

## TRAVEL

Zürich – Bangkok mit der Swiss. Im Cockpit mit einem Zürichsee-Captain.

## ANDERE SEEN

Wir besuchten das Herz der Schweiz – den Vierwaldstättersee und liefern viele Tipps.

■ STABÜBERGABE BEIM OLDTIMER BOOT CLUB ZÜRICHSEE ■ LAMBORGHINI IM TEST ■

GROSSES SPECIAL

# SUPER LUXUS

MIT FREIER SICHT AUFS MEER

DESIGN  
DIE NEUEN  
KÜCHEN

An Bord der Luxusyacht Delfino 93' von Benetti – 28,5 Meter lang, 135 Tonnen schwer – lässt es sich gut leben. Zum Preis von gut 12 Millionen Franken.



■ RARE PERLEN ■ PRIVATJETS ■ STATUSSYMBOL UHR ■

# LUXUS SPECIAL



**BESPOKE LUXURY** – Das Geschäft mit dem Luxus boomt. Vom ganz persönlichen Schmuckstück bis zur eigenen Insel lässt sich heute alles kaufen und auf individuell zuschneiden. Wir haben den Luxus unter die Lupe genommen: Die Zeichen der Zeit und Luxus De Luxe vom persönlichen Concierge bis zum Privatjet. PHOTO / ZVG

# WAS FÜR EIN LUXUS!

**Luxus ist relativ und hat viele Gesichter. Für die einen ist es heisses Wasser, für die anderen die Luxusyacht mit Helikopter, abhängig von Umwelt, Verfügbarkeit und Zeitgeist. Dank Globalisierung und Digitalisierung kann man heute fast alles überall und jederzeit kriegen. Das schafft neue Begehrlichkeiten. Wenn man alles hat, will man das, was es nicht gibt: auf die eigenen Bedürfnisse zugeschnittene Produkte und Dienstleistungen nach Mass. Schwelgen Sie mit uns im Luxus.**

TEXT / NADJA ROTH

Der Luxuskonsumgütermarkt zeigt seit Jahrzehnten eine Wachstumstendenz. Dem Preis sind dabei keine Grenzen gesetzt, erst kürzlich hat Forbes die teuerste Immobilie der USA publiziert: 250 Millionen Dollar kostet die mehr als dreieinhalb Tausend Quadratmeter grosse Mansion im kalifornischen Bel Air inklusive Wagenpark und Kunstsammlung (siehe [www.seesichtmagazin.ch/aktuelles/big-bigger-biggest](http://www.seesichtmagazin.ch/aktuelles/big-bigger-biggest)). Das Geschäft mit dem Luxus boomt, dieses Jahr soll der weltweite Umsatz gemäss neuester Studie von Bain & Co. auf 259 Milliarden Euro steigen. Je unerreichbarer, desto besser. Das lässt sich über den Preis steuern oder über die Verfügbarkeit, also den Mangel. Was teuer ist, ist gefragt, was rar ist, ebenso.

**FREIE LEBENS GESTALTUNG** Luxus bedeutet heute aber nicht mehr bloss Überfluss, Luxus bedeutet in der westlichen Welt zunehmend auch Entbehrung. Man gönnt sich Digital Detox, entscheidet sich bewusst gegen Informations- und Kommunikationsüberfluss, entzieht sich der Masse und gönnt sich den Luxus der Einsamkeit. Luxus beschränkt sich nicht nur auf Konsum, sondern betrifft auch die Lebensgestaltung. High-End-Convenience nennt man jene Annehmlichkeiten, die den Alltag einfacher machen, Lifestyle nach Mass. Die Privilegierten dieser Welt bemühen dafür Concierge-Clubs wie etwa Quintessentially; sie verschicken Blumengrüsse, buchen Flüge, stellen Traumreisen zusammen oder reservieren den Tisch im Restaurant. Kurz: Sie organisieren alles, was irgendwie möglich ist und obendrauf auch das, was nicht so leicht möglich ist. Für eine saftige Jahresgebühr kümmert sich ein professionelles Team auch um die ausgefallensten Wünsche wie etwa ein privates Abendessen im Museum, eine Videobotschaft vom Superstar oder den Privatjet nach irgendwo. Wer mit British Airways First Class fliegt, wird zumindest temporär Mitglied, im Concorde Room am Flughafen Heathrow steht dafür ein Desk bereit. Auch Luxusautos wie Bentley oder Range Rover haben heute einen Concierge-Button. Ebenso bietet den Service die Kreditkarte der Superreichen: die American Express Centurion. Wer sie hat, dem bleiben die wenigsten Türen verschlossen; die eigene Kaufkraft

regelt das Eine, ein persönlicher Assistent alles andere. Dafür zahlt man mit hierzulande 4200 Franken zwar eine stolze, aber dennoch erschwingliche Jahresgebühr. Was die Titan-Kreditkarte so heiss begehrt macht, ist ihre Exklusivität. Man erhält sie nur auf persönliche Einladung und auch dann nur unter der Bedingung, dass Einkommen und Vermögen stimmen, so dass der erwartete, aber nicht offen kommunizierte Jahresumsatz im sechsstelligen Bereich kein Thema ist. Wieviele Centurion Cards in der Schweiz im Umlauf sind, will man auf Rückfrage bei AECS in Horgen nicht verraten, aber viele sind es nicht.

**LUXUSTHEORIE** In Rüslikon erforscht das Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) Trends in Wirtschaft, Gesellschaft und Konsum. Vor drei Jahren hat das GDI eine Studie unter dem Titel «Der nächste Luxus» herausgegeben. Darin wird die Vielfalt an Luxus mittels klassischer Entwicklungsphasen geordnet: Die infantile Phase, die Adoleszenz- und die Maturitätsphase. In der infantilen Phase wird der Luxushunger mit dem Angebot gestillt; das Kleinkind nimmt, was es kriegt und ist glücklich damit. Es will nichts anderes, es will nur mehr davon. Verglichen wird diese unterentwickelte Phase mit aufstrebenden Luxusmärkten, wo man nach immer mehr strebt, ohne genau zu wissen, was man damit anfangen soll. Die Adoleszenzphase dagegen ist geprägt durch äusseren Druck und Wettbewerb; Mehr ist ein Muss, um sich messen zu können, das Ziel sozialer Aufstieg. Luxus muss hier sichtbar sei, Markenlogos sind das beste Beispiel dafür. In der Maturitätsphase stellt sich schliesslich eine Luxusmüdigkeit ein. Man erkennt, dass mehr eigentlich weniger ist und die Befriedigung mit hindernislosem Zugang zu Produkten abnimmt. In dieser Phase verschiebt sich der Luxus vom Produkt zum Erlebnis, das sich unendlich steigern lässt.

**DIE ZUKUNFT** «Der nächste Luxus» wartet an der Schwelle zur Senioritätsphase: Weniger ist mehr. In dieser Phase strebt man nicht nur nach exklusiven Produkten, sondern vielmehr nach Zeit, Aufmerksamkeit, Raum, Ruhe und Umwelt. Heute zudem allenfalls nach Anonymität und Informationsenthaltung – jene Güter, die immer knapper werden. Die Digitalisierung trägt viel dazu bei und ist nur ein, wenn auch gewichtiges Beispiel, wie sich Luxus etwa über technologische Entwicklung verändert. Was vor fünfzig Jahren noch unmöglich, schwer zugänglich oder teuer war, ist heute Standard, was heute als Begehrlichkeit gilt, existierte mitunter vor einigen Jahrzehnten noch gar nicht. Sei es nun die Regendusche, ein Blick auf die Mode der übernächsten Saison, das Mobiltelefon in jeder Tasche oder eben der Luxus der Internet-Enthaltbarkeit.

PHOTO: 123RF.COM

# LUXUS NACH MASS

Wer es sich leisten kann, kauft nicht ab Stange, sondern lässt sich Produkte nach Mass gestalten. Das gilt für Schuhe, Kleider und Anzüge genauso wie für Schmuck oder Autos – bis hin zur auf die Nagellackfarbe abgestimmten Rolls Royce-Lackierung. Ja sogar für die Ferien, die vom Privatjet über die Luxusyacht bis zur eigenen Insel ganz nach Kundenwunsch organisiert werden. Wir machen einen Streifzug durch das Biotop des Luxus De Luxe.



## VICTOR: PRIVATJET AUF ABRUF

**ONLINE-CHARTER** – Neben der Yacht gehört der Privatjet zu den begehrtesten Luxusgütern der Welt, denn die Wenigsten können sich einen leisten. Dabei geht es nicht nur um den Kaufpreis, allein Unterhalt, Wartung und Gebühren eines Privatjets verlangen nach einem Vermögen vergleichbar mit dem Brutto-Inland-Produkt eines Kleinstaates. Das Bedürfnis nach On-demand-Verfügbarkeit und -Route wächst dennoch stetig. Wer Privatjet fliegt steht nicht mit der Masse in der Reihe, sondern checkt in der Regel auf einem eigenen Flughafen oder Terminal ein und aus und spart somit viel Zeit. Über die Onlineplattform Victor kann man dank eines Netzwerks aus Tausenden Flugzeugen und über 200 Partnern seit fast sechs Jahren ganze Privatjets oder bloss Plätze auf Leerflügen on demand buchen. Die Preise sind transparent und sofort ersichtlich, die Buchung läuft über Website oder App, unkompliziert abgewickelt per Online-Kartenzahlung oder Banküberweisung. Der Service trifft damit den zeitgenössischen Anspruch an Luxus: Genauso unkompliziert, unmittelbar und kostentransparent wie jeder andere Flug, aber mit massgeschneidertem Reiseservice. So dürfen bei Victor z.B. auch Hunde mitfliegen. Nachdem eine Fluggesellschaft die Route zwischen London und seinem Zweitwohnsitz Mallorca einstellte, entstand die Idee eines gemeinsamen Jet-Charter. Frustriert von der undurchsichtigen Abwicklung über Broker und undurchsichtigen Preisstruktur, gründete er kurzerhand den Charterservice, der im August 2011 als Victor lanciert wurde. Eine Mitgliedergebühr fällt im Übrigen nicht an, man darf also auch einfach aus Neugierde schmökern. Zumindest die Leerflüge stellen je nach Flugroute und Destination durchaus eine lohnenswerte Alternative dar, werden diese doch bis zu 75 Prozent günstiger angeboten als ein regulärer Privatcharter. – [www.flyvictor.com](http://www.flyvictor.com)

Transparente Preise und einfache Abwicklung: Dank Victor lassen sich Privatjets oder Sitzplätze auf Leerflügen online buchen.



PHOTOS: ZVG



Meeresbiologen implantieren Kerne in Austern, die daraufhin für die weitere Aufzucht in besonders nährstoffreiches Wasser gebracht werden.



Perle ist nicht gleich Perle. Gellner hat sich auf Schatzsuche gemacht und die schönsten Zuchtperlen der Welt gefunden.

## GELLNER: EIN SELTENER SCHATZ

**PERLEN-PROFIS** – Luxus ist nicht nur, was teuer ist, Luxus ist auch, was rar ist – sei es aus Mangel oder aus Besonderheit. Jede Zuchtperle ist ein Unikat und um Wert und Qualität bestimmen zu können, braucht es Wissen und Erfahrung. Jörg Geller von der Schuckmanufaktur Gellner ist absoluter Experte auf dem Gebiet. Von seinen Eltern erbt er die Leidenschaft für Zuchtperlen mit ihrer einzigartigen Magie und übernahm schliesslich die 1967 gegründete Manufaktur, die sich auf Zuchtperlen spezialisiert hat. Der Name steht für Qualität und Verpflichtung der Marke und Tradition gegenüber – das beinhaltet nicht nur Passion in der Schmuckherstellung, sondern auch ethische Grundsätze zum Schutz der Ozean-Ökosysteme und Heimat der Perlen. Seine Partner wählt er denn auch sehr sorgfältig aus hat mit den Züchtern eine enge persönliche Beziehung. Er kennt die Orte und Men-

schen hinter den Perlen, bürgt für Seriosität und erstklassige Produkte, was ihm auch Zugang zu manch einer Rarität verschafft. Gerade mal 25'000 Fiji-Zuchtperlen erntet etwa J. Hunter Pearls jährlich in schwieriger und aufwändiger Zucht. Einzigartige Farbschattierungen sowie dichte und gleichmässige Perlmutterbeschichtung zeichnen sie aus, denn Perle ist nicht gleich Perle. Robert Wans Tahiti-Zuchtperlen etwa, wachsen in einer schwarzlippigen Perlernauster heran, die nur in Französisch-Polynesien lebt. Die stattliche Grösse der Perle sowie ihr aussergewöhnliches Farbspektrum mit stark glänzendem Perlmutter machen sie weltweit einzigartig und für Profis sofort erkennbar. Für das australische Unternehmen Atlas Pearls mit fünf Zuchtperlenfarmen in verschiedenen Regionen Indonesiens sind gar Meeresbiologen im Einsatz, die geeignete Austern für die Zucht wählen und diesen in einem ersten Schritt Kerne implantieren. Daraufhin werden sie für die weitere Aufzucht in geschützte Buchten mit besonders nährstoffreichem Wasser und konstanter Temperatur gebracht, wo sie zu den besonders schillernden Atlas-Zuchtperlen heranwachsen. Bei Gellner findet man also die schönsten Perlen der Welt, sorgfältig selektioniert und mit versiertem Schmuckhandwerk vereint. – [www.gellner.com](http://www.gellner.com)

TEXT: JÖRG GELLNER, PHOTOS: ZVG



Das ultimative Klangerlebnis für knapp 78'000 Franken. B&O BeoLab 90 ist die Antwort auf höchste Audioansprüche.

## B&O: LUXUSKLÄNGE

**HIGH-END-SOUND** – Im Zeitalter der virtuellen und schnelllebigen Digitalisierung und der Dematerialisierung sehnt man sich nach etwas Handfestem und Beständigem, legt Wert auf Qualität, Tradition und Verlässlichkeit. Das gilt auch im HiFi-Bereich. Hochstehende Produkte für ein makellostes Hörerlebnis haben Hochkonjunktur, die individuelle Multiroom-Verkabelung ist ein Thema in jedem Haus. Auch hier richtet man Bedürfnis nicht mehr unbedingt nach Angebot, son-

dern man lässt sich die richtige Lösung auf seine Bedürfnisse anpassen. Bang & Olufsen gilt als Rolls Royce unter den Klangkörpern. Für jeden Anspruch, jedes Umfeld und jeden Geschmack gibt es das richtige Produkt, ob nun mit Schwerpunkt auf Design oder auf Mobilität, allesamt mit ausgeklügelter Funktionalität und Bedienung. Die Klangqualität stimmt dabei immer und erreicht in den neu lancierten BeoLab 90 Bodensprechern neue Dimensionen. Drei Jahre wurde an den 8200 Watt-Lautsprechern gearbeitet. Das Resultat? «Stellen Sie sich einen Lautsprecher vor, der so intelligent konzipiert, so erstklassig gearbeitet und so fein abgestimmt wurde, dass er unter jeglichen Umständen das ultimative Klangerlebnis liefert.» Erhältlich bei Staeger AG mit Showrooms in Thalwil und Stäfa. —[www.staegerag.ch](http://www.staegerag.ch)

PHOTOS: ZVG

## PARMIGIANI FLEURIER: STAUSSYMBOL UHR

**EDLES HANDWERK** – Ausgerechnet die Zeit, die wir nicht mehr haben, spielt eine Rolle bei einem der klassischsten Luxus Konsumgüter überhaupt: Der Armbanduhr. Nicht mal Apple vermag der klassischen Armbanduhr den Rang abzulaufen. Trotz digitaler und sehr smarter Konkurrenz ist die Uhr als Statussymbol begehrt. Eine Studie der Credit Suisse zum Schweizer Uhrenmarkt begründete dessen Erfolg unter anderem damit, dass der Paradigmenwechsel hin zu elektronischen Kommunikationsgeräten früh erkannt und umschifft wurde. Man suchte neue Verkaufsargumente mit mehr symbolischen und emotionalen Zielwerten, wie etwa Ästhetik, Markenreputation oder Handwerk. Die Uhr wurde zum wirtschaftlichen, kulturellen und

sozialen Statussymbol und ist es geblieben. Bestes Beispiel dafür ist die Toric, die erste von Michel Parmigiani entworfene Uhr. Sie steht für ein Erlebnis, für Geschichte, Handwerk und hohe Uhrmacherkunst. Mit der neu aufgelegten Toric Chronomètre kehrt Parmigiani Fleurier zu seinen Wurzeln zurück; der Tragekomfort wurde über das optimierte Gehäuse verbessert, die weisse Zifferblatt-Option mit einer besonderen Mischung aus Salz und Silberpulver gekörnt und alle Werkteile von Hand dekoriert. Die Parmigiani Fleurier Toric Chronomètre ist in Rot- oder Weissgold, mit schwarz opalisierendem oder weiss gekörntem Zifferblatt erhältlich, mit Alligatorenleder-Armband von Hermès. Preis: 18'500 Franken.

—[www.parmigiani.com](http://www.parmigiani.com)

Die Uhr als Statussymbol: 20 Jahre nach ihrer Lancierung hat Parmigiani Fleurier die legendäre Toric neu aufgelegt.



PHOTOS: ZVG



## GLOBUS REISEN: PRIVATER KREUZFLUG AFRIKA UND ORIENT

**ABENTEUER DE LUXE** – Noch vor 50 Jahren galt jedes Flugticket als schwer erschwinglicher Luxus, heute gibt's Billigflüge zum Discountpreis. Reisen hat generell an Exklusivität verloren, dafür boomt der Markt an Luxus-, Individual- und Abenteuerreisen. Heute will man nicht mehr einfach Ferien machen, heute will man etwas erleben und entdecken, Erinnerungen schaffen und den Horizont erweitern. Globus Reisen hat für 2018 einen exklusiven Kreuzflug im Privatjet im Programm. Während 22 Tagen erkunden die Gäste in der eigens konfigurierten Boeing 767-300ER mit VIP-Business-Class-Bestuhlung die faszinierendsten Orte ausgewählter Regionen, wie etwa die jordanische Felsenstadt Petra, die exotischen Seychellen, die beeindruckenden Victoria-Fälle oder die abenteuerliche Serengeti-Ebene. Über Kapstadt und Marrakesch – wo zum Abschluss unter freiem Sternenhimmel diniert wird – geht die Reise schliesslich zurück nach Zürich. Reisedaten: 8. bis 29. Mai 2018, Preis: ab 39'800 Franken pro Person im Doppelzimmer. –[www.globusreisen.ch](http://www.globusreisen.ch)



## DAVIDOFF: RARE ZIGARREN IN DER LIMITIERTEN KUNSTBOX

**SAMMLERWERT** – Zigarren sind begehrt. Angeblich liess sich kurz vor Einführung des US-Kuba-Embargos in den Sechzigern sogar John F. Kennedy noch schnell 1200 Zigarren besorgen. Zur diesjährigen Art Basel Mitte Juni lancierte Davidoff als Associate Partner die Limited Art Edition 2017 mit Werken von Rodell Warner. Der Multimedia-Künstler liess sich dafür von Fotografien der Karibik inspirieren und hat fünf farbenfrohe Sujets geschaffen, die eine puristische, weiss lackierte Zigarrenbox zieren. Darin enthalten: 10 aussergewöhnliche Davidoff Toro Zigarren, deren komplexe Struktur von Davidoff Tasting Panels als hohe Gaumenkunst gelobt wird. Eine Box kostet ca. 360, das ganze Sammelset 1755 Franken. Ein Teil des Erlöses kommt der Davidoff Art Initiative zur Förderung karibischer Künstler zu. –[www.davidoff.com](http://www.davidoff.com)

## BINDER MOERISCH: DAS GANZ PERSÖNLICHE SCHMUCKSTÜCK

**HANDARBEIT** – Schmuck ist emotional und persönlich. Auch wenn man allgemeinhin vielleicht denkt, ein Solitär-Ring einer bekannten Marke sei das Non-plus-ultra in Sachen Juwelen, der wahre Luxus liegt auch in der Massanfertigung nach Kundenwunsch, mit frei gewähltem Rohmaterial und einem Endprodukt nach ganz eigenen Vorstellungen. Die Manufaktur Binder Moerisch in der Zürcher Innenstadt macht fast alles möglich und fertigt individuelle Schmuckstücke nach persönlichen Wünschen an. Der Kunde ist König, im wahren Sinn der Kronjuwelen. Walde Moerisch und Paul Binder, sie Goldschmiedin und Gemmologin, er Goldschmied und Edelsteinschleifer, verbinden Know How und Handwerk und decken mit ihrem kleinen, versierten Team jeden Schritt von der Beratung bis zum fertigen Stück in Handarbeit ab. Möglich ist fast alles. –[www.binder-moerisch.ch](http://www.binder-moerisch.ch)



*Wer alles hat, kauft sich eine Superyacht. Benettis neues Flaggschiff ist aus Karbon und macht bis zu 25.5 Knoten Fahrt.*

## BENETTI: SUPERYACHTEN

**LUXUSTRÄUM** – Preise von fünf bis weit über hundert Millionen Euro

zahlt man für eine Luxusyacht. Hinzu kommen Kosten für Benzin, Wartung, Crew oder Hafengebühren. Nur die wenigsten können sich eine Yacht leisten, gerade deshalb gehört sie auch zu den begehrtesten aller Luxuskonsumgüter. An der Monaco Yacht Show (MYS) trifft sich die Schickeria alljährlich zum Austausch – und zum Shopping des nächst grösseren, schnelleren, moderneren Spielzeugs. Letztes Jahr haben rund 40'000 Besucher die 125 ausgestellten Superyachten bestaunt, die nächste MYS findet im September statt.

Neu ist das Versilia Yachting Rendez-Vous in Viareggio (Toskana), das erstmals im Mai stattfand. Die italienische Azimut Benetti Group präsentierte dort 15 Superyachten wie etwa die Azimut Grande 35 Metri ganz aus Karbon, mit zwei 2400 PS starken Motoren und einer Maximalgeschwindigkeit von 25.5 Knoten, die 47 Meter lange Custom-Superyacht FB703 oder die 37 Meter lange Classic 121' M/Y Lady Lillian, das 35. Modell der Classic 121' Modellreihe.

Zur Überbrückung bis zur Erfüllung des Yacht-Traums empfehlen wir ansonsten Jens Westerbecks Roman «Boat People», ein 29-Stunden-Exzess im Hochglanzbiotop des Jetsets mit Yachtverkäufer Nick de la Mooring in der Hauptrolle: «Wem nach Ausgaben von 250'000 Euro für Schmuck, einer Million Euro für Sportwagen, vier Millionen Euro für ein Flugzeug und 15 Millionen Euro für Ferienimmobilien immer noch das Ausrufezeichen hinter seiner persönlichen Verschwendungssucht fehlte, kaufte bei mir eine Luxusyacht.» –[www.benettiyachts.it](http://www.benettiyachts.it)



Marlon Brandos einstiger Inseltraum: The Brando in Französisch-Polynesien lässt sich heute über Vladi Private Islands mieten.



## VLADI PRIVATE ISLANDS: DER TRAUM DER EIGENEN INSEL

**PARADIES** — Ungestörtheit und Abgeschiedenheit jenseits gesellschaftlicher Konformitäten sind gerade für jene, die sich alltäglich in feiner Gesellschaft bewegen, ein Luxus. Statt Hotel bucht man Privatvilla oder Exklusiv-Resort, die Steigerungsform ist eine ganze Insel. Der Mann dafür ist seit jeher derselbe: Farhad Vladi mit seinem Unternehmen Vladi Private Islands. Vor 40 Jahren gründete er zusammen mit seinem damaligen Geschäftspartner ein Büro in Hamburg, heute hat sein Unternehmen fast 50 Angestellte und bald 3000 Inseln verkauft – die erste am 4. März 1971. Auf Anfrage ist zu vernehmen, dass sich die Nachfrage seit Jahren generell konstant hält, jedoch der Bedarf an hochpreisigen «Qualitätsinseln» gestiegen ist. Das deutet in jene Rich-

tung, die man kennt: Die Reichen werden immer reicher, der Luxus immer extremer. Die teuerste Insel, die je verkauft wurde, hat auf den Bahamas für 32 Millionen Dollar den Besitzer gewechselt, aktuell ist Pumpkin Island in Florida das kostspieligste Inselvergnügen im Portfolio. Die Privatinseln lassen sich über Vladi Private Islands aber auch mieten, Promis wählen dafür etwa die bekannte Seychellen-Insel Fregate Island. Für Gäste wird ein individuelles Paket gemäss den ganz eigenen Wünschen und Bedürfnissen geschaffen – etwa mit Helikopterservice, Butler, Koch oder vertäuter Yacht vor der Küste. Eine Insel zu besitzen ist heute gemäss Farhad Vladi übrigens viel einfacher als früher, denn die heutigen Inselbesitzer müssen sich nicht mehr mit Infrastruktur-Problemen herumschlagen. Generatoren und Wasseraufbereitungsanlagen sind modern und zuverlässig, elektronische Kommunikation überall möglich und Fertigbau-Häuser machen die Insel bei Bedarf ruckzuck bezugsbereit. Womit wir wieder bei der Veränderung des Luxus wären: Trinkwasser auf einer Insel – einst Luxus, heute Standard. — [www.vladi-private-islands.de](http://www.vladi-private-islands.de)

PHOTOS: ZVG

## SEA NET: SUPERYACHT OHNE MILLIONEN

**CO-OWNERSHIP** — Wenn es nicht ganz für die eigene Luxusyacht reicht oder man schlicht ökonomisch denkt, bietet sich heute eine Co-Ownership an. Dabei wird man zum Teil-Eigentümer einer Yacht – Einstandspreis und Unterhalt entfallen, dafür zahlt man dem Mitgliederclub eine Jahresgebühr und teilt sich den nautischen Luxus mit anderen. Nach grossem Erfolg in den USA steuert Yachtenthusiast und Unternehmer Matty Zadnikar nun sein Konzept SeaNet in mediterrane Gewässer und hat SeaNet in Europa lanciert. Den Mitgliedern stehen mit Benetti als Partner erstklassige Luxusyachten zur Verfügung – ohne Aufwand für Wartung, Logistik



Unternehmer Matty Zadnikar macht es möglich: SeaNet bietet Co-Ownership für Luxusyachten ab 125'000 €.



oder Crew-Management, sondern jederzeit startbereit für den Trip. Auch das ist High-End-Convenience. Das SeaNet-Modell bietet seinen Mitgliedern zu einer fixen Jahresgebühr wahlweise Viertel-, Drittel-, Halb- oder Dreiviertel-Eigentum (25%, 33%, 50%, 75%). Im Unterschied zu anderen Modellen ist die Anzahl Teileigner pro Yacht damit beschränkt, um die Verfügbarkeit auch zur Hochsaison zu garantieren. Ein zweistelliger Millionenbetrag ist dafür nicht nötig, sondern «nur» das Kleingeld für die Jahresgebühr ab 125'000 Euro. Zum Vergleich: Eine 30-Meter-Yacht kostet mindestens 10 Millionen Euro und rund eine halbe Million Euro Unterhalt pro Jahr. Diese Hürde entfällt bei einer Co-Ownership und bringt uns damit den ultimativen Luxus der Superyacht ein klein wenig näher. — [www.seanetco.eu](http://www.seanetco.eu)

PHOTOS: ZVG