

Luxus kennt keine Krise

Die Côte d'Azur, jener Küstenstreifen zwischen Marseille und der italienischen Grenze, ist seit weit über einem vollen Jahrhundert ein bevorzugtes Urlaubsziel und Rückzugsgebiet der Schönen und Reichen dieser Welt.

In den Bootshäfen von St. Tropez oder Cannes drängen sich die Yachten im Millionenwert, und an Land sind die Immobilienexperten ständig auf der Jagd nach weiteren Grundstücken, um den stetigen Bedarf an repräsentativen Zweit- und Ferienwohnsitzen zu befriedigen. Da, wo man vom Strand aus auf die schneebedeckten Gipfel der See-Alpen sehen kann, kennt der Immobilienmarkt keine Krise.

Rainald Grebe nahm das Problem einst von der komischen Seite, als er vorschlug, den Begriff „Oligarchen-Armut“ zum Wort des Jahres zu machen: „Einer dieser neuen Armen sei vor der Krise noch 10 Mrd. Euro schwer gewesen, jetzt hätte er nur noch kümmerliche eineinhalb.“ Trotz dieses tiefen Falls hätte dieser aber weder die Yacht im Hafen von St. Tropez noch die Villa im Hinterland aufgeben müssen, es hätte wohl sogar noch dazu gereicht, den Kindern eine eigene Villa zum standesgemäßen Geschenk zu machen ...

So oder so ähnlich sehen unsere Erwartungen in aller Regel aus, wenn Schlüsselworte wie „Côte d'Azur“, „St. Tropez“ oder „Monaco“ auftauchen. Und das ist auch gar nicht völlig falsch, denn diese Konstellation hat eine wichtige Konsequenz: „Krise heißt für diese Region, dass die Preise mal für eine gewisse Zeit stagnieren“, erläutert die in diesen Lagen tätige Maklerin Sylvie de Merschmann. Dass aber die Preise irgendwann mal fühlbar fallen, ist für sie kaum vorstellbar. Zumal es neben der reinen Luxuspachfrage ja auch noch einen zweiten Trend gibt: Den demografischen Wandel, der eine steigende Nachfrage nach Alterssitzen generiert und der fast immer in die milden, warmen Zonen führt, wo – wie an der Côte d'Azur – schon im Januar die Mimosen in voller Blüte stehen.

Diese stetige Nachfrage trifft auf ein mehrfacher Hinsicht beschränktes Angebot: Die Bauvorschriften sind auf der französischen Seite ziemlich klar auf den Schutz gegen die sich an anderen Küsten ausbreitenden Betonwüsten ausgerichtet: Die erlaubten Höhen machen Hochhäuser unmöglich, zudem werden die auf den einzelnen Grund-

stücken genehmigungsfähigen Nutzflächen sehr knapp gehalten. Unterm Strich bleibt so ein sehr lockeres, grünes und landschaftlich geprägtes Bild erhalten. Zudem ist der entsprechend nutzbare Streifen zwischen der Küste und den dahinter aufragenden See-Alpen nicht sehr breit. Und wenn dann der Blick aufs Meer für die Käufer ein unverzichtbares „Muss“ ist, wird die Auswahl schon recht knapp.

Der durchschnittliche Quadratmeterpreis der Wohnimmobilien in St. Tropez stieg in den letzten fünf Jahren trotz Lehmann-Panik und Schuldenkrise um 46 %, was deutlicher als alle Anekdoten zeigt, wie stark dieser Markt tatsächlich ist. Zu den Kunden von Frau Merschmann zählt die deutsch-französische **CAI-Gruppe**, die diesen Markt für deutsche Anleger erschließt. Dahinter stehen im Wesentlichen zwei Unternehmen: Die von **Dirk Zieglschmid** geführte **Berliner Capital Asset Investment GmbH** und die in Frankreich für das operative Geschäft zuständige **Côte d'Azur Investissement S.A.R.L.**, die vom Franzosen **Joseph Stoffer** geführt wird. Gemeinsam haben sie den Projektentwicklungsfonds „Côte d'Azur 2 GmbH & Co. KG“ auf den Weg gebracht.

Die naheliegende Geschäftsidee: Es sind zunächst passende Grundstücke zu identifizieren, zu kaufen, und zu entwickeln sowie zu bebauen, um anschließend mit der Vermarktung des fertigen Objektes den angezielten Gewinn einzustreichen. Was so leicht hingeschrieben ist, erfordert in der Umsetzung Sachkenntnis, gute Kontakte und Urteilsvermögen über die Partner und Zuarbeiter vor Ort. Eben dies leistet Joseph Stoffer, der über einige Jahrzehnte Erfahrung im französischen wie internationalen Immobiliengeschäft verfügt. Der gelernte Bauingenieur war zuletzt als Technik-Vorstand des Einzelhandelskonzerns Galeries Lafayette und zuvor als technischer Direktor bei Metro France und der französischen Gruppe Promodes für die Entwicklung von Einzelhandelsobjekten von der Standortanalyse bis zur Bauausführung verantwortlich. Sein Part ist in der französischen Bau-träger-

gesellschaft zusammengefasst. Der von Dirk Zieglschmid geführte deutsche Teil der Gruppe erfüllt im Wesentlichen die Funktionen eines Emissionshauses, sorgt also für die Konzeption des rechtlichen Rahmens, die Vertriebskoordination und die Anlegerbetreuung.

Der Erstling im Fondsgeschäft der CAI-Gruppe hat paradoxerweise durch seinen operativen Erfolg Probleme bekommen:

Die Platzierung der Anteile und damit das Mittelaufkommen hielten nicht Schritt mit der Geschwindigkeit des operativen Geschäftes, so dass ein erstes Grundstück (mit Gewinn!) weiterverkauft werden musste, bevor die Bauphase beginnen konnte. Der Fonds wird auf Wunsch der bereits beigetretenen Anleger als Private Placement mit verringertem Volumen weitergeführt. Zieglschmid und Stoffer haben hier der Versuchung widerstanden, ihrem Grundprinzip „Nur Eigenkapital“ untreu zu werden. Sie haben damit Sicherheit und Solidität des Investments höher gewichtet als den schnellen Euro, der mit einer konzeptionswidrigen Fremdfinanzierung für sie zu verdienen gewesen wäre – auf Kosten zusätzlicher Risiken für die Anleger. Das ist in unseren Augen ein klares Positiv-Merkmal.

Für den aktuellen Fonds wurde die Vertriebsbasis entsprechend erweitert, das Grundprinzip „Nur Eigenkapital“ aber beibehalten. Der Fonds ist zunächst auf 6 Jahre angelegt und soll ein Volumen von 10 Mio. Euro haben, bei einer Mindestbeteiligung von 10.000 Euro. Der Gesamtrückfluss über die Laufzeit ist mit 167,5 % kalkuliert. Die ersten Grundstücke sind schon beschafft und ein neuer Verwertungszyklus ist gestartet. Der Erfolg des Fonds steht und fällt mit dem Geschick von Stoffer, die an der Côte d'Azur zweifellos vorhandenen Chancen zu nutzen. Seine unternehmerischen Meriten sprechen für sich. Hinzu kommt ein interessanter Portfolio-Effekt durch die Beteiligungschance in einem sonst schwer zugänglichen, sehr speziellen und attraktiven Markt. ■

Martin Klingsporn

