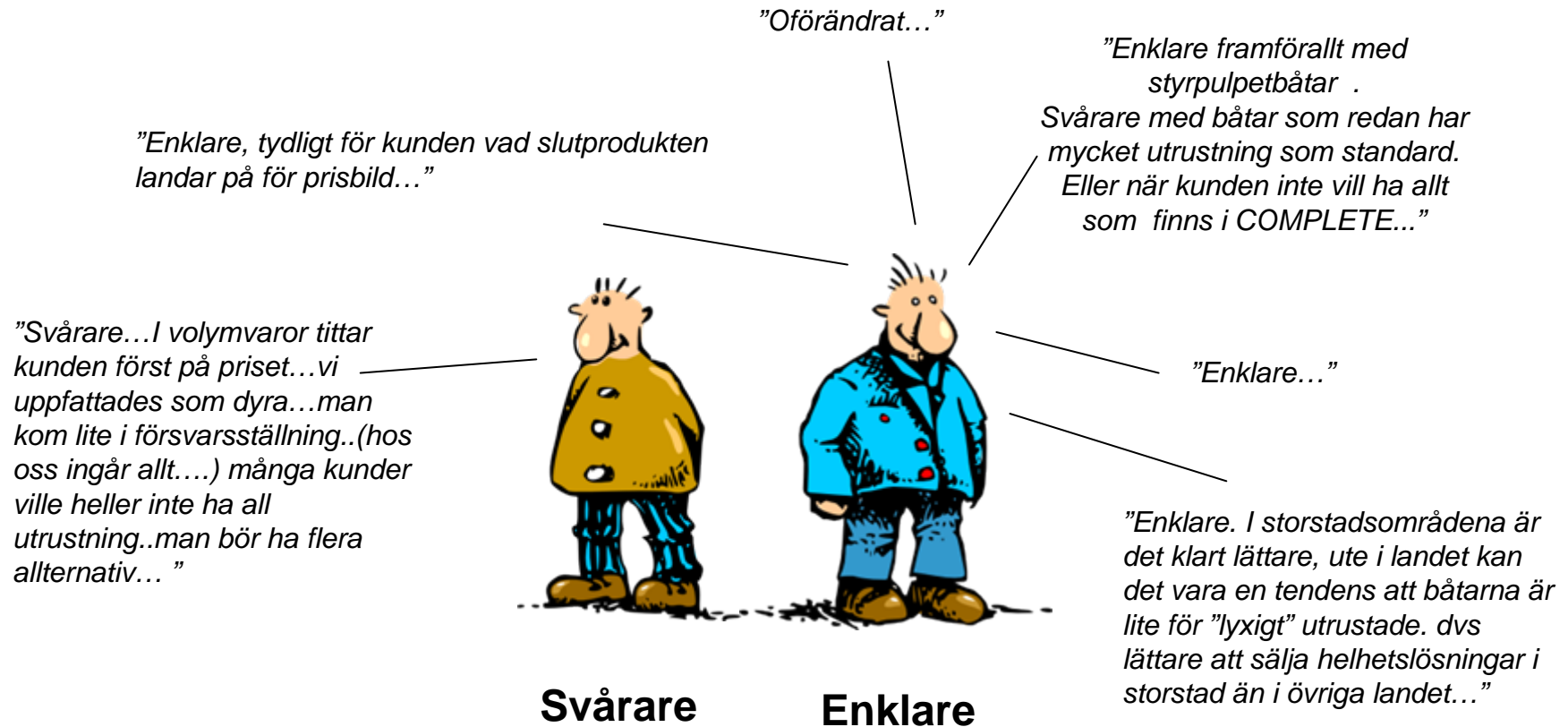
"Positiv, möjlighet till snabbare avslut med snabbare och mer felfria leveranser ..."



Negativ

Positiv

# Upplever du att det blev det svårare eller enklare att arbeta som båtsäljare efter att COMPLETE introducerades? Varför?



# Har du ändrat ditt sätt att arbeta i och med att COMPLETE introducerades?

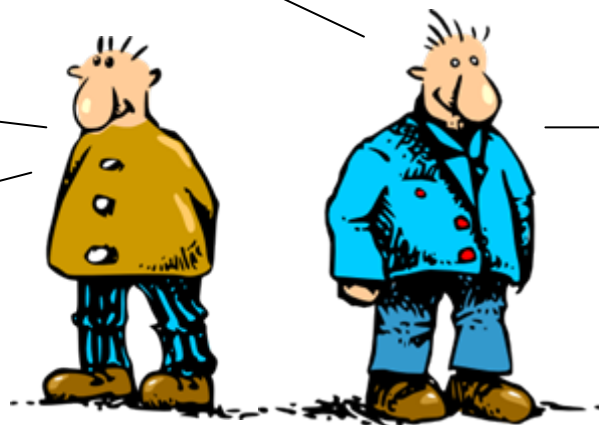
*Ja. Säljer in Complete-båtidéen till kunden. Dvs fördelar som pris, leveranstid - ibland omgående - med mera..."*

*"Ja, jag behöver inte gå in i detalj att övertyga kunden om vilka säkerhetsprodukter att välja till..."*

*Ja, Man får vara tydligare med kunden att allt ingår....*

*"Nej"*

*"Nej"*



**Nej**

**Ja**

*Ja, vi argumenterar för helhetslösningen, det gjorde man ju aldrig förut med mindre än att man var nervös för att få fram ekipaget i tid åt kunden. ... Argumenten från oss ligger nog i att vi som jobbar med detta har erfarenheten att välja åt kunden och kunden känner en trygghet i att slippa välja utrustning själv. Båt åkandet bygger mycket på säkerhet och trygghet och då vill man som kund få hjälp med detta. ... Vi säljer ju en upplevelse till kunden och i COMPLETE konceptet så ingår så mycket mer för kunden.*

# Beskriv hur du uppfattar att båtköparnas/prospekts reaktion?

- *”Många gånger positivt men vissa vill plocka bort bitar och kvitta med annat eller få ner priset... Var vi ensamma på banan skulle COMPLETE vara frälsningen, men kunder är kunder med näsa för fynd, priset, priset avgör ofta. COMPLETE TILSAMMANS MED KAMPANJ PRIS=OSLAGBART. Vissa instegsbåtar är mest attraktiva med ett lågt utgångs pris, som ett starkt alternativ till beg.båt...”*
- *”Mycket bra då det är ett helhetskoncept som är rabatterat. Tycker man absolut ska fortsätta med Complete men kanske ha det som ett extra alternativ i katalogen kopplat till båtmodellen och gå ut med endast båt och motorpriset, då kunden ofta direkt kollar vad det kostar, så blir ju priset mycket dyrare med Complete inräknat...”*
- *”Båtköparnas positiva reaktioner på Complete-båtar handlar om Pris och Leveranstid. De negativa reaktionerna handlar om sättet vi beskriver utrustningen som ingår i Complete-båtar... Många blir väldigt irriterade när man inte kan skilja ut vad som är standardutrustning. Tycker vi skall vara korrekta och tydliga och ange vad som ingår i en standardutrustad båt, och vad som tillkommer i Complete-båten. Då skapar vi bättre förtroende och längre kundrelationer...”*

# Beskriv hur du uppfattar att båtköparnas/prospekts reaktion?

- *”De kunder som ville ha en komplett båt upplevde Complete som väldigt bra..(bra att allt ingår). Men det vore bra med fler valmöjligheter, till exempel...”*
  - *Båt och Motor*
  - *Säkerhetspaket:lås och kätting förtöjning,motorlås*
  - *Complete”*
- *”Jag är rätt övertygad om att COMPLETE-försäljningen kommer att öka i storstadsområdena medan övriga landet kan sälja detta koncept i storleksordningen runt 30% av sin båtpaketsförsäljning per år...”*
- *”Enbart positivt som utgångspunkt, men det billigare priset från andra handlare som marknadsför rena båtar har tyvärr fått vissa kunder att välja fel och inte fått jämförbara båtar i slutänden...”*

***Den fula ankungen som blev  
en vacker svan:***

***Konsten att sälja båten "ingen" ville ha.***

Lagoon

Oxelösunds Båt & Motor

# Caset

## Kort om företaget

- Etablerat 1966, nuvarande ägare övertog 1988
- Återförsäljare av bl a Yamaha, Buster, Finnmaster och Lagoon. Service, tillbehör mm
- Omsättning 2008: SEK 75 mio.
- Antal anställda: 10
- Lagoon: Fem olika modeller
- Priser från 2,5 mio SEK - 9 mio SEK
- Bakgrund till initiativet att sälja cruisingkatamaraner
  - Söka komplement till befintliga motorbåtar
  - Produkter som kräver mer kunnande
  - Produkter som ger bättre avkastning
  - Skapa egen nisch i en överetablerad fritidsbåtmarknad

## Konventionen

- *Det går inte att sälja katamaraner i Sverige. Har aldrig gått, kommer aldrig att gå...*

## Nytänkandet

- *Det går att sälja katamaraner...rätt metoder till rätt kunder vid rätt tidpunkt.*

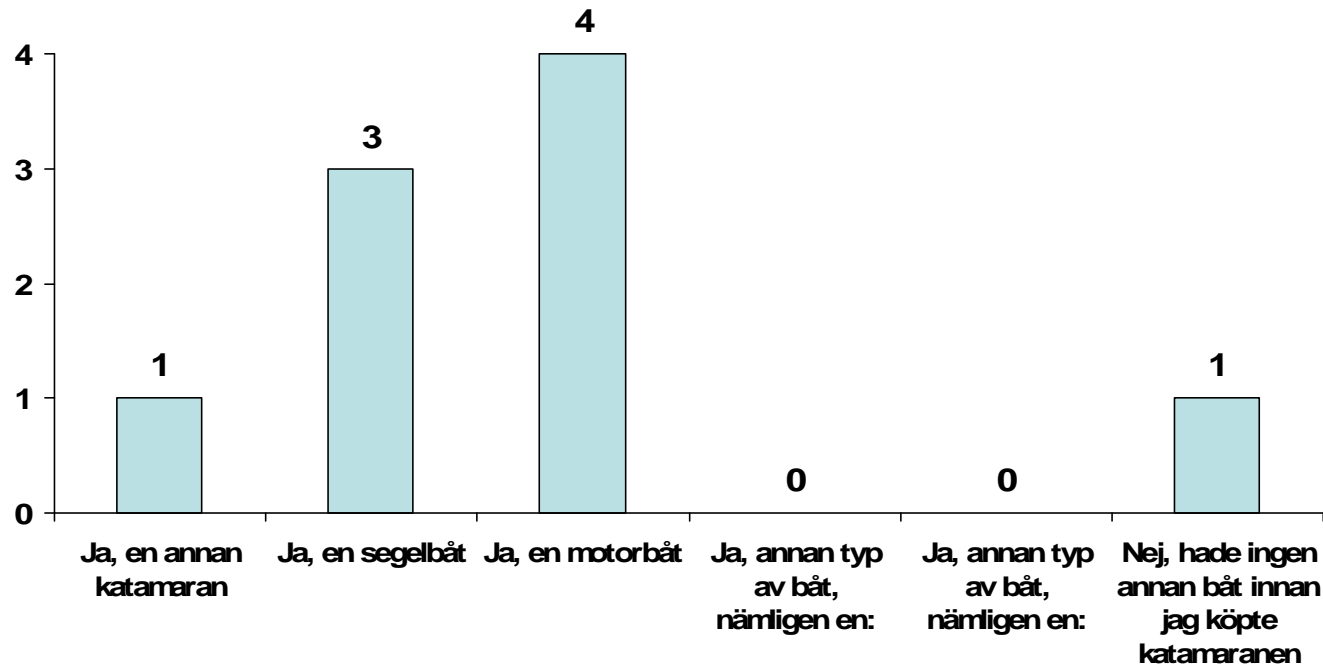
# Historien

- Sökte ett komplement till motorbåtar som också byggde på mer kunskap och som kunde skapa en nische.
- Konstaterade att katamaraner var obefintliga i Sverige trots att segling är stort. Befästade med en hel del fördomar, exempelvis dåliga segelegenskaper, lätt att kapsejsa och svårhanterade i hamn och vinterförvaring.
- Efter sonderingar hos flera leverantörer såg man en intressant möjlighet att erbjuda en unik kombination av segling och komfort.
- Målgruppen är seglingsintresserade som idag valt motorbåt (eller är på väg att byta) för att möta krav på utrymme och komfort i familjen. Ibland står valet mellan båt och sommarstuga av samma skäl. Lagoon blir en kompromiss som gör alla glada...
- Många seglare har stött på katamaraner vid besök i Medelhavet och intresse har väckts. De första köparna är dessutom individualister som gärna prövar nya saker.
- Man arbetar med hjälp av mun-till-mun metoder, en aktiv ägarklubb, båtmässor och personlig bearbetning. För att häva fördomar krävs i regel ett besök på anläggningen och provsegling.
- *Har nu sålt 23 Lagoon-katamaraner, dvs 10-11/år under perioden 2007-2008.*
- *En genomsnittlig återförsäljare för Lagoon i världen säljer i snitt fem per år.*

# RealityCheck...

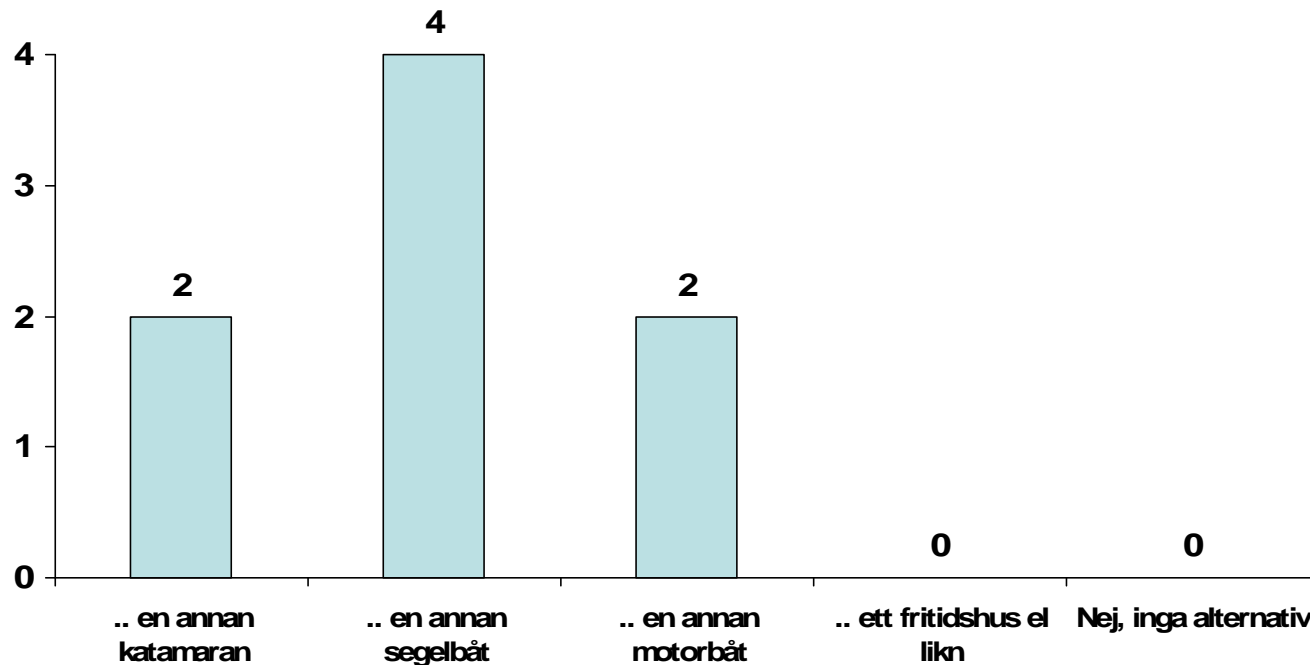
- Enkät bland svenska Lagoon-köpare. Totalt åtta köpare besvarade frågorna.
- Respondenterna är i regel befintliga båtägare men inte alla har segelbåt.
- Hälften av respondenterna är över 55 år.
- Flertalet har barn i hushållet, företrädesvis tonåringar.
- Motiven var framförallt bekvämlighet:
  - de generösa utrymmena ombord för stora familjer eller umgänge ombord
  - att får en segelupplevelse utan att "det lutar"
- Den främsta nackdelen var att katamaranen är otymplig och utrymmeskrävande i gästhamnar...

# Innan du köpte din katamaran, har du tidigare haft båt?



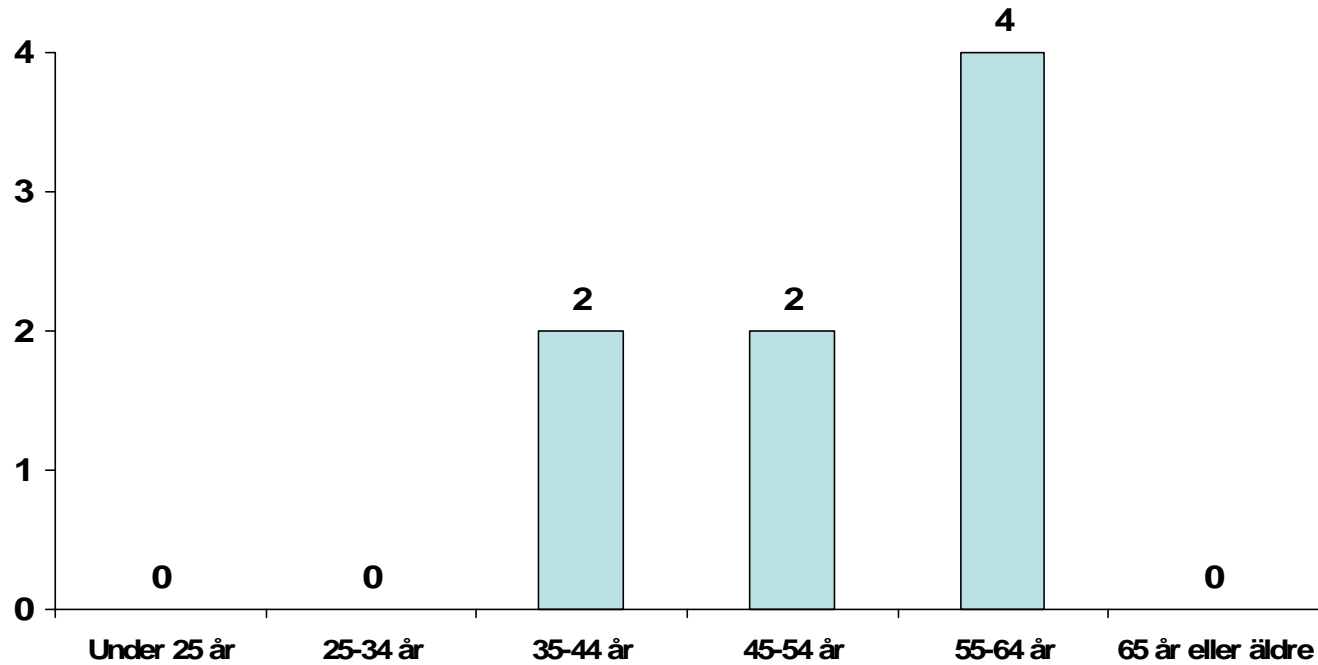
Källa: MBL2 kundenkät, 8 respondenter

# När du valde att köpa denna katamaran, hur såg valsituationen ut? Valde du mellan...



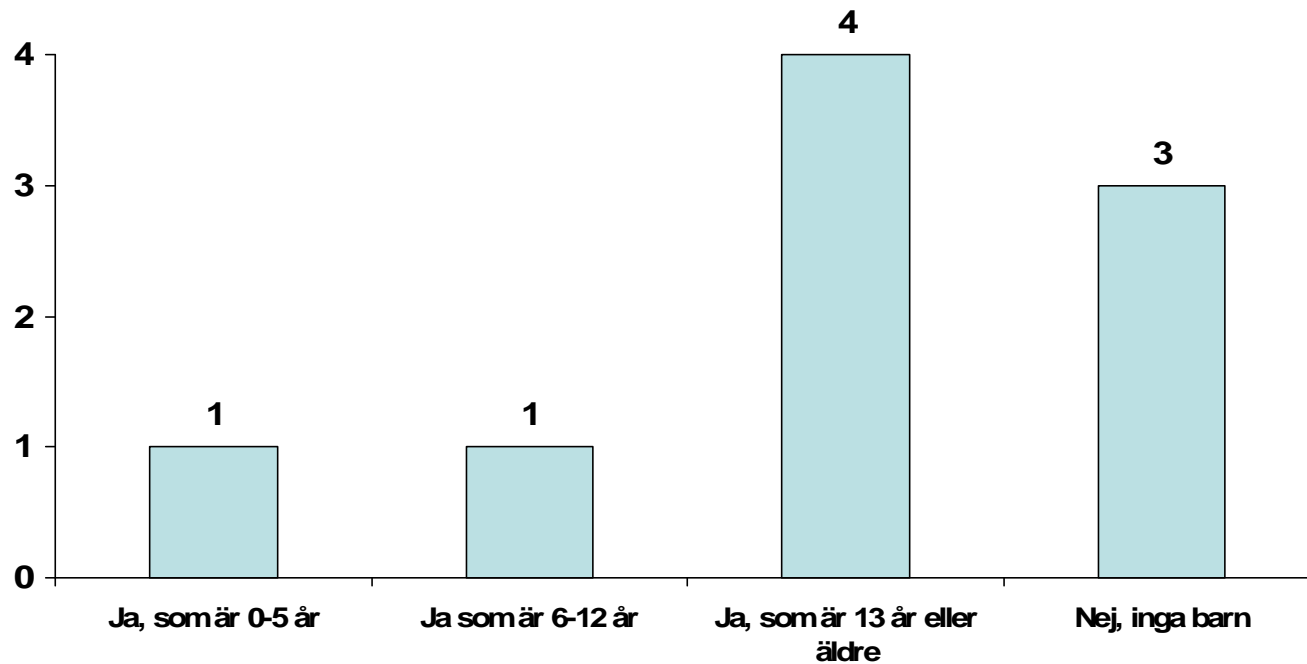
Källa: MBL2 kundenkät, 8 respondenter

# Hur gammal är du?



Källa: MBL2 kundenkät, 8 respondenter

# Har du barn i hushållet?



Källa: MBL2 kundenkät, 8 respondenter

# Varför valde du att köpa en katamaran?

- *"Stor, fin båt - gott om utrymmen. Att stående kunna se ut överallt ifrån salongen. - Kändes som ett bättre alternativ till motorbåten vi hade sist, för vi ville ju segla. Och samtidigt få rymd, såsom vi hade lite av även på motorbåten..."*
- *"Bra bobåt, stora utrymmen för vänner och bekanta. Bättre segling för oss och hunden..."*
- *"För utrymmena samt miljön..."*
- *"I min situation ville jag ha en bekväm båt och katamaranen gav mig detta i överflöd..."*
- *"Roligare, annorlunda, + alla fördelar jämfört med kölbåt..."*
- *"Segla utan att det lutar - jag älskar att segla - familjen hatar när det lutar. Gott om utrymmen..."*
- *"Såg inget alternativ, då vi inom familjen önskar mer eller mindre bo ombord under 6 - 8 veckor sammanhängande. De utrymmen och bekvämlighet som ges med en katamaran finner man inte på annat sätt, i synnerhet inte med begränsad ekonomi..."*
- *"Säkerhet och bra utrymme..."*

Källa: MBL2 kundenkät, 8 respondenter

# Fanns det något som talade emot att köpa en katamaran? Vad i så fall?

- *"Bredden i hamn, komplicerat vinterförvaring..."*
- *"Den är bred och besvärligt att komma in i flera hamnar..."*
- *"Den är ju bred, men det "struntade " vi i..."*
- *"Hamnavgifter, mycket mera att polera och putsa..."*
- *"Klumpig i gästhamnen..."*
- *"Man kommer inte fram så fort som med en motorbåt..."*
- *"Nej..."*
- *"Skrymmande vid Gästhamn och båtplatser..."*

Källa: MBL2 kundenkät, 8 respondenter

# Sammanfattning

# Nytänkarna 2010

