

Hans Ulrich Würth

Konzeption und Text

Anemonenweg 4
D 38108 Braunschweig
Fon +49.0531.353255
Fax +49.0531.353061
eMail text@hans-ulrich-wuerth.de

*für die
auf mich
beziehen
Juba
muffel
ausgelei
Erwartung*

Investment
Kunde EURO SOL AG, Braunschweig
Projekt »Lifestyle Immobilien«
Umfang Business-Plan
Leistung Text

Die folgenden Texte zeigen die zuletzt an den Kunden gelieferte Version – Änderungen in Druckversion möglich.



In der Lifestyle-Immobilie liegt die Zukunft für private und institutionelle Investoren. Eine hohe Rendite und Lebensqualität pur.

Ein im Immobilienmarkt langjährig erfahrenes und erfolgreiches Management führt die EURO SOL AG an die Börse.

EURO SOL AG Sonnige Perspektiven für anspruchsvolle Investoren

Executive Summary

Die EURO SOL AG strebt nach der Marktführerschaft in der Entwicklung und Realisation mediterraner Lifestyle-Immobilien, insbesondere im Wachstumsmarkt Spanien. Unser Unternehmenskonzept basiert auf dem expansiv wachsenden Trend unserer Lifestyle-Gesellschaft, in der vermögende und in ihrer Lebensgestaltung mobile Anleger das Investment in attraktive Vermögenswerte als Chance zur Generierung von Lebensqualität begreifen. Einer finanzstarken Klientel – der Einkommens- und Vermögens-Elite im Markt der 300 Millionen Euro-Europäer – bieten wir eine perfekt konzipierte, lückenlose Dienstleistung, die bei einem Maximum an Sicherheit attraktive Erträge und hohe Wertsteigerungspotentiale erschließt und zugleich den Eintritt zum gigantischen Zukunftsmarkt der Lifestyle-Immobilie an den begehrtesten Standorten Europas ermöglicht. EURO SOL AG schlägt die Brücke zu einem der gewinnträchtigsten, zeitgeistigsten und im Sinne des Wortes schönsten Investments, die unsere Gesellschaft kennt: Das Investment in Lifestyle-Immobilien der Spitzenklasse an den sonnigen Traumplätzen am Mittelmeer. Dabei nutzen wir konsequent auch die Möglichkeiten des Internets, um den Aufbau und die Entwicklung einer internationalen »Lifestyle-e-net-community« im Sinn eines aktiven Kundenbeziehungs-Managements zu fördern.

Unternehmen und Management

Die EURO SOL AG, Anfang 2000 gegründet, ist ein Unternehmen der INVEST GRUND Gruppe und ausgestattet mit einem Grundkapital von 1.000.000 EURO. Beim beabsichtigten Börsengang werden Teile dieses Grundkapitals an einen breiten Anlegerkreis gestreut. An der Spitze des Managements der EURO SOL AG stehen die Unternehmer Rüdiger Vortisch, Vorstand, und Ingo Halbey. Die gemeinsam über 30jährige Erfahrung beider Persönlichkeiten repräsentiert mehr als 1 Milliarde DM Umsatz in der Vermarktung von Immobilien und mehrere hundert Millionen DM Umsatz in eigener Projektentwicklung. Dieses profunde Wissen und die Erfahrung aus erfolgreichem unternehmerischen Engagement in Entwicklung und Vertrieb von Immobilienprojekten aller Art, in Unternehmensaufbau und Unternehmensführung sowie in der Schaffung von Beteiligungsstrukturen steht der EURO SOL AG uneingeschränkt zur Verfügung.

Als Vorsitzender des Aufsichtsrates der EURO SOL AG konnte Prinz Carlos zu Hohenlohe gewonnen werden. Die Fürstenfamilie derer zu Hohenlohe ist seit vielen Jahren maßgebend an der Entwicklung von Lifestyle-Regionen in Spanien, und hier vor allem an der Costa

del Sol, beteiligt. Erfolgreiche Projekte der zu Hohenlohe wie das legendäre Marbella Club Hotel am Strand von Marbella mit seinem luxuriösen Wellness- und Beauty-Center sprechen für sich. Der EUROSOL AG erschließt sich damit eine gewachsene Beziehungsstruktur, deren Wert für Investoren und Kunden kaum hoch genug eingeschätzt werden kann.

Wachstumsmarkt Lifestyle

Der Markt für Lifestyle-Immobilien sowie allen damit verbundenen Dienstleistungen und Informations-Services ist ein expansiver Wachstumsmarkt, ganz gleich, ob sich dabei der Fokus auf die momentane Ist-Situation oder auf die zu erwartende Entwicklung in den nächsten 10 Jahren richtet. *(Auch für einen deutlich weiter gesteckten Zeitrahmen sind die Prognosen hervorragend, wir meinen jedoch, dass seriöse Vorhersagen den Zeitrahmen eines Jahrzehnt nicht überschreiten sollten und verzichten deshalb darauf.)*

Die renommierte Empirica Gesellschaft für qualitative Marktforschung, Struktur und Stadtforschung mbH, Bonn, geht in ihrer aktuellsten Studie aus dem Jahr 1998 von ca. 3,6 Mio. Haushalten in Deutschland aus, die den Erwerb einer Auslandsimmobilie als Zweit- oder Dauerwohnsitz ernsthaft in Betracht ziehen, davon rund ??? Haushalte innerhalb der nächsten drei Jahre. Völlig unberücksichtigt ist dabei das enorme Marktpotential anderer nord-, mittel- und zunehmend auch osteuropäischer Staaten.

Der langfristige Trend, der vor etwa 20 Jahren begann und sich seither fortlaufend dynamisiert, bestätigt die ungebrochene Tendenz zur Nord-Süd-Wanderung. Insbesondere ist es Spanien, das gemäß vorgenannter Empirica-Erhebung bei bis zu 50 Prozent aller befragten Kaufinteressenten die Favoritenrolle bei einem geplanten Immobilien-Investment im Ausland einnimmt. Präferiert werden dabei Mallorca, die Kanarischen Inseln (alternativ: Costa Blanca) und die Region Costa del Sol. Die Sehnsucht nach Sonne, Strand und Meer kulminieren in der konkreten Absicht, in diesen Zielgebieten Eigentum zu erwerben. Auch der rationalen Überprüfung hält dieser Wunsch stand. Die gute Erreichbarkeit und eine mit Deutschland vergleichbare Infrastruktur, insbesondere eine ausgezeichnete medizinische Versorgung, fördern den Entscheidungsprozeß, aus diesem Wunsch Realität werden zu lassen.

Folgende Faktoren sprechen dafür, dass sich der Trend zum Zweitwohnsitz in Spanien noch weiter verstärkt.

1. Die endgültige Einführung des Euro zum 1. Januar 2002 als gemeinsame europäische Währung bewirkt wachsende Freizügigkeit im Hinblick auf Standort und Wohnsitz. Insbesondere werden in einem Europa mit gleicher Währung und gleicher Freizügigkeit bei Renten-, Kranken- und Pflegedienstleistungen die einkommensstarken, international orientierten und mobilen Leistungsgruppen unserer Gesellschaft die Chance nutzen, ein mehr an Lebensqualität durch Lifestyle-Immobilien an attraktiven Standorten zu gewinnen. Auch die Generation der überdurchschnittlich gebildeten und gut situierten Senioren wird die neue Freizügigkeit durch verstärkte Engagements in »sonnige Refugien« nutzen.

2. Der Wertewandel in unserer Gesellschaft wird unterstützt durch stark wachsende Haushaltseinkommen bei vorgenannten

Die High-Potentials unserer nationalen und internationalen Kernzielgruppe repräsentieren ein Marktpotential von mehreren hundert Milliarden Euro.

Die höchsten Zuwachsraten an Kaufinteressenten verzeichnen die Region Costa del Sol und Mallorca.

Leistungsträgern und durch die exponentiell steigenden Vermögen der heutigen »Erbengeneration«. Diese Generation ist – anders als ihre Eltern – nicht an einer reinen Kapitalakkumulation interessiert, sondern will »value for money«. Damit trifft die EURO SOL AG mit ihrem Angebot punktgenau ins Schwarze.

Der Markt im Fokus der EURO SOL AG

Aufgrund der kurzen Anreisezeiten von weniger als drei Flugstunden und den damit verbundenen Lagevorteilen konzentriert sich das Management der EURO SOL AG zunächst auf die Regionen Costa del Sol und Mallorca. Beide Zielgebiete belegen seit geraumer Zeit die Spitzenplätze auf der Nachfrageskala nach Lifestyle-Immobilien. Insbesondere unsere Kernzielgruppe der einkommensstarken, wohlhabenden 35 – 65jährigen zieht es in diese Regionen, die ein Maximum an Lebensqualität bieten. Dabei wird die Costa del Sol zunehmend bevorzugt, wie die aktuellen Zuzugszahlen belegen. Zum einen sind die Preise für hochwertige Eigentumswohnungen dort noch günstiger als auf Mallorca. Zum anderen bietet die Costa del Sol mit 320 Sonnentagen im Jahr und einer angenehmen Durchschnittstemperatur von ca. 20 Grad besonders gute klimatische Bedingungen.

Die Nachfrage nach hochwertigem, luxuriösem und großzügigem Wohnraum in bester Lage wächst trotz eines entsprechend hohen Preisniveaus rapide und übersteigt adäquate Angebote bei weitem. Sowohl Mallorca als auch die Costa del Sol verzeichnen in den letzten vier Jahren durchschnittliche Preissteigerungen von fast 20 Prozent pro Jahr. Bei 30 Millionen Besuchern pro Jahr auf Mallorca und über 10 Millionen Besuchern pro Jahr an der Costa del Sol – Tendenz steigend – besteht ein permanenter Nachfrageüberhang nach temporärem oder langfristigem Mietwohnraum. Auf dem Boden dieser Fakten machen Investitionen in jenen Regionen auch wirtschaftlich Sinn.

Boomregion Costa del Sol

Nach jahrelangem Mallorca-Boom sind dort die Toplagen weitestgehend ausverkauft – entsprechende Spitzenpreise sind für erstklassige Immobilien in exklusiver Lage zu bezahlen. Das Management der EURO SOL AG sieht deshalb in der Costa del Sol die neue Boomregion für Europas Top-Verdiener.

Beispiele für die Wertentwicklung von Top-Immobilien auf Mallorca und an der Costa del Sol im 20-Jahres-Vergleich.

Mallorca

Eine erstklassige Penthouse-Wohnung, Größe ca. 200 qm, in einer Spitzenlage von Puerto de Andratx kostete 1980 rund 000.000 DM (Quelle:)
Der Wert einer solchen Immobilie liegt mit Stand 1.1.2000 (Quelle:) bei über 000.000 DM.
Wertzuwachs 000 Prozent.

Costa del Sol

Eine vergleichbar erstklassige Penthouse-Wohnung, Größe ca. 200 qm, in einer Spitzenlage von Marbella kostete 1980 rund 000.000 DM (Quelle:)
Der Wert einer solchen Immobilie liegt mit Stand 1.1.2000 (Quelle:) bei über 000.000 DM.
Wertzuwachs 000 Prozent.

Die mit EURO SOL AG abgesicherten Vermögenswerte verbinden Lebensqualität und individuelle Lebensziele mit einem zu erwartenden hohen Ertrag und hervorragenden Wertentwicklungsperspektiven.

Die Costa del Sol ist das „Mallorca“ der kommenden Jahre. Der seit 1996 zu verzeichnende Boom hat Lifestyle-Objekte an der Costa del Sol teilweise bereits über Mallorca-Preisniveau gehoben. Eine weitere rasche und expansive Wertentwicklung bei hochwertigen Projekten an der Costa del Sol ist in Anbetracht der Rahmenbedingungen die logische Konsequenz.

Der Vergleich beider Standorte und die unterschiedliche Wertentwicklung im Langzeitvergleich machen deutlich: Die Costa del Sol ist immer noch stark unterbewertet. Betrachten wir die vorgenannten Trends und Fakten ist eine Boomsituation wahrscheinlich, die dazu führen kann, dass das Preisniveau an der Costa del Sol schon in den nächsten zwei, drei Jahren nicht nur punktuell, sondern auf breiter Front den Preislevel des langjährigen Spitzenreiters Mallorca egalisiert und sogar übersteigt. Sonnige Perspektiven also für Investoren.

Die Aktivitäten der EURO SOL AG in Marbella

Marbella ist das pulsierende Herz der Costa del Sol und Treffpunkt von Jet-Set und High-Society. Im Hafen Puerto Banus ankern millionenschwere Yachten, die exklusivsten Geschäfte der Welt findet man hier auf engstem Raum, in den Bars fließt Champagner wie anderswo Bier – und doch hat sich die Stadt ihren andalusischen Charme bewahrt. An einer der ersten Toplagen Marbellas, oberhalb des bekannten Golfplatzes Los Arqueros, befindet sich eine exklusive Anlage mit einem Gesamtbauvolumen von ca. 20.000 qm und 90 Wohneinheiten in Projektierung. Orientiert am Markt und am Profil unserer anspruchsvollen Zielgruppe realisieren wir hochwertige Eigentumswohnungen mit Größen zwischen 150 qm und 280 qm. Alle in Südlage mit Blick über ein traumhaft schönes GolfTal. Weitere Projekte als Joint Venture mit spanischen Partnern sind in der Endphase der Vorbereitung.

Die Strategie der EURO SOL AG setzt auf die beherrschende Beteiligung an führenden spanischen Projektgesellschaften. Das sichert Investoren und Kunden Leistung zu realem Marktpreis.

Unser Ziel ist, den charakteristischen spanischen Baustil mit deutschen Qualitätsansprüchen und Normen erfolgreich zu verbinden. Das funktioniert nach unserer Erfahrung am besten durch die direkte und maßgebende Beteiligung an den Projektgesellschaften »vor Ort«, die einerseits über eine optimale Infrastruktur verfügen und die andererseits den Einkauf von Leistungen zu marktgerechten Preisen sicherstellen. Es ist ein »offenes« Geheimnis, das die Marktpreise zwischen Spaniern und Deutschen und Spaniern und Spaniern traditionell große Spannweiten aufweisen.

Folgerichtig hat die EURO SOL AG einen schlagkräftigen Verbund mit namhaften spanischen Unternehmen wie zum Beispiel der R & A Capital oder der Grupo Terrazas del Golf Guadalupe installiert, die bereits selbst ein Volumen von mehreren tausend Wohneinheiten realisiert haben. Unsere bilaterale Konzeption ist somit ein starkes Bindeglied zwischen dem spanischen Angebotsmarkt und dem deutschen sowie dem mittel- und nordeuropäischen Absatzmarkt.

Ein weiteres Nahziel mit einem Zeithorizont von 18 Monaten. In den nächsten Monaten werden wir uns zusätzlich dem äußerst lukrativen Markt der Baulandentwicklung zuwenden. Eine glänzende Chance zur hohen Gewinngenerierung. Die Nachfrage nach erschlossenem Bauland

- a) von Interessenten, die individuell bauen möchten
- b) von Bauträgern aus dem In- und Ausland

ist immens. Unsere ebenso breit wie tief angelegte Kontaktstruktur in Spanien lässt auch bei diesen Aktivitäten einen überdurchschnittlichen »return on investment« erwarten.

Vertriebskanäle

Die Vermarktung unserer Objekte erfolgt

- 1) in Deutschland durch namhafte Banken und Bausparkassen wie etwa Vereins- und Westbank, Hypobank, LBS, BHW und weitere renommierte Institute
- 2) in Spanien durch bewährte Promotion-Teams
- 3) weltweit durch unsere Internet-Präsenz
- 4) in allen Märkten durch unser eigenes Lifestyle-Portal. Wir bündeln dieses Portal im technischen Bereich mit ImmOnline, einem der führenden deutschen Immobilien-Anbieter im Internet mit einem Angebot von über 100.000 Wohn- und Gebäude-Einheiten. Damit erreichen wir eine Breitenwirkung im Bekanntheitsgrad von hohem und ständig wachsendem akquisitorischem Wert.

Marketing und After-Sales-Services

Das richtige Produkt zum richtigen Preis ist zur Selbstverständlichkeit geworden. Der Verkaufserfolg heute verlangt mehr. Um dem hohen Anspruch einer bonitätsstarken Klientel gerecht zu werden, bietet die EURO SOL AG als zentralen Bestandteil ihres Marketings ein Beratungs- und Dienstleistungsangebot, das konsequent alle Hürden und Ängste beseitigt, die für Klienten mit dem Immobilienerwerb im Ausland verbunden sind.

Mit einem durchdachten Servicepaket begleitet die EURO SOL AG den Immobilienerwerb im Ausland.

- 1) Während des gesamten Abwicklungsprozesses stehen erfahrene Spezialisten wie Anwälte, Treuhänder oder Steuerberater zur Verfügung. Selbstverständlich in der Muttersprache des Interessenten.
- 2) Kunden, die Objekte »vor Ort« prüfen wollen, werden durch einen mehrsprachigen Income-Service betreut.
- 3) Nach dem Kauf ist vor dem Kauf – und das ist aktives Marketing. Unser umfassender After-Sales-Service gewährleistet in allen Objekten der EURO SOL AG Informationsdienste, qualifizierte Objektverwaltung sowie alle weiteren sinnvollen Objekt- und Security-Services.
- 4) Unsere Klienten profitieren von den Membership-Vorteilen der von uns initiierten »Lifestyle-e-net-community«. Dieser »community" bieten wir ein ebenso aktuelles wie zielgruppenorientiert anspruchsvolles Spektrum an wertigen Informationen aus Lifestyle, Business & Culture. Mit diesem aktiven Kundenbeziehungs-Management entwickeln wir eine Kommunikations- und Beziehungsstruktur, die kurz- bis mittelfristig wieder neue Möglichkeiten erschließt.

Die wichtigsten Vorteile auf einen Blick:

Die EURO SOL AG erschließt Investoren den Zugang zu:

- Lifestyle-Immobilien mit hohem Ertrag, besten Wertentwicklungsperspektiven und der Sicherheit einer Anlage in attraktiven Vermögenswerten an einem der renditeträchtigen Standorte Europas.
- Die EURO SOL AG bietet Sicherheit und Service mit einem lückenlosen Beratungs- und Dienstleistungspaket, das höchsten Ansprüchen genügt:

*»Man darf dem Geld nicht nachlaufen, man muss ihm entgegengehen.«
Einer, der es wissen musste:
Aristoteles Onassis*

- Perfektes, reibungsloses und rechtssicheres »Handling« in der Muttersprache des Kunden sowie lückenloser After-Sales-Service durch ein qualifiziertes Facility-Management, das Wert und Niveau des Investments dauerhaft sichert.
- Die EURO SOL AG offeriert ein Investment, das sowohl in der Kurz- als auch in der Langzeitbewertung ein Maximum an Erfolgchance beinhaltet. Entscheidende Erfolgs-Elemente sind dabei
 - das innovative Konzept
 - das einschlägige Management Know-how
 - die Beziehungsstruktur »vor Ort«, die den Aktionären auch langfristig die »Filetstücke« eines expansiven Marktes sichert
 - exzellente Vertriebskanäle über die gesamte Breite des Absatzmarktes
 - die konsequente Einbindung Neuer Medien und deren Möglichkeiten in die dynamische Gestaltung der Kundenbeziehung. Zum Beispiel stellen wir den Verlauf des Baufortschritts ins Internet, so dass unsere Klienten jederzeit den Baufortschritt an »ihrem Eigentum« verfolgen können
 - das sehr wertige, aktuelle Objekt, das den sofortigen Einstieg in ein Business mit sonnigen Perspektiven ermöglicht.

Zahlen, Fakten, Pläne ...