

Datum : 22 Mai 2019
Medien : L'Agéfi

LunaJets macht den Unterschied in der privaten Luftfahrt

Mercredi 22 mai 2019
Numéro 97

Prix 4,50 CHF (TVA 2,5% incl.) - 4,50 EUR
www.agefi.com - agefi@agefi.com
Créé en 1950

JA-PP/JOURNAL - CASE POSTALE 41
CH-1026 ECHANDENS-DENDES

AGEFI



f in



LA VISION À LONG TERME DE MICHAEL PIEPER

Forbo, la perle d'Artemis Group

PAGE 5

UBS FAIT PRESQUE CAVALIER SEUL
Compte d'épargne à taux zéro

PAGE 6

DES MAUVAIS ÉLÈVES EN RÉFÉRENCIEMENT
Manque de visibilité des PME

PAGE 7

PARTENARIAT DU GÉNEVOIS SPEEDWINGS
Vols VIP en hélicoptère à Payerne

PAGE 8

LA CHRONIQUE DE MARIE OWENS THOMSEN
Taxes et représailles

PAGE 2

PAR LE GÉNEVOIS MAUS FRÈRES
Feu vert pour le rachat de Kooples

PAGE 8

ARRIVÉE GAGNANTE QUI ÉTAIT LE MARCHÉ
Green bonds pour les Pays-Bas

Lunajets se distingue dans l'aviation privée

EBACE 2019. Basé à Genève, le courtier de l'aviation d'affaires veut étoffer sa clientèle d'entreprises à court terme.



BOMBARDIER GLOBAL 7500. Biréacteur d'affaires le plus spacieux à l'autonomie la plus grande. Lunajets le propose à ses clients.

MATTEO IANNI

Hier s'est ouvert à Genève le salon de l'aviation d'affaires européenne Ebace 2019. L'événement compte près de 50 avions exposés et plus de 400 exposants. Si, à première vue, il est semblable à l'an dernier, la tendance du marché est par contre différente. 2019 s'annonce en effet déjà comme plus difficile que 2018. Et le ralentissement des ventes est baissière dans toute l'Europe. La raison? Les incertitudes liées au Brexit, aux tensions commerciales avec les États-Unis et à une conjoncture économique plus incertaine dans un Vieux Continent en plein doute. Si le marché est, de manière gène-

rale, en pleine zone de turbulence, une entreprise genevoise se distingue. Il s'agit de Lunajets. Lancé en 2008, le courtier de l'aviation d'affaires indépendant est actuellement la société qui connaît la plus forte croissance en Europe dans son secteur. Au premier trimestre de 2019, elle enregistre une hausse de 25% de ses ventes, alors que le marché en générale navigue entre -7% et -13% sur les quatre premiers mois de l'année.

En 2018, Lunajets a vendu environ 5000 vols, une augmentation de 35% par rapport à l'année précédente. L'entreprise genevoise a atteint les 57 millions de francs de chiffre d'affaires l'année dernière. PAGE 3

EBACE 2019. Der in Genf ansässige Geschäftsflugverkehrsmakler möchte seine Unternehmenskunden kurzfristig ausbauen. Matteo Ianni

Gestern wurde in Genf die europäische Geschäftsflugverkehrsmesse Ebace 2019 eröffnet. An dieser Veranstaltung nehmen mehr als 400 Aussteller teil, und es werden fast 50 Flugzeuge ausgestellt. Wenn die Messe auf den ersten Blick auch der letztjährigen ähnelt, so ist die Marktentwicklung doch eine andere. Tatsächlich zeichnet sich 2019 schon jetzt als ein komplizierteres Jahr als 2018 ab. Und die Verkäufe sind in ganz Europa rückläufig. Was ist der Grund? Die Unsicherheit im Zusammenhang mit dem Brexit, den Handelskonflikten mit den USA und einer unsicheren Konjunktur auf dem Alten Kontinent tragen zu dieser Zwickmühle bei.

Wenn sich der Markt auch allgemein in einer Turbulenzzone befindet, so sieht es bei einem Genfer Unternehmen doch etwas anders aus. Und zwar bei LunaJets. Die unabhängige Geschäftsflugverkehrsagentur wurde 2008 gegründet und ist momentan das europäische Unternehmen mit dem stärksten Wachstum in seiner Branche. Im ersten Quartal 2019 stieg der Umsatz um 25 %, während der Markt insgesamt in den ersten vier Monaten des Jahres einen Rückgang zwischen 7 % und 13 % verzeichnete.

2019 MEDIENBERICHTERSTATTUNG *LUNAJETS*

Datum : 22 Mai 2019
Medien : L'Agéfi

LunaJets ist aktuell die unabhängige Geschäftsflugverkehrsagentur mit dem stärksten Wachstum in Europa. Als das Genfer Unternehmen 2008 gegründet wurde, hatte die Subprime-Krise noch nicht stattgefunden, und das sehr hohe Preisniveau der privaten Luftfahrt schreckte die Nutzer nicht ab. Dem auf einem neuen Geschäftsmodell, der privaten Luftfahrtvermittlung basierenden Unternehmen ist es gelungen, die krisenbedingten Änderungen vorwegzunehmen und sich im Laufe der Jahre als führender Akteur der Branche zu etablieren.

2018 hat LunaJets etwa 5000 Flüge verkauft, ein Anstieg von 35 % gegenüber dem Vorjahr. Im letzten Jahr erzielte das Genfer Unternehmen einen Umsatz von 57 Millionen Franken. Dies entspricht einem Anstieg von 43 % im Vergleich zu 2017.

Seit seiner Gründung hat LunaJets ungefähr 170.000 Passagiere befördert, die insgesamt etwa 42.000 Flugkilometer zurückgelegt haben. In den letzten zehn Jahren hat LunaJets ein Netzwerk von mehr als 48.000 Flugzeugen und 350 Betreibern aufgebaut. LunaJets war die erste Online-Plattform, die direkten Zugriff auf Charter-Leerflüge mit privaten Jets angeboten hat. Also Flüge von Privatjets ohne Fluggäste. Eine solche Situation entsteht, wenn ein Flugzeug die Passagiere am Zielort absetzt und „leer“ zurückfliegt oder wenn es „leer“ fliegt, um Passagiere an einem anderen Flughafen aufzunehmen. Mit seiner umfangreichen Palette an Charter-Dienstleistungen für Privatjets gilt LunaJets als europäischer Marktführer in seinem Bereich. Interview mit dem Gründer und CEO Eymeric Segard.

Sie kündigen ein Umsatzwachstum von 43 % für 2018 an. Wie sehen angesichts dieser Entwicklung Ihre Pläne für die Geschäftsräume in Genf aus?

Genf bleibt ein unerlässlicher Standort, um das Image von herausragender Leistung und Servicequalität zu wahren. Natürlich sind 20 % unserer Kunden im Gebiet um den Genfer See ansässig, aber wir sind bereits jetzt das größte Unternehmen in Westeuropa. Wir lassen Flugzeuge auf der ganzen Welt starten. Als Agentur für maßgeschneiderte Reisen nähern wir uns den Kunden und ihren Zielorten an. Daher haben wir temporäre Niederlassungen in Olbia, auf Ibiza, auf Mykonos, an der Côte d'Azur sowie in Gstaad, St. Moritz und Courchevel eingerichtet, zusätzlich zu unseren ständigen Vertretungen in London, Ungarn und Polen. Und wir haben vor, auch in Verbier, Zermatt und St. Anton präsent zu sein.

Wie sieht das Profil Ihrer Kundschaft aus?

Bei LunaJets haben wir zwei Kundentypen. Das sind zum einen die Geschäftskunden. Kunden, die Geschäftsreisen nach Paris, London, Frankfurt oder Zürich machen. Dieser Kundenstamm macht etwa 40 % unseres Umsatzes aus. Und dann gibt es die „Freizeit“-Kunden. Die machen Urlaubsreisen. Genauer gesagt sind es Damen und Herren zwischen 40 und 50 Jahren, die mit Ihren Kindern und Haustieren in Urlaub fliegen. Im Winter geht es in die Alpen zum Skifahren oder auf die Seychellen oder Malediven, um der Schweizer Winterkälte zu entfliehen. Im Sommer sind eher Urlaubsorte am Mittelmeer gefragt, wie Ibiza, Olbia, Mykonos, die Côte d'Azur, Palma oder auch Capri.

Ihr Ziel ist es, die weltweit größte Online-Reservierungsplattform für Privatjets zu werden. Wie möchten Sie Geschäftskunden davon überzeugen, sich für LunaJets zu entscheiden?

Zu Beginn hatten wir ein Freizeit-/Geschäftskundenverhältnis von 80 zu 20. Heute können wir mehr und mehr mittelständische Unternehmen und große multinationale Konzerne von der Qualität unserer Dienstleistungen und der Leistungsfähigkeit der Geschäftsflugfahrt überzeugen. Wir möchten insgesamt ein 50/50-Verhältnis erreichen. Dies wird uns ermöglichen, die Spitzenzeiten, die wir zwischen dem 15. Juni und 15. September verzeichnen, etwas abzufedern.

Datum : 22 Mai 2019
Medien : L'Agéfi

Welche Strategien entwickeln Sie, um dieses Ziel zu erreichen?

Seit einem Jahr unterhalten wir ein Geschäftsentwicklungsbüro. Heute schalten wir mit diesem Aufschwung in einen höheren Gang, indem wir in diesem Bereich mehr investieren. So haben wir Senior Business Developers für die europäischen Schlüsselmärkte eingestellt, also für England, Deutschland, Österreich, Frankreich und Schweiz. Die Idee dahinter ist, Geschäftskunden in diesen Ländern zu akquirieren. Dabei zielen wir natürlich auf börsennotierte Unternehmen, NGOs und andere große Organisationen ab. In diesem Zusammenhang haben wir auch New York, Dubai und Hongkong ins Blickfeld genommen.

Parallel dazu sind wir weiterhin auf den großen internationalen Messen präsent. Bei Ausstellungen wie der Monaco Yacht Show oder der von der New York Times organisierten Luxuskonferenz in Hongkong, wo 300 Anbieter aus dem Luxusbereich zusammenkommen, sind wir vor Ort. Die chinesische Kundschaft interessiert sich eher für inhereuropäische Urlaubsreisen, und wir möchten unser Marketing-Angebot bei der Auswanderergemeinde in Hongkong und Singapur sowie bei den wohlhabenden Kontinentalchinesen ausbauen und verstärken.

Was sind ihre kurzfristigen Ziele?

Wir möchten unsere Teams vergrößern und Ende 2020 in unseren Niederlassungen in Genf 50 Verkaufsmitarbeiter haben. Aktuell sind es 30. Diese Verstärkung des Verkaufspersonals soll uns 2019 ein Wachstum von 35 % bei der Zahl der verkauften Flüge ermöglichen. (Anmerkung: 2018 hat LunaJets etwa 5000 Flüge verkauft).

Aktuell haben wir in den ersten vier Monaten des Jahres einen Umsatzanstieg um 25 %, während der Markt insgesamt in diesen ersten vier Monaten einen Rückgang zwischen 7 % und 13 % verzeichnete. Wir setzen alles daran, dieses Ziel Ende 2019 zu erreichen. Wir haben auch enorme Technologieinvestitionen getätigt mit der Entwicklung unserer neuen App, die die fortschrittlichste der gesamten Branche ist und die direkte Reservierung und Speicherung unserer Flüge auf einem Mobilgerät ermöglicht.

Und wie sieht es mit dem amerikanischen Markt aus, einem echten Hindernis für Ihren weiteren Fortschritt?

Wir möchten vor allem unsere Position in Europa festigen. Wir richten uns nach den Gelegenheiten, die sich uns bieten. Natürlich bleibt der amerikanische Markt mit seiner Größe und seinen potenziellen Kunden ein Ziel für uns. Sagen wir, dass wir die Situation weiter beobachten. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt sind wir bereit, eine Chance zu nutzen, die es uns erlauben würde, einen Fuß auf diesen Markt zu setzen. „Früher waren wir eine kleine Genfer Firma. Jetzt sind wir ein großes Schweizer Unternehmen mit großen Ambitionen.“

Wo steht LunaJets angesichts der harten Wettbewerbs auf dem privaten Chartermarkt, und wie groß ist der Marktanteil?

LunaJets ist momentan die unabhängige Geschäftsflugagentur mit den größten Wachstumsraten in Europa. 2018 hat LunaJets etwa 5000 Flüge verkauft, eine Steigerung von 35 % gegenüber dem Vorjahr. Wir haben 2018 einen Umsatz von 57 Millionen Franken erzielt, 43 % mehr als 2017.

Was den Marktanteil angeht, so ist die private Luftfahrt per definitionem privat, und daher ist es immer schwierig, genaue und zuverlässige Zahlen zu erhalten. Das Luftverkehrskontrollzentrum in Brüssel (EuroControl) führt Starts und Landungen auf, unterscheidet dabei aber nicht zwischen den 3 Kategorien privater Flüge: mit dem Eigentümer an Bord, leer oder auf Anfrage (Charterflug). Die letzte Kategorie ist unser Markt.

