

ON LOCATION

LIFESTYLE – PEOPLE – BUSINESS – REAL ESTATE

LIFESTYLE

Keir Townsend
Zeitgemäss
klassisches Design
Contemporary
Classic Design

IWC
Am Puls der Zeit
In Touch with the Times

Pop-up-Stores
Kreativ, trendy,
temporär
Pop-up Stores
Creative, Trendy,
Temporary

Ibiza Polo Club
Passion und
Authentizität
Passion and
Authenticity

PEOPLE

Die Kunst des
Paco Sanguino
The Art of
Paco Sanguino

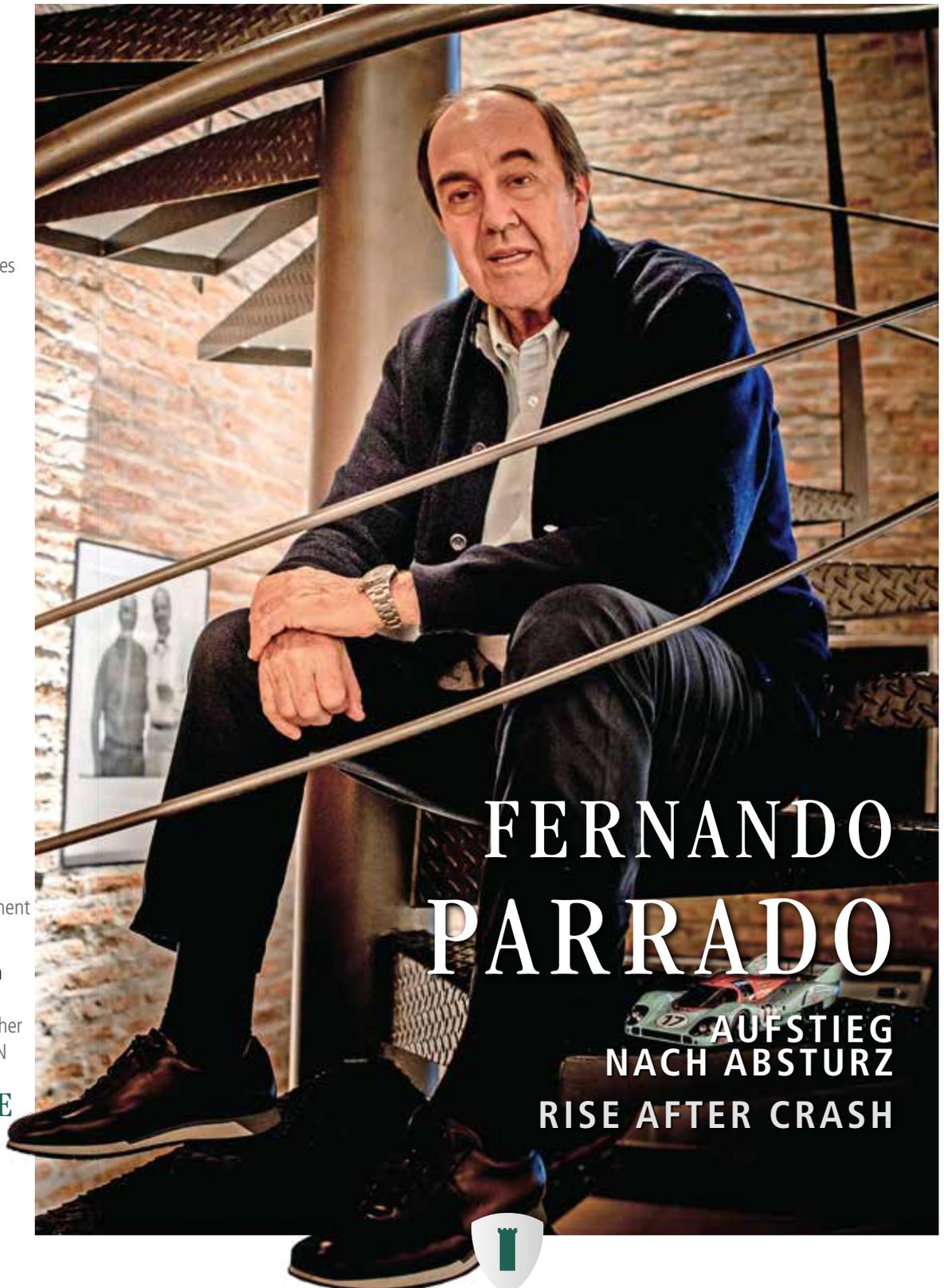
BUSINESS

Weingüter als
Investments
Vineyards as Investment

Nicht einsam,
sondern gemeinsam
– mit KENSINGTON
Not Alone, but Together
– with KENSINGTON

REAL ESTATE

Exklusive
Wohnräume
Finest Properties
by KENSINGTON



FERNANDO
PARRADO

AUFSTIEG
NACH ABSTURZ
RISE AFTER CRASH

POWERED BY

KENSINGTON[®]

Finest Properties International

WHAT'S ON YOUR WRIST?



JUWELIER BURGER

BUY & SELL EXCLUSIVE WATCHES

Your specialist in new and pre-owned high end watches.
Rolex, IWC, Jaeger-LeCoultre, Breitling, Cartier and many more.

Stationsstraat 45 Maastricht (NL) | www.juwelierburger.com | +31 (0)43 - 358 11 55

VORWORT

ON LOCATION – „immer vor Ort“ zu sein ist unsere Mission.

Menschen aufsuchen und ihre spannenden Geschichten erzählen, ihre Ideen kennenlernen, Visionen teilen und Inspirationen aufnehmen. In dieser dritten Ausgabe haben wir uns wieder viel „vor“-genommen, wollen vorangehen, vordenken, vorfühlen.

So fasziniert uns die Lebensgeschichte eines Absturzes und eines Wiederaufstiegs: Fernando Parrado hat so etwas erlebt, und überlebt. Ein Flugzeugabsturz in den Anden, mit vielen Toten und einigen Überlebenden. Und er hat nur überlebt, weil er bewusst „vor“gegangen ist. Als Unternehmer ist er danach in „seinem zweiten Leben“ erfolgreicher denn je.

Doch was ist schon „Erfolg“ angesichts einer solch existenziellen Dimension?

Wir finden, es hat viel mit „Lebensqualität“ zu tun, mit wahren Werten und nicht nur mit Waren-Werten. Darum suchen wir Wertvolles in der Maximierung von Lebensqualität: Denn Luxus ist der maximale Ausdruck von Lebensqualität. Sich die Freiheit zu nehmen, nach dem möglichst Besten zu streben.

Vor diesem Hintergrund sind wir stets auf der Suche nach Erfolgsgeschichten, in der Welt und auch bei uns selbst im Unternehmen. Wir besuchen namhafte Einrichter, zeigen Ihnen „Wert“-Anlagen und wollen auch der Zeitmessung mehr Wert beimessen.

Denn wahrer Luxus ist es, Zeit zu haben und sich Zeit zu nehmen. In diesem Sinne danken wir Ihnen, dass Sie sich jetzt gerade die Zeit nehmen, das neue ON LOCATION für sich zu entdecken.

Ihr Mehrdad Bonakdar & Sven Binnewies
Herausgeber

INTRODUCTION

ON LOCATION – Always being “on location” is our mission.

Visiting people and telling their exciting stories. Getting to know their ideas, sharing their visions and taking inspiration. In this third issue we have once again set ourselves a lot of goals, we want to move ahead, think ahead and feel ahead.

So we are fascinated by the true story of a crash and a reawakening: something which Fernando Parrado has experienced and survived. A plane crash in the Andes, with many dead and few survivors. And he only survived because he consciously “moved ahead”. As an entrepreneur, he has been more successful than ever in “his second life”.

But what is “success” in our current existential dimension?

We think it has a lot to do with “quality of life”, with true values and not just common values. That’s why we seek value in maximizing quality of life: because luxury is the maximum expression of quality of life. To take the freedom to strive for the best.

Against this backdrop, we are always on the lookout for success stories, across the world, as well as in our own company. We visit renowned furnishers and fitters, show you valuable investments and also want to attach more value to time management.

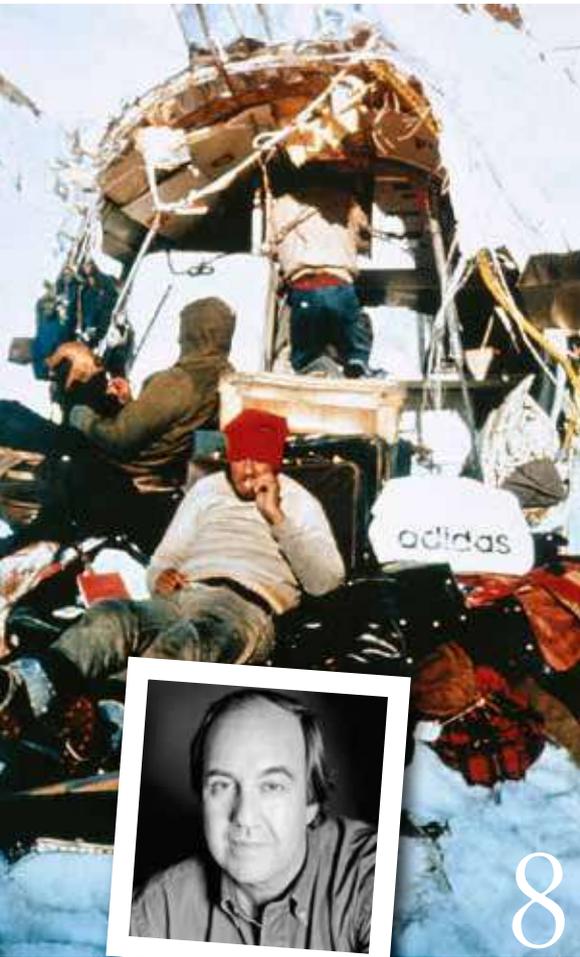
Because true luxury is to have time and to take time. With this in mind, we thank you for taking the time right now to discover the new ON LOCATION for yourself.

Best wishes,
Mehrdad Bonakdar & Sven Binnewies
EDITORS



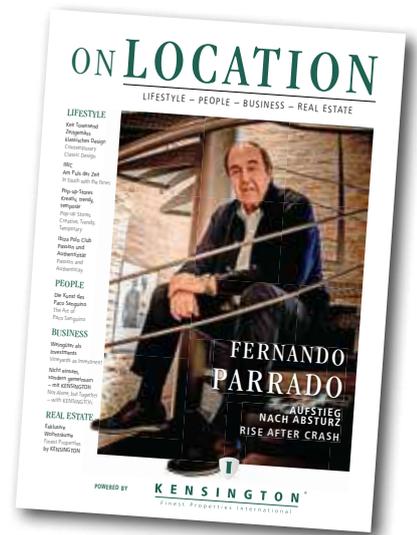
Mehrdad Bonakdar

Sven Binnewies



INHALT CONTENT

- 3 Vorwort
Introduction
- 128 Impressum
Imprint



LIFESTYLE

- 28 Keir Townsend – Zeitgemäss klassisches Design
Keir Townsend – Contemporary Classic Design
- 44 IWC – Am Puls der Zeit
IWC – In Touch with the Times
- 76 Phänomen Pop-up-Stores – Kreativ, trendy, temporär
Phenomenon Pop-up stores – Creative, Trendy, Temporary
- 94 Sommer, Sand & Polo
Summer, Sand & Polo

PEOPLE

- 8 Was macht eigentlich ... Fernando Parrado?
In Person – A Word with Fernando Parrado
- 38 Die Kunst des Paco Sanguino
The Art of Paco Sanguino
- 68 Da Bruno – Der Reichtum italienischer Küche
Da Bruno – The Richness of Italian Cuisine



BUSINESS

- 52 Crowdfunding
- 56 Crowdinvest
- 60 Weingüter als Investments
Vineyards as Investment
- 106 Erwerb von Grundstücken in der Schweiz durch Personen im Ausland
Acquisition of Real Estate in Switzerland by Persons Living Abroad
- 111 Feine Adressen
Desirable Addresses
- 118 Nicht einsam, sondern gemeinsam – mit KENSINGTON!
Not Alone, but Together – with KENSINGTON!

SUPERLATIVE

- 22 Gigantismus auf den Weltmeeren
Gigantism on the World's Oceans

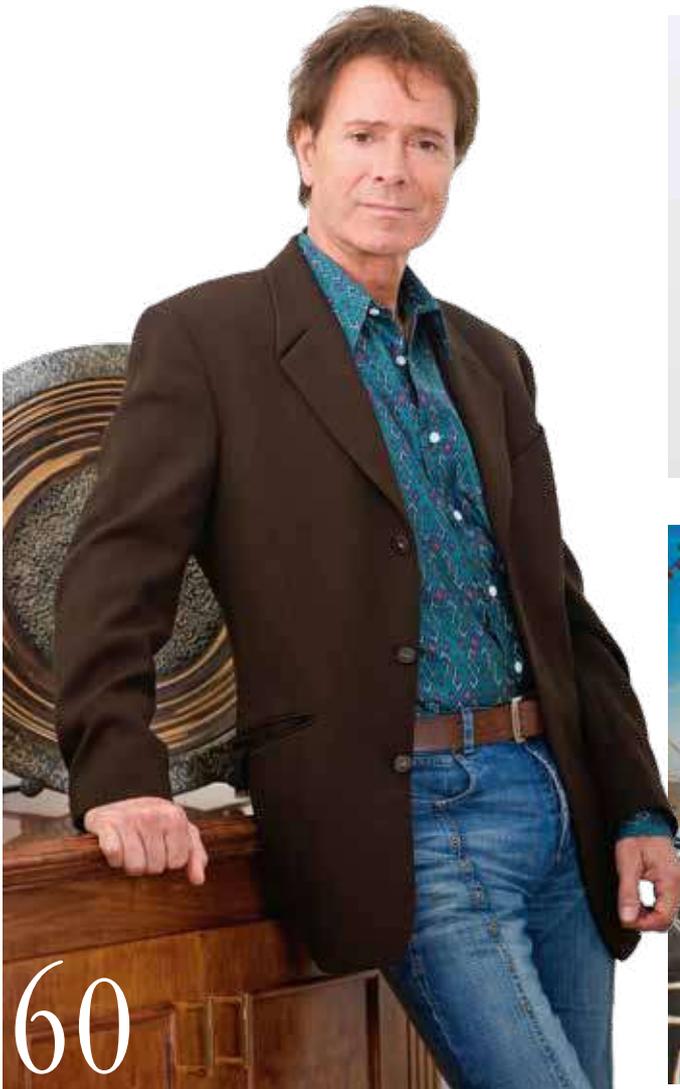
TRAVEL

- 84 Wüstenräume werden wahr
Desert Dreams Come True



REAL ESTATE

- 129 Real Estate Gallery by KENSINGTON





WAS MACHT EIGENTLICH ...

... FERNANDO PARRADO?

Sportler, Geschäftsmann, Motivationsredner aber vor allem Überlebender – Fernando Parrado spricht mit OnLocation über den schrecklichen Flugzeugabsturz in den Anden, was er getan hat, um zu überleben, und wie die Tragödie sein weiteres Leben beeinflusst hat.

von Dina Spahi

Dies ist eine Geschichte über einen Passagierflug, das ein Rugby-Team, dessen Familienangehörige und Freunde sowie die Crew von Uruguay nach Chile befördern sollte, eine Geschichte darüber, wie das Flugzeug aus 18.000 Fuss in den Anden abstürzte und 12 Menschen tötete sowie darüber, wie die Überlebenden während 72 Tagen und Nächten extremen Bedingungen standhalten und herzerreissende Entscheidungen treffen mussten, um zu überleben. Tatsächlich ist diese Geschichte, die sich vor 47 Jahren zugetragen hat, ein so beeindruckendes Zeugnis des menschlichen Geistes, dass sie bis heute Dokumentationen, Filme und Biografien inspiriert.

Zwei Jahre nach dem Absturz, im Jahr 1974, wurde „Alive: The Story of the Andes Survivors“ von Piers Paul Read veröffentlicht. Die Geschichte basiert auf Interviews mit den Überlebenden und stellt den Flugzeugabsturz und seine Folgen – einige Überlebende erlagen ihren Verletzungen, weitere fielen später einer Lawine zum Opfer – auf nervenaufreibende Weise dar. Das Buch, das 1993 mit dem Titel „Alive“ verfilmt wurde, beschreibt die Not der Überlebenden und die Entscheidung, das Fleisch der Verstorbenen zu essen, aber auch die Tapferkeit von Fernando Parrado und Robert Canessa, zwei junge Männer, die sich auf den Weg über die tückischen, schneebedeckten Andenkordillern machten, um fassungslose Retter zu ihren Freunden zu führen, die immer noch in den Bergen gefangen waren und von der Welt für tot gehalten wurden.

„Es ist besser eine Entscheidung zu treffen und einen Fehler zu machen als gar keine Entscheidung zu treffen. Es ist immer Zeit umzukehren.“

NANDO PARRADO

Fernando 'Nando' Parrado, der im Film vom Schauspieler Ethan Hawke porträtiert wird und der bei dem Unglück seine Mutter und seine Schwester verlor, hat zusammen mit Vince Rause das Buch „Miracle in the Andes 2006: 72 Days on the Mountain and My Long Trek Home“ geschrieben, eine schöne Geschichte über Freundschaft, Tragödien und Beharrlichkeit, die aus seiner Sicht erzählt wird. Nando präsentiert sowohl die erschreckenden Fakten der Geschichte der 16 Überlebenden, als auch die lebensverändernden Lektionen, die diese Erfahrung für ihn mit sich gebracht hat. Basierend auf diesen Lektionen und dem erfüllten Leben, das er seit dem Absturz genießt, ist Nando zu einem der renommiertesten und gefragtesten Motivationsredner der Welt geworden, der seine Erfahrung in den Anden heute dafür einsetzt, um anderen zu helfen mit psychologischen Traumata fertig zu werden.





Author, gefeierter Redner, Fernsehproduzent und Unternehmer... Fernando hat seit den Ereignissen von 1972 einen langen Weg zurückgelegt!
Author, acclaimed speaker, television producer, and entrepreneur ... Fernando has come a long way since the events in 1972!

Für *ON LOCATION* ist es eine Ehre, dass sich Nando Parrado die Zeit genommen hat, die grausamen Ereignisse des Unglücks, des Überlebens und der Rettung sowie all die Emotionen, die damit einhergehen, noch einmal Revue passieren zu lassen und uns zu erklären, wie er die Vergangenheit weiterhin würdigt und die Gegenwart feiert...

Es ist fast 47 Jahre her... Sie geniessen eine glanzvolle Karriere und ein illustres Familienleben, aber drei Jahrzehnte nach dem Ereignis haben Sie das Un-

glück in ihrem Buch „Wunder der

Anden“ wieder aufgegriffen. Wie haben Sie es geschafft, voranzukommen, ohne die Ereignisse auszublenden?

Seit dem ersten Tag meiner Rückkehr habe ich nie wieder zurückgeschaut. Es war ein bewusster Gedanke und eine Entschlossenheit, durch dieses Unglück nicht mein Leben zerstören zu lassen. Natürlich könnte dieses Erlebnis mein Leben beeinflusst haben, in gewisser Weise, die ich jedoch nicht auszudrücken vermag, vielleicht können es die Leute, die mich kennen. Ich fühle einfach nur, dass ich derselbe Kerl geblieben bin. Ich habe nichts verdrängt, aber die Erinnerungen an die Anden sind nicht allgegenwärtig, es sei denn, ich beschäftige mich bewusst mit ihnen.

Ich habe einfach realisiert, dass wir nur ein Leben haben und nicht zwei, und ich will es nicht mit PTBS (posttraumatische Belastungsstörungen), Drogen, Alkohol oder Depressionen verschwenden! Menschen, die traumatische Erfahrungen machen, tauchen oft in diese Dinge ein, um zu

vergessen oder Fragen aufzuwerfen, auf die es keine Antwort gibt. Wieder atmen zu können ohne das Gefühl zu haben, dass ich dazu verdammt bin hoffnungslos zu sterben, das ist eine grossartige Sache.

Das erste Buch, „Alive“, wurde zwei Jahre nach dem Unglück geschrieben... Sie haben das Ereignis 2006 in Ihrem Buch erneut aufgegriffen. Inwieweit haben der Lauf der Zeit und die Erkenntnisse die Neuauflage beeinflusst?

Das Buch „Alive“ wurde von einem grossen britischen Autor namens Piers Paul Read geschrieben. Es ist ein grossartiges Buch, eine fantastische Dokumentation über die Geschehnisse in den Anden. P.P. Read führte grossartige Recherchen durch, interviewte alle Überlebenden ausführlich und schrieb so eine eindeutige Darstellung über das, was in den Anden geschah. Es ist jedoch ein Buch, dessen Entstehung von den Christlichen Brüdern unserer Schule in Uruguay geleitet wurde. Wir waren noch sehr jung und wollten uns nicht in die Ver-

handlungen mit all den Verlagen einmischen, die an unserer Geschichte interessiert waren, also beschlossen die Brüder, die Dinge selbst in die Hand zu nehmen. Sie wählten einen katholischen Schriftsteller und sagten uns, dass wir ein Buch schreiben sollten, denn wenn nicht, würden viele andere Bücher geschrieben werden und als Wahrheit gelte das, was auf diesen Seiten geschrieben stünde, und somit nicht die echte Wahrheit.

Es dauerte drei Jahre bis ich mein Buch fertig geschrieben hatte. Offensichtlich gelang es mir mit klarem Geist und einer wahrscheinlich gereiften Sicht über die Ereignisse und Verhaltensweisen zu berichten. Es gibt Dinge, die selbst die Zeit nicht ausmerzen kann. Verstehen Sie mich nicht falsch, das Anden-Unglück selbst verfolgt mich überhaupt nicht, aber die Kälte, das Geräusch unserer Schritte auf dem Schnee, die grauen Tage und die Emotionen... wenn ich innehalte und nachdenke, kann ich mich sehr gut daran erinnern. Zum Glück habe ich es meistens getan, während ich geschrieben habe!

„Alive“ ist die perfekte Beschreibung dessen, was dort geschah, eine unglaubliche Dokumentation. Ich denke, mein Buch hingegen ist reich an persönlichen Gefühlen und meiner Sichtweise auf diese Ereignisse.

Warum hatten Sie das Bedürfnis, ihre Version nieder zu schreiben? Welche neuen Erkenntnisse wollten Sie teilen?

Eigentlich hatte ich nicht das Gefühl, dass ich etwas teilen müsste. Mein Buch war zunächst ein Geschenk an meinen Vater Seler zu seinem 90. Geburtstag. Ich hätte nie gedacht, dass das Buch ein Bestseller und in 15 Sprachen übersetzt wird.

Nach einem Leben voller erstaunlicher Ereignisse, von unglaublichem Familienglück und -erfolg bis hin zu grausamen Situationen, wollte ich ein tolles Geschenk für den Geburtstag meines Vaters schaffen. Ich dachte darüber nach, ihm eine schöne Kreuzfahrt, ein Auto, ein Kunstwerk usw. zu schenken, aber er hatte alles und mit 90 Jahren sind die meisten Dinge überflüssig. Also dachte ich mir, dass es das beste Geschenk wäre, ein Buch für ihn zu schreiben. Ein Buch, in dem man, wenn man zwischen den Zeilen liest, sehen wird,

dass alles, was er mich lehrte, mein Leben in den Anden gerettet hat. Er war der pragmatischste Mann, den ich je getroffen habe, und er lehrte mich, dass Pragmatismus die einzige Realität ist. Alles andere ist Theorie. Er wusste nie, dass ich das Buch schreiben, und drei Jahre lang schrieb ich auf meinem PC und speicherte es unter „Buch“. Schliesslich hatte ich genug Material für drei Bücher, aber mit Hilfe meines Freundes und grossen Schriftstellers Vince Rause haben wir die Kapitel bearbeitet und neu geordnet und das Buch wurde schliesslich von Crown auf der ganzen Welt veröffentlicht.

Anlässlich des 90. Geburtstages meines Vaters ging ich zu ihm nach Hause und überreichte ihm ein Hardcover der ersten Ausgabe. Er war überrascht und fragte mich: „Worum geht es in diesem Buch?“ Ich antwortete: „Lies es einfach“. Ein paar Tage später umarmte er mich mit der gleichen Wärme und Kraft, mit der er mich umarmte, als wir nach der Rettung wieder vereint waren. „Danke. Ich liebe Dich so sehr.“, das waren seine Worte und für mich war es das schönste Geschenk, das ich je in meinem Leben gemacht habe.

Im ersten Buch, welches verfilmt wurde, werden Sie als Held dargestellt. Es wurde gesagt, dass Ihre Hoffnung und Ihr Wille zu leben, die Menschen um Sie herum inspiriert haben. Erinnern Sie sich, dass Sie sich so hoffnungsvoll gefühlt haben?

Wenn ich jetzt manchmal mit meinen Freunden spreche, die auch überlebt haben - wir nennen uns „Brüder“, sagen sie mir, dass ich ihnen immer Vertrauen und Zuversicht gegeben habe und dass sie wussten, dass ich irgendwie da rauskommen würde. Ich wünschte, sie hätten meine Gedanken lesen können! Ich hatte solche Angst, dass ich nicht aufhören konnte zu zittern. Ich fühlte, dass wir in grossen Schwierigkeiten waren und höchstwahrscheinlich sterben würden. Meine Gedanken drehten sich nur darum, wie ich sterben würde. Verhungern? Erfrieren? In eine Gletscherspalte stürzen? Falls ich verzweifelt war, kann ich nur erahnen, was sie durchgemacht haben.

Das Einzige, dessen ich mir sicher war, ist, dass ich sterben würde, aber

IN PERSON

A word with Fernando Parrado

Athlete, businessman, motivational speaker and, most importantly, survivor – Fernando Parrado speaks to On Location about the infamous plane crash in the Andes, what he did to make it out alive, and how it has affected the course of his life.

This is a story about a passenger flight carrying a rugby team, their family, friends and crew from Uruguay to Chile; about how it crashed at 18,000 feet in the Andes killing 12 outright; and about how the survivors had to weather extreme conditions and heart-breaking decisions over the course of 72 days and nights to make it out alive.

Indeed, this story which takes place 47 years ago is such a powerful testament to the human spirit that it continues to inspire documentaries, movies and biographies right up to today.

Two years after the crash, in 1974, “Alive: The Story of the Andes Survivors,” was published by Piers Paul Read and, based upon interviews with the survivors, is a nail-biting account of the crash, the aftermath where a number died of their injuries, and later more still from an untimely avalanche. The book, which was adapted into the 1993 film ‘Alive’, chronicles the plight of those who had perished, and the bravery of two young men, Fernando Parrado and Roberto Canessa who set out to walk across the treacherous, snow-capped Andes Cordillera, to guide stunned rescuers back to their friends who were still trapped in the mountains and presumed dead by the world.

“It is better to decide and make a mistake than not to decide.

There is always time to turn back.”

NANDO PARRADO

Fernando ‘Nando’ Parrado, who is portrayed in the movie by actor Ethan Hawke and who lost his mother and sister in the crash, co-wrote the 2006 book *Miracle in the Andes: 72 Days on the Mountain and My Long Trek Home* with Vince Rause, a beautiful story of friendship, tragedy and perseverance told from his point of view.

Nando presents both the jaw-dropping realities of the 16 survivors’ story and the life-altering lessons he learned from the experience. Based on these lessons, and on the full and rich life which he has grabbed by the horns since the crash, Nando has become one of the leading and most coveted motivational speakers in the world, using his experience in the Andes to help others cope with psychological trauma.

ich würde im Kampf um mein Leben sterben. Solange ich atmete, gab es Hoffnung. Ich würde weitermachen, bis ich nicht mehr atmen konnte. Ich war pragmatisch und deshalb denke ich, dass ich die grausame Realität gesehen habe, bevor meine Freunde es taten, und ich handelte nach dem, was mein Vater mich gelehrt hatte. „Handle gleich und bete später. Panik bringt dich um, Angst rettet dich.“ Ich erinnere mich, dass ich immer versucht habe, den anderen zu hel-

fen. Ich kann nicht erklären, warum. Vielleicht, weil ich, falls wir sterben würden, wenigstens sterben wollte, während ich Gutes tue.

Einer der faszinierendsten Aspekte ist, wie sie als Team in diesem Spiel von Leben und Tod füreinander da waren.

Ich denke ehrlich, dass wir eine sehr homogene Gruppe waren. Die meisten von uns kamen aus derselben Schule, hatten denselben

Hintergrund, dieselbe Religion, dieselbe Nachbarschaft und waren sehr sportorientiert. Fünfzehn Minuten nach dem Unfall hatten wir bereits einen Anführer (Marcelo Perez del Castillo, der Teamkapitän), wir agierten als Team. Ich habe oft gedacht, dass wahrscheinlich niemand überlebt hätte, wenn dieser Unfall mit einem Verkehrsflugzeug passiert wäre. Die Massnahmen, die wir in den ersten zwei bis drei Stunden nach dem Absturz ergriffen haben, liessen uns zweieinhalb Monate überleben.

Auf einem kommerziellen Flug befinden sich Passagiere unterschiedlichen Alters mit verschiedenen Charakteren und Sprach-, Religions- und Bildungshintergründen, Alleinreisende und Familienreisende... in solch einer Situation wäre es sehr schwer gewesen, einen Anführer zu finden, der Anweisungen hätte geben können, und wir wären wahrscheinlich alle in der ersten Nacht erfroren. Während unserer Tortur gab es absolut keine Gewalt - es gab Freundschaft und Liebe. Ich glaube, die Situation wäre mit Fremden anders gewesen, besonders wenn man gezwungen gewesen wäre, extreme Überlebensentscheidungen zu treffen. In diesen Situationen kommen die besten oder schlechtesten Verhaltensweisen ans Licht.



Der Rumpf des abgestürzten Flugzeugs wurde für Fernando und seine Teamkollegen in den Anden zur „Heimat“.
The body of the crashed plane became 'home' for Fernando and his teammates in the Andes.

On Location is honoured and humbled that Nando Parrado has generously taken the time to revisit the harrowing events of the crash, survival, and rescue, and all the emotions that go along with them, as well as to share with us how he continues to honour the past and celebrate the present...

It's been nearly 47 years ... you have moved ahead with an illustrious career and family life, yet three decades after the event you revisited it in your book 'Miracle in the Andes'. How did you manage to move forward without blocking out the events?

Since the first day of my return, I never looked back. It was

a conscious thought and determination of not letting the ordeal destroy my life. Of course it might have influenced it, in some ways that I can't tell yet maybe the people that know me can; I just feel that I'm the same guy. I did not block out anything, but thoughts about the Andes are not recurrent, unless I choose to look into them.

I simply realise that we have one life and not two, and I don't want to waste it with PTSD, drugs, alcohol or depression! People that go through traumatic experiences often dive into these things to forget or to look for questions that do not have an answer. Being able to breathe

again, without feeling that I'm condemned to die without any hope, is a great thing.

The first book, *Alive*, was written two years after the event ... you revisited the event in 2006 with your book; how have the passage of time and new insights affected the retelling?

The book "Alive" was written by a great British author called Piers Paul Read. It's a great book, a fantastic documentary of the ordeal in the Andes. P.P. Read conducted magnificent research and interviewed all the survivors extensively, writing a complete bible about what happened in the Andes. It's a book, however, whose creation

was managed by the Christian Brothers of our school in Uruguay. We were very young and did not want to get involved in the craziness of dealing with all the publishing companies that were after our story, so the Brothers decided to take things into their own hands. They chose a Catholic writer and told us that we "should" write a book, because if not, many others books would be written and the truth would become what was going to be written in those pages and not the real truth.

It took me three years to write my book and obviously I was able to reflect on the events and behaviours with a clear mind and probably with a more mature vision. There are things that even the passing

Ein Aspekt, den die Leute vielleicht vergessen, ist, dass sie alle hauptsächlich Rugbyspieler waren. War es mehr die körperliche oder die mentale Stärke, die Ihnen geholfen hat, durchzukommen?

Rugby ist kein Sport, es ist eine Religion. Es gibt so viele Mannschaftssportarten auf der Welt, aber keine ist wie Rugby. Es ist die einzige Mannschaftssportart der Welt, bei der der Spielernamen nicht auf der Rückseite des Teamtrikots steht. Wir sind alle gleich, keine Stars. Man beschützt seinen Teamkollegen mehr als in jeder anderen Sportart. Natürlich denke ich, dass wir mehr Chancen hatten als z.B. Mitglieder einer Philharmonie oder des Gartenclubs. Ja, die körperliche Stärke war ein Vorteil, aber wenn ich zurückblicke, war die mentale Stärke wichtiger. Um die Qualen, die Kälte, die Depression und dann die 10-tägige Durchquerung der Anden zu ertragen, brauchte ich etwas, von dem ich nicht wusste, dass ich es hatte. Ich hatte etwa 40 Kilo abgenommen, und das zu versuchen, was wir getan haben, ist ohne einen starken Geist nicht möglich. Aber das ist ein Rückblick, zu der Zeit konnte ich nicht an die mentale Stärke denken. Ich wusste, dass ich eine Überlebenschance von 0,00001 % hatte und dass ich klettern und dort rausgehen musste, wenn ich überleben wollte.

Ich war mir nicht einmal bewusst darüber, was Widerstandsfähigkeit ist. Ich war von etwas gesteuert, was ich heute „Reptilienhirn“ nenne. Wie ein Insekt oder eine Schlange handelte ich nur geleitet von Impulsen und der Angst.

Es schien als ob die meiste Zeit, alle ziemlich gut miteinander auskamen. War das der Fall?

Die Art und Weise, wie wir uns in diesen 72 Tagen unter den extremsten Überlebensbedingungen untereinander verhielten, war die Grundlage unseres Überlebens. Es gab nie Feindseligkeiten. Wir sagen immer, dass wir nie so gut waren wie in den Anden. Vielleicht war es ein unbewusster Gedanke, dass wir, wenn wir sterben würden, wenigstens als gute Menschen sterben sollten.

Apropos Geschichtenerzählen, warum denken Sie, hat Roberto Canessa seine eigene Version der Geschichte geschrieben und was sind die Hauptunterschiede zwischen beiden Berichten?

Viele der Überlebenden haben Bücher oder Artikel geschrieben. Jeder hat seine eigene Geschichte, die er drucken lassen wollte, um etwas Eigenes zu haben. Ich wollte meinem Vater nur ein Buch als Geschenk schreiben, nichts veröffentlichen oder Erklärungen zu den Ereignissen



Das Rugby-Team verbrachte 72 Tage gefangen in den Bergen.
The rugby team spent 72 days trapped in the mountains.

of time can't erode. Don't get me wrong, the Andes ordeal does not haunt me at all, but the cold, the sound of our steps on the snow, the grey days and the emotions... if I stop and think, I can remember them very well. Luckily I mostly did it when I was writing!

"Alive" is the perfect clinical description of what happened there, an incredible documentary. My book, I think, is rich with personal feelings and my view of those events.

Why did you feel the need to write your version? What new insights did you want to share?

Actually, I didn't feel that I had to share anything. My book was initial-

ly a present to my father, Seler, for his 90th birthday. I never thought that the book was going to be a bestseller and translated into 15 languages.

After a life filled with an astonishing range of events, from the most incredible family happiness and success to the most cruel of situations, I wanted a great present for my father's birthday. I thought about giving him a nice cruise, a car, a work of art, etc, but he had everything and at 90, most things are superfluous. So I figured that writing a book for him would be the best present. A book where, if you read between the lines, you will see that everything he had taught me saved my life in the Andes. He was the most

pragmatic man that I ever met and he taught me that pragmatism is the only reality. All the rest is theory. He never knew that I was writing the book and for three years I kept writing on my computer and saving them under "Book". Finally I had enough material for three books, but with the help of my friend and great writer Vince Rause, we edited and rearranged the chapters and the book was finally published by Crown, all over the world.

On my father's 90th birthday, I went to his house and gave him a first edition hard cover. He was surprised and asked me, "What is this book about?" I replied, "Just read it". A few days later, he embraced me with the same warmth and

strength as when he embraced me when we were reunited after the rescue. "Thanks. I love you so much," were his words and for me it was the best present I have ever given in my life.

In the first book, which was made into a movie, you come out a hero. It's been said that your hope and will to live inspired those around you. Do you recall feeling that hopeful?

When I speak with my survivor friends - we call ourselves "brothers" - they tell me that I always inspired trust and confidence in them and that they knew that I was going to get out of there somehow. I wish that they could have seen inside my



hinzufügen. Die Tatsache, dass mein Buch in 15 Sprachen übersetzt wurde, überstieg meine Absichten oder Erwartungen. Als ich anfang mein Buch zu schreiben, dachte ich, dass ich es selbst veröffentlichen müsste, vielleicht in einer Auflage von 100 Exemplaren, und es meinem Vater und Freunden schenken würde.

Einige Bücher spiegeln ein gewisses „Ego“ wider und manche Situationen werden so beschrieben, wie ich sie bisher nicht gesehen habe, oder sie beschreiben Charaktere, die durch die Zeit oder das Erzählen von Geschichten so oft verzerrt wurden, dass man selbst anfängt, daran zu glauben. Oftmals sage ich, dass ich bei einem anderen Flugzeugabsturz war! Es gibt nur eine echte, wahre Geschichte, die man im Buch „Alive“ von Piers Paul Read lesen kann... Wir alle kennen sie. Alle anderen Bücher sind mit persönlichen Gesichtspunkten behaftet, vielleicht sogar meines.

Aber nun ist dazu genug gesagt.

In der ersten Nacherzählung bildeten Roberto und Sie ein grossartiges Team. Ist es wirklich auf Sie beide zurückzuführen, dass die Gruppe zusammengehalten hat, sowohl bei der Entscheidung über unsere Proteinquelle als auch später als es darum ging, sich auf den gefährlichen zehntägigen Weg zur Rettung zu begeben?

Obwohl wir in Charakter und Persönlichkeit sehr unterschiedlich sind, hatten wir grosses Einfühlungsvermögen und konnten sehr gut zusammenarbeiten. Sollte ich mich jemals in ei-

ner kniffligen Situation befinden, ist die Person, die ich neben mir brauche Roberto. Ich denke, dass wir den Ernst unserer Situation wirklich verstanden und dass wir uns aufeinander verlassen haben, ohne wirklich darüber zu sprechen.

Da ich so pragmatisch war, wusste ich, dass der einzige Weg Zeit zu gewinnen und zu überleben darin bestehen würde, auf den Sommer zu warten und die Leichen zu essen. Roberto, der Medizin studierte, war sich dessen ebenfalls sofort bewusst. Aber die Situation war so extrem, dass ich sicher bin, dass alle Jungs zur gleichen Zeit zum gleichen Schluss gekommen sind.

Ich wusste, dass die einzige Möglichkeit zu Überleben in unseren Händen lag, und ich traf die Entscheidung zu gehen sehr früh, aber ich musste warten bis der Sommer kam. In den folgenden Wochen sprach ich mehrmals mit Roberto und bat ihn mit mir zu kommen. Ich hatte grosse Angst, da ich diesen Weg nicht alleine schaffen würde. Es dauerte mehrere Wochen, aber er verstand schliesslich, dass wir nicht ewig am Wrack bleiben konnten, und stimmte zu, mich zu begleiten. Wenn ich zurückblicke und über die Zeit nachdenke, sehe ich Roberto und mich viel arbeiten und jede Expedition unternehmen. Die meisten anderen Überlebenden befanden sich im Inneren des Flugzeugwracks und entfernten sich nie mehr als 30 Meter davon.

Hat Ihnen die Zugehörigkeit zu einem Team in Ihrem Leben geholfen? Oder glauben Sie, dass wir uns nur auf uns selbst verlassen müssen?

Beides ist wichtig. Beim Sport oder in der Arbeit ein gutes Team zu haben, ist entscheidend für den Erfolg. Ich glaube an ein gutes Team und habe meine Prinzipien aus den An-den stets auch in meinem Unternehmen ver-folgt. Ich glaube an meine Leute und vertraue ihnen. Vertrauen ist so wichtig. Mein erster Kameramann bei meiner Fernsehgesellschaft ist seit 36 Jahren bei mir und ist heute mein Manager. Meine Sekretärin Sandra arbeitet seit 26 Jahren für mich. Aber wenn es darum geht wichtige Entscheidungen zu treffen, sind Sie allein und müssen sich nur auf Ihre Erfahrungen und Intuitionen verlassen. Jeder Einzelne muss sich zu bestimmten Zeiten auf sich selbst verlassen können, er muss sein eigenes Leben führen und Entscheidungen treffen, das ist dem Menschen innewohnend. Es sei denn, man lebt in einem kommunistischen Land!

Im Film ist der Augenblick des Absturzes selbst für die Zuschauer erschütternd. Welche Änderungen wurden an dieser Flugroute oder an den Sicherheits- und Rettungsmaßnahmen seither vorgenommen?

Die Absturzszene im Film ist sehr real dargestellt. Ich erinnere mich nur bis zum Moment des ersten Aufpralls daran, dann bin ich in Tausendstelsekunden gestorben. Ab dem Moment kann ich mich an nichts mehr erinnern, erst wieder ab dem vierten Tag, als ich aus meinem Koma erwacht bin.

Diese Flugroute ist sehr sicher und wird jeden Tag von vielen Flugzeugen geflogen. Heutz-



Die majestätischen, aber tödlichen Anden, der Ort des Absturzes.
The majestic yet deadly Andes, sight of the crash.

Fernando Parrado fasziniert das Publikum auf der ganzen Welt mit Geschichten über das erlebte Unglück und was er daraus gelernt hat.
Fernando Parrado mesmerizes audiences around the world with tales of his ordeal and what it taught him.

mind! I was so afraid that I could not stop shaking. I felt that we were in very serious trouble and would most probably die. How I was going to die consumed my thoughts. Starvation? Freezing? Falling through a crevasse? If I was desperate, I can only imagine what they were going through.

The only thing that I was sure about, was that I was going to die, but I was going to die fighting for my life. As long as I was breathing, there was hope. I would carry on until I could not breathe anymore. I was pragmatic and because of that, I think that I saw the cruel reality before my friends did and I acted according to what my father had taught me. "Do and then pray later. Panic kills you, fear saves you." I remember always trying to help the others. I can't explain why, maybe because if we were going to die, at least let me die doing something good.

One of the most fascinating aspects is how as a team, you were there for each other in this game of life & death.

I sincerely think that we were a very homogenous group. Most of us came from the same school, same background, same religion, same neighbourhood and were very much sport oriented. Fifteen minutes after the crash, we already had a leader (Marcelo Perez del Castillo, the team captain) and were acting as a team. I have thought many

times, that had this crash occurred on a commercial airliner, probably no one would have survived. The actions taken during the first two to three hours after the crash allowed us to survive for two and a half months.

On a commercial flight, where you have different ages, languages, religions, education, characters, people travelling alone, people with their families...it would have been very hard to find a leader to take action and we would probably have all frozen to death on the first night. In our ordeal, there was absolutely no violence ever - there was friendship and love. I believe the case would have been different with strangers, especially when forced to make extreme survival decisions. The best or worst human behaviours arise during these situations.

One aspect people may forget is that you were mostly rugby players. Was it more that physical strength or the mental strength that helped you pull through?

Rugby is not a sport, it's a religion. There are so many team sports in the world, but none like rugby. This is the only team sport in the world where the name of the player is not printed on the back of the team jersey. We are all the same, no stars. You protect your teammate beyond what happens in any other sport. Obviously, I think that we had more chances than members of a philharmonic orchestra or the garden club.

Yes, physical strength was a bonus, but if I look back the mental strength was more important. To withstand the agony, the cold, the depression and then 10 days traversing the Andes, required something that I didn't know I had. I had lost about 40 kilos and to attempt what we did, is not possible without a strong mind. But this is looking back, at the time I could not think about mental strength. I knew that if I wanted to live, I had a 0.00001 % chance and I had to climb and get out of there. I was not even aware of what resilience was. I was immersed in what I now call "reptile brain", I only acted according to stimulus, to fear, like an insect or a snake.

The majority of the time it seemed that everyone was getting along fairly well ...was that the case?

The way we behaved with each other for those 72 days, under the most extreme survival conditions, is the basis of our survival. There was never animosity. We always say that we were never as good as we were in the Andes. Maybe it's an unconscious thought that if we're going to die, at least let's die being good people.

Speaking of storytelling, why do you think Roberto Canessa wrote his own version, and what are the main differences in accounts?

Many of the survivors wrote books or essays. Each one has their own story and wanted to print it and have something of their own. I only wanted to write a book as a present to my father, not to share anything or provide more explanations of the events. The fact that it was translated into 15 languages goes beyond what I expected or needed. When I started writing my book, I thought that I would have to publish it myself, maybe 100 copies, and give them to my father and friends.

Some books are a bit egotistical and some situations are described in ways in which I never saw them, or where personalities have been distorted over time or through telling stories so many times, that the writer starts to believe them. Many times I tell them that I was on another plane crash! There is only



tage haben alle Flugzeuge Leuchtraketen an Bord und sind mit einer sehr fortschrittlichen Ortungstechnologie ausgestattet.

Sie haben sich in verschiedenen Bereichen sehr gut behauptet. Wie haben diese Ereignisse Ihre Denkweise, Ihr Leben und Ihre Arbeit geprägt?

Ich würde es anders formulieren. Wahrscheinlich sind es die Entschlossenheit und der Pragmatismus, die ich vor dem Absturz hatte, die mir erlaubt haben, dort zu überleben. Ich habe einfach immer wieder auf die gleiche Weise gelebt und die gleiche Entschlossenheit auf die Dinge angewendet. Meine Frau sagt, dass mein IQ sehr niedrig ist, aber dass ich sehr zielstrebig und belastbar bin und dass ich immer bekomme, was ich will, auch wenn es lange dauert. Vielleicht habe ich nie einen philosophischen Wandel durchgemacht und war immer derselbe.

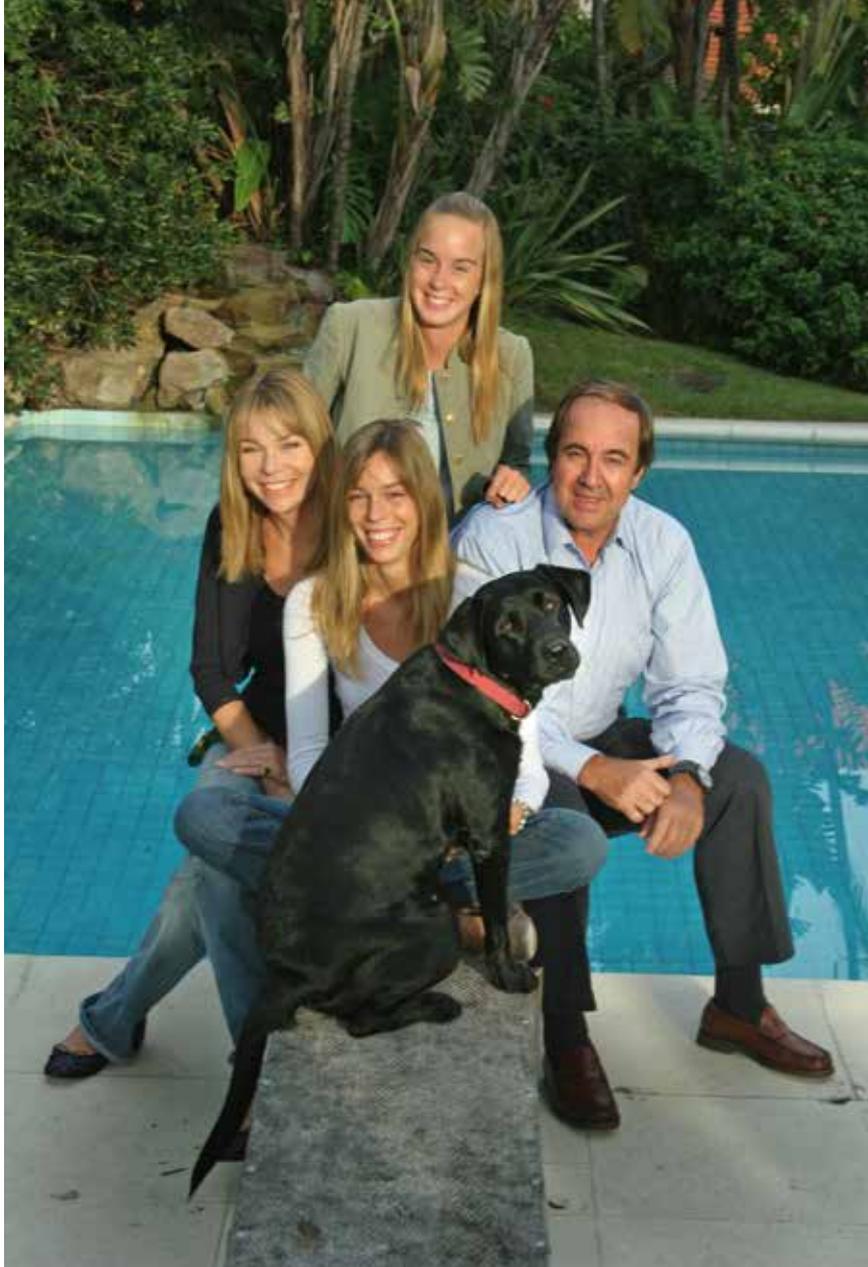
In dem Moment, in dem alle wussten, dass die Suche beendet war, was haben Sie da gesagt / gefühlt / getan? Wie ging es den anderen?

Ich bin vor Angst erstarrt. Eine Zeit lang reagierte mein Gehirn nicht. Es ist unmöglich auszudrücken, was man fühlt, wenn man zum Sterben verdammt ist. Aber dann vergehen die Stunden und man muss sich mit der Situation auseinandersetzen. Keine Hoffnung. Die Hoffnung verlängerte nur die Qualen. Die Realität ist so hart. Nicht einer deiner besten Tage... Ich wusste an diesem Tag, dass wir verloren waren. Einige der Jungs weinten leise, andere umarmten sich. Ich sass im Rumpf und wollte aus diesem Alptraum erwachen... aber es war kein Alptraum.

An dem Tag, als Sie entschieden haben zu essen, um zu leben, wie haben Sie sich da gefühlt? Ruhig? Traurig? Wütend?

Ich hatte keinen dieser Gedanken. Da war nur ein „Das ist es, was wir tun müssen, also lasst es uns tun“. Wieder pragmatisch. Für einige Menschen ist es schwer zu verstehen, wie man Leichen essen kann, um zu überleben, aber als der weltweit Erfahrenste auf diesem Gebiet kann ich Ihnen sagen, dass jeder in dieser Situation zu der gleichen Entscheidung gekommen wäre. Theorie ist eine Sache, Realität eine andere.

Hunger ist unsere grösste Urangst. Hunger wird nie auftreten, wenn die Situation nicht real ist. Es ist nicht wie Fasten, das testet nur den Willen, den Kühlschrank nicht zu öffnen. Nicht zu wissen, wann man wieder essen wird, ist die schlimmste Angst, die man sich vorstellen kann, und man wird die tiefe Angst vor Hunger nicht verstehen, bis der Körper anfängt, sich von sich selbst zu ernähren. Wenn Muskeln, Fett, Leber in Energie umge-



Fernando lebt mit seiner Familie in Uruguay.
Fernando lives in Uruguay with his family.

wandelt werden und man es selbst spürt. Es ist beängstigend.

Es ist seltsam und gewissermassen beruhigend, wie sich Menschen an das Entsetzen gewöhnen. Nach ein paar Tagen war der Kampf gegen die Kälte und den Durst wichtiger.

Im Film wird die Wanderung etwas schönigt. In Wirklichkeit war das eine unglaubliche Reise.

Die Wanderung? Es war eine der unglaublichsten Bergüberquerungen in der Geschichte des Bergsteigens. Das Budget, um diese zu filmen, reichte nicht aus, also wurde sie einfach mit Bildern eines Hubschrauberflugs dargestellt.

Mit unserer Unwissenheit war es Wahnsinn das zu wagen. Hätten wir jedoch gewusst, was uns bevorsteht, hätten wir den Rumpf nie verlassen. Wir dachten, dass wir 8 Kilometer von der Rettung entfernt waren, tatsächlich waren es etwa 85 Kilometer.

Eine meiner härtesten Errungenschaften im Leben war es, Roberto zu überzeugen nach Westen zu gehen... er wollte nach Osten gehen. Aber hier sind wir, lebendig und mit unseren Familien, also war es der richtige Weg!

Welche waren die interessantesten Momente dieses Weges?

Ich könnte sicherlich sagen, dass die ganzen 10 Tage „interessant“ waren! Aber die, die ich nie vergessen werde, waren die, als ich den ersten Gipfel erreichte und nach Westen blickte. Ich erwartete von dort eine kleine Stadt und Strassen zu sehen aber ich erkannte, dass ich mitten in den Anden war. Auf dem Gipfel traf ich eine der grössten Entscheidungen meines Lebens: Ich beschloss, dass ich bei diesem Rettungsversuch sterben würde. Es war wie eine Art langsamer Selbstmord.

Wir haben uns 10 Tage lang gegenseitig angetrieben. Er war der Beste. Wir waren ein grossartiges Team, denn ich war wie ein Zug, ich wollte nicht anhalten, ich ging wei-

one real true story, and it can be read in the book "Alive" by Piers Paul Read...we all know it. All other books are tinted with personal points of view, maybe even mine.

Enough said.

In the early recounting, you and Roberto made a great team. Did it really come down to the two of you to pull the team together for both the source of protein and, later, the decision to head out on that perilous 10-day trek to safety?

Although we are quite different in character and personality, we had great empathy and were able to work very well together. If I'm ever in a tricky situation of any sort, the person I need beside me is Roberto. I think that we truly understood the depth of our situation and we relied on each other without really talking about it.

Being so pragmatic, I knew that the only way to gain time, wait for the summer and to survive, would be by eating the dead bodies. Roberto, who was studying medicine, instantly knew the same through another channel of thought. But the situation was so extreme, that I'm sure that all the boys reached the same conclusion around the same time.

I knew that the only possibility of survival was in our hands and I made the decision to leave very early on, but I had to wait for the summer to arrive. Throughout the following weeks I spoke with Roberto many times, asking him to come with me. I was very afraid, as I could not attempt the escape alone. It took me several weeks, but he finally understood that we could not stay by the fuselage indefinitely and he agreed to come. If I look back and reflect on the ordeal, I see Roberto and I doing a lot of the work and going out on every expedition. Most of the other survivors were inside the fuselage and never strayed 30 metres from it.

Has being part of a team helped you in your life? Or do you feel that people must rely on themselves?

Both are important. Having a good team in sports or business is essential for success. I believe in a good team and have applied the same principles of the Andes to my businesses. I believe in my people and trust them. Trust is so important. The first cameraman at my TV company has been with me for 36 years and is now my manager. My secretary Sandra has been with me for 26 years. But then when it comes to making important decisions,

you're alone and must rely only on your experience and intuition. Every individual has to rely on themselves at certain times; they must lead their own life and make decisions, this is inherent to human beings. Unless you live in a communist country!

In the movie, the crash scene is jolting even for us viewers. Do you know what changes have been made to the flight path or to safety & rescue measures since that event?

The crash scene in the movie is very real. I only remember it up to the moment of the first impact and then, in a thousandth of a second, I died. I can't recall anything until four days later when I awoke from my coma.

That flight path is very safe and is flown every day by many planes. Nowadays, all planes carry beacons and very advanced location technology.

You have done exceedingly well for yourself in a variety of fields. How those events shaped your way of thinking, of living, of working?

I would put it in another way. Probably the determination and pragmatism that I had before the crash is what allowed me to survive there.

I have just kept living in the same way and applying the same determination to things. My wife says that my IQ is very low, but that I'm very determined and resilient and that I always get what I want, even if it takes a long time. Maybe I never had a philosophical change and was always the same.

The moment you all found out that the search had ended: what did you say/feel/do? What about the others?

I froze in fear. My brain did not react for some time. It's impossible to express what you feel, when you are condemned to die. But then the hours go by and you have to deal with the situation. No hope. Hope only prolongs the agony. Reality bites so hard. Not one of your best days...I knew that day, that we were doomed. Some of the guys cried silently, others embraced. I sat inside the fuselage and wanted to wake up from that nightmare...but it was not a nightmare.

That first day, when you decided to eat to live – were you quiet? Sad? Angry?

None of those thoughts. Instead it was 'This is what we have to do, so let's do it'. Pragmatic again. For some people, eating the dead

ter und weiter und weiter während Roberto mich teilweise zurückhielt. Es war eine perfekte Teamarbeit, denn sonst wäre ich in den ersten Tagen ausgebrannt gewesen. Die letzten beiden Tage waren hart, weil wir uns in einem Zustand der Schwäche befanden, der schrecklich war. Glücklicherweise haben wir Hilfe gefunden, denn wir hätten keinen weiteren Tag mehr wandern können.

Beschreiben Sie den Moment, als Sie sich in Sicherheit befanden. Als Sie Ihren Vater und Ihre ältere Schwester gesehen haben, zu Hause waren.

Ich bräuchte dafür ein ganzes Kapitel, aber wenn ich es zusammenfasse, dann kann ich mich daran erinnern, dass die folgenden die besten Momente waren:

a) Der Moment, in dem ich den Landwirt sah. Ich wusste damals, dass ich ein Leben haben würde und

b) als ich den Rettungshubschrauber zum

Unfallort führte und meine Freunde lebend sah.

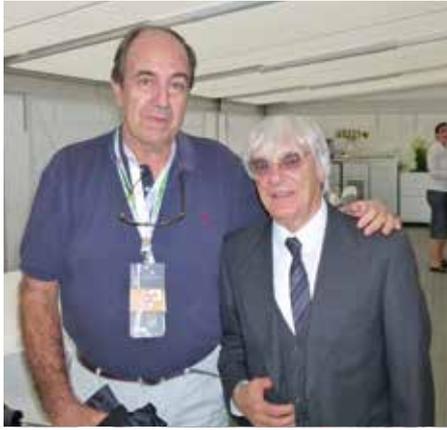
c) 1972 gab es keine Handys, kein Internet oder was auch immer. Es war eine prähistorische Ära, also dauerte es anderthalb Tage bis mein Vater die Rettungsstelle erreichte und erst als er mich in die Arme schloss, konnte er fragen, ob meine Mutter und meine Schwester noch am Leben waren. Heutzutage kann man diese Dinge sofort klären.

d) Mein Hund Jimmy, mein Freund, der jeden Morgen mit mir am Strand lief und in meinem Bett schlief, war durch eine schreckliche Zeit gegangen. Eines Tages ging ich weg und kam nicht wieder zurück. Niemand sagte ihm, dass ich gestorben sei. Fast drei Monate lang war er deprimiert und traurig. Als ich bei meiner Rückkehr die Tür öffnete, lag er auf dem Boden und als er mich sah, standen seine Ohren auf, seine Augen weiteten sich und er rannte auf mich zu, sprang an mir hoch und schrie und schrie wie ein Mensch. Ich glaube, dass er vor Freude geweint hat. Er

wollte für die nächsten Tage nicht von meiner Seite weichen. In der Tat eine grossartige Erinnerung.

Warum glauben Sie, dass diese Geschichte so viel Resonanz findet und nach all den Jahrzehnten immer noch faszinierend und eigenartigerweise ermutigend ist?

Dies ist eine Geschichte, die fast unmöglich zu wiederholen ist. Heutzutage würde die Technologie mit GPS und Smartphones (die sich in jeder Passagiertasche befinden würden) das Auffinden des Flugzeugs zu einer Frage von Minuten machen. Es ist eine Geschichte wie die der Beatles: Sie wird mit der Zeit besser, weil sie nicht wiederholt werden kann, sie beinhaltet alle Zutaten, die sie einzigartig macht. Die Menschen hören gerne davon, erleben oder beantworten gerne die Frage, die ihnen am Herzen liegt: Wie hätte ich in einer solchen Situation reagiert? Sie wollen es wissen, aber ohne es zu erleben.



Prominente aus der Welt des Sports und des Films gehören zu Fernando's zahlreichen Fans.
Celebrities from the world of sport and film are among Fernando's many fans.

Wie waren die letzten 10 Tage bevor Sie sich auf den Weg gemacht haben?

So viele Gedanken gingen mir durch den Kopf. Ich wusste, dass ich ziemlich schwach wurde und ich wusste, dass ich die Flucht versuchen musste, bevor es zu spät war. Es gab ausserdem fast keine Leichen mehr. Was würde „nach dem letzten Körper“ passieren? Ich wollte nicht dabei sein. Ich drängte Roberto immer wieder dazu zu gehen. Ich spürte, dass ich mich einem Punkt ohne Rückkehr näherte. Am letzten Tag, als ich die Entscheidung getroffen hatte am nächsten Morgen aufzubrechen, konnte ich nicht schlafen. Ich wusste nicht, ob ich am nächsten Morgen den Mut haben würde. Aber die Angst vor den Folgen des Verbleibens im Rumpf half mir bei der Entscheidung und ich entschied mich, das Band zu meinen Freunden und dem Flugzeugwrack zu durchtrennen. Sie blieben mit grossen Hoffnungen, die nach dem dritten Tag starben, zurück. Ich wollte in zwei Tagen mit den Rettungskräften zurück sein und 10 Tage später war ich immer noch nicht wieder zurückgekehrt. Sie dachten, dass wir gestorben seien und ich kann nur oberflächlich nachempfinden, was sie wohl gedacht und getan haben.





bodies to survive is hard to understand, but being the most experienced in this subject in the world, I can tell you that anybody in the same situation would have arrived at the same decision. Theory is one thing, reality is another.

Hunger is our most primal fear. Hunger will never be experienced, unless the situation is real. It's not like fasting, that only tests your will not to open the fridge. Not knowing when you will eat again is the worst fear you can imagine and you will never understand the deep anxiety of hunger until your body starts to feed upon itself. When muscles, fat and liver are turned into energy and you feel it. It is scary.

It is strange and in a way reassuring, how humans get used to horror. After a few days, fighting the cold and thirst was more important.

In the movie, the hike is almost glossed over. In reality, that was an incredible journey.

The hike? It was one of the most incredible mountain crossings in the history of mountaineering. For the movie, they didn't have the budget to film it, so they did it with images from a helicopter flight.

It was madness to undertake it, with a lot of ignorance dropped in as well. Had we known what we were going to face, we would have never left the fuselage. We thought that we were 8 kilometres away from safety, when we were actually about 85 kilometres away.

Well, one of my toughest achievements in life, was convincing Roberto to go West...he wanted to go East. But here we are, both alive and with our families, so it was the right way to go!

What were some of the interesting moments from the hike?

I could surely say that the full 10 days were "interesting"! But the one I will never forget, was when I reached the first summit and I looked to the West. I expected to see a small town and roads and I realised that I was in the middle of the Andes. At the summit I took one of the biggest decisions of my life: I decided that I was going to die trying. It was like a sort of slow suicide.

We kept pushing each other for 10 days. He was the best. We made a great team as I was like a train, I did not want to stop, I kept going and going and Roberto held me back in some parts. It was

perfect teamwork, because if not I would have been burnt out the first days. The last two days were hard because we were coming to a state of weakness that was horrible. Luckily we found help, because we couldn't have trekked one more day.

Describe the moment you reached safety. When you saw your father. Older sister. Home.

I would need a whole chapter for this, but to summarise I can recall that the best moments were:

a) The instant that I saw the peasant. I knew then that I would have a life.

b) When I guided the rescue helicopter to the site of the crash and saw my friends alive.

c) In 1972, there were no mobile phones, Internet or WhatsApp. It was a prehistoric era, so it took my father a day and a half to reach the rescue site and it was only when he embraced me that he was able to ask if my mother and sister were alive. Now, these things are dealt with instantly.

d) My dog Jimmy, my friend who ran with me on the beach every morning and slept in my bed, had been through a horrible time. One

day I left and never came back. Nobody told him that I had died. For almost three months he was depressed and sad. When I opened the door upon my return, he was lying on the floor and when he saw me, his ears stood up, his eyes widened and he ran towards me, jumping up to my shoulders and screaming and shouting like a human being. I believe that he was crying of joy. He did not want to leave my side for the next few days. A great memory indeed.

Why do you feel this story resonates so much and is still fascinating and strangely uplifting after all these decades?

This is a story that is almost impossible to repeat. These days, technology with GPS and smartphones (which would be in every passenger's pocket) would make finding the plane a question of minutes. It's a story like the Beatles story, it gets better with time, because it can't be repeated. It has all the ingredients that make it unique. People like to hear about it, like to experience or answer the question that lies in their hearts: How would I have reacted in a situation like that? They want to know, but without experiencing it.



Fernando und seine Familie würdigen diejenigen, die das Unglück nicht überlebt haben.
Fernando and his family paying respects to those that perished

In den Momenten, als sie alle mit dem Sterben konfrontiert wurden, haben Sie da irgendwelche Geständnisse gemacht oder Geheimnisse verraten? Sie waren viel zu jung für Reue, aber haben Sie und Ihre Freunde daran gedacht, was sie vermissen würden... Oder gab es derartige Gedanken nicht, um positiv und hoffnungsvoll zu bleiben?

Abgesehen von dem Gedanken davon wie ich sterben würde, gab es den, dass mich im nächsten ruhigen Moment jemand im Wrack verzehren könnte. Ich wusste, dass es ein Mädchen auf der Welt gibt, das ich nie treffen würde, weil ich sterben würde. Hätte ich das Flugzeug nicht bestiegen, hätte ich sie getroffen, mich verliebt und eine Familie gegründet. Ich würde nie die Freude an der Liebe und am Kinderkriegen erleben.

Ein professioneller Rennfahrer.... eine der gefährlichsten Sportarten. Hatten Sie keine Angst mehr vor dem Tod?

Mein Vater war der Gründer der uruguayischen Racing Drivers Association. Seit ich sehr jung war, nahm er mich mit auf die Rennstrecken. Sein Leben drehte sich um Rennwagen und Motorräder. Als ich 17 oder 18 Jahre alt wurde, wollte ich natürlich sehr gerne Rennen fahren, aber ich traute mich nicht. Für mich

waren Rennfahrer Superhelden, ich liebte den Geruch von Rennöl und die Geräusche, aber ich habe mich nicht getraut, selbst Rennen zu fahren.

Als ich von den Anden zurückkam, sagte ich mir, dass ich fast gestorben wäre, ohne etwas auszuprobieren, das mir in meinem Leben sehr wichtig war. Es hätte der Wunsch sein können Arzt, Schreiner, Zahnarzt, Architekt oder Gärtner zu werden... aber, nein...es waren Rennwagen. Also begann ich mit dem Rennsport und gründete mein eigenes Team. Es war nicht so, dass ich keine Angst vor dem Tod hatte oder dass ich unsterblich war. Es ging darum, das zu erreichen, was mir wichtig erschien. Es war eine so grossartige Entscheidung, denn durch den Rennsport fand ich die Liebe meines Lebens, meine Frau Veronique.

Als Fernsehpersönlichkeit konnten Sie wieder selbstbewusst auftreten. War das ein weiteres Beispiel für Furchtlosigkeit nach dem Überleben?

Ich liebe Filme und irgendwann in meinem Leben wollte ich Filme produzieren, aber das war in einem kleinen Land wie Uruguay sehr schwer umzusetzen, besonders in den 80er Jahren. Am nächsten kam diesem Wunsch die Fernsehproduktion und so begann ich, Sportprogramme zu produzieren. Daraus entwickelte sich ein TV-Unternehmen, das Inhalte für



Ein Blick auf die Berge, die Fernandos Zukunft prägten.
Looking back at the mountains that shaped Fernando's future

What were the last 10 days before you set off on your journey like?

So many thoughts went through my mind. I knew that I was getting quite weak and had to attempt the escape before it was too late. Also there were almost no more bodies. What would happen then? When the last one was done. I did not want to be there. I kept urging Roberto to leave. I sensed that I was approaching a point of no return. On the last day, when I had taken the decision to leave the next morning, I couldn't sleep. I didn't know whether I would have the courage in the morning. But the fear of the outcome of staying in the fuselage helped my decision and I broke the umbilical cord with my friends and the fuselage. They stayed back with big hopes that died after the third day. I was going to be back with rescuers in two days and 10 days later I had not returned. They thought that we had died, and I can only grasp the surface of what they were thinking and living.

As you all faced mortality, any confessions, any secrets exchanged? You were all too young for regrets, but what

did you and others believe they would miss...Or did you not think about that in order to stay positive and hopeful?

Besides how I was going to die, one other thought consumed me every quiet moment in the fuselage. I knew that there was a girl in the world that I would never meet, because I was going to die. Had I not boarded that aeroplane, I would have met her, fallen in love and had a family. I would never experience the joy of love and having children.

As a professional race car driver...one of the most dangerous sports, were you no longer afraid of death?

My father was the founder of the Uruguayan Racing Drivers Association. He took me to racetracks since I was very young, and his life revolved around racing cars and motorcycles. Obviously, when I turned 17 or 18. I wanted to race very much, but I didn't dare. I saw racecar drivers as superheroes, I loved the smell of racing oil and the sounds...but I did not dare to do it.

When I came back from the Andes, I said to myself that I had almost died without trying something which was very important in

my life. It could have been being a doctor, a carpenter, a dentist, an architect, or a gardener...but, no...it was racing cars. So I started racing, and created my own team. It was not that I was not afraid of death, or that I was immortal. It had to do with achieving what I thought was important for me. It was such a great decision, because through racing I found the love of my life, my wife Veronique.

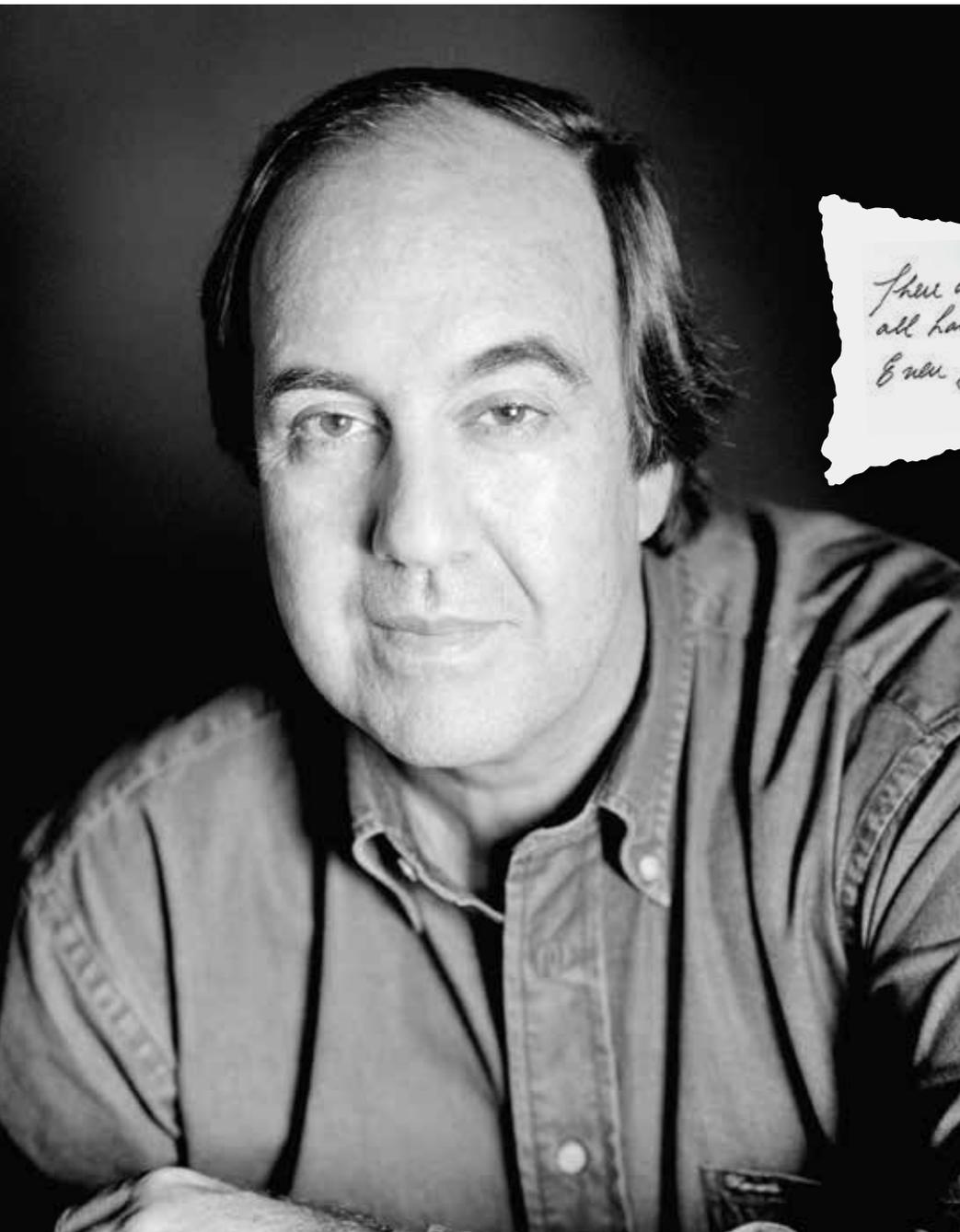
As a television personality you were again confident to speak up, was this another example of fearlessness after surviving?

I love movies and at some point in my life, I wanted to produce films but this was very hard to do in a small country like Uruguay, especially in the 80's. The closest thing was television production and I started creating sports programmes which then developed into a television company that produced content for TV stations. My company became very successful, producing five different programmes every week. I saved a lot of money working very hard and doing the work of 10 people. As I did not want to pay for a presenter, I did the intros myself for several of my programmes and

paid myself a very good salary! My wife Veronique was responsible for all the financial aspects of the company and also presented two of my TV programmes for 22 years. I look back and see that we had a lot of fun working together.

About yourself before the crash, you said: "I lived for the moment, drifting with the tide, waiting for my future to reveal itself, always happy to let others lead the way." How did the events turn you into a leader?

If you can define what a leader is, maybe I can answer the question. I always listened and did not talk much, but when the time came – every time I can recall in my life - I always decided by myself and went where I wanted to go. Perhaps I was not the leader of the pack in my youth, but I was not in the background either. I just took my time and knew when to act. I paced myself and I think that I behave the same way now. Maybe I did not change and people have changed the way they see me, and because of the results of some things in my life, they translate that into leadership.



*There are moments in life, when we
all have a mountain to climb...
Even if we do not see it.
Fernando*

Ein Beispiel für die vielen Lektionen, die Fernando durch den Unfall und das Überleben gelernt hat.
An example of the many life lessons the crash and survival taught Fernando.

Fernsehensender produzierte. Mein Unternehmen wurde sehr erfolgreich und produzierte jede Woche fünf verschiedene Programme. Ich habe viel Geld gespart, indem ich sehr hart gearbeitet und die Arbeit von 10 Leuten erledigt habe. Da ich für einen Moderator nicht bezahlen wollte, habe ich die Intros für mehrere meiner Programme selbst gemacht und mir ein sehr gutes Gehalt bezahlt! Meine Frau Veronique war für alle finanziellen Aspekte des Unternehmens verantwortlich und präsentierte 22 Jahre lang zwei meiner TV-Programme. Wenn ich zurückblicke, sehe ich,

dass wir viel Spaß an der Zusammenarbeit hatten.

Sie sagen über sich selbst vor dem Unfall: „Ich lebte für den Moment, trieb mit der Flut, wartete darauf, dass sich meine Zukunft offenbarte, zufrieden damit, mir den Weg von anderen weisen zu lassen.“ Inwieweit hat Sie dieses Ereignis zu einer Führungsperson gemacht?

Wenn Sie definieren können, was eine Führungsperson ist, kann ich Ihnen die Frage vielleicht beantworten. Ich habe immer zugehört und nicht viel geredet, aber wenn

die Zeit kam - jedes Mal, wenn ich mich in meinem Leben erinnere - habe ich mich immer selbst entschieden und bin hingegangen, wohin ich gehen wollte. Vielleicht war ich in meiner Jugend nicht der Rudelführer, aber ich war auch nicht im Hintergrund. Ich nahm mir einfach Zeit und wusste, wann ich handeln musste. Ich bin meinen Weg gegangen und denke, dass ich mich auch heute noch genauso verhalte. Vielleicht habe ich mich gar nicht verändert, sondern nur die Art und Weise wie die Menschen mich sehen ist eine andere, da sie die Resultate von gewissen Dingen, die ich in meinem Leben getan habe als „Führung“ definieren.

EDEN

el jardín

We are gardeners with passion.
Wir sind Gärtner aus Leidenschaft.



Gartenarchitektur ■ Garten- und Landschaftsbau ■ Gartenpflege

Garden and Landscape Design ■ garden construction ■ garden maintenance

Mallorca EDEN jardín SL
Calle Conquistador No. 8 bajos · 07001 Palma de Mallorca · Spain
T: +34 971 674 306
info@mallorca-eden.com

www.mallorca-eden.com



GIGANTISMUS AUF DEN WELTMEEREN

Die Top 5 der längsten Motoryachten der Welt

von Lutz Deckwerth

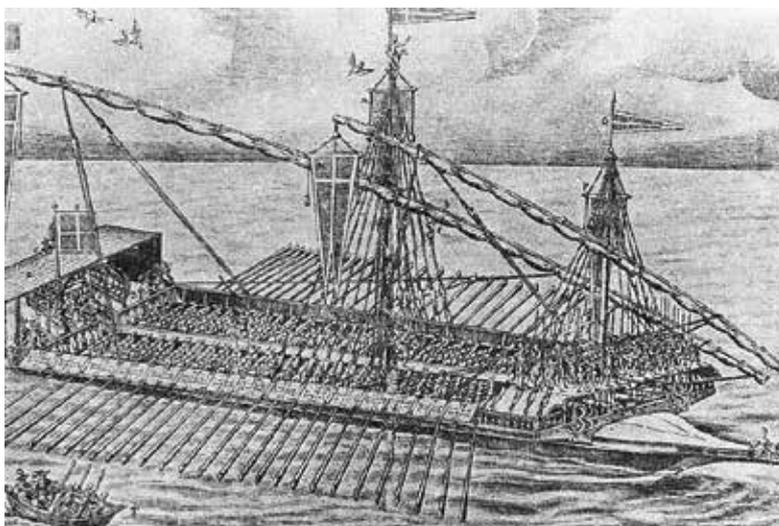
Die Geschichte der Seefahrt blickt möglicherweise schon auf mehr als 120.000 Jahre zurück. Einfache Wasserfahrzeuge soll es bereits während der mittleren Altsteinzeit gegeben haben. Doch erste Belege finden sich erst um 20.000 v. Chr.: Knochenharpunen und Angelhaken. Etwa 7000 v. Chr. beginnen die Menschen erstmals Wasserfahrzeuge zu bauen, mit denen sie auch die Hohe See befahren können.

Circa 800 v. Chr. entwickeln Griechen, Phönizier und Perser die ersten Galeeren. Und etwa 100 v. Chr. tauchen die ersten Piraten auf. Fast tausend Jahre später werden die Wikinger ein bedeutendes kriegerisches und seefahrendes Volk.

DIE ENTWICKLUNG VOM DAMPFSCHIFF BIS ZUR ERSTEN MOTORYACHT

Auf die Galeere folgen die Karavellen und Galeonen. Aber erst mehrere hundert Jahre später, nämlich 1783, baut ein Franzose das erste funktionsfähige Dampfschiff. Es war das erste nicht von Menschenkraft und Winden angetriebene Boot der Geschichte. Das Zeitalter der Grosssegler und Dampfschiffe brach an. Bis zum technischen Übergang vom Segelschiff zum Dampfer gehen noch einige Jahrzehnte ins Land.

Um das Jahr 1885 kommen die beiden Deutschen Gottlieb Daimler und Wilhelm Maybach auf die Idee, einen Benzinmotor zu konstruieren und ihn auch auf dem Wasser zu testen. Die Geburtsstunde des motorbetriebenen Bootes hat geschlagen. Bereits zehn Jahre zuvor gründete der 24-Jähriger Friedrich Lürssen seine Werft in Bremen-Vegesack an der Weser. Er tüftelte gemeinsam mit Daimler und konzentrierte sich darauf, mit der „Rems“ eines der ersten Motorboote überhaupt auf das Wasser zu bringen. Anfang des 20. Jahrhunderts lag der Fokus auf Rennbooten, später auf dem Marine-Schiffbau und seit Ende der 1980er-Jahre zusätzlich auf dem Yachtbau.



Malteser Galeere (Lizenzfrei/ Wikipedia)

DIE TOP 5 DER LÄNGSTEN MOTORYACHTEN DER WELT

Inzwischen blickt die Lürssen-Werft in Bremen auf fast 145 Jahre Schiffbaugeschichte zurück. Mit Standorten in ganz Norddeutschland ist sie heute einer der Marktführer im Yachtbau. Seit den Gründertagen hat die Werft mehr als 13.000 Boote und Schiffe hergestellt. Neben Meilensteinen des Gigantismus auf den Weltmeeren wie „Rising Sun“, „Topaz“ oder „Azzam“ lieferte Lürssen insgesamt rund ein Drittel der grössten Motoryachten der Welt und gilt unter den Eignern inzwischen als erste Adresse für 100-Meter-plus-Formate.

Seit der Übernahme des Hamburger Traditionsunternehmens Blohm + Voss im Herbst 2016 ist die Lürssen-Gruppe gleich dreimal in der Liste der längsten Motoryachten der Welt vertreten. Die grossen Luxusyachten sind die Domäne der Superreichen. Vor allem russische, amerikanische und arabische Milliardäre sind am Rennen um die längste Yacht beteiligt.



Friedrich Lürssen
(www.luerssen.com)



5

5 Platz Nummer fünf: Am 12. Mai 2016 lieferte Lürssen die 156 Meter lange Yacht **Dilbar** - die grösste Motoryacht der Welt nach Bruttoreaumzahl. Ohne Zweifel ist Dilbar hinsichtlich ihrer Dimensionen und verwendeten Technologien eine der komplexesten und anspruchsvollsten Yachten, die je gebaut wurden. Mit einer Bruttoreaumzahl von 15.917 Tonnen bietet Dilbar Räume, die noch nie auf einer Yacht zu sehen waren. Ihr Hallenbad fasst beeindruckende 180 Kubikmeter Wasser und ist das grösste auf einer Yacht gebaute Schwimmbad.

Ihr dieselektrischer Antrieb mit einer Leistung von 30.000 Kilowatt ist das stärkste dieser Art auf einer Yacht eingebaute Motorsystem und ermöglicht es ihr, mit einer kontinuierlichen Geschwindigkeit von 22,5 Knoten zu arbeiten. Peter Lürssen, Werfteigner in vierter Generation, sagte im Juni 2016: „Dilbar ist ein stolzes Beispiel für die Grössenpalette, die Lürssen bauen kann und unser Auftragsbuch enthält derzeit mehrere Yachten ab einer Länge von 70 Metern.“ Rund 263 Millionen Dollar zahlte der russische Geschäftsmann Alisher Usmanov für seine Yacht „Dilbar“.

4 Platz Nummer vier: Die Mega-Yacht **Dubai** ist im Besitz des Scheichs Muhammad bin Raschid Al Maktum, dem Herrscher des Emirates Dubai. Die 162 Meter lange Yacht wurde 1995 in Auftrag gegeben. Ursprünglich wurde sie in Zusammenarbeit zwischen den deutschen Werften Blohm + Voss und Lürssen gebaut. Im Jahr 1997 wurde der Bauauftrag jedoch vom Auftraggeber gestoppt und ging 2001 an den neuen Eigner Muhammad bin Raschid Al Maktum.

Zur Ausstattung gehört unter anderem ein Landeplatz für Hubschrauber bis zu maximal 9,5 Tonnen. An Deck befindet sich ein Schwimmbad. Die Yacht ist in acht Decks unterteilt und bietet Platz für bis zu 88 Crewmitglieder und 115 Gäste. Die vier MTU-20V-Dieselmotoren bringen jeweils 6301 Kilowatt Leistung und beschleunigen das Schiff auf bis zu 26 Knoten.

3 Platz Nummer drei: Die 163 Meter lange **Eclipse** ist die Yacht des russischen Milliardärs Roman Abramowitsch. Sie wurde im Herbst 2010 von der Hamburger Werft Blohm + Voss fertig-

GIGANTISM ON THE WORLD'S OCEANS

The top 5 longest motor yachts in the world

The history of seafaring possibly dates back more than 120,000 years. Simple watercrafts are said to have existed during the Middle Palaeolithic period, but the first evidence can only be found around 20,000 BC: bone harpoons and fishhooks. Around 7000 B.C., people began to build watercraft for the first time, with which they could also sail the high seas.

Around 800 BC, Greeks, Phoenicians and Persians developed the first galleys and the first pirates appeared around 100 BC. Almost a thousand years later, the Vikings became an important war- and seafaring people.

THE DEVELOPMENT FROM STEAMBOAT TO THE FIRST MOTOR YACHT

The galley was followed by the caravel and galleons, but it was not until several hundred years later that a Frenchman built the first functioning steamboat in 1783. It was the first boat in history that was not powered by manpower and wind. The age of tall ships and steamboats dawned. There were still several decades to go until the technical transition from sailing ship to steamship.

Around 1885, the two Germans Gottlieb Daimler and Wilhelm Maybach came up with the idea of constructing a petrol engine and testing it on water. The motor-driven boat was born. Ten

years earlier, the 24-year-old Friedrich Lürssen founded his shipyard in Bremen-Vegesack on the Weser. He worked together with Daimler and concentrated on getting the "Rems", one of the first motorboats ever on the water. At the beginning of the 20th century the focus was on racing boats, later on naval shipbuilding and at the end of the 1980s, yacht building.

THE TOP 5 LONGEST MOTOR YACHTS IN THE WORLD

The Lürssen shipyard in Bremen can now look back on almost 145 years of shipbuilding history. With locations throughout northern Germany, it is one of the market leaders in yacht building today. Since its founding, the shipyard has produced more than 13,000 boats and ships. In addition to milestones of gigantism on the world's oceans such as "Rising Sun", "Topaz" or "Azzam", Lürssen delivered a total of around one third of the world's largest motor yachts and is now considered by its owners to be the primary address for 100-metre-plus designs.

Since the takeover of the long-established Hamburg company Blohm + Voss in autumn 2016, the Lürssen Group has been represented three times in the list of the longest motor yachts in the world. Large, luxury yachts are the domain of the super-rich. Russian,

American and Arab billionaires are especially involved in the race for the longest yacht.

5 Number five: On May 12, 2016, Lürssen delivered the 156-metre yacht, **Dilbar** - the world's largest motor yacht in terms of gross tonnage. Without a doubt Dilbar is one of the most complex and demanding yachts built according to dimensions and technology. With a gross tonnage of 15,917 tonnes, Dilbar offers spaces never before seen on a yacht. Its indoor swimming pool offers an impressive 180 cubic metres of water and is the largest swimming pool built on a yacht.

Its 30,000 kilowatt diesel-electric power plant is the largest installed on a yacht and allows it to operate at a continuous speed of 22.5 knots. Peter Lürssen, fourth generation shipyard owner, said in June 2016: "Dilbar is a proud example of the range of sizes that Lürssen can build and our order book currently includes several yachts over 70 metres in length. The Russian businessman Alisher Usmanov paid around 263 million dollars for his yacht "Dilbar".

4 Fourth place: The mega yacht **Dubai** is owned by Sheikh Muhammad bin Raschid Al Maktum, the ruler of the Emirate of Dubai. The 162 metre long yacht was commissioned in 1995. Originally it was built in coopera-



3



gestellt. Auf den insgesamt neun Decks befinden sich ein 16 Meter langer Pool, eine Disco, ein Kino sowie 20 Jet-Skis und vier mitgeführte Motorboote. Und natürlich gibt es auch zwei Hubschrauberlandeplätze – einer davon absenkbar mit Hangar. Ausserdem sollen ein U-Boot und ein Raketenabwehrsystem an Bord sein.

Das Schiff bietet Räume für 24 Gäste und deren 70 Bedienstete. Die Maschinenleistung beträgt 29.600 Kilowatt, die Geschwindigkeit liegt bei 25 Knoten.

2

Platz Nummer zwei: Auf Platz zwei der grössten Motoryachten der Welt folgt die **Fulk Al Salamah** mit 164 Meter Länge. Der Aachtdecker der Superlative entstand im Auftrag des Sultans von Oman auf dem Mariotti-Werftgelände in Genua. Sie lief im Sommer 2016 vom Stapel. Eine fast 300-köpfige Crew ist für die Schiffsführung und den Gästeservice an Bord zuständig. Neben den zum Standard dieser Klasse gehörenden Annehmlichkeiten, wie Bord-Helikopter, Pools und Sporteinrichtungen,



1



1

verfügt die Super-Yacht auch über einen Konzertsaal. Im Rumpf befinden sich zahlreiche Prunkstücke der Automobilsammlung der Herrscherfamilie. Angaben über Maschinenleistung und Geschwindigkeit sind nirgendwo veröffentlicht. Eigentümer ist der Sultan Qaboos von Oman.

1

Platz Nummer eins: Die **Azzam** ist mit einer Länge von 180 Metern die zurzeit längste Mega-Yacht der Welt. Als Eigentümer gilt Prinz al-Walid ibn Talal Al Saud aus Saudi-Arabien. Das Flaggschiff der Lürssen-Werft hat am 5. April 2013 das Dock verlassen. Das Schiff hat sieben Decks, einen Hubschrauberlandeplatz und kann über 30 Knoten fahren. Eine Kombination aus 2 Gasturbinen und 2 Dieselmotoren mit insgesamt 94.000 PS treibt das Schiff an. Auch die Bauzeit ist ein Rekord. Peter Lürssen, geschäftsführender Gesellschafter von Lürssen, sagte im April 2013 stolz: „Wenn sie später in diesem Jahr ausgeliefert wird, wird sie nach einem Jahr Engineering nur drei Jahre im Bau gewesen sein. Sie ist wirklich ein weiterer Meilenstein in unserer Geschichte, aber auch in der Yachtbaugeschichte.“

DIE NEUE LÄNGSTE MOTORYACHT KOMMT AUS NORWEGEN

Mit dem 183 Meter langen Espen-Øino-Designprojekt REV entsteht bei Vard in Norwegen ein neuer Superlativ. Hinter diesem Mega-Projekt steht der kommerzielle Schiffsbauer VARD. Das Schiff soll von Forschern und Seefachexperten genutzt werden, um die Umweltveränderungen des Ozeans zu untersuchen. Das REV wird mit einer Reihe umweltfreundlicher und nachhaltiger Energielösungen ausgestattet. Neben der schlanken Rumpflinie zur Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs befinden sich unterhalb der Wasserlinie ein Energierückgewinnungs-Rudersystem und ein Batteriepaket mit einem Abgasreinigungssystem. Bei seiner Fertigstellung im Jahr 2020 wird es nicht nur den Längen-Rekorde brechen, sondern auch Umweltmassstäbe setzen.

tion with the German shipyards Blohm + Voss and Lürssen. In 1997, however, the construction contract was stopped by the client and went to the new owner Muhammad bin Raschid Al Maktum in 2001.

The equipment includes a landing site for helicopters up to a maximum of 9.5 tonnes. There is a swimming pool on deck. The yacht is divided into eight decks and can accommodate up to 88 crew members and 115 guests. The four MTU 20V diesel engines each have an output of 6,301 kilowatts and accelerate the ship to up to 26 knots.

3

Third place: The 163-metre **Eclipse** is the yacht of Russian billionaire Roman Abramovich. It was completed by the Hamburg shipyard Blohm + Voss in the autumn of 2010. On a total of nine decks there is a 16-metre pool, a discotheque, a cinema, as well as 20 jet skis and four motorboats on board. And of course there are also two helicopter landing pads - one of which can be lowered into a hangar. There will also be a submarine and a missile defence system on board.

The ship offers space for 24 guests and their 70 servants. The engine power is 29,600 kilowatts, the speed is 25 knots.

2

Second place: The **Fulk Al Salamah**, with a length of 164 metres, follows in second place among the largest motor yachts in the world. The eight-decker of superlatives was commissioned by the Sultan of Oman and built at the Mariotti shipyard in Genoa. It was launched in the summer of 2016. In addition to other standard amenities of this class, such as on-board helicopters, pools and sports facilities, this super yacht also has a concert hall. The hull is home to numerous showpieces from the ruling family's collection of automobiles. Information about engine power and speed is not published anywhere. The owner is the Sultan Qaboos of Oman.

1

No. 1: With a length of 180 metres, the Azzam is currently the longest mega yacht in the world. The owner is Prinz al-Walid ibn Talal Al Saud from Saudi Arabia. The flagship of the Lürssen shipyard left the dock on 5 April 2013. The ship has seven decks, a helipad and can sail over 30 knots. A combination of 2 gas turbines and 2 diesel engines with a total of 94000 hp drives the ship. The construction time is also a record. Peter Lürssen, managing partner of Lürssen, proudly said in April 2013: "If it is delivered later this year, it will only be under construction for three years after one year of engineering. It really is another milestone in our history, but also in the history of yacht construction."

THE NEW LONGEST MOTOR YACHT COMES FROM NORWAY

With the 183 metre Espen-Øino design Project REV, a new superlative is being created at Vard in Norway. Behind this mega project is the commercial shipbuilder VARD. The ship will be used by researchers and marine experts to study the environmental changes of the ocean. The REV will be equipped with a range of environmentally friendly and sustainable energy solutions. In addition to the slender hull line to reduce fuel consumption, an energy recovery rudder system and a battery pack with an exhaust gas purification system are located below the waterline. When it is completed in 2020, it will not only break records, but will also set environmental standards.

In diesem Schlafzimmer schafft die Verwendung von Grün eine ruhige Stimmung. Die Farbtöne variieren von Smaragd über Olive bis hin zu hellem Salbei und finden sich in einer Vielzahl von Texturen wieder, die von Glas über lackiertes Holz bis hin zu Samt und Leder reichen.

The use of green creates a calm mood in this bedroom. Shades vary from emerald, to olive, to pale sage in a variety of textures, from glass to lacquered wood, to velvet and leather.

KEIR TOWNSEND

Zeitgemässes klassisches Design – Londoner Stil:
Keira Townsend spricht mit Hilary Fennell über
Keir Townsend, das preisgekrönte Innenarchitekturstudio
mit Sitz in South Kensington/London, das sie mit
ihrem Mann betreibt.

Contemporary classic design – London style:
Keira Townsend talks to Hilary Fennell about
Keir Townsend, the award winning interior design studio,
based in South Kensington/London, which she runs
with her husband.

von Hilary Fennell







In diesem Salon sind die natürlichen Strukturen wunderschön geschichtet, mit Graswandbelägen, einfachen Leinenjalousien mit dezentem Damastmuster und einem üppigen Seidenteppich, der in den Holzboden eingesetzt ist. Ein Regalset aus Nussbaum mit handgeschnitzten geschlossenen Elementen dient der dekorativen Präsentation. Das Einrichtungskonzept wird durch handgefertigte Glasvasen und Kunstgegenstände vervollständigt.

In this drawing room, natural textures are beautifully layered with grass wall coverings, simple linen blinds with a subtle damask pattern, and a sumptuous silk carpet inset within the wood floor. A set of walnut shelves with hand-carved cabinets makes a decorative display. The scheme is peppered with handmade glass vases and objets d'art.



In das Schlafzimmer dieses historischen Hauses wurde ein florales Thema eingeführt, wobei die Rahmen mit geprägten und handbemalten Paneelen aus Seidensamt in einer Weise angeordnet wurden, die zum Zeitpunkt der Entstehung des Hauses sicherlich beliebt gewesen wäre.

A floral theme was introduced to the bedroom of this historic house using framed panels of silk velvet, embossed and hand painted, arranged in a fashion that would have been popular at the time the house was built.

Die in Russland geborene Keira Townsend war ein kreatives Kind, dessen Liebe zu Innenräumen sich bereits mit sechs Jahren manifestierte. „Meine früheste Erinnerung ist der Wunsch das Kinderzimmer, das ich mit meiner Schwester geteilt habe, neu zu gestalten. Ich wollte es in zwei Räume aufteilen und ein Zwischengeschoss einbauen!“

Keira studierte Bildende Kunst und Modedesign bis sie sich auf Inneneinrichtung spezialisierte.

Ihr Vater war Diplomat und sie wuchs an vielen verschiedenen Orten auf, u.a. auch in Marokko und im Mittleren Osten, bevor sie 1991 nach Südafrika und 10 Jahre spä-

ter nach London zog, wo sie ihren Mann Alastair Keir auf einem Russischen Ball kennenlernte.

„Ich bin mir nicht sicher, ob es Schicksal oder Beharrlichkeit war“, lacht sie, „er liess vier Jahre lang einfach nicht locker.“

Gemeinsam gründeten sie vor 10 Jahren Keir Townsend und setzen seither hochwertige Geschäfts- und Wohnprojekte um. Alastair leitet das Bau- und Projektmanagement, während sich Keira auf das Design konzentriert. „Wir haben kein Problem damit, zu Hause oder im Urlaub über die Arbeit zu sprechen, denn wir lieben, was wir tun“, erklärt sie. „Nachdem wir im Laufe der Jahre 40 Mitarbeiter angestellt haben,

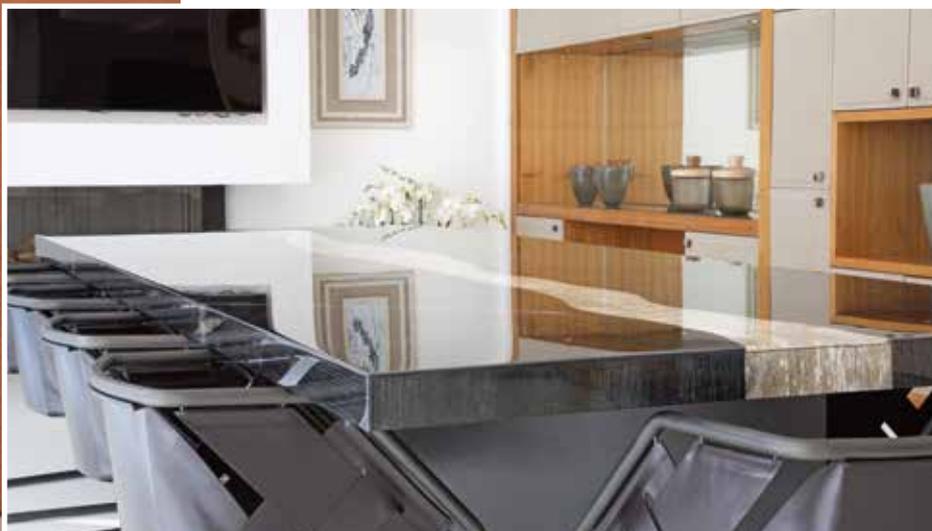


kann ich ehrlich sagen, dass man entweder eine Vision für Räume hat oder nicht. Keine Ausbildung kann einem das vermitteln. Unser achtjähriger Sohn hat das Zeug dazu, er ist ein kleiner Architekt und erzählt uns immer von den Hotels und Resorts, die er einmal bauen wird.“

Keira glaubt, dass die Räume, in denen wir leben und arbeiten, einen grossen Einfluss darauf haben, wie wir uns entwickeln und entspannen.

„Ein Grossteil meiner Inspiration kommt von ethnischen und kulturellen Einflüssen aus den verschiede-

nen Teilen der Welt, in denen ich gelebt habe“, erklärt sie, „aber ich würde meinen Stil als klassisch modern bezeichnen. Ich mag keine Repliken oder Neo-Stile. Jede Epoche hat ihre Besonderheiten, aber ich glaube, dass es eine Kunst gibt, Altes und Neues, Natürliches und Menschliches auf eine Weise zu kombinieren, die bequem, warm und entspannend ist. Und ich mag wirklich keinen Minimalismus. Wir leben nicht in einer minimalistischen Welt. Wir brauchen Komfort und Objekte, die inspirieren. Letztendlich versuche ich, neutrale und beruhigende Systeme zu schaffen. Ich beginne mit einer ziemlich leeren Leinwand, der ich Farbe



Dieser zehnsitzige Esstisch wurde aus 200 Jahre altem Scheunenholz gefertigt und mit einer Intarsie belegt, die die Horizontlinie des Anwesens widerspiegelt. Das ganze Stück ist mit Harz laminiert, sodass die natürliche Maserung und die Textur des Holzes noch sichtbar bleiben und sich alte und neue Elemente harmonisch ergänzen.

This 10-seater dining table was crafted from 200-year old barnwood with a vein inset that reflects the horizon line of the property. The whole piece was laminated in resin so that the natural grain and texture is still visible, combining elements of old and new in a complementary way.

Verwendung von stimmungsaufhellenden Farbschemata. Orange erinnert an Gefühle von Kreativität, Positivität und Begeisterung und fördert gleichzeitig die Fokussierung und Aufmerksamkeit. Es ist eine tolle Farbe, die man in einer Studie verwenden kann.

Use of mood enhancing colour schemes. Orange calls to mind feelings of creativity, positivity and enthusiasm while promoting focus and attention. It is a great colour to use in a study.

Born in Russia, Keira Townsend was a creative child whose love for interiors manifested itself when she was only six. 'My earliest memory is wanting to redesign the childhood bedroom I shared with my sister. I wanted to convert it into two rooms and to install a mezzanine!'

Keira studied fine art and fashion design until progressing on to interiors.

Her father was a diplomat and she grew up in many different locations, amongst them Morocco and the Middle East, moving to South Africa in 1991 and, 10 years later, to London where she met her husband Alastair Keir, at The Russian Ball.

'I'm not sure if it was fate so much as persistence,' she laughs, 'he persisted for four years.'

They set up Keir Townsend 10 years ago, undertaking high end commercial and residential projects. Alastair manages construction and project management, whilst Keira concentrates on design. 'We have no problem discussing work at home or on holiday, because we love what we do,' she explains, 'Having employed 40 people over the years, I can honestly say that you either

have a vision for spaces or you don't. No amount of training can give you that. Our eight year old son has it, he's an architect in the making, always telling us about the hotels and resorts he's going to build.'

Keira believes that the spaces in which we live and work have a huge influence on how we develop and relax.



Das florale Motiv der Armaturen wird bis zur Duschwand fortgeführt und erzielt durch Naturstein und polierten Putz eine angenehme taktile Wahrnehmung und einen facettenreichen Effekt in neutralen Tönen.

The floral theme on the taps is carried through to the shower backdrop, further enhanced by natural stone and polished plaster to create a tactile and multifaceted effect in neutral tones.

Duschwand mit floralem Motiv aus Blattsilber hinter Glas.
Shower backplash installation featuring a floral theme created in silver leaf behind glass.



und Accessoires hinzufügen kann, um das Ambiente zu verändern. Und für mich ist es Priorität, die Menschen, die das Konzept nutzen werden zu kennen und zu verstehen – zu wissen, wer sie sind, was sie mögen und wie der Raum genutzt wird. Auf diese Weise kann ich ihre Geschichte erzählen.“

Keira's Vorstellung von Glückseligkeit ist es, in der Natur zu leben: „Wir verbringen immer mehr Zeit in den Cotswolds. Ich würde nicht ausschliessen, dass wir irgendwann ganz dorthin ziehen.“

Sie rät jedem, der seine eigenen Innenräume gestalten möchte, nach zeitloser Eleganz zu streben, nach Dingen, die überleben und auch nach 10 Jahren noch beeindruckend aussehen. Und diejenigen, die in das Geschäft einsteigen wollen, erinnert sie daran, dass die Arbeit einem Verwaltungsjob gleicht: „Man braucht ein ausgezeichnetes Auge fürs Detail“. Und die grösste Lektion, die das Leben ihr bisher erteilt hat? Bleib positiv. „Die Baubranche ist ein schwieriges Geschäft. Während meiner Karriere habe ich zwei Konjunkturschwächen kommen und gehen sehen, aber es ist so leicht, sich entmutigen zu lassen. Also gib niemals auf.“

‘A lot of my inspiration comes from ethnic and cultural influences from the different parts of the world I’ve lived in,’ she explains, ‘but I’d describe my style as contemporary classic. I don’t like replicas or mock-period design. Every era has its features, but I believe that there is an art to combining old and new, natural and man-made in a way that is comfortable, warm and relaxing. And I really dislike minimalism. We don’t live in a minimalist world. We need comfort and objects that inspire. Ultimately, I try to create neutral, calming schemes. I begin with a fairly blank canvas to which I can add colour and accessories for a change of mood. And, I always make it a priority to get to know and understand the people who will be using the scheme - who they are, what they like, and how the space will be used. In that way, I can tell their story.’

Keira's idea of bliss is living in nature, ‘We’re spending more and more time in The Cotswolds. I wouldn’t rule out moving there completely.’

Her advice to anyone who wants to do their own interior is to strive for timeless elegance, things that will survive and that will still look amazing 10 years on. And to those who want to get into the business she reminds us that it is 80 percent administration, ‘you need an excellent attention to detail.’ And the biggest lesson that life has taught her so far? ‘Stay positive. Construction is a tricky business. During my career, I’ve seen two recessions come and go, but it is so easy to get discouraged. So never give up.’

Einen einladenden Eingangsbereich schaffen die von Bambusholz inspirierte Metallkonsole mit einer Auflage aus versteinertem Holz, der Gitterfliesenboden und der Bergkristall-Lüster, der in eine eigene Deckenkassette eingesetzt ist.
Bamboo inspired metal console with petrified wood top sits on a lattice tile layout, under a rock crystal chandelier which is inset within its own ceiling coffer, to make a welcoming entrance hall.





KEIRAS TOP WOHNTRENDS:

1 UMWELTBEWUSSTSEIN

Es gibt einen starken Trend zu allem Natürlichen – von Materialien über organische Formen bis hin zu einer vereinfachten Lebensweise. Umweltbewusstes Handeln bei der Auswahl von Beleuchtung, Heizung und Klimaanlage sowie bei der Auswahl nachhaltiger Materialien, wo immer dies möglich ist.

2 GRÜNE WÄNDE

Die Liebe zu allen Dingen, die unberührt und steril sind, ist vorbei. Grüne Mauern sind ein grosser Wohntrend in Wohnungen, Arbeitsplätzen und öffentlichen Räumen, was eine gute Nachricht für unser Wohlbefinden ist, da Grün Ruhe und Frieden fördert. Grüne oder „lebendige“ Wände bestehen aus echten Pflanzen, die Erde und Wasser benötigen, was über ein integriertes Wasserversorgungssystem bereitgestellt wird. Wir machen auch viele Mooswände, besonders in Häusern. Im Gegensatz zu lebenden Wänden benötigen diese keine Erde, keine Bewässerung oder Besprühung, da sie die Feuchtigkeit direkt aus der Luft aufnehmen.

3 FUNKTIONALE KUNST

Einrichtungsgegenstände, die sowohl funktionalen als auch künstlerischen Wert haben. Vor kurzem haben wir für die rustikale Einrichtung eines Kunden einen Esstisch aus 200 Jahre altem Scheunenh Holz mit einer Intarsie entworfen, die die Horizontlinie der Immobilie widerspiegelt. Das ganze Stück ist mit Harz laminiert, sodass die natürliche Maserung und die Textur des Holzes sichtbar bleiben und so eine Kombination aus Alt und Neu entsteht. Der Tisch ist ein echtes Gesprächsthema.

4 BLUMENMOTIVE

Wir haben gerade ein Badezimmer entworfen, in dem wir für die Armaturen und die Duschwand florale Motive aus Blattsilber kreierten, die durch Naturstein und polierten Putz ergänzt wurden, um eine taktile und facettenreiche Wirkung zu erzielen. Sehr subtil - sehr beruhigend.

5 NATÜRLICHES LICHT

Dem Beleuchtungskonzept kommt ein grosser Stellenwert zu - es wird natürliches Licht genutzt und eine autarke Stromversorgung durch Nutzung von Solarzellen angestrebt.

Weitere Informationen finden Sie unter www.keirtownsend.com

KEIRA'S TOP INTERIOR TRENDS:

1. RESPECT FOR THE ENVIRONMENT

'There's a strong trend towards all things natural - from materials used to organic shapes and to a more simplified way of living. Be environmentally aware when selecting lighting, heating, air conditioning systems, as well as choosing sustainable materials wherever possible.'

2. GREEN WALLS

'The love for all things pristine and sterile is over. Green walls are a big story in homes, workplaces and public spaces, which is good news for our wellbeing, as green promotes calmness and peace.' 'Green' or 'living' walls are comprised of real, living plants that require soil and water often provided through an integrated water delivery system. 'We're doing a lot of moss walls too, especially in homes. Unlike living walls, they do not need soil, watering or misting as they take the moisture from the air.'

3. FUNCTIONAL ART

Pieces that are both functional and are works of art at the same time. 'We recently created a dining table for a client's rustic home from 200-year old barnwood with a vein inset that reflects the horizon line of the property. The whole piece is laminated in resin, so that the natural grain and texture is still visible, combining elements of old and new. It's a real talking piece.'

4. FLORAL THEMES

'We just did a bathroom scheme where we created floral themes on taps and the shower backsplash in silverleaf, further enhanced by natural stone and polished plaster to create a tactile and multifaceted effect. Very subtle - very calming.'

5. NATURAL LIGHT

'There's a huge emphasis on lighting schemes and how natural light is used in a building, and a move away from electricity, favouring solar panels.'

For more information see www.keirtownsend.com

Alle gezeigten Möbel sind massgefertigt und wurden von "Keir Townsend's Designs" entworfen.
All furniture shown is bespoke, made for Keir Townsend's designs.

WE R THE NOMADS AGENCY
PRESENTS

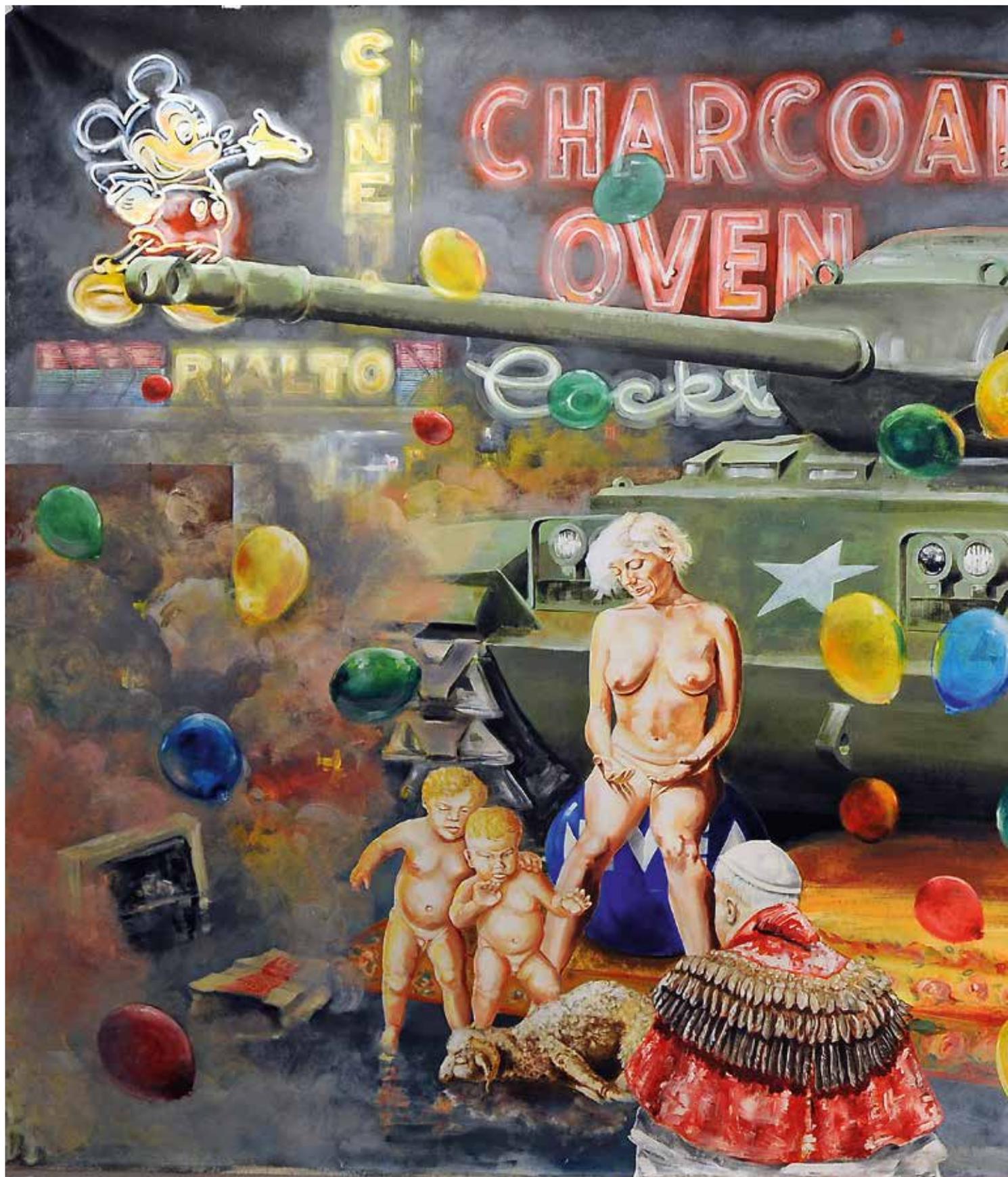
N
V
NM

MARBELLA MARRAKECH
NOUVELLE VAGUE

GALLERY, ARTSPACES & POPUPS
ART ADVISORY & CULTURAL CONSULTING
CURATION CAMILLA & FIROUZ FARMANFARMAIAN

WE R THE
NOMADS
AGENCY

+34 684 246 344 salut@werthenomads.com @nouvellevaguemarbella @werthenomads

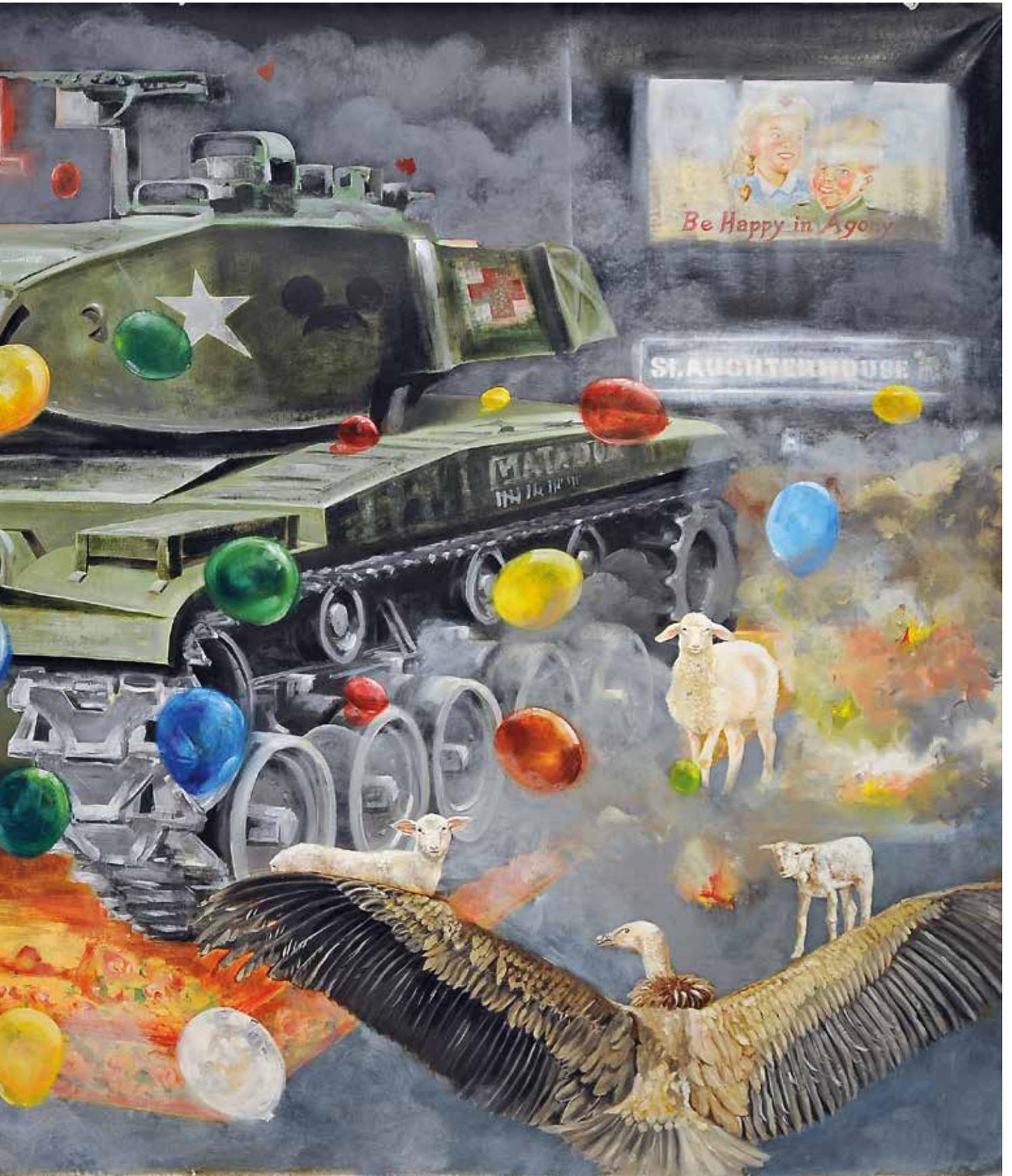


WAR IN MY MIND A
(Mixed Media · 2017 · 370 X 200cm)

Location: Nouvelle Vague Marbella

(Price: € 32.000)

PACO



SANGUINO



WOMEN AND WALLS 1
(Mixed Media · 2017 · 200 X 200cm)

Location: Nouvelle Vague Marbella

(Price: € 16.000)



WOMEN AND WALLS 3
(Mixed Media · 2017 · 200 X 200cm)

Location: Nouvelle Vague Marbella
(Price: 16.000,- EUR)

Die eigentliche Mission von NVM ist es, durch ein bahnbrechendes Ausstellungsprogramm einen kulturellen Beitrag zum Planeten zu leisten.

The intrinsic mission of NVM is to make a cultural contribution to the planet through a pioneering programme of exhibitions.

PHILOSOPHIE DER GALERIE NOUVELLE VAGUE MARBELLA
PITCH OF THE NOUVELLE VAGUE GALLERY, MARBELLA



PAINTING RELATED TO THE WALLS OF MY CITY B
(Mixed Media on Canvas · 2014 · 150 X 122cm)
Part of the exhibition "Women and walls"

Location: Nouvelle Vague Marbella
(Price: € 15.000)

PACO SANGUINO

Geburtsjahr: 1962 | Geburtsort: Sevilla / Spanien | Wohnsitz: Marbella / Spanien

Paco Sanguino ist ein spanischer Künstler dessen Gemälde sich auf kollektive oder individuelle Themen mit humanitären Ansätzen konzentrieren.

Bereits im Alter von 14 Jahren studierte der mittlerweile vierfache Familienvater Kunstzeichnen, Tonmodellage & Bildhauerei an der Kunsthochschule in seinem Geburtsort Sevilla. Seit 1985 lebt er mit seiner Familie in Marbella. Seine Werke sind auf verschiedenen Vernissagen in ganz Spanien

sowie dauerhaft in der Gallery „Nouvelle Vague Marbella“ zu sehen.

ÜBER DIE KUNST:

Mit seinen anfänglich abstrakten Malereien spiegelt Paco Sanguino seine Wahrnehmung des Grosstadtlebens mit all seinen Facetten an seinem Geburtsort wider (siehe „Die Wände meiner Stadt“). Im Laufe der Zeit entwickelte der Künstler jedoch immer mehr eine Leidenschaft für die figurative Kunst. Er entschloss

sich dazu, die abstrakte Malerei aufzugeben und sich fortan ausschliesslich auf figurative Arbeiten zu konzentrieren, seine Inspiration dafür schöpfte er u.a. von spanischen barocken Malern wie Murillo, Zumbarán und Velásquez, aber auch zeitgenössische Künstler wie Albert Oehlen, Neo Rausch oder Gerhard Richter prägen seine Arbeiten bis heute.

Weitere Informationen unter:

www.nouvellevaguemarbella.com
hola@nouvellemarbella.com



PAINTING RELATED TO THE WALLS OF MY CITY A
 (Mixed Media on Canvas · 2014 · 150 X 122cm), Part of the exhibition "Women and walls"

Location: Nouvelle Vague Marbella
 (Price: € 15.000)

PACO SANGUINO

Year of birth: 1962

Place of birth: Sevilla / Spain

Place of residence: Marbella / Spain

Paco Sanguino is a Spanish artist whose paintings focus on collective or individual themes with humanitarian approaches.

At the age of 14, the now father of four studied art drawing, clay modelling and sculpture at the Academy of Fine Arts in Seville, where he was born. He has lived with his family in Marbella since 1985. His works can be seen at various exhibitions throughout Spain, as well as permanently in the "Nouvelle Vague" Gallery, Marbella.

ABOUT THE ART:

With his initially abstract paintings, Paco Sanguino reflected his perception of urban life in his birthplace and all its facets in ("The walls of my city"). Over time however, the artist developed a passion for figurative art. He decided to give up abstract painting and concentrate exclusively on figurative works, drawing his inspiration from Spanish baroque painters such as Murillo, Zumbarán and Velásquez, but also from contemporary artists such as Albert Oehlen, Neo Rausch and Gerhard Richter.

Further information can be found at:

www.nouvellevaguemarbella.com
hola@nouvellemarbella.com



Foto: © Jesús Chacón

AM PULS DER ZEIT

Zeit ist kostbar. Und vergänglich.
Die International Watch Company (IWC)
in Schaffhausen drückt das Zeitgeschehen
auf eine besonders edle Weise aus:
Die Schweizer Uhrenmanufaktur hat seit
mehr als 150 Jahren den Anspruch,
hochpräzise Zeitmesser von bleibendem
Wert herzustellen.

von Ruth Eberhardt

Fotos: IWC Schaffhausen und
Adrian Bretscher/Getty Images for IWC





Die Geschichte von IWC beginnt zur Zeit der industriellen Revolution, die mit tiefgreifenden Umwälzungen der wirtschaftlichen, technischen und sozialen Verhältnisse verbunden war. Der amerikanische Uhrmacher Florentine Ariosto Jones erkannte die Zeichen seiner Zeit und hatte ein klares Ziel vor Augen: Er wollte Taschenuhren von höchster Qualität für den amerikanischen Markt produzieren. Mit Pioniergeist gründete er 1868 die International Watch Company in der nördlichsten Stadt der Schweiz: in Schaffhausen am Hochrhein. Diesen Standort in der Nähe des Bodensees hatte Jones mit Bedacht gewählt: In Schaffhausen konnte er sowohl die Wasserkraft des Rheins als auch das Potenzial an Fachkräften nutzen. Hier konnte er Schweizer Handwerkskunst und Jahrhunderte alte Uhrmachertradition mit moderner amerikanischer Fertigungstechnik verbinden.

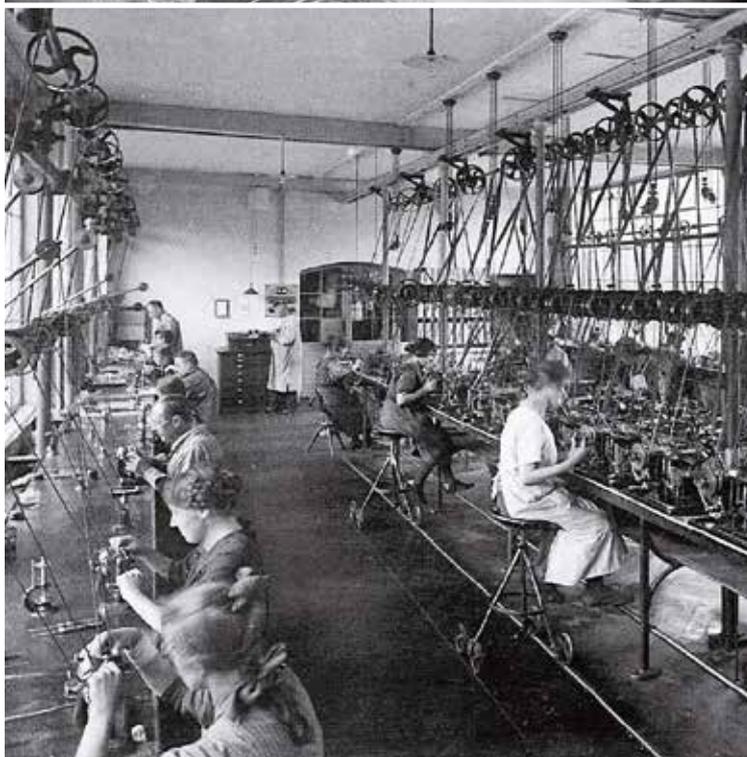
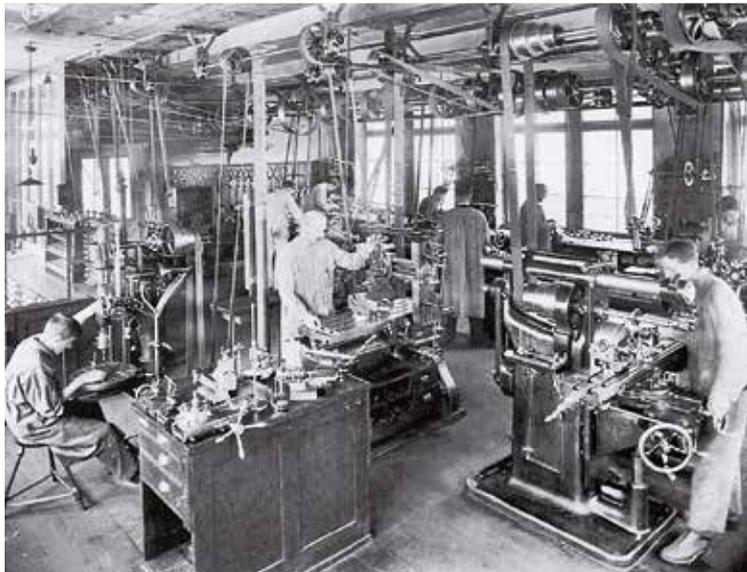
VOM HOCHRHEIN IN ALLE WELT

In kurzer Zeit schuf Jones in Schaffhausen eine stark industrialisierte Produktionsinfrastruktur für die Herstellung von über 10.000 Uhrwerken pro Jahr. Zunächst mietete er Werkstatträume. Später, in den Jahren 1874/75, entstand am Rhein ein neues IWC-Werk, in dem noch heute das Stammhaus des Unternehmens untergebracht ist. Allerdings sah sich Jones 1875 zur Rückkehr nach Amerika veranlasst, weil er die hohen Erwartungen seiner Aktionäre nicht erfüllen konnte. Sein Vermächtnis wurde zunächst von dem amerikanischen Uhrenmanager Frederick Francis Seeland fortgeführt. 1880 kaufte die Schaffhauser Industriellenfamilie Rauschenbach das komplette Unternehmen, das jahrzehntelang von Familienmitgliedern geführt wurde. 1978 wurde IWC von dem deutschen Unternehmen VDO Adolf Schindling AG übernommen.

TEIL EINES GROSSEN KONZERNS

Zur Jahrtausendwende begann eine neue Ära: Die Richemont-Gruppe übernahm IWC. „Teil eines der erfolgreichsten Luxusgüterkonzerne der Welt zu sein, hat es der IWC überhaupt erst ermöglicht, so erfolgreich und global tätig zu werden, wie wir es nunmehr sind“, sagt Henrik Ekdahl, Nord- und Osteuropa-Managing-Direktor „Der Konzern unterstützt und verschafft der IWC die finanziellen und personellen Freiräume, um uns auf das zu fokussieren, was wir am besten können: faszinierende Uhren zu entwickeln und zu vermarkten.“

Florentine Ariosto Jones, Gründer der International Watch Company. Florentine Ariosto Jones, founder of the International Watch Company.



Historische Einblicke: Von Anfang an kombinierte IWC Schaffhausen traditionelle Handwerkskunst mit moderner Fertigungstechnik. Historical insights: Right from the beginning, IWC Schaffhausen combined traditional craftsmanship with state-of-the-art production technology.

IN TOUCH WITH THE TIMES

Time is precious. And fleeting.

The International Watch Company (IWC) in Schaffhausen expresses the passing of time in a particularly elegant way: For more than 150 years, the Swiss watch manufacturer has been committed to producing high-precision timepieces of lasting value.

The history of IWC begins at the time of the Industrial Revolution, which was associated with profound changes in economic, technical and social conditions. The American watchmaker Florentine Ariosto Jones recognized the signs of his time and had a clear goal in mind: He wanted to produce pocket watches of the highest quality for the American market. With a pioneering spirit, he founded the International Watch Company in 1868 in the northernmost city of Switzerland: Schaffhausen on the High Rhine. Jones had chosen this location near Lake Constance prudently: In Schaffhausen he was able to use both the hydroelectric power of the Rhine and the potential of skilled workers. Here he was able to combine Swiss craftsmanship and centuries-old watchmaking tradition with modern American production technology.

FROM THE HIGH RHINE TO ALL OVER THE WORLD

Within a short period of time, Jones created a highly industrialized production infrastructure in Schaffhausen for the manufacture of more than 10,000 movements per year. At first, he rented workshop space. Later, in the years 1874/75, a new IWC plant was built on the Rhine in which the company's head office is still located today. However, in 1875 Jones felt compelled to return to America because he could not meet the high expectations of his shareholders. His legacy was initially continued by the American watch manager Frederick Francis Seeland. In 1880, the Rauschenbach family of industrialists from Schaffhausen bought the entire company, which was managed by family members for decades. In 1978, IWC was taken over by the German company VDO Adolf Schindling AG.



PART OF A LARGE CORPORATION

A new era began at the turn of the millennium: the Richemont Group took over IWC. "Being part of one of the most successful luxury goods groups in the world has made it possible for IWC to be as successful and global as it is now," says Henrik Ekdahl, Managing Director Northern & Eastern Europe. "The Group supports and provides IWC with the financial and human resources to focus on what we do best: developing and marketing fascinating watches."

Repräsentativ: Das neue Manufakturzentrum am Stadtrand von Schaffhausen spiegelt die hohen Ansprüche von IWC wider.

Representative: The new manufacturing centre on the outskirts of Schaffhausen reflects IWC's high standards.





Willkommen im Empfangsbereich des IWC- Manufakturzentrums | Welcome to the reception area of the IWC Manufacturing Centre

SECHS UHRENFAMILIEN

Die Faszination, die von diesen Uhren ausgeht, gründet sich auf technische Präzision, ein klares Design und ein ausgeprägtes Markenbewusstsein. Die Uhren der Kollektion „Portugieser“ spiegeln klassische Eleganz wider. Die „Pilot's Watches“ wurden mit ihrem Instrumentenlook das Vorbild für klassische Fliegeruhren. Die „Portofino“-Uhren wiederum stehen für Understatement und

für die Leichtigkeit mediterraner Lebensart. Die Kollektion „Da Vinci“ zeichnet sich durch extravagante Formensprache aus. Robustheit, Sportlichkeit und Technikfaszination prägen die „Ingenieur“-Familie. Die „Aquatimer“-Kollektion umfasst professionelle Taucheruhren. Und schliesslich gab es im vergangenen Jahr zum 150-jährigen Bestehen des Unternehmens eine Jubiläumsedition mit 29 Modellen.

MANUFAKTURZENTRUM ALS MEILENSTEIN

Im Jubiläumsjahr wurde ein neues Manufakturzentrum mit einer Fläche von 13.500 Quadratmetern eröffnet. „Das Gebäude bietet aber nicht nur optimale Voraussetzungen für die Fertigung und hervorragende Arbeitsplatzbedingungen für unsere Mitarbeiter – es verkörpert auch den Geist der Marke IWC und ermöglicht Besuchern aus aller Welt, die Ferti-



gung unserer Manufakturwerke und Gehäuse hautnah zu erleben“, stellte damals Christoph Grainger-Herr fest. Er ist seit Frühjahr 2017 CEO von IWC Schaffhausen. Die Zeit bleibt freilich auch nach dem 150. Geburtstag nicht stehen. Im Jahr 2019 widmet sich IWC ihren Pilotenuhren. Zu den Neuheiten gehören hier laut Unternehmensangaben eine neue Spitfire-Linie, eine neue Top-Gun-Linie sowie „Le Petit Prince“-Sondereditionen.

UHREN VOR ALLEM FÜR MÄNNER

Innerhalb der sechs Kollektionen, etwa in der Da-Vinci und Portofino-Linie gibt es inzwischen auch Damenuhren. Gleichwohl spricht IWC überwiegend eine männliche Klientel an. „Der enge Bezug zum männlichen Kunden stammt noch aus der Historie der Marke IWC Schaffhausen“, erklärt Nord- und Osteuropa-Managing-Direktor Henrik Ekdahl. So habe IWC beispielsweise

SIX WATCH FAMILIES

The fascination of these watches is based on technical precision, a clear design and a strong brand awareness. The watches in the “Portugieser” collection reflect classic elegance. The “Pilot’s Watches”, with their cockpit-instrument look, have become the model for classic pilot’s watches. The “Portofino” watches, on the other hand, stand for understatement and for the lightness of the Mediterranean way of life. The “Da Vinci” collection is characterised by its extravagant design. Robustness, sportiness and technical fascination characterize the “Ingenieur” family. The “Aquatimer” collection includes professional diving watches. And finally, last year the company celebrated its 150th anniversary with an anniversary edition of 29 models.

MANUFACTURING CENTRE AS A MILESTONE

In IWC’s anniversary year, a new manufacturing centre with an area of 13,500 square metres opened its doors. “Not only does the building offer optimum conditions for production and excellent working conditions for our employees - it also embodies the spirit of the IWC brand and enables visitors from all over the world to experience the production of our movements and cases up close,” stated Christoph Grainger-Herr, CEO of IWC Schaffhausen since spring 2017, at the time of the centre’s opening. Of course, time does not stand still, even after a 150th birthday. In 2019, IWC will dedicate itself to its pilot watches. According to the company, the new products include a new Spitfire line, a new Top Gun line and “Le Petit Prince” special editions.

WATCHES ESPECIALLY FOR MEN

Within the six collections, such as in the Da Vinci and Portofino lines, ladies’ watches are now also available. Nevertheless, IWC mainly addresses a male clientele. “The close relationship with the male customer dates back to the history of the IWC Schaffhausen brand,” explains Henrik Ekdahl, Managing Director Northern and Eastern Europe. For example, IWC had already produced special watches for pilots in 1936. In 1939, wristwatches with the accuracy of ship chronometers were in demand, which marked the creation of the “Portuguese”. “Not only has the technology and the art of



Christoph Grainger-Herr, CEO von IWC Schaffhausen
Christoph Grainger-Herr, CEO of IWC Schaffhausen

bereits 1936 Spezialuhren für Piloten gebaut. 1939 wurde nach Armbanduhren mit der Genauigkeit von Schiffschronometern gefragt, was die Geburtsstunde der „Portugieser“ war. „Mit dem Laufe der Zeit hat sich nicht nur stetig die Technologie und Ingenieurskunst verfeinert, sondern zudem die bisherige Klientel weiter verfestigt.“

DYNAMIK UND KONTINUITÄT

So pflegt IWC die Tradition ihrer Uhrenfamilien und entwickelt sie zugleich stetig weiter. Die Schaffhauser Uhrenmanufaktur bezeichnet sich heute selbstbewusst als „eine der weltweit führenden Marken im Luxusuhrensegment“. Die IWC-Marketing-Experten geben keine Eckdaten zum Unternehmen bekannt, begründen den Erfolg von IWC jedoch auf der IWC-Website gerne mit der „Passion für innovative Lösungen und technischen Erfindergeist“. Henrik Ekdahl nennt noch weitere Erfolgsfaktoren: „IWC holt sich viel Inspiration aus der Vergangenheit: die Markenpositionierung, die inneren und äusseren Werte unserer Uhren wie auch die Markenwelten, mit denen wir unsere Produktlinien umgeben. Wir haben eine starke und

deutliche Markenidentität, der wir stets treu bleiben. Gleichzeitig sind wir dynamisch und fortschrittlich, beispielsweise in der Kommunikation oder der Erforschung und dem Einsatz neuer Materialien und Uhrwerke. Es gelingt uns, Kontinuität und Wiedererkennungswert zu wahren, obwohl sowohl wir als auch die Welt, in der wir agieren, sich ständig verändert. Das übergeordnete Ziel – Zeitmesser höchster Qualität für Liebhaber mechanischer Uhren herzustellen – verlieren wir dabei nie aus den Augen.“

Weitere Informationen: www.iwc.com



engineering been constantly refined over the years, but the clientele has also been further strengthened. “

DYNAMISM AND CONTINUITY

Thus, IWC cultivates the tradition of its watch families and, at the same time, continues to further develop them. Today, the Schaffhausen-based watch manufacturer confidently describes itself as “one of the world’s leading brands in the luxury watch segment”. IWC’s marketing experts do not publish key data on the company, but are happy to describe IWC’s success on the IWC website as a “passion for innovative solutions and technical inventiveness”. Henrik Ekdahl also mentions other success factors, “IWC draws a lot of inspiration from the past: the brand positioning, the inner and outer values of our watches as well as the brand worlds with which we surround our product lines. We have a strong and distinct brand identity to which we always remain true. At the same time, we are dynamic and progressive, for example in communication or the research and use of new materials and movements. We succeed in maintaining continuity and recognition, although both we and the world in which we operate are constantly changing. We never lose sight of our overriding goal - to produce timepieces of the highest quality for lovers of mechanical watches. “

Further information: www.iwc.com



*At Hotel Mama you don't have to be an early riser,
we serve breakfast in our popular patio until one o'clock!*



HOTEL MAMA

PALMA

★★★★★

www.hotelmama.es +34 871 037 437



CROWD-FUNDING

Privatanleger haben heute kaum noch die Chance, ihre privaten Ersparnisse inflationsgeschützt bzw. mit einer Verzinsung höher als 3 % am Kapitalmarkt relativ „sicher“ zu investieren. Eine interessante Möglichkeit, Zinsen von 5 bis 7% zu erhalten, bietet jedoch das Immobilien-Crowdfunding. Wie funktioniert das?

von Ferdinand Bräutigam

CROWD-FUNDING

Das Crowdfunding ist ein aus den USA stammendes Finanzierungs- und Investitionsmodell, über das private Investoren anfangs hauptsächlich Unternehmen, speziell innovative Start-ups, finanziert haben. Daraus hat sich dann das Immobilien-Crowdfunding entwickelt, das es seit 2012 auch in Deutschland gibt.

Vor der Finanzkrise 2007 war es üblich, dass Banken 90, 95 oder gar 100% des Kaufpreises beziehungsweise der Projektkosten finanzierten. Im Jahr 2010 wurde die Bankenregulatorik von Basel II auf Basel III umgestellt, um die Risiken für eine weitere mögliche Finanzkrise wie im Jahr 2007 zu reduzieren. Dadurch wurden die Eigenkapitalanforderungen an die Banken und die Kreditnehmer deutlich erhöht.

Seither fällt es den Immobilien-Investoren zunehmend schwerer, ihre Objekte oder Projekte mit einer hohen Fremdkapitalquote zu finanzieren, weshalb sie zunehmend auf alternative Finanzierungsmöglichkeiten zurückgreifen.

Das Immobilien-Crowdfunding bietet dem Immobilien-Investor hier die Möglichkeit, sich Kapital von privaten Investoren zu sichern, um so Projekte mit einem zu 2007 vergleichbar hohen Finanzierungsanteil umzusetzen.

Das Kapital, das die Anleger zur Verfügung stellen beziehungsweise investieren, ist sogenanntes Mezzanine-Kapital, welches in den meisten Fällen in Form eines Nachrangdarlehens ausgestaltet ist.

Mezzanine-Kapital ist hinsichtlich seiner Eigenschaften zwischen Eigen- und Fremdkapital anzusiedeln. Es gibt viele verschiedene Arten von Mezzanine-Kapital, abhängig davon, ob es tendenziell den Eigenschaften von Fremd- beziehungsweise Eigenkapital zuzuordnen ist.

Das sogenannte Nachrangdarlehen hat auf den ersten Blick viele Eigenschaften von Fremdkapital, denn die Anleger erhalten einen festen Zinssatz, haben keine Mitspracherechte und die Laufzeit wird von vornherein festgelegt. Im Gegensatz zum „echten“ Fremdkapital, das in der Regel von Banken bereitgestellt wird, hat es jedoch die Eigenschaft, dass es im Insolvenzfall einer Objekt- oder Projektgesellschaft „nachrangig“ nach allen anderen Gläubigern aus der Insolvenzmasse bedient wird. Das bedeutet, dass die Anleger ein höheres Risiko tragen als die fremdkapitalfinanzierenden Banken - jedoch werden diese auch mit einem entsprechend höheren Zinssatz bedient.

Die Plattformen müssen nach §13 Vermögensanlagegesetz (VermAnlG) den Anlegern ein Vermögensinformationsblatt bereitstellen, in dem die wichtigsten vertraglichen Grundlagen aufgeführt sind und in dem zusätzlich nochmals auf die Risiken des Investments hingewiesen wird. Ferner muss das Vermögensinformationsblatt bei der Bundesanstalt für Finanzaufsicht (BaFin) eingereicht und gebilligt werden.

Hinzu kommt, dass die Immobilien Crowdfunding-Plattformen nach §12 Abs. 2 VermAnlG wie folgt auf das Risiko hinweisen müs-

In today's capital market, it is difficult for private investors to find inflation-protected, relatively "safe" private investment opportunities for their savings with an interest rate higher than 3%. Real estate crowdfunding offers an interesting opportunity to access interest rates of 5 to 7%. How does it work?

Crowdfunding is a financing and investment model originating in the USA, which private investors initially used to predominantly finance companies, especially innovative start-ups. Real estate crowdfunding developed from this model and this type of crowdfunding has existed in Germany since 2012.

In the years before the financial crisis, in 2007, it was common for banks to finance 90, 95 or even 100% of the purchase price or project costs. In 2010, the banking regulations were switched from Basel II to Basel III in order to reduce the risks of another possible financial crisis as in 2007. This significantly increased the capital requirements for banks and borrowers.

Since then, real estate investors have found it increasingly difficult to finance their properties or projects with a high debt ratio. This is why they are increasingly resorting to alternative financing options.

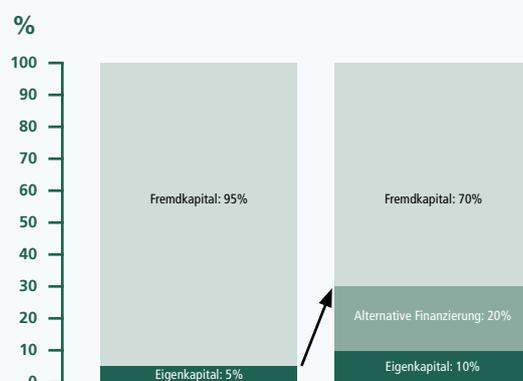
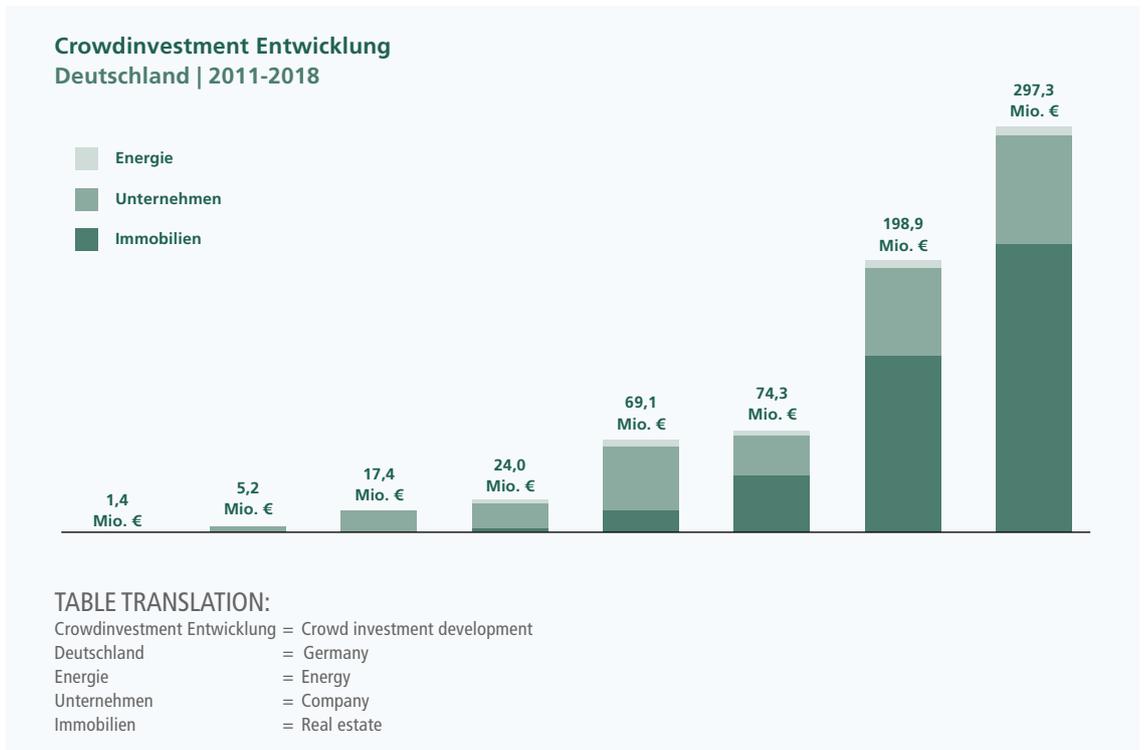


TABLE TRANSLATION:

Fremdkapital	= borrowed capital
Eigenkapital	= equity capital
Alternative Finanzierung	= alternative financing
früher	= in the past
heute	= today

(Quelle/Source: Schäfer & Conzen, Seite/page: 173)



sen: „Der Erwerb dieser Vermögensanlage ist mit erheblichen Risiken verbunden und kann zum vollständigen Verlust des eingesetzten Vermögens führen.“

Zudem ist es für private Anleger nicht möglich, mehr als 10.000 Euro pro Projekt zu investieren (§2a Abs. 3 VermAnG), und das Funding je Projekt, das über einen Schwarm bzw. eine Crowd finanziert wird, darf die Summe von 2,5 Millionen Euro nicht übersteigen. (§2a Abs.1 VermAnG).

Die Plattformen sind bestrebt, qualitativ hochwertige Projekte (auf ihrer Plattform) anzubieten, denn ein Insolvenzfall würde für sie, bedingt durch die Öffentlichkeit, die das Immobilien-Crowdfunding mit sich bringt, einen enormen Imageverlust bedeuten. Aus diesem Grund arbeiten die meisten Plattformen nur mit erfahrenen Projektentwicklern zusammen und die Anforderungen an das Projekt sind sehr hoch.

Wie zu Beginn erwähnt, wurde das Modell Crowdfunding vor allem dazu genutzt, um Unternehmen, speziell innovative Start-ups, zu finanzieren. Seit dem Jahr 2016 hat das Immobilien-Crowdfunding das Crowdfunding für Unternehmen in Deutschland vom Volumen her überholt und im Jahr 2018 wurden insgesamt über 210 Millionen Euro über Immobilien-Crowdfunding-Plattformen vermittelt. Alleine im ersten Halbjahr 2019, lag das über Immobilien-Crowdfunding Plattformen vermittelte Volumen bei über 155 Millionen Euro.

Die Wachstumsraten im Immobilienbereich sprechen absolut für sich: In den Jahren von 2015 auf 2017 verdreifachte sich das Volumen jährlich. Von 2017 auf 2018 lag die Wachstumsrate bei +63,2 Prozent. Die heute grössten Plattformen, wie Exporo und Zinsland, wurden im Jahr 2014 gegründet und haben massgeblich zu diesem Wachstum beigetragen.

Die Tabelle zeigt, dass der Marktführer Exporo einen Marktanteil von 59,5 Prozent unter den Plattformen hat. Mit einer Wachstumsrate von fast 300 Prozent im Jahr 2017 und einer Wachstumsrate von 50 Prozent im Jahr 2018 ist die Plattform absoluter Marktführer in diesem Segment. Jedoch ist der Markt sehr umkämpft und Plattformen, wie beispielsweise iFunded oder Engel & Völkers Capital, weisen Wachstumsraten von jeweils über 800, beziehungsweise 900 Prozent im Jahr 2018 auf.

Das durchschnittliche Volumen pro Projekt lag im Jahr 2017 bei 1,085 Millionen Euro und 2018 dann schon bei 1,453 Millionen Euro.

Auch Kensington Crowd bietet ab sofort Kleinanlegern die Möglichkeit, online in Immobilienprojekte zu investieren. Unter www.kensington-crowd.com ist eine Investition bereits ab 250,- € möglich.



Plattform	Volumen 2018	Entwicklung vs. 2017	Marktanteil 2018	Projekte 2018	Ø Volumen pro Projekt
Exporo	125.318.826 €	50,0%	59,5%	69	1.816.215 €
Zinsland	17.323.000 €	10,3%	8,2%	19	911.737 €
Engel & Völkers Capital	16.080.000 €	936,8%	7,6%	9	1.786.667 €
Zinsbaustein	17.750.000 €	22,9%	7,0%	10	1.475.000 €
Bergfürst	13.129.690 €	43,2%	6,2%	14	937.835 €
iFunded	10.840.408 €	839,5%	5,1%	3	3.613.469 €
Vestinas	5.000.000 €	neu	2,4%	1	5.000.000 €
Home Rocket	2.790.800 €	189,9%	1,3%	6	465.133 €
LeihDeinerUmweltGeld	1.874.800 €	128,8%	0,9%	4	468.700 €
WiWin	1.318.500 €	neu	0,6%	2	659.250 €
ReaCapital	1.249.000 €	-51,1%	0,6%	2	624.500 €
Bettervest	317.850 €	neu	0,2%	2	158.925 €
Grundag	293.600 €	559,8%	0,1%	2	146.800 €
Dt. Immobilienanleihen	250.000 €	neu	0,1%	1	250.000 €
Greenvesting	175.000 €	449,4%	0,1%	1	175.800 €
Gesamt	210.712.274 €	63,2%	100,0%	145	1.453.188 €

TABLE TRANSLATION:

Plattform	=	Platform
Volumen	=	Volume
Entwicklung	=	Development
Marktanteil	=	Market share
Projekte	=	Projects
Gesamt	=	Total

Real estate crowdfunding offers the real estate investor the opportunity to secure capital from private investors in order to implement projects with a financing share comparable to that of 2007.

The capital provided or invested by the investors is so-called mezzanine capital, which in most cases takes the form of a subordinated loan.

Mezzanine capital is by its nature located between equity and debt capital. There are many different types of mezzanine capital, depending on whether it tends to be classified as debt or equity.

At first glance, the so-called subordinated loan has many characteristics of debt capital, because investors receive a fixed interest rate, have no say and the term is fixed from the outset. In contrast to "real" debt capital, which is usually provided by banks, it has the characteristic that in the event of the insolvency of a property or project company, it is "subordinated" to all other creditors in the insolvency estate. This means that the investors bear a higher risk than the debt financing banks, but this is also compensated with a correspondingly higher interest rate.

According to the German Capital Investment Act, §13 Vermögens Anlagen Gesetz (VermAnlG), the platforms must provide investors with an asset information sheet in which the most important contractual principles are listed and in which the risks of the investment are also pointed out. Furthermore, the asset information sheet must be submitted to and approved by the Federal Financial Supervisory Authority (BaFin).

In addition, the real estate crowdfunding platforms must point out the risk in accordance with §12 (2) VermAnlG: "The acquisition of this asset investment is associated with considerable risks and can lead to the complete loss of the invested assets."

In addition, it is not possible for private investors to invest more than 10,000 euros per project (§2a Abs. 3 VermAnlG) and the funding per project, which is financed by a swarm or a crowd, may not exceed the sum of 2.5 million euros. (§2a Abs.1 VermAnlG).

The platforms strive to offer high quality projects, because a bankruptcy would, through the publicity that real estate crowdfunding entails, mean an enormous image loss for the platform. For this reason, most platforms only work with experienced project developers and the demands on the project are very high.

As mentioned at the beginning, the crowdfunding model was mainly used to finance companies, especially innovative start-ups. Since 2016, real estate crowdfunding has overtaken crowdfunding for companies in Germany in terms of volume, and in 2018 a total of over 210 million euros were brokered via real estate crowdfunding platforms. Looking at the first half of 2019, the volume brokered via real estate crowdfunding platforms already exceeded 155 million euros.

The growth rates in the real estate sector speak for themselves in ab-

solute terms. In the years from 2015 to 2017, the volume tripled annually. From 2017 to 2018, the growth rate was +63.2 percent. Today's largest platforms such as Exporo and Zinsland were founded in 2014 and have contributed significantly to this growth.

The table shows that the market leader Exporo has a market share of 59.5 percent among the platforms. With a growth rate of almost 300 percent in 2017 and a growth rate of 50 percent in 2018, the platform is the absolute market leader in this segment. However, the market is highly competitive and platforms such as iFunded or Engel & Völkers Capital achieved growth rates of over 800 and 900 percent respectively in 2018.

The average volume per project was 1.085 million euros in 2017 and 1.453 million euros in 2018.

Kensington Crowd now also offers small investors the opportunity to invest online in real estate projects. Under www.kensington-crowd.com, investment is possible starting from only 250 EUR.

QUELLEN | SOURCES

www.crowdfunding.de/wp-content/uploads/2018/03/Crowdinvest-Marktreport-2017-Deutschland-crowdfunding.de-.pdf

www.crowdfunding.de/wp-content/uploads/2019/03/Crowdinvest-Marktreport-2018-Deutschland-crowdfunding.de_.pdf

www.crowdinvest.de/immobilien-report

CROWD- INVEST

ON LOCATION traf sich mit Jamal El Mallouki, Geschäftsführer der KENSINGTON Crowd GmbH und Vorsitzender des Deutschen Crowdfunding Verbandes

Herr El Mallouki, Sie sind einer der Pioniere in der Crowdinvesting-Szene in Deutschland und gelten als Vorsitzender des Crowdfunding-Verbandes als einer DER Experten der Branche. Wie hat sich die Branche in den letzten 5 Jahren entwickelt?

Die Branche hat sich in den vergangenen Jahren enorm weiterentwickelt. Der Crowdinvesting-Markt ist seit 2011 kontinuierlich gewachsen und hat in den letzten zwei Jahren noch einmal einen grossen Sprung nach vorne gemacht. Allein 2018 lag das Volumen erfolgreich platzierter Crowdinvestments bei knapp 300 Millionen Euro. Auch die Zahl der Plattformen hat sich in den vergangenen fünf Jahren fast verdreifacht, wobei vor allem der Immobilienbereich als Zugpferd fungiert. Ein weiterer wichtiger Schritt war 2015 das Inkrafttreten des Kleinanlegerschutzgesetzes, das erstmals einen Rahmen für Crowdinvestments vorgab. Dass es





in diesem Jahr zu einer Evaluierung desselben kommt und dadurch die Möglichkeit für Anleger und Emittenten zu investieren bzw. Kapital einzusammeln noch einmal verbessert wird, bestätigt die positive Entwicklung der Branche.

Welche Rolle spielen institutionelle Anleger, wie z. B. Family Offices unter den Anlegern?

Institutionelle Anleger treten häufig als Kapitalgesellschaften auf. Für Crowdfunding-Vorhaben sind sie deshalb interessant, weil sie in der Lage sind, höhere Summen zu investieren. Für Emittenten hat das wiederum den Vorteil, dass die Fundingsummen schneller erreicht werden können.

Was für ein Marktpotential sehen Sie in Deutschland noch für die Crowdfund-Branche?

Das Marktpotenzial würde ich auch für die Zukunft als sehr gut einstufen. Viele Sparer sind aufgrund der dauerhaft niedrigen Zinsen auf der Suche nach neuen Investitionsmöglichkeiten. Crowdfunding bietet eine Alternative zu herkömmlichen Finanzanlagen, wobei jeder

Anleger ganz genau weiss, in welches Produkt oder Unternehmen Geld investiert wird. Anders als das beispielsweise bei manchen Fonds der Fall ist. Die bereits erwähnte Evaluie-

rung des Kleinanlegerschutzgesetzes bietet Investoren und Unternehmen zudem neue Möglichkeiten, um in Crowdfunding-Projekte zu investieren bzw. diese als alternative Finanzierungsmöglichkeit in Betracht zu ziehen.

Aus welchem Motiv sucht ein Projektentwickler Kapital über die Crowd?

Das kann verschiedene Gründe haben. Für viele erweist sich der Gang zur Bank oft als zu langwierig, denn Startups oder Projektentwickler benötigen oft schnell und unbürokratisch Kapital. Da bietet Crowdfunding in puncto Tempo, Transparenz und Flexibilität wesentliche Vorteile gegenüber klassischen Finanzinstituten. Manchen kann die Crowd dabei helfen, ihre Eigenkapitalquote zu stärken und so leichter an Kredite zu gelangen, mit denen Projekte dann realisiert werden können. Andere dagegen möchten die Öffentlichkeit aktiv einbinden und damit z. B. Mitarbeitern die Möglichkeit bieten, sich am wirtschaftlichen Erfolg ihres Unternehmens zu beteiligen. So sammelt man nicht nur Kapital ein, sondern stärkt auch sein Markenimage.

Wie kann man sicherstellen, dass man nicht in die falschen Projekte investiert?

Das Wichtigste ist, sich vorab genau zu informieren und möglichst viel über das Projekt und das Unternehmen oder die Projektentwickler, die dahinterstehen in Erfahrung zu bringen. Dazu kann man den Anbieter eines Projekts oftmals auch direkt anschreiben und seine



Fragen stellen. Vieles erfährt man aber auch schon in den Vermögensanlagen-Informationsblättern (VIB) der jeweiligen Projekte. Ein weiterer wichtiger Punkt, der für alle Arten von Investitionen gilt, ist die Diversifikation des eigenen Portfolios, d. h. sein Kapital möglichst breit zu streuen und in viele unterschiedliche Projekte zu investieren. Das vermindert das Gesamtrisiko und ein einzelner Ausfall kann leichter verkraftet werden.

Was genau steht in den Vermögensanlagen-Informationsblättern (VIB) und was bringt dies dem Anleger?

VIB sind eine Art „Beipackzettel“ für Anleger. Dort findet man die wichtigsten Informationen und Eigenschaften sowie Risiken zu der angebotenen Vermögensanlage. Dazu gehören unter anderem die Art und die genaue Bezeichnung der Vermögensanlage, die Laufzeit und die Kündigungsfrist oder die Konditionen der Zins- und Rückzahlung. Das erhöht nicht nur die Transparenz, sondern bietet den Anlegern auch eine gute Vergleichsgrundlage für andere Finanzanlagen.

Immer mehr Anleger investieren über Crowdfunding-Plattformen, Tendenz steigend. Wieso ist das aus Ihrer Sicht so?

Plattformen bieten viele Lösungen aus einer Hand an, die Sie für Anleger und Unternehmen attraktiv machen. Sie führen vor dem Start eine detaillierte Prüfung des Projektvorhabens durch und bereiten im Anschluss alle

notwendigen rechtlichen und vertrieblichen Dokumente vor. Das erhöht die Sicherheit und Transparenz für Anleger. Während des Fundings übernehmen sie ausserdem verschiedene Dienstleistungen, wie z. B. die Anlegerbetreuung oder die Veröffentlichung des Reportings für Anleger. Ein weiterer Vorteil für Anleger: Sie können auf einer Crowdfunding-Plattform in verschiedene Projekte investieren und so ihr Portfolio diversifizieren.

Sie sind Geschäftsführer der Plattform KENSINGTON Crowd. Was genau ist die Aufgabe eines Geschäftsführers solch einer Plattform?

Neben den klassischen unternehmerischen und kaufmännischen Aufgaben gehört im Falle einer Crowdfunding-Plattform wie Kensington Crowd auch die umfassende Prüfung der Projektvorhaben auf Plausibilität und Realisierbarkeit zu meinen Aufgaben. Ausserdem verrete ich die Plattform gegenüber Anlegern nach aussen. Dabei gehe ich sowohl auf die Bedürfnisse der Anleger als auch auf die der Emittenten ein.

Was hat Sie motiviert, sich der KENSINGTON Gruppe anzuschliessen und dieses neue Geschäftsfeld mit aufzubauen?

se they are able to invest larger sums. For issuers, this in turn has the advantage that the funding sums can be reached more quickly.

What market potential do you still see in Dtl. for the Crowdfund invest industry?

I would rate the market potential for the future as very good. Many savers are looking for new investment opportunities due to the permanently low interest rates. Crowdfunding offers an alternative to conventional financial investments, whereby every investor knows exactly in which product or company money is invested, unlike some funds, for example. The aforementioned eva-

CROWD-INVEST

ON LOCATION met with Jamal El Mallouki, Managing Director of KENSINGTON Crowd GmbH and Chairman of the German Crowdfunding Association.

Mr. El Mallouki, you are one of the pioneers in the crowd investment scene in Germany and as chairman of the Crowdfunding Association, are considered to be one of the experts in the industry. What has developed in the industry over the last 5 years?

The industry has developed enormously in recent years. The crowd investing market has grown continuously since 2011 and has made another big leap forward in the last two years. In 2018 alone, the volume of successfully placed crowd investments amounted to almost 300 million euros. The number of platforms has also almost tripled in the past five years. The real estate

sector in particular acts as the driving force. Another important step was the entry into force in 2015 of the law on the protection of small investors, which provided a framework for crowd investments for the first time. The fact that this year there will be an evaluation of this, and thus further possibility for improvements for investors and issuers to invest and collect capital, confirms the positive development of the industry.

What role do institutional investors, such as family offices, play among investors?

Institutional investors often act as corporations. They are interesting for crowd investing projects becau-



Die Immobilienprojektentwicklung trägt einen wesentlichen Anteil zum Wachstum von Crowdfunding in Deutschland bei. Beide Branchen ergänzen sich mit ihren jeweiligen Vorteilen sehr gut. Diese Wachstumspotenziale wollen wir nutzen. Ausserdem können wir mit der Kensington Crowd als 100%ige Tochter der CrowdDesk GmbH unabhängig agieren, wobei CrowdDesk auf seine Stärken, wie die Vermarktung, Abwicklung und Administration von Crowdfunding-Projekten setzen und gleichzeitig auf das grosse Immobilienetzwerk der KENSINGTON Gruppe zugreifen kann.



can invest in various projects on a crowd platform and thus diversify their portfolio.

ratio in order to obtain loans more easily with which projects can then be realised.

And some want to actively involve the public, for example by giving employees the opportunity to participate in the economic success of their company. In this way, you not only collect capital, but also strengthen your brand image.

How can you ensure that you are not investing in the wrong projects?

The most important thing is to find out as much as possible about the project and the company or project developers behind it in advance. You can also write directly to the supplier of a project and ask questions. Much can also be found in the Investment Information Sheets (VIB) of the respective projects. Another important point, which applies to all types of investment, is the diversification of one's own portfolio: i.e. spreading one's capital as widely as possible and investing in many different projects. This reduces the overall risk and makes it easier to cope with a single default.

What exactly is stated in the Asset Investment Information Sheets (VIB) and what is the benefit for the investor?

VIBs are a kind of "package insert" for investors. There you will find the most important information, characteristics and risks relating to the investment offered. These include, among other things, the type and exact designation of the investment, the term and period of notice or the conditions for interest and repayment. This not only increases transparency, but also offers investors a good basis for comparison with other financial investments.

More and more investors are investing via crowd platforms, and the trend is rising. From your point of view, why is that? Platforms offer many solutions from a single source that make you attractive for investors and companies. Before the start, you carry out a detailed examination of the project plan and then prepare all the necessary legal and sales documents. This increases security and transparency for investors. During the funding phase, they also take over various services, such as investor support or the publication of reports to investors. A further advantage for investors is that they

You are the managing director of the KENSINGTON Crowd platform. What exactly is the role of a managing director of such a platform?

In addition to the classic entrepreneurial and commercial tasks, in the case of a crowd investing platform like Kensington Crowd, my tasks also include the comprehensive plausibility and feasibility check of the project plans. I also represent the platform to external investors. In doing so, I address both the needs of the investors and those of the issuers.

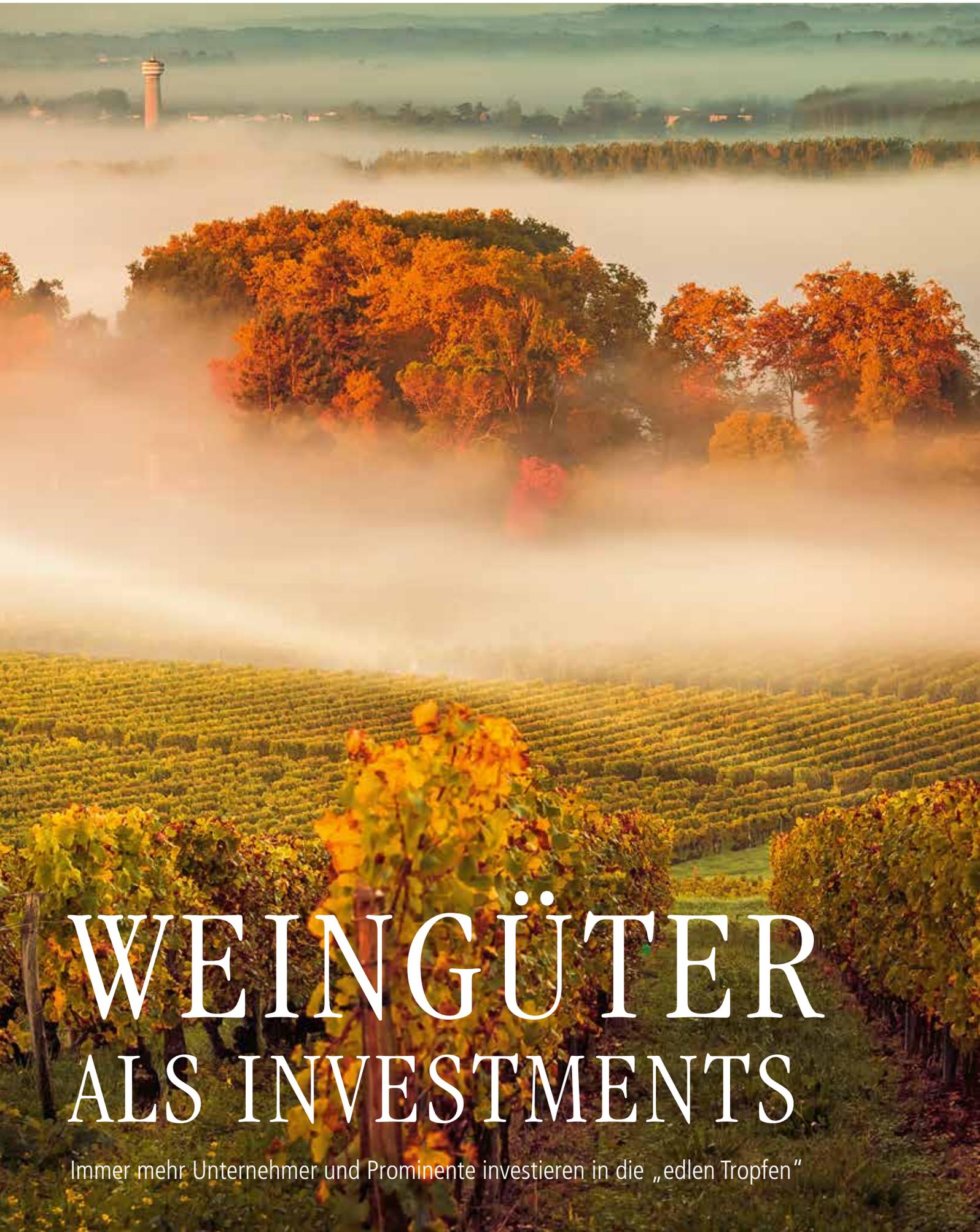
What motivated you to join the KENSINGTON Group and help develop this new business segment?

Real estate project development plays a major role in the growth of crowd investing in Germany. Both sectors complement each other very well with their respective advantages. We want to exploit this growth potential. In addition, with Kensington Crowd, we can act independently as a 100% subsidiary of CrowdDesk GmbH, whereby CrowdDesk can rely on its strengths, such as marketing, handling and administration of crowd investing projects, while at the same time having access to the large real estate network of the KENSINGTON Group.

valuation of the Small Investor Protection Act also gives investors and companies new opportunities to invest in crowd investing projects or to consider them as an alternative financing option.

What is the motive for a project developer to seek capital through the crowd?

There can be various reasons for this. For many, going to the bank often proves to be too lengthy. Startups or project developers often need capital quickly and unbureaucratically. In terms of speed, transparency and flexibility, crowd investing offers significant advantages over traditional financial institutions. The crowd can help others to strengthen their equity



WEINGÜTER ALS INVESTMENTS

Immer mehr Unternehmer und Prominente investieren in die „edlen Tropfen“



Für vermögende Familien und Unternehmer ist der Kauf eines Weingutes wie kaum eine andere Investition neben den sonstigen schönen Dingen des Lebens eine spezielle und genussreiche Vermögensanlage. Die Möglichkeit, sich mit einem „genussvollen Produkt“ unternehmerisch noch einmal zu betätigen, reizt viele Interessenten – auch unter ökologischen Gesichtspunkten.

WER?

Wer besitzt & kauft Weingüter, welche Länder & Regionen sind beliebt, warum werden Weingüter verkauft und welche Besonderheiten muss man beim Erwerb eines Weingutes beachten?

In der heutigen Zeit erfüllen sich diesen Wunsch immer mehr Prominente, Manager & vermögende weinaffine Unternehmer. Neben diesen Quereinsteigern kaufen oder beteiligen sich natürlich auch Firmen aus der Weinindustrie und reine Finanzinvestoren an Weingütern.

Zwischen 2010 und 2017 gab es in Europa 150 Übernahmen und Transaktionen im Weinbusiness. Hierbei sind nicht die Käufe von „kleineren“ Weingütern und Weinbergen inkludiert.

Erst kürzlich hat ein belgischer Investor ein bekanntes Brunello-Weingut im dreistelligen Millionenwert gekauft und ein amerikanisch/kolumbianischer Investor 20% an dem französischen Kult-Weingut Pomerol (Petrus) erworben.

Prominente wie z.B. Sting, Gianna Nannini, Brad Pitt & Angelina Jolie, Johnny Depp, David Beckham, Carlos Santana, Francis Ford Coppola, Sir Cliff Richard besitzen oder halten Anteile an Weingütern, und ebenso Unternehmer wie die Familien Knauf, Ferragamo, Lamborghini, Wolfgang Reitzle, Jack Ma (Alibaba), Rupert Murdoch und viele andere.

Internationale Unternehmen wie Chanel, EPI Group, Black Rock und auch zahlreiche Unternehmen aus der Beverage-Branche wie Henkel, Rotkäppchen-Mumm und andere haben Weingüter und Unternehmen akquiriert, grosse Namen wie Antinori, Frescobaldi oder auch Zonin investieren z.B. in Südamerika oder auch in Projekte in China.

WO?

Da es überall auf der Welt Weinberge gibt, ist die Auswahl an Gütern recht umfangreich. Die Spanne der am Markt erhältlichen Güter ist gross und reicht von grossen, als Kapitalgesellschaft geführten Weingütern mit Sternhotels oder mit historischer Villa, bis hin zu einer reinen Anbaufläche ohne Immobilienbestand. Aber auch klassische Familienunternehmen werden angeboten.

Die beliebtesten Länder und Weinregionen für den Erwerb sind Italien (Chianti Classico, Brunello, Prosecco, Piemont), Frankreich (Bordeaux, Champagne, Provence), aber auch Portugal, Spanien, Deutschland und Südamerika (Argentinien, Chile & Uruguay). Oder lieber Südafrika, wo Beckenbauer, Schörghuber und Dornier Winzer sind? Je nach Vorliebe sind fast überall auf der Welt Weingüter zum Erwerb verfügbar.

Frankreich und Italien sind zusammen für 32% der weltweiten Weinproduktion verantwortlich. Portugal ist aktuell für Investoren und Käufer von Weingütern und Hotels in Weinregionen sehr attraktiv, die Preise sind noch moderat. Vom Flughafen Porto in die berühmte Weinregion Douro-Tal sind es 1- 2 Stunden Fahrt.

GRÜNDE FÜR DEN VERKAUF

Die Gründe für einen Verkauf sind wie bei jeder Firma vielfältig. Oft gibt es keine Nachfolger, oder der Eigentümer hatte kein erfolgreiches Vertriebskonzept. Grosse Weingüter haben oftmals aufgrund hoher Investitionen für einen Neubau oder eine modernere Kellerei einen grossen Schuldenberg angehäuft – und können dieses Problem nur noch durch einen Verkauf lösen. Einige suchen einen aktiven oder stillen Gesellschafter, um mit frischem Kapital weiter expandieren zu können. Mit dem Geld wollen sie neue Weinberge bepflanzen oder neue Vertriebskanäle erschliessen. Viele Weingüter wollen auch nur von einem erfahrenen Unternehmer profitieren.



VINEYARDS AS INVESTMENTS

More and more entrepreneurs and celebrities are investing in the world of wine.

For affluent families and entrepreneurs, the purchase of a winery is an opportunity unlike any other, aside from the usual finer things in life, to invest in a unique, pleasurable business concept. The opportunity to work with a sumptuous product appeals to many, as does the ecological aspect of such a project.

Who owns and purchases wineries? Which countries and regions are popular for doing so? Why are wineries being put on the market and what should you pay particular attention to when purchasing one?



Günther Jauch, der bekannte deutsche Kultmoderator setzt auf heimatischen Anbau, er besitzt ein Weingut an der Mosel in Rheinland-Pfalz in Deutschland!
Iconic German TV presenter, Günther Jauch, relies on his own private wine cultivation; he owns a vineyard along the Mosel river in the Rhineland Palatinate region of Germany!

WHO?

These days, an increasing number of prominent individuals, managers and wealthy wine-loving entrepreneurs are turning their dream into reality. Of course, in addition to these career changers, purely financial investors and companies from within the wine industry are also looking to buy and invest in wineries.

Between 2010 and 2017, Europe saw 150 acquisitions and transactions within the wine business. This figure does not include the purchases of "smaller" wineries and vineyards.

Very recently, a Belgian investor purchased a renowned Brunello winery for a nine-figure sum and an American/Columbian investor acquired 20% of the French cult-winery Pomerol (Petrus).

Celebrities such as Sting, Gianna Nannini, Brad Pitt & Angelina Jolie, Johnny Depp, David Beckham, Carlos Santana, Francis Ford Coppola and Sir Cliff Richard all own or have shares in wineries. This is also the case for corporate groups such as Knauf, Ferragamo, Lamborghini, Wolfgang Reitzle, Jack Ma (Alibaba), Rupert Murdoch and many others.

International companies such as Chanel, the EPI Group and Black Rock as well as numerous companies from the beverage industry such as Henkel, Rotkäppchen, Mumm and others have acquired wineries and associated businesses. Big names such as Antinori, Frescobaldi and Zonin for example, also invest in projects based in South America and China.

WHERE?

With vineyards located all over the world, the choice of wineries is quite extensive. The range of wineries available on the market is vast; from large corporate-run wineries with luxury ho-

WELCHE FALLSTRICKE GIBT ES FÜR PRIVATE INTERESSENTEN?

Was solch eine wie immer geartete Investition kompliziert gestaltet: Jedes Land und sogar jedes Anbaugebiet hat seine eigenen Regeln. Es reicht nicht, sich bei einem Immobilienmakler nach einem Weingut zu erkundigen. Jeder Vermittler sollte im jeweiligen Gebiet gut vernetzt sein und über folgende Kompetenzen verfügen: Fachkenntnisse hinsichtlich Weinbau, Einschätzung von Immobilien sowie Grund und Boden, Qualitätsbeurteilung der Lagen und der Produktion, betriebswirtschaftliche Beurteilung, Einschätzung des Potenzials eines Weingutes. Nur durch eine kompetente Beratung kann eine faire Wertermittlung erfolgen.

Viele Weingüter, die auf dem offiziellen Markt zum Verkauf stehen, sind betriebswirtschaftlich nicht interessant, ein Haus mit Weinbergen ist noch lange kein funktionierendes Weingut. Käufer müssen dann mit hohen Anfangsverlusten und mit hohen Investitionen in Gebäude, Kellerei und Weinbergen rechnen. Interessant sind vor allem sogenannte „off-market“-Weingüter mit einem funktionierenden Geschäftsmodell, einer etablierten Marke und positiven Finanzen.

Viele träumen von einem kleinen Weingut zur eigenen Nutzung und wollen den Kauf vorwiegend mit Fremdkapital realisieren. Aber Vorsicht, denn Wein ist ein Naturprodukt und die Produktion ist abhängig von den Launen der Natur. Es gibt gute, aber es gibt auch schlechte Jahre.

BEWERTUNG

Der Wert eines Weingutes setzt sich immer aus den folgenden Komponenten zusammen: Immobilien, Land, Weinberge, Fixed Assets (Ausstattung, Landwirtschaft & Kellerei), Weinbestand in Flaschen und Tanks sowie der Goodwill.

Ein Hektar bestockter Weinberg kostet z.B. im Chianti Classico bis zu € 150.000, in Montalcino ein Hektar Brunello-Weinberg ab € 400.000. Im Prosecco-Gebiet Valdobbiadene oder in der Champagne in Frankreich erzielen Weinberge bis zu € 1,2 Mio. pro Hektar. In Portugal im Douro-Tal beginnen die Preise ab ca. € 50.000/Ha.

Natürlich sind Güter in einer weniger etablierten Region deutlich preiswerter. Doch von dort aus eine neue Marke aufzubauen und diese am Markt zu etablieren, ist in der heutigen Zeit fast unmöglich, selbst für Vertriebsprofis.

Der Ablauf des Erwerbs eines Weingutes ist wie bei jeder Firma gleich. Nach Austausch der Vertraulichkeitserklärungen gibt es einen LOI (Letter of Interest) von Seiten des Interessenten, um Zugriff auf die Finanzdaten zu bekommen und evtl. auch eine Due Diligence durchzuführen. Bei grösseren Weingütern und Weinindustrie wird ein POF (Proof of Funds) verlangt.

WIE VIEL GELD MUSS MAN MINDESTENS INVESTIEREN?

Der Wert eines Weingutes ist eher ein Substanzwert, also ein Kauf auf Ertragswertbasis, allerdings ist die Substanz wertsteigernd. Weltweit sind die Preise für Weinberge in den letzten Jahren durchschnittlich um 4% gestiegen.

Weingüter können ab ca. € 3 Mio. bis € 300 Mio. und mehr erworben werden. Je nach Budget eines Interessenten, seinen Weinvorlieben und der gewünschten Nutzung des Weingutes sind die Möglichkeiten vielfältig. Soll es ein kleines Weingut in der Toskana als Hobby sein oder doch lieber ein renommiertes Margaux-Weingut?

Der englische Sänger Sting bevorzugt edle mediterrane Tropen, er ist Eigentümer eines Weinguts in der Toskana / Italien.
English singer Sting prefers a drop of Mediterranean luxury, he is the owner of a vineyard in Tuscany, Italy.



tels or historic villas to simple acreages without any significant real estate to straightforward wine-producing businesses. Traditional, family-run businesses also come onto the market.

The most popular countries and wine regions for purchasing a winery are Italy (Chianti Classico, Brunello, Prosecco, Piedmont), and France (Bordeaux, Champagne, Provence), as well as Portugal, Spain, Germany and South America (Argentina, Chile and Uruguay). Or perhaps South Africa, where Beckenbauer, Schörghuber und Dornier are currently winegrowers. Whatever your preference, there are wineries available for purchase almost everywhere in the world.

Together, France and Italy account for 32% of the world's wine production. Portugal, with its still moderate prices, is currently a very attractive location for investors and buyers looking for wineries and hotels in wine regions. It is only a 1-2 hour drive from Porto Airport to the famous Douro Valley wine region.

REASONS FOR SELLING

The reasons for selling are as varied as for any company. Often there isn't anyone to carry on the business, or the owner's sales concept hasn't been successful. Large wineries often accumulate significant debt due to substantial investments in new buildings or modern technology and are only able to find a solution through putting the business back on the market. Some choose to find an active or silent partner in order to expand further using fresh capital. With these funds, they plan on planting new vineyards or developing new distribution channels. There are many wineries that simply want to benefit from having an experienced entrepreneur on board.

WHAT ARE THE PITFALLS FOR INTERESTED PRIVATE PARTIES?

That which makes an investment of any description complicated: every country and even every wine growing region has its own rules and regulations. It is not enough to simply approach a real estate agency and enquire about wineries on offer. An agent needs to have good connections in the area and have the following competences: expertise in the field of viticulture, the ability to value both real estate and land, the ability to assess the quality of the site and produc-

tion as well as the ability to assess the business and the potential of the winery. Only expert consultation ensures a fair valuation.

Many of the wineries that are official on the market are not attractive from a business point of view; a house with a vineyard is far from being a functioning winery. In such cases, buyers have to factor in significant initial losses and high investments in buildings, technology and the vineyards themselves. It is the so-called off-market wineries with functioning business models, established brands and good financial health that are of particular interest.

Many dream of a small winery for personal use and want to make this a reality by predominantly financing their purchase through outside capital. Be careful! Wine is a natural product and therefore its production is very much influenced by the unpredictability of nature. There will be both good and bad years.

VALUATION

The value of a winery is dependent on the following elements: real estate, land, vineyards, fixed assets (the condition of agricultural equipment and wine-making technology), wine stock both in bottles and in tanks as well as goodwill.

One hectare of planted vineyard for example, costs up to €150,000 in Chianti Classico, in Montalcino a hectare of Brunello vineyard from € 400,000 onwards. In the Prosecco region of Valdobbiadene or the Champagne region in France, vineyards reach up to € 1.2 million per hectare. In Portugal's Douro Valley, prices start at approx. €50,000/ha.

Wineries in less established regions are naturally significantly less expensive. But developing a brand there and establishing it on the market is virtually impossible these days, even for sales and marketing experts.

The process of acquiring a winery is the same as with any company. The signing of the confidentiality agreement is followed by an LOI (Letter of Interest) from the interested party in order to access financial data and to carry out a due diligence check if necessary. A POF (Proof of Funds) is required for larger wineries and businesses.

RENDITEN & KOSTEN

Reputation ist gut, aber ein Weingut sollte sich auch langfristig wirtschaftlich tragen. Wein wächst von selbst, entsteht aber nicht von allein. Der Traum vom rentablen eigenen Weingut erfüllt sich nur mit professioneller Arbeit, den richtigen Entscheidungen, fundierten Einschätzungen und gutem Geschäftssinn. Wine business is people business!

Bei einem Erwerb eines Weingutes müssen u.U. langfristige Strategien erarbeitet werden, um neue internationale Vertriebsmärkte zu erschliessen und damit auch die Umsätze und Erträge zu steigern. Umsätze generieren sich aus dem Verkauf der Weine an Importeure & regionalem Verkauf an Enotheken und Restaurants sowie dem Direktverkauf auf dem Weingut an private Klienten.

Die Exportpreise für den Wein ab Kellerei in die verschiedenen Länder ist sehr unterschiedlich, deswegen sind Weingüter fast nur in den renommierten Weinregionen interessant, z.B. verkauft sich ein Brunello Montalcino DOCG für € 15 bis € 25 an den Importeur, aber auch ein Flaschenpreis von € 50,00 ist möglich. Bei guten Lagen im Bordeaux kann die Flasche auch zwischen € 150,00 und € 300,00 oder mehr (Exportpreis) erzielen. Möglich ist auch die Umstellung auf biologische Zertifizierung, biodynamische Bearbeitung, evtl. Produktion von koscherem Wein, Naturwein, Vegan-Wein etc., um bestehende Nischenmärkte zu bedienen.

Weiterhin besteht die Möglichkeit der Qualitätssteigerung, der Teilnahme an internationalen Weinbewertungen und dem Erhalt von Auszeichnungen, Urkunden und Punkten. In einigen Ländern wie z.B. Kanada benötigt man internationale Awards, um dort überhaupt seine Weine anbieten zu können. Um die Produktion zu steigern, ist Expansion durch den Kauf oder die Pacht von weiteren Rebflächen möglich. Eine interessante Möglichkeit ist die (aktive oder auch stille) Beteiligung an einem Weingut. Bei solch einer Investition können eine oder mehrere Personen an einem Weingut partizipieren. Dies spart Kosten und die Grunderwerbsteuer.

Seit 25 Jahren betreibt der englische Sänger Sir Cliff Richard die Farm Quinta do Moinho in Guia in Portugal, wo er das Weingut Adega do Cantor betreibt. English singer Sir Cliff Richard has been running the Quinta do Moinho farm in Guia, Portugal for 25 years, where he runs the Adega do Cantor winery.

EIN BEISPIEL FÜR DIE KOSTEN

Ein Weinberg im Chianti-Classico-Gebiet, ca. 10 Jahre alt, hat ca. 6.500 Reben. Pro Rebe fallen jährlich ca. € 1,20 Kosten an, darin sind alle manuellen Arbeiten wie Rebschnitt, Entblätterung etc. inbegriffen, sowie auch die nötigen Traktorarbeiten. Die Kosten in der Kellerei für die Produktion einer Flasche betragen zwischen € 1.00 bis € 1,50.

AN EXAMPLE OF COSTS

A vineyard in the Chianti Classico region, approx. 10 years old, has approx. 6,500 vines. Each vine costs approx. € 1.20 per year, including all manual work such as pruning, defoliation etc, as well as necessary tractor work. The cost for the production of a bottle in the winery ranges between € 1.00 and € 1.50.



WIE KANN DAS MANAGEMENT DES WEINGUTES ERFOLGEN?

Vor 20 Jahren hat der Käufer eines Weingutes sich ausschliesslich selbst um alles gekümmert. Das ist selten geworden.

Unternehmer und Privatiers, die heute ein Weingut erwerben, haben meistens keine Zeit für das tägliche Business und lassen sich von spezialisierten Firmen beraten. Diese können beispielsweise nach dem Kauf ein Interim-Management stellen, das zusammen mit renommierten Önologen und Agronomen über die strategische zukünftige Ausrichtung des Weingutes berät.

Ein guter Exportmanager für den Vertrieb der eigenen Weine muss sich nicht immer auf dem Weingut befinden, sondern kann auch in der Nähe des neuen Eigentümers agieren. Für Investitionen und landwirtschaftliche Subventionen bieten darauf spezialisierte regionale Consultingfirmen Hilfe. Diese erstellen auf Provisionsbasis die nötigen EU-Präsentationen.

EXIT

Für Interessenten, die bei Kauf oder einer Beteiligung bereits an einen Verkauf denken, ist es wichtig, ein Weingut zu finden, das bereits eine etablierte Marke und internationale Kundenstrukturen besitzt. Bekannte Weingüter mit gutem Marketing & Marke sind gefragt.

VIVA BUSINESS

Ein Beitrag von Bettina Kurz, CEO der Firma Viva Business – die Experten für den Verkauf von ausgewählten internationalen „off-market“-Weingütern.

A post by Bettina Kurz, CEO of Viva Business – the experts in the sale of selected international "off-market" wineries.

www.viva-business.com
bettina.kurz@viva-business.com

WHAT IS THE MINIMUM AMOUNT NEEDED TO INVEST?

The value of a winery lies predominantly in its assets, i.e. purchase is based on earning capacity – notably, value is increasing. In recent years, vineyard prices have risen by an average of 4% worldwide.

Wineries can be purchased for between approx. € 3m and € 300m, or even more. There are diverse options depending on the budget of an interested party, their wine preferences and the use they envisage for the winery. Is the aim to buy a small winery in Tuscany for hobby purposes or rather a renowned winery in Margaux?

RETURNS AND COSTS

Reputation is all well and good, but a winery should also be economically viable in the long term. The grapes may grow by themselves, but the wine is another matter. The dream of having your own profitable winery will only come to fruition through professional work, the right decisions, sound assessments and good business sense. Wine business is people business!

Purchasing a winery includes developing long term strategies to open up new international distribution markets so that sales and profits rise. Turnover is generated from the sale of wine to importers and regional sales to wine bars and restaurants as well as direct sales to private customers at the winery.

The cost of exporting wine from a winery to different countries varies considerably, meaning that it is almost only profitable for wineries in known wine regions e.g. a bottle of Brunello Montalcino DOCG can be sold to an importer for between € 15 and € 25, but the price of a bottle can cost up to € 50.

A good bottle of Bordeaux can reach between €150 and € 300 or even more (export price).

Other opportunities include switching to organic certification, biodynamic production methods, the production of kosher, natural or vegan wines etc. to tap into existing niche markets.

Increasing quality, participating in international wine competitions and receiving awards, certificates and points are further possibilities. In some countries, such as Canada for example, an international award is required in order to sell the wine. Expansion is possible through the purchase or leasing of more vineyards to increase production. An interesting opportunity lies in becoming an active or silent partner/part owner in a winery. Investing in this way means that one or more

people can participate, which saves costs as well as transfer tax.

WHAT ARE THE OPTIONS FOR MANAGING A WINERY?

20 years ago, a buyer of a winery would have had to manage everything themselves. This is now rare.

Entrepreneurs and private individuals, who purchase a winery today, generally don't have the time for the day-to-day running of the business and rely on specialised companies for support. Such companies, for example, can put an interim management team into place after purchase, to work with renowned oenologists and agronomists to advise on the strategic future orientation of the winery.

A good export manager for the distribution of own wines doesn't need to always be present at the winery, they can also work in the vicinity of the new owner. Specialised regional consulting firms offer expertise in terms of investments and agricultural subsidies. Such firms will put together the necessary EU documentation on a commission basis.

EXIT

For those whose aim is to sell on the winery they are purchasing, it is important to choose a winery with an already established brand and international customer base. Well-known wineries with a good brand and marketing strategy are very much in demand.



DER REICHTUM ITALIENISCHER KÜCHE

Eine kulinarische Lebensphilosophie

von Tanja Horlacher
Fotos: Da Bruno Ristorante

Da Bruno Ristorante – was sich im ersten Moment nach einem kleinen Italiener um die Ecke anhört, entpuppt sich bei näherem Hinsehen nicht nur als italienische Küche vom Feinsten, sondern auch als aussergewöhnliche Erfolgsgeschichte. Aus der Liebe zur Costa del Sol wurden für Bruno und Giuseppina Filippone sechs traumhafte Restaurants entlang der Sonnenküste Spaniens. 2019 feiern sie das 25-jährige Jubiläum des ersten Da Bruno-Restaurants in Spanien und gleichzeitig den ersten Jahrestag des Döss – ihrem neuesten Coup.

„Das einzige Geheimnis unserer Restaurants ist es, die Motivation des ersten Tages zu erhalten und unseren Prinzipien bezüglich Qualität und Gastfreundschaft treu zu bleiben“, verraten Bruno und Giuseppina. Als sie sich 1994 während einer Urlaubsreise in die Gegend um Marbella verliebten, hatten sie bereits über 40 Jahre Erfahrung in der Gastronomie. Angefangen hatte alles im Schwarzwald – mit eben einem kleinen italienischen Restaurant. Ursprünglich stammen die Filippones aus Pianella, einem kleinen Ort in den Abruzzen unweit der italienischen Adria-Küste. 1994 trafen sie dann schliesslich eine Entscheidung, die ihr Leben verändern sollte: „Wir beschlossen nach Marbella zu ziehen, mitten in das Herz der Costa del Sol“, so Giuseppina. Dort brachten sie schliesslich dann all ihre Begeisterung und Erfahrung in ein neues Restaurant ein. „Pasta Da Bruno“ war geboren. Das erfahrene Gastronomenehepaar setzt, damals wie heute, auf eine authentische Küche.







Ein Leben mit Leidenschaft für die italienische Küche: Giuseppina und Bruno Filippone
 A Life with Passion for Italian Cuisine:
 Giuseppina and Bruno Filippone

„Wir setzen uns für die traditionelle italienische Küche ‚à la Mamma‘ ein, haben sie aber mit der Zeit weiterentwickelt, um sie an unser Verständnis von moderner Gastronomie anzupassen“, so Bruno. Ihr Ziel: Den Reichtum der italienischen Küche verbreiten.

Der Erfolg gibt ihnen recht. Knapp fünf Jahre nach ihrem Start in der pulsierenden Urlaubsmetropole eröffneten sie 1999 mit A Casa ihr zweites Restaurant. Dann ging es Schlag auf Schlag: 2001 öffnete das dritte Da Bruno an der Ausfahrt zum Hafen von Cabopino seine Türen. Cabopino gilt mit seinem feinen, goldfarbenen Sand inmitten der Artola-Dünen als einer der schönsten Strände um Marbella. Die Filippones verstehen es eben, ihren Gästen rundherum ein genussvolles Erlebnis zu bieten. Dem Restaurant angeschlossen ist ein italienisches Feinkostgeschäft, mit allem was das Genieserherz begehrt. Nur ein Jahr später wurde dann 2002 im Da Bruno sul Mare erstmals der Kochlöffel geschwungen, 2005 folgte Da Bruno a San Pedro und 2010 schliesslich das Da Bruno Mijas, auf halbem Weg zwischen Marbella und Málaga gelegen. Zudem gab es 2008 die Idee, in allen Da Bruno-Restaurants auch Take-Away anzubieten. Eine feine Sache.

ERLEBNIS FÜR ALLE SINNE

Dass in allen Da Bruno-Restaurants täglich frisch hergestellte Pasta auf den Tisch kommt, versteht sich bei einer echten italienischen Küche von selbst. Dazu fangfrischer Fisch,





Das Da Bruno sul Mare unweit des historischen Zentrums von Marbella.
The Da Bruno sul Mare - located not far from the historical centre of Marbella.

THE RICHNESS OF ITALIAN CUISINE

A culinary philosophy of life

Da Bruno Ristorante - which at first sounds like a little Italian restaurant around the corner - reveals upon closer inspection not only the finest Italian cuisine, but also an extraordinary success story. For Bruno and Giuseppina Filippone, their love of the Costa del Sol turned into six dream-like restaurants along Spain's sunny coast. In 2019, they celebrate the 25th anniversary of the first Da Bruno restaurant in Spain alongside the first anniversary of the Döss - their latest coup.

"The only secret to our restaurants is to maintain the motivation of the first day and to remain true to our principles of quality and hospitality," Bruno and Giuseppina reveal. When they fell in love with the Marbella area during a holiday trip in 1994, they already had over 40 years of experience in gastronomy. It all started in the Black Forest - with a small Italian restaurant. The Filippone originally come from Pianella, a small town in Abruzzo not

far from the Italian Adriatic coast. In 1994 they finally made a decision that would change their lives: "We decided to move to Marbella, right at the heart of the Costa del Sol", says Giuseppina. There, they finally brought all their enthusiasm and experience to a new restaurant. Pasta Da Bruno was born. The experienced gastronomic couple are committed, then as now, to authentic cuisine. "We are committed to traditional Italian cuisine 'à la Mamma', but we have developed it over time to adapt it to our understanding of modern gastronomy," says Bruno. Their aim: to spread the richness of Italian cuisine.

Success proves them right. Almost five years after their start in the pulsating holiday metropolis, they opened their second restaurant, A Casa, in 1999. In 2001 the third Da Bruno opened its doors at the exit to the port of Cabopino, which is considered to have one of the most beauti-

ful beaches around Marbella with its fine, golden sand in the middle of the Artola dunes. The Filippone know how to offer their guests an enjoyable all-round experience. An Italian delicatessen is attached to the restaurant, where gourmet enthusiasts will find everything their heart desires. Just one year later, in 2002, the first guests were welcomed at Da Bruno sul Mare, followed by Da Bruno a San Pedro in 2005 and Da Bruno Mijas in 2010, halfway between Marbella and Málaga. In 2008 there was also the idea of offering takeaway meals in all Da Bruno restaurants. A great idea.

AN EXPERIENCE FOR ALL SENSES

It goes without saying that freshly prepared pasta is served every day in all Da Bruno restaurants, as is the case with genuine Italian cuisine. This features alongside freshly caught fish, meat dishes and of course original Italian pizza - all with regional ingre-



Die jüngste Neueröffnung der Filippones: das Döss Marbella bietet asiatische und italienische Küche vom Feinsten. Dazu eine Champagner-Bar und Events der Extraklasse.

The latest opening of the Filippones: The Döss Marbella offers the finest Asian and Italian cuisine as well as a Champagner bar and Events of the extra class.

Fleischgerichte und natürlich original italienische Pizza – alles mit regionalen Zutaten. Die Menüs orientieren sich dabei selbstredend an der Jahreszeit mit wöchentlich wechselnden Empfehlungen. Ein köstlicher Hauch von Italien, den die Filippones da an Spaniens Küste entlang wehen lassen. 2018 haben sie sich an ein weiteres kulinarisches Crossover-Projekt mit gehobener Küche gewagt: das Döss. Restaurant und Champagner-Bar. Asiatische Eleganz trifft auf mediterrane Leidenschaft. Feinstes Sushi, Thai Red Curry mit Muscheln oder Langostinos in Tempurateig kommen hier ebenso auf den Tisch wie italienische Burrata oder Ente mit karamellisierten Äpfeln in Portwein – und natürlich Pasta! In allen Restaurants der Filippones werden zudem regelmässig Events angeboten. Die Live-Auftritte von Musikern, egal ob Jazz, Soul, Oper oder Tango, sowie DJs machen den Besuch in einem Da Bruno-Restaurant zu einem Erlebnis für alle Sinne.

dients. Of course, the menus are based on the season with weekly changing specials. A delicious touch of Italy, which the Filippones have spread along Spain's coast. In 2018, they ventured into another culinary crossover project with sophisticated cuisine: the Döss. Restaurant and champagne bar. Asian elegance meets Mediterranean passion. The finest sushi, Thai red curry with mussels or langostinos in tempura batter are served here, as are Italian burrata or duck with caramelised apples in port wine - and of course pasta! All of the Filippones' restaurants also offer regular events. The live performances of musicians, whether jazz, soul, opera or tango, as well as DJs, make a visit to a Da Bruno restaurant an experience for all senses.



KENSINGTON®

Finest Properties International

Your license to sell the finest properties



Together we are stronger

Become franchisee of a strong brand - Discover the WORLD OF KENSINGTON!

Set up your own real estate business on the Costa del Sol with a strong partner

KENSINGTON offers you:

- a team of successful real estate entrepreneurs
- a proven business system
- modern and powerful SEO and IT-System
- one of the best and recently relaunched websites
- a unique real estate showroom design
- only the finest marketing tools
- an internationally distributed Lifestyle Magazine
- an in-house academy for your best education

spain@kensington-international.com · Headoffice Switzerland: +41 71 544 97 00



www.kensington-spain.com



DAS ERFOLGSREZEPT

Doch wie ist es möglich, sechs Restaurants einschliesslich Take-Away und Live-Events, erfolgreich auf einmal zu betreiben? „Das Wichtigste für uns ist, unsere Identität zu wahren, während wir uns mit unseren Kunden weiterentwickeln. Darauf konzentrieren wir uns. Wir streben danach, jeden Tag besser zu werden, aber wir glauben nicht an die Notwendigkeit eines andauernden Wettbewerbs. Um den Unterschied zu den Mitbewerbern herauszustreichen, muss man hart arbeiten, auf jedes Detail achten und die Ressourcen effektiv managen“, erklärt Bruno sein Erfolgsrezept. „Zudem können wir uns auf eine aussergewöhnliche Gruppe von Profis verlassen, in jedem einzelnen unserer Restaurants, die Tag für Tag ihr Bestes geben.“ Doch die sind oft nicht einfach zu bekommen. Da sich Da Bruno als Unternehmensgruppe immer weiter entwickelt, gründete Bruno Filippone 2018 im Döss schliesslich eine Ausbildungsstätte – als Ergänzung zu den verschiedenen Cateringschulen an der Costa del Sol und um junge Menschen mit einer Be-

rufung für das Gastgewerbe in Marbella, der Costa del Sol und der gesamten Provinz Málaga auszubilden. „Unser Ziel ist es, die Marke Da Bruno als Referenz für Qualität und Service an der Costa del Sol zu festigen“, so der erfolgreiche Gastro-Unternehmer.

Doch bleibt dem Ehepaar bei all den Plänen überhaupt noch Luft, um ihren Traum von der spanischen Sonnenküste zu geniessen, weswegen sie einst hergekommen waren? „Ja, definitiv. Wir geniessen das Privileg, in Marbella zu leben, diesem einzigartigen Ort“, so Giuseppina. Die Filippone verbringen ihre Freizeit dort gerne mit der ganzen Familie. Das ist Teil ihrer Lebensphilosophie und sie lieben es, ihre täglichen Erfahrungen mit allen zu teilen. Diese Leidenschaft für das schöne Leben ist jeden Tag in ihren Restaurants zu spüren. Ein Glück.



Die Leidenschaft für das schöne Leben ist in allen Da Bruno-Restaurants zu sehen und zu spüren.
The passion for beautiful living can be seen and felt in all Da Bruno restaurants.

THE RECIPE FOR SUCCESS

So how is it possible to successfully run six restaurants, including takeaway and live events, all at once? "The most important thing for us is to maintain our identity as we evolve with our customers. That's what we focus on. We strive to get better every day, but we don't believe in the need for constant competition. To differentiate ourselves from the competition, we have to work hard, pay attention to every detail and manage resources effectively," Bruno explains his recipe for success. "Plus we can rely on an exceptional group of profes-

sionals in each and every one of our restaurants to do their best every day." But they are often not easy to get. As Da Bruno continues to develop as a group of companies, Bruno Filippone founded a training centre in Döss in 2018 to complement the various catering schools of the Costa del Sol and to train young people with a passion for the hospitality industry in Marbella, the Costa del Sol, and the entire province of Málaga. "Our goal is to consolidate the Da Bruno brand as a reference point for quality and service on the Costa del Sol," says the successful gastronomy entrepreneur.

But with all their plans, does the couple still have room to enjoy their dream of the sunny Spanish coast, the reason that they once came here? "Yes, definitely. We enjoy the privilege of living in Marbella, this unique place," says Giuseppina. The Filippones like to spend their free time there with the whole family. This is part of their philosophy of life and they love to share their daily experiences with everyone. This passion for the Dolce Vita can be felt every day in their restaurants. Pure happiness.

PHÄNOMEN POP-UP-STORES:
KREATIV
TRENDY
TEMPORÄR

Start-ups, junge Unternehmen und etablierte Weltmarken haben ein innovatives Konzept für sich entdeckt: Pop-up-Stores. Unabhängig von der Branche liegen die temporären Geschäfte voll im Trend. Diese Shops „poppen“ auf – um nach kurzer Zeit auch schon wieder zu verschwinden. Das hat viele Vorteile. Hier sind ein paar inspirierende Beispiele.

von Kirsten Lehmkuhl





Pop-up-Stores sind längst nicht mehr nur eine Plattform für Nachwuchsfirmen. Selbst bei alteingesessenen Marken sind sie mittlerweile zur Institution geworden und aus dem Marketing nicht mehr wegzudenken. Luxus-Modelabels wie Chanel, Gucci oder Valentino setzen ebenso darauf wie Amazon, IBM oder REWE ...

Die ungewöhnlichen Läden sind dabei in besten Citylagen ebenso zu finden wie in städtischen Kultvierteln oder auf fast vergessenen Industriegeländen. Ob leerstehendes Geschäft, ausgedienter Kinosaal, alter Copy-Shop oder verlassene Fabrikhalle – sie alle eignen sich als coole Locations. Oft gilt: Je unerwarteter der Ort, desto besser.

NUR FÜR EINEN EINZIGEN TAG

Einige der Stores sind nur einen einzigen Tag lang geöffnet – wie im Juli 2019 das stylische Fashion-Label Lena Hoschek in Berlin. Andere locken ihre Kunden zwei oder drei Wochen an. Wieder andere sind über Monate präsent. Und dann aber auch schon wieder weg ...



• LENA HOSCHEK, BERLIN

Die junge Designerin hat sich im Juli 2019 gleich für eine ganz feine Adresse als Pop-up-Store-Location entschieden: das In-Lokal Borchardt am Berliner Gendarmenmarkt. Das Restaurant in bester Lage hat sie aus gutem Grund gewählt. Schliesslich tragen ihre witzigen Entwürfe den Namen Tutti Frutti.

In July 2019, the young designer decided on a high profile address as a pop-up store location: the trendy Borchardt restaurant on Berlin's Gendarmenmarkt. She chose the restaurant in the best location for a good reason: After all, her funny designs bear the name Tutti Frutti.



Fotos: © Marcell von Berlin

• **MARCELL VON BERLIN,
FRANKFURT/MAIN**

Von Ende 2018 bis Mitte 2019 zeigte Modemacher Marcell von Berlin in der Hessen-Metropole seine neueste Kollektion auf 600 Quadratmetern in einem Pop-up-Store mit Rohbau-Ambiente zwischen schwülstigen Samtsofas, Betonwänden und Marmortischen – in der noblen Fashion-Meile Goethestrasse.

From the end of 2018 to mid-2019, fashion designer Marcell von Berlin presented his latest collection on 600 square metres in a pop-up store in the German metropolis, with a minimalist ambience, between pompous velvet sofas, concrete walls and marble tables – in the luxury Goethestrasse fashion mile.

PHENOMENON POP-UP STORES:

CREATIVE, TRENDY, TEMPORARY

Start-ups, young companies and established global brands have discovered an innovative concept for themselves: pop-up stores. Irrespective of the industry, temporary businesses are fully in trend. These shops “pop up” - only to disappear again after a short time. This has many advantages. Here are a few inspiring examples.

Pop-up stores have long since ceased to be a platform just for young companies. They have become an institution that has become an indispensable part of marketing, even with long-established brands, such as luxury fashion labels like Chanel, Gucci or Valentino, who rely on them just as much as Amazon, IBM or REWE ...

Die Kurzzeit-Auftritte punkten in vielerlei Hinsicht. Sie wecken nicht nur die Neugierde. Getreu der alten Verkaufsregel „Reduzierung schafft Begehrlichkeiten“ stimulieren Pop-up-Stores auch die Kauflust der Konsumenten, wecken ihr Jagdfieber. Schliesslich wollen Kunden in der kurzen zur Verfügung stehenden Zeit die begehrtesten Stücke ergattern, das beste Schnäppchen machen. Dazu umweht die Geschäfte diese geheimnisvolle Aura von Exklusivität. Wer informiert ist, wo der nächste Store „aufpoppt“, fühlt sich darüber hinaus als Insider und am Puls der Zeit. Das liegt nicht zuletzt daran, dass die Stores auch gleich spannende Veranstaltungen bieten. Die Sehnsucht nach sozialen Kontakten ist gross.

EXPERIMENTIERFELD DER GANZ EIGENEN ART

Pop-up-Stores sind ein Marketing-Instrument mit kalkulierbarem Risiko: Improvisierte, oft innovative Einrichtungen, etwa im angesagten Shabby-Look, sind nicht allzu teuer und meist können sie im Handumdrehen auf- und wieder abgebaut werden. Langfristige Mietverträge und grössere Personalkosten fallen weg. Dazu sind die Stores so etwas wie Versuchskaninchen für Kundenwünsche. Neue Produkte, besondere Serviceangebote oder überraschende Präsentationsideen können einfach mal getestet werden, ohne gleich ein grosses finanzielles Wagnis eingehen zu müssen. Test bestanden, Konzept funktioniert? Dann kann es in einem ersten „richtigen“ Geschäft oder in den Hauptfilialen grösserer Unternehmen zum Einsatz kommen.



Fotos: © Toom

• „STADTGRÜN“ & „STADTBUNT“, KÖLN, FRANKFURT/MAIN

Auch die Baumarktkette Toom mag Pop-up. „Stadtgrün by Toom“ in Köln hiess der erste Toom-Pop-up-Store im Frühsommer 2018 mit Gartenzubehör, Pflanzen und Erde zum Selbstabfüllen, in exakt der Menge, die die Kunden benötigten. Dann hiess es bis Ende 2018 in Frankfurt/Main „Stadtbunt by Toom“, ein Shop, der sich an ein eher urbanes Publikum mit Lust aufs Heimwerken richtete. Mit im Angebot: Bastelecken und Workshops, wo jeder Besucher selber Hand anlegen konnte. Nebeneffekt: Durch den intensiven Kontakt mit den Kunden in relaxter Atmosphäre konnte das Unternehmen deren Bedürfnisse und Wünsche studieren...



The DIY chain Toom also likes pop-up. „Stadtgrün by Toom“ in Cologne was the name of the first Toom pop-up store in the early summer of 2018, with garden accessories, plants and self-service soil, in exactly the quantities customers needed. Then „Stadtbunt by Toom“, a shop that was aimed at a more urban audience with an appetite for DIY was set up in Frankfurt/Main until the end of 2018, Frankfurt/Main. Also on offer were handicrafts and workshops, where every visitor could take part. Side effect: Through intensive contact with customers in a relaxed atmosphere, the company was able to study their needs and wishes ...



Fotos: © Reishunger

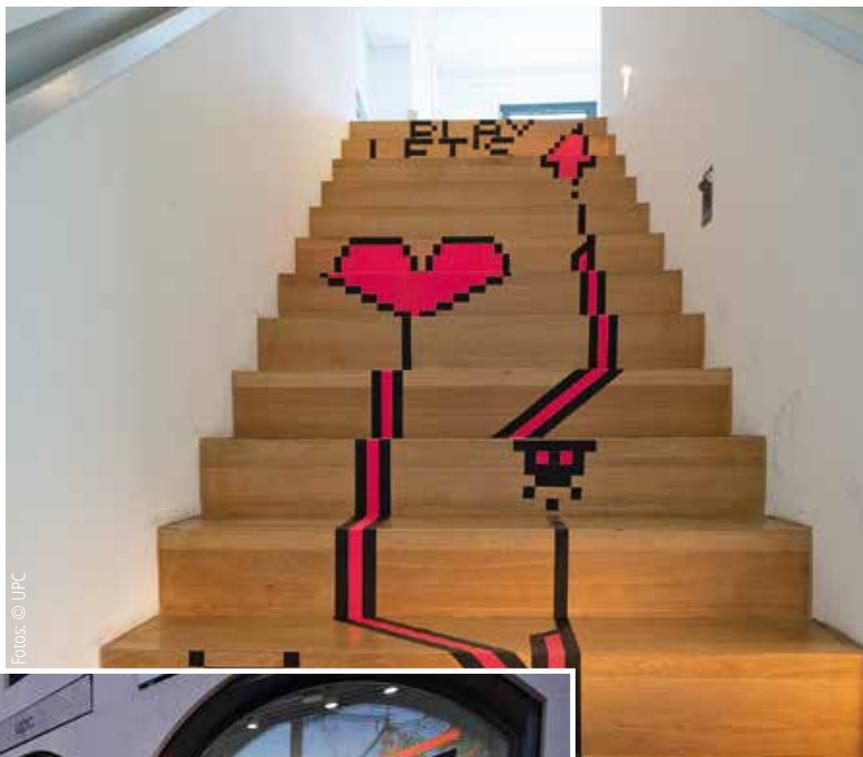
• REISHUNGER, BREMEN

Das Start-up-Unternehmen Reishunger aus Bremen war gleich zweimal für jeweils drei Monate mit einem Pop-up-Store in der Innenstadt am Start. Ihre schicken Reistüten präsentierten die jungen Macher dabei höchst dekorativ auf einfachen Holzpaletten. Sind weitere temporäre Läden geplant? „Derzeit nicht“, sagt Geschäftsführer Sohrab Mohammad, „aber wir poppen wieder up, wenn uns eine Möglichkeit in den Schoss fällt ...“

Reishunger, a start-up company from Bremen, started a pop-up store in the city centre twice for a period of three months. The young designers decoratively presented their chic travel bags on simple wooden pallets. Are further temporary shops planned? „Not at the moment,“ says Managing Director Sohrab Mohammad, „but we'll pop up again if we get a chance to do so...“

Für einen Pop-up-Store eignen sich sehr gut leerstehende Locations. Manche mieten sich aber auch kurzerhand in bereits bestehende Geschäfte oder Lokale ein. Weil ein Pop-up-Store meist für viel Aufmerksamkeit sorgt, kann der Ver- oder Mitmieter dann so auch für sich von dem Shop auf Zeit profitieren. Eine klassische Win-Win-Situation ...

Unoccupied locations are especially suitable for a pop-up store, however, some are also quick to rent existing shops or pubs. As a pop-up store usually attracts a lot of attention, the tenant or co-tenant can also benefit from the temporary shop. A classic win-win situation...



Fotos: © UPC



• GAMING POP-UP HOUSE, UPC, ZÜRICH

UPC, grösster Schweizer Kabelnetzbetreiber, hat gemeinsam mit dem Spielentwickler Schweizer Games im April 2019 mit dem Laden in Zürich ein Pilotprojekt gestartet: Interessierte können dort ausgewählte Spiele testen und sich mit den Entwicklern vor Ort austauschen.

UPC, Switzerland's largest cable network operator, has started a pilot project together with game developer Schweizer Games since April 2019 with their store in Zurich: Interested parties can test selected games there and exchange ideas with the developers on site.

The unusual shops can be found in the best city locations as well as in urban cult districts or on almost forgotten industrial sites. Whether an empty shop, a disused cinema, an old copy shop or an abandoned factory hall - they are all suitable as cool locations. Often, the more unexpected the location, the better.

JUST FOR A SINGLE DAY

Some of the stores are only open for a single day - like that of stylish fashion label Lena Hoschek in Berlin in July 2019. Others attract their customers for two or three weeks. Others remain present for months. And then they leave again ...

The short-term appearances score in many respects. They not only arouse curiosity. True to the old sales rule "limits create interest", pop-up stores also stimulate consumers' desire to buy and awaken their hunting fever. After all, customers want to get their hands on the most coveted items and get the best bargain in the short time available. In addition, the shops are surrounded by a mysterious aura of exclusivity. Those who are informed about where the next store will "pop up", feel like an insider and in-the-know. This is not least due to the fact that the stores also offer exciting events. There is a great longing for social contact.

EXPERIMENTAL FIELD OF ITS OWN

Pop-up stores are a marketing instrument with calculable risk: improvised, often innovative furnishings, such as those in the hip, shabby look, are not too expensive and can usually be set up and dismantled in no time at all. Long-term rental contracts and higher personnel costs are eliminated. In addition, the stores serve as guinea pigs for customer wishes. New products, special service offers or surprising presentation ideas can easily be tested without having to take a big financial risk. Test passed, concept works? Then it can be used in the first "real" shop or in the main branches of larger companies.



Fotos © IBM

• THINK IBM, BERLIN

Riesige Resonanz auf den Shop, der im Mai und Juni 2019 genau 40 Tage im berühmten Bikinihaus mitten im Zentrum seine Türen öffnete. Thema: künstliche Intelligenz im Alltag. Fazit: Diese neue Form der Interaktion im Pop-up-Store macht auch schwierige Themen wie Digitalisierung faszinierend, transparent und erlebbar.

There was a huge response to this shop, which opened its doors for exactly 40 days in May and June 2019 at the famous Bikinihaus in the middle of the city centre. Topic: artificial intelligence in everyday life. Conclusion: This new form of interaction in the pop-up store makes even difficult topics such as digitalisation fascinating, transparent and tangible.

Das Gute an den Ladeneinheiten: Sie sorgen für jede Menge Aufmerksamkeit, auch in den sozialen Netzwerken. Und locken eine Klientel, die offen ist und trendy sein möchte, eine Klientel, die möglicherweise auch als neue Kundengruppe gewonnen werden könnte.

WENN SELBST INTERNET-RIESEN OFFLINE GEHEN ...

Da erstaunt es nicht, dass sogar Onlinehandel-Vorreiter Amazon mit Pop-up-Stores arbeitet. Manchmal geht eben online auch offline, denn sogar ein Internetanbieter profitiert von solchen Shops, bei denen Interessierte Gleichgesinnte treffen und Waren, die ihre Aufmerksamkeit erregen, auch mal angefasst und ausprobiert werden können.

The good thing about the shop units: They attract a lot of attention, even on social networks and attract a clientele that is open and wants to be trendy, a clientele that could possibly be won over as a new customer group.

WHEN EVEN INTERNET GIANTS GO OFFLINE ...

It's not surprising that even online trading pioneer Amazon works with pop-up stores. Sometimes online also goes offline. Even an Internet provider can profit from shops where interested people meet like-minded individuals and products that attract their attention can sometimes be touched and tried out.

Mayfair Networking Events

WE CONNECT CONTINENTS

Investment meetings for
Family Offices & Private clients

Bespoke marketing
and Promotional Events

Leadership and Business
development master classes



NETWORKING
EVENTS

www.mayfairnetworkingevents.com



WÜSTEN- TRÄUME WERDEN WAHR

In einer Stadt, die sich mit unvergleichlichem Luxus und unvergesslichen Erlebnissen rühmt, hat NARA Escape in Dubai mit seinen massgeschneiderten luxuriösen Wüstenabenteuern und Events das „Glamping“ auf ein ganz neues Niveau gehoben.

von Dina Spahi, Fotos von Nara Escape

Während die glitzernden Wolkenkratzer und riesigen Einkaufszentren die Besucher beeindrucken, liegt die wahre Schönheit Dubais in den hügeligen Dünen und der ruhigen Lage der Wüste, nur wenige Kilometer vom geschäftigen Stadtzentrum entfernt. Eine wahre Oase, die es zu schätzen und zu erleben gilt, dank einer Vielzahl von Reiseveranstaltern, die „Wüstensafaris“ anbieten.

DIE MESSLATTE HÖHER LEGEN

Als Stephanie Danial, eine ehemalige Bankkauffrau mit mehr als 16 Jahren Berufserfahrung mit ihrer Familie nach Dubai zog, erkannte sie, dass das Potenzial für ein wirklich unvergessliches Erlebnis inmitten der atemberaubenden Wüstenlandschaft bis zu diesem Zeitpunkt nicht voll ausgeschöpft wurde. 2018 gründete Stephanie NARA - ein Akronym für ihre vier Kinder Neil, Adam, Ryan und Adrian - und legte die Messlatte im Hinblick auf Wüsten-erlebnisse und Camping ab sofort höher. Vorbei sind die kitschigen Stoffe, die blecherne Musik und die minderwertige Kost von einst. Stephanie sorgt nicht nur dafür, dass die Einrichtung, die Unterhaltung, die Liebe zum Detail, die Verköstigung sowie der Ser-

vice und die Übernachtungszelte und -einrichtungen höchsten Ansprüchen genügen, sie hat zusätzlich das herausragende Konzept von massgeschneiderten Veranstaltungen eingeführt.

Es ist in der Tat dieses massgeschneiderte Element, das NARA Escape an die Spitze der Luxus-Erlebnisse gebracht hat, die sowohl für Touristen als auch für Einwohnern des Landes angeboten werden. Ohne jegliche Werbung hat die Wüstensafari in weniger als zwei Jahren eine wahre Who's who-Klientel gewonnen, zu denen Luxusmode- und Uhrenhäuser, VIPs, multinationale Unternehmen und internationale Prominente zählen, auf deren To-do-Listen für den Nahen Osten NARA Escape ganz oben steht..

MASSGESCHNEIDERTER LUXUS

Stephanies Motto lautet: „Frag einfach... und wir werden es ermöglichen“. Das ist keine Übertreibung, denn NARA organisiert romantische Dinner zu zweit mit der gleichen Sorgfalt und Liebe zum Detail wie extravagante Feiern für 200 Gäste. Die NARA-Ästhetik ist im Grunde genommen raffiniert und doch komfortabel, mit modernsten Annehmlichkeiten eingebettet in bevorzugt natürliche Materia-

DESERT DREAMS COME TRUE

In a city that prides itself on unparalleled luxury and unforgettable experiences, Nara Escape in Dubai has taken glamping to a whole new level with their bespoke luxury desert adventures and events.

While the glittering skyscrapers and gargantuan shopping centres impress visitors, the true beauty of Dubai lies in the undulating dunes and tranquil setting of the desert just a few kilometres away from the bustling city centre. A true oasis to be cherished and experienced, thanks to a multitude of tour operators offering 'desert safaris'.

RAISING THE BAR

Enter Stephanie Danial, a former private banker with more than 16 years' experience, who moved to Dubai with her family and realised that the potential for a truly unforgettable experience set against the stunning desert landscape wasn't being met. Without much ado, Stephanie set up NARA - an acronym of her four children, Neil, Adam, Ryan, and Adrian - in 2018 and immediately raised the bar in terms of desert events and camping. Gone are the kitsch fabrics, tinny music and subpar food of the old. Instead, Stephanie ensures that not only are the décor, entertainment, attention to detail, food and service, and the overnight tents and amenities of the highest standard, she has also introduced the rather ingenious concept of bespoke events.

lien. Möchten Sie ein Festival-Event zu Ihrem Jubiläum à la Coachella veranstalten? Kein Problem. Wollen Sie einen mexikanischen Themengeburtstag mit einer Live-Band? Kein Problem. Ein Heiratsantrags-Dinner für zwei Personen während ein Astronom Ihnen die Sterne deutet? Kein Problem. Ein Firmenessen für 200 Personen mit Gruppen-Trommel-Event? Auch das kein Problem. Tatsächlich ist der NARA-Touch so ausgeprägt und Stephanies Talent, genau das anzubieten was der Kunde will, so ausgeklügelt, dass sie und ihr Team zunehmend damit beauftragt wurden, NARA Events an verschiedenen Orten zu organisieren. Somit entstanden die Geschäftssparten „NARA at Home“ und „NARA on the Beach“..

DIE MAGIE

Stephanie's Auge für Design sorgt dafür, dass jede Veranstaltung fabelhaft aussieht, aber auch auf die Verköstigung und die Aktivitäten legen die Unternehmerin und ihr Team grossen Wert. Gastronomisch betrachtet ist der Privatkoch von Nara kein geringerer als der berühmte französische Koch Franck Sanna, der in Michelin-Sterne-Restaurants gearbeitet hat und für seine Kreationen biologisch und lokal erzeugte Produkte bevorzugt. Darüber hinaus pflegt NARA Partnerschaften mit den besten Catering-Unternehmen in Dubai, darunter das japanische Fusionsrestaurant Nobu.

Die Aktivitäten sind für jede Veranstaltung massgeschneidert und umfassen eine Vielzahl von Aktivitäten: von Sandboarding über „Dune Bashing“ (geführte Dünenfahrten im Geländewagen), Dünen-Fahrtrainings, oder eigens gesteuerte Dünenfahrten z.B. mit dem Buggy, einem Quad oder einem Wüstenfahrrad bis hin zu Sternerkundungen unter Anleitung eines Astronom oder privaten Reiseleiters, von denen Sie mehr über die Geschichte der VAE lernen können. Aber auch Live-Musik, Akustikgitarren, Klassische Musik, Jazzmusik, Illusionisten, Feuertänzer, Fotografen und vieles mehr können für die Gäste von NARA zur Verfügung gestellt werden. Auch für die kleinen - und die schon etwas grösseren - Gäste werden ausserdem Übernachtungsmöglichkeiten sowie Filmvorstellungen unter den Sternen und eine Schatzsuche angeboten. Sogar wie man ein Feuer macht, wird den Kleinsten auf Wunsch vor Ort gelehrt.

SÜSSE TRÄUME

Für diejenigen, die nicht wollen, dass die Party zu Ende geht und die ihr Frühstück unter den ersten Sonnenstrahlen auf den



Sonnenuntergang in der Wüste ...
eine unvergessliche Erfahrung!
Sunset in the desert ...
an unforgettable experience!



Von gemütlichen Dinnern für 2 Personen bis hin zu extravaganen Events für Hunderte von Gästen – alles steckt im Detail
From intimate dinners for 2, to extravagant events for hundreds – it's all in the details

It is indeed this bespoke element that has propelled Nara Escape to the forefront of 'must-do' luxury experiences for tourists and residents alike. Without any advertising whatsoever they have garnered a veritable who's who clientele list in under two years, counting luxury fashion and watch houses, VIPs and socialites, multinational corporations, and

international celebrities who now have NARA Escape on their to-do list when visiting the Middle East.

BESPOKE LUXURY

Their motto, as Stephanie says, is 'Just ask... and we will make it happen', and this is not an overstatement as Nara organises both romantic dinners for two and extravagant 200-guest celebrations

with the same care and attention to detail. The Nara aesthetic is refined yet comfortable at heart, favouring state of the art amenities nestled among natural materials. Want to throw a festival-themed event for your anniversary à la Coachella? No problem. Want a Mexican themed birthday with a live band? No problem. A wedding proposal dinner for two

while an Astronomer explains the stars? No problem. A corporate dinner for 200 followed by a group drumming session? Again, no problem. In fact, the Nara touch is so distinct, and their knack for hosting exactly what the client wants so canny that Stephanie and her team have increasingly been commissioned to organise 'Nara events' in a varie-



Dünen serviert bekommen möchten, bietet NARA Übernachtungen in luxuriösen nomadischen Zelten mit eigenem Bad an! Wunderschön und äusserst komfortabel eingerichtet, bieten sie Platz für bis zu 2 Erwachsene und 2 Kinder. Einen weiteren Grund, den Lichtern der Stadt zu entfliehen und Energie zu tanken, ist das Wellness-Paket, das NARA seinen Gästen anbietet. Inbegriffen sind hier unter anderem Yoga-Sessions, Thai-Massagen, Shiatsu, Meditationen, Wüstenwanderungen und Naturlausflüge.

On Location traf die viel beschäftigte Stephanie Danial, am Ende einer weiteren herausragenden Saison, um sie zu ihrer Inspiration, ihrer Liebe zu Dubai und ihren Plänen für NARA zu befragen...

Von der Idee bis zur Gründung in nur wenigen Monaten - erzählen Sie uns mehr über die Reise von NARA.

Die Reise war absolut fantastisch, grösser und besser als ich mir es je hätte erträumen können!

Letztendlich dreht sich alles um die Menschen! Das Team ist jetzt meine Familie und unsere Gäste sind wunderbar! Ihr Glück ist unser Ziel.

Was ist mit der freien Natur und Ihren Erfahrungen mit der arabischen Wüste, welche die Voraussetzungen für NARA schaffen.

Ich glaube, dass Menschen auf der Suche nach Erfahrungen sind.... und es gibt etwas so Magisches in der Wüste, das jedes Ereignis unvergesslich macht.



Die wunderschön gestalteten, topmodernen Zelte sind mit WC ausgestattet und sorgen für einen entspannten Aufenthalt.
Beautifully designed, state-of-the-art tents complete with WC ensure a comfortable stay.

ty of locations, hence the creation of the subdivisions 'Nara at Home' and 'Nara on the Beach'.

THE MAGIC

While Stephanie's eye for design ensures any event looks fabulous, she and her team also pay extra attention to the food and activities. On the gastronomic side, Nara's private chef is none-other than renowned French chef Franck Sanna who has worked in Michelin Star restaurants in France, and who favours organic and locally sourced produce. In addition, Nara has partnered with the finest catering companies in Dubai, among them Japanese fusion restaurant Nobu.

The activities are tailor-made for every event, and can include dune bashing, learning to drive in the dunes with an expert, driving your own buggy, riding a quad or desert Fat Bike, discovering the stars and the planets with an astronomer, learning about the heritage of the UAE with a private guide, and sandboarding. They can also source live music, an acoustic guitarist, classical and jazz musicians, an illusionist, fire dancers, a photographer, and more. Little ones -and not so little ones- are also catered for with sleepovers, film nights under the stars, treasure hunts, and even learning how to start a fire.

SWEET DREAMS

For those who don't want the party to end and who would like to have breakfast served under the first rays of the sun cresting the dunes, Nara provides overnight accommodation in luxurious nomadic tents that have their own private bathroom! Beautifully decked out and supremely comfortable, they can accommodate 2 adults and 2 children. Another way to escape the city lights and recharge energy is on offer with Nara's Wellness packages, including yoga, Thai massage, Shiatsu, meditation, desert hikes, and nature tours.

On Location sat with the ever-busy Stephanie Danial as she wound down another amazing season, to ask her about her inspiration, her love of Dubai, and her plans for Nara...

From idea to conception in a few short months – tell us about the journey of NARA.

The journey has been absolutely fantastic, bigger and better than my dreams!

Ultimately, it's all about the people! The team is now my family and our guests are wonderful! Their happiness is our goal.

Ihr Leben in Dubai: Wenn Sie nicht gerade in der Wüste sind, wie können Sie am besten entspannen, geniessen und abschalten?

Ich liebe es Zeit mit meinen Kindern zu verbringen und mich einfach zu Hause zu entspannen. Ich fahre auch gerne aufs Meer.

Sie leben seit 9 Jahren in Dubai. Wann und warum haben Sie das Gefühl gehabt, dass hier der richtige Platz für die Gründung eines Unternehmens ist?

Ich liebe Dubai. Es ist eine Stadt, in der alles möglich ist und in der es nie langweilig wird. Mein Mann gründete die Swiss International School of Dubai, wo unsere Kinder zur Schule gehen. Diese hat uns auch sehr geholfen, unsere Wurzeln in der Schweiz zu bewahren.

NARA ist nicht die erste Wüstensafari, aber die positive Mundpropaganda hat sie zur Begehrtesten gemacht. Was unterscheidet NARA von anderen Wüstenerlebnissen?

Die Grundidee einer Wüstensafari ist nicht neu, aber wir haben die Erfahrung auf den Kopf gestellt und ein neues Konzept entwickelt, eine neue Art die Wüste zu erleben. Jede Veranstaltung ist massgeschneidert und die Qualität der Speisen und des Personals bringen sie auf ein ganz neues Niveau.

Das Konzept der vollständigen Anpassung - an die Grösse zwischen 2

und mehreren Hundert Gästen, das Thema, das Ambiente, das Budget - wurde von Privat- und Firmengruppen begrüsst. Wie weit geht diese Anpassung an die Kundenwünsche?

Unser Motto ist: Frag einfach... und Nara wird es ermöglichen. Ich hoffe, dass dies alles aussagt. Unsere Gäste können die Einrichtung, die Aktivitäten, die Unterhaltung und das Speisen selbst wählen.

Die Speisen bei NARA sind fast so bekannt wie die Schönheit der Umgebung. Woher kommt der gastronomische Aspekt?

Unser französischer Privatkoch, Franck Sanna, ist fantastisch! Er kann vom köstlichsten Hamburger bis hin zum hochwertigen gastronomischen Abendessen alles zubereiten. Seine Energie, seine Begeisterung und seine Liebe zum Essen werden von unseren Gästen sehr geschätzt. Bevor er zu NARA kam, arbeitete er für ein Michelin-Sterne-Restaurant in Frankreich und viele Jahre lang auf privaten Jachten. Er hat auch bei Nobu gelernt.

Und die Zelte, die Sie für die Übernachtung bereitstellen? Diese sind erstaunlich, erzählen Sie uns mehr darüber....

Ich liebe Camping, aber es muss stilvoll sein. Wir haben echte Matratzen, sehr weiche Bettwäsche und Toiletten in den Zelten. Die Stille in der Wüste ist magisch.



Dinner in der Wüste – ein unvergessliches Erlebnis
Dinner in the desert - an unforgettable experience

Erzählen Sie uns von Ihren Expansionsplänen und bevorstehenden Projekten.

Ich bin sehr froh, dass ich vom Dubai Desert Conservation Reserve ausgewählt wurde, unsere Camps innerhalb des Reservats zu betreiben. Es ist eine wahre Anerkennung und Ehre. Wir werden zwei Camps betreiben: Nara Escape, unser privates und exklusives Camp, und Sonara Camp, ein Restaurant in der Wüste. Letzteres ist ein Austauschkonzept, das eine neue Erfahrung in der Wüste bringen wird.

Die Top 3 der extravagantesten oder einzigartigsten Wünsche bisher.....

Ein Pop-up-Lunch für Ferrari für 230 Gäste in einem Museum in al Ain ohne Wasser- und Stromanschluss;

Ein Illusionist, der auf einem Stuhl in der Schwebe in den Dünen fliegt;

Und ein elegantes gastronomisches Abendessen für 80 Gäste für Bulgari.

Was zeichnet Ihrer Meinung nach die NARA-Events aus?

Die Schönheit der Dünen und die Energie, die wir für jedes Event geben.

Was schlagen Sie vor, wenn jemand zum ersten Mal Dubai erleben möchte, ab-

gesehen von einem Abend bei NARA?

Ich empfehle, Old Dubai zu besuchen, einen Tag auf einem Boot einzuplanen und definitiv Zeit am Strand zu verbringen.

Sie können weltberühmte Prominenz zu Ihren Gästen zählen ... Können Sie uns diesbezüglich Namen verraten und Veranstaltungen nennen, die dieses Jahr stattgefunden haben? Gibt es jemanden, den Sie gerne noch bei NARA begrüßen würden?

Dieses Jahr war fantastisch, Caroline Stanbury ist eine wahre Botschafterin von NARA. Sie lud Nicole Scherzinger ein, die



Hypnotisierende Feuertänzer sind nur einige der faszinierenden Aktivitäten und Unterhaltungsmöglichkeiten, die angeboten werden.

Hypnotic fire dancers are just some of the amazing activities and entertainment options on offer.

What is it about the great outdoors, and your experience with the Arabian desert that set the stage for NARA?

I believe that people are in search of experiences... and there is something so magical about the desert that makes each event unforgettable.

Life in Dubai; when not in the desert, how do you like to unwind, relax, enjoy?

I love to spend time with my kids and just chill at home. I also enjoy going out on the sea a lot.

You've been in Dubai for 9 years, when and why did you feel it was time to set up a business here?

I love Dubai. It is a city where everything is possible and you never get bored. My husband founded the Swiss International School of Dubai, where our children go to school, and which has helped us keep in touch with our Swiss roots.

NARA is not the first desert safari, but word of mouth has made it the most coveted. What makes NARA stand out from other desert experiences?

The basic idea of a desert safari is not new but we've turned the experience on its head and created a new concept, a new way of experiencing the desert. Each event is bespoke, while the quality of the food and the staff take it to a whole new level.

The concept of complete customisation – of size from 2 into the hundreds, of

uns sogar ein Lied vortrug. Wir haben auch Ben Stiller, der unsere Sandboards liebte, Madeleine Stowe, die viel Spass auf unserem Kamel hatte, Suzanne Sarandon, die das Abendessen genoss und Sarah Ferguson, die einfach entzückend war, empfangen.

Was meine Gästewunschliste betrifft, so ist das ganz einfach: Bei NARA ist jeder ein Star..

Der Name NARA kommt von Ihren Kindern. Wie sonst spiegelt NARA Sie als Person wider?

Der Name NARA setzt sich in der Tat aus

den Initialen meiner vier Söhne zusammen, auf Arabisch bedeutet er „kleines Feuer“, den Anfang von etwas... NARA ist für mich ein neuer Anfang. Nachdem ich 16 Jahre lang Privatbankerin war, bin ich durch und mit NARA wirklich aufgeblüht.

Was sollen die Leute nach einem Event/ Abendessen oder Aufenthalt bei NARA sagen und fühlen?

Ich möchte, dass sie sich an diese Erfahrung erinnern, den Moment teilen, sich glücklich fühlen und wiederkommen!



Gründerin von NARA Stephanie Danial
 Founder of NARA Stephanie Danial

theme, of mood, of budget – has been welcomed by private and corporate groups. How far does the customisation go?

Our motto is: Just ask... and Nara will make it happen. I hope it says it all. Our guests can choose the décor, the activities, the entertainment and the food.

The food at NARA is almost as renowned as the beauty of the surroundings, where did the gastronomic angle come from?

Our private French chef, Franck Sanna, is amazing! He can prepare the most delicious hamburgers as well as a gastronomic dinner. His energy, enthusiasm and love for food is highly appreciated by our guests. He worked at a Michelin star restaurant in France and for many years on private yachts. He has also trained at Nobu.

And those tents you have for overnight stays! They're amazing, tell us about those...

I love camping but it needs to be in style. We have real mattresses, very soft linen, and toilets within the tents. The silence in the desert is magical.

Tell us about your expansion plans and upcoming ventures

I am very happy to have been chosen by the Dubai Desert Conservation Reserve to operate our camps inside the reserve. It is a true recognition and honour. We will operate two camps; Nara Escape, our private and exclusive camp, and Sonara Camp, a restaurant in the desert. The latter is a shared concept which will bring a new experience to the desert.

The top 3 most extravagant or unique requests so far...

A pop-up lunch for Ferrari for 230 guests in a museum in al Ain with no water or electricity supply;

An Illusionist levitating a chair in the Dunes;

And an elegant gastronomic dinner for 80 guests for Bulgari.

What do you feel makes Nara events stand out?

The beauty of the dunes and the energy we give to each event.

What do you suggest first time visitors to Dubai experience, in addition to an evening at NARA.

I recommend visiting the Old Dubai, planning a day on a boat, and definitely spending time on the beach.

World renowned with international celebrities on your guest list...any names and events you can share? And who would you like to see at NARA?

This year has been amazing, Caroline Stanbury is a true ambassador of Nara. She invited Nicole Scherzinger who performed a beautiful song for us. We've also hosted Ben Stiller who loved our sandboards, Madeleine Stowe who had a lot of fun on

our camel, Suzanne Sarandon who enjoyed the dinner, and Sarah Ferguson who was simply delightful.

As for my guest wish list, that's simple: Everyone is a star at Nara

The name, NARA, comes from your children, how else does NARA reflect you as a person?

Nara is indeed the initials of my four sons and in Arabic it means a small fire, the beginning of something... Nara is a new beginning for me. After being a private banker for 16 years, I truly blossomed with Nara.

What do you want people to say and to feel after an event, dinner or stay at NARA?

I want them to remember this experience, to share the moment, to feel happy and to come again!

FREE ENTRY!



S N O W P O L O
W O R L D C U P

St. Moritz

VIP TICKETS & CHUKKER CLUB GRANDSTAND BUY HERE
snowpolo-stmoritz.com
+41(0)79 953 51 31
info@snowpolo-stmoritz.com

24-25-26 JANUARY 2020
on the frozen lake of St. Moritz



#snowpolo

🌐 snowpolo-stmoritz.com

📘 snowpolostmoritz

SOMMER, SAND & POLO

Passion und Authentizität im Ibiza Polo Club

von Tanja Horlacher, Fotos von Aida Matai

Ibiza ist für weite Sandstrände und pulsierendes Nachtleben bekannt. Wassersport bietet sich ganz von allein an, und auch Wanderer und Mountainbiker kommen hier, mitten im Mittelmeer auf ihre Kosten. Im hügeligen Inneren bietet die Baleareninsel Gelegenheit, einen ganz besonderen Sport auszuüben und zu erlernen: Polo, den Sport der Könige. Im Herzen der Insel haben Gabriel Iglesias und seine Frau Eva Márquez 2012 den Ibiza Polo Club gegründet.

Beim Polo versuchen zwei Mannschaften, die aus jeweils vier Spielern auf Pferden bestehen, einen ca. 8 cm grossen Ball auf einem Gras-Spielfeld mit Schlägern ins gegnerische Tor zu befördern. Bei den Sonderformen Beach- und Schneepolo hat der Ball etwa 20 cm Durchmesser. Die wendigen Polo-Pferde werden während des Spiels regelmässig ausgewechselt. Spieler und Tiere sind durch aufwändige Ausrüstung vor Verletzungen geschützt. Ein Handicap-System gleicht unterschiedliche Leistungsniveaus aus.

Nach einer sehr erfolgreichen internationalen Karriere als Polo-Profi war Gabriel Iglesias an Beach-Polo-Turnieren in Palm Beach, Florida und Dubai beteiligt. Der nächste Schritt war für Iglesias ein logischer: „Für mich war Ibiza ein idealer Ort für diesen Sport und 2010 organisierten wir das erste Ibiza Beach Polo Turnier, an dem einige der besten Spieler der Welt teilnahmen, und das ein grosser Erfolg für Spieler, Zuschauer und Sponsoren war. Seitdem wird das Turnier jedes Jahr im August getragen, 2019 bereits zum 10. Mal. Die permanente Basis für den Ibiza Polo Club gründeten wir im Jahr 2012. Momentan hat der Club 15 Kernmitglieder und eine Reihe von Spielern, die regelmässig jedes Jahr für einen längeren Zeitraum kommen, darunter zahlreiche international herausragende Spielerinnen und Spieler.“ Gäste sind jederzeit herzlich willkommen. Sie können eigene Pferde mitbringen oder die Mietpferde des Clubs

nutzen. Für jedes Spielerniveau gibt es passende Pferde, so dass Anfänger ruhigere und Profis spritzigere Tiere reiten können.

Im ausgewogenen Klima der Balearen, nur zwei Flugstunden von London entfernt, finden im Ibiza Polo Club von April bis Oktober zahlreiche Turniere statt, viele davon Low Goal, also mit niedrigem Handicap auf Amateur-Ebene. „Wir lieben diese besonders unterhaltsame Art des Polo, bei der der Event-Charakter einen grossen Teil der Faszination ausmacht.“ Rund um ein Mixed-Turnier, den Vater-Sohn-Cup, den Sonnenuntergangs-Cup oder den Ladies Polo Cup kann das Publikum die heitere Atmosphäre und das hervorragende Catering im Ibiza Polo Club geniessen. Die Besetzung der Turniere ist international: Grossbritannien ist ein Kernland des eleganten Sports, auch die Royals sind häufig auf Turnieren zu sehen. Auf Ibiza treffen Briten auf Teams aus Deutschland, Schweden, Österreich, aber auch auf Mannschaften aus den Vereinigten Arabischen Emiraten, USA, Mexiko, Kanada und Neuseeland und selbstverständlich aus Argentinien, das die derzeit besten Spieler der Welt beheimatet.

Der gut bestückte Turnierkalender lockt zunehmend Spieler auf die Insel, und Gabriel Iglesias und Eva Márquez bieten darüber hinaus ganzjährig Unterrichtspakete für Urlaub und Wochenende an, so dass die Gras- und Sandspielfelder fast durchgehend genutzt werden. Anfänger können hier ihre ersten Schritte mit dem Polo-Pferd machen, Fortgeschrittene unter den Augen und mit Hilfe internationaler Profis ihre Technik verbessern. Für nicht reitende Familienangehörige bietet die Insel 300 Sonnentage im Jahr sowie zahlreiche sportliche und kulturelle Alternativen für einen entspannten, aktiven Familienurlaub.

Eine Besonderheit sind die massgeschneiderten, niederschweligen Teambuilding-Angebote. Polo ist ein ausge-

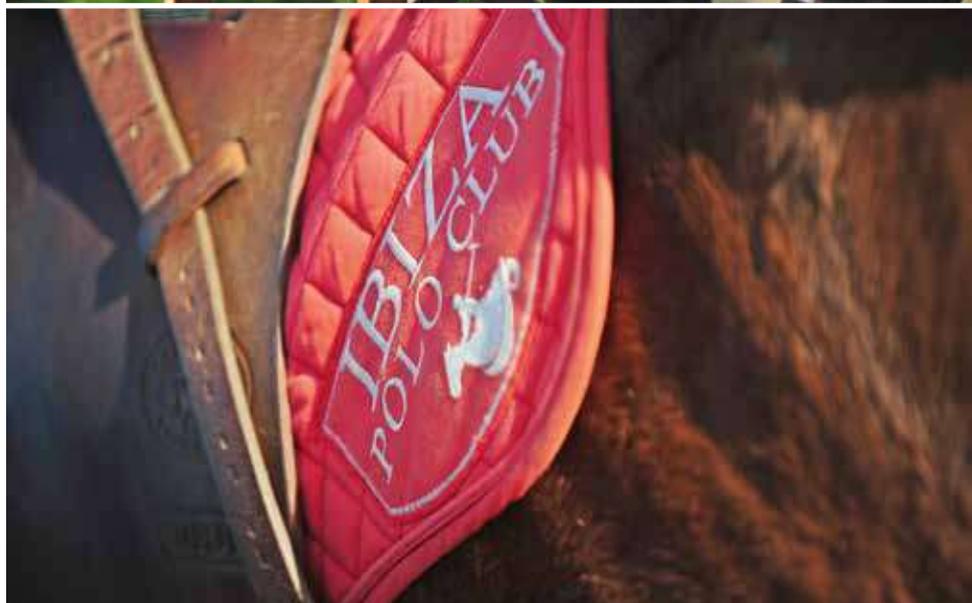


sprochener Mannschaftssport, jeder Spieler muss sich blind auf seine Kollegen und sein Pferd verlassen können. Kommunikation, Strategie und die Konzentration auf das gemeinsame Ziel sind der Schlüssel zum Erfolg und hier im Ibiza Polo Club können Unternehmens-Teams einzigartige und unvergessliche Erfahrungen sammeln.

Der Ibiza Polo Club bietet sich ausserdem als Location für Hochzeiten und andere Anlässe an. Im Mai gibt es sogar den einzigartigen Wedding Polo Cup! Eine bessere Verbindung kann es für verliebte Pferdefans kaum geben. Die grosse Terrasse ist eine optimale Umgebung für formale Gala Dinners, angeregte Cocktail-Empfänge oder einen festlichen Brunch. Die Betreiber organisieren das komplette Event und arbeiten für das Catering mit den besten Profis der Insel zusammen, um für die Gäste herausragende Qualität und Service zu bieten.

Die optimale Lage des Ibiza Polo Clubs, nur 15 Minuten von der Altstadt und dem Hafen sowie 30 Minuten vom Flughafen entfernt, erlaubt eine einfache Anreise. Der Club ist den Besuchern natürlich auch gerne bei allen Fragen rund um Unterkunft, Autovermietung, Restaurant oder VIP-Betreuung behilflich. Ausserdem erwartet die vierbeinige Gäste eine automatische Wasserversorgung vor Ort. Umzäunte Freilaufanlagen, ein Rasen- und Sandplatz sowie eine Sandbahn ermöglichen den Pferden viel Bewegung und optimale Trainingsbedingungen.

Von Anfang an hat Gabriel Iglesias mit viel Energie und Charisma und seinem umfassenden Netzwerk die Entwicklung des Polosports auf Ibiza vorangetrieben. „Für den ersten Ibiza Beach Polo Cup gelang es uns 2010, die weltbesten Spieler auf die Mittelmeerinsel zu holen und in den darauffolgenden Jahren besuchte der beste Spieler der Welt, der Argentinier Adolfo Cambiasso, den Club mehrfach. Bei den Turnieren spielen regelmässig herausragende Persönlichkeiten wie Julio Novillo Astrada, Hazel Jackson, Maru Giménez, Marianela Catagnola und andere.“ Der Ibiza Polo Club ist die offizielle Niederlassung des Weltpoloverbandes Federation of International Polo (FIP) auf den Balearen. „Darüber hinaus ist der Club international mit verschiedenen anderen Polo-Clubs partnerschaftlich verbunden, darunter z.B. El Rey in Cancún (Mexiko), Polo Escape in Pattaya (Thailand), Desert Palm in Dubai, dem DI Polo & Country Club in Tampa (Florida) sowie der Polo Park Zürich in der Schweiz.“





SUMMER, SAND & POLO

Passion and authenticity at the Ibiza Polo Club

Ibiza is known for its wide sandy beaches and vibrant nightlife. Water sports are a great choice on their own, and hikers and mountain bikers will also find what they are looking for here, in the heart of the Mediterranean. In its hilly interior, this Balearic Island offers visitors the opportunity to practice and learn a very special sport: polo, the sport of kings. Gabriel Iglesias and his wife Eva Márquez founded the Ibiza Polo Club at the heart of the island in 2012.

When playing polo, two teams, each consisting of four players on horseback on a grass playing field, try to get an approx. 8 cm ball into the opponent's goal using a mallet. In the special Beach and Snow polo variations, the ball has a diameter of about 20 cm. The agile polo horses are changed regularly during the game. Players and animals are protected from injuries by elaborate equipment. A handicap system compensates for different performance levels.

After a very successful international career as a polo professional, Gabriel Iglesias was involved in beach polo tournaments in Palm Beach, Florida and Dubai. The next step was logical for Iglesias: "For me, Ibiza was an ideal place for this sport and in 2010 we organised the first Ibiza Beach Polo Tournament with some of the best players in the world, which was a great success for players, spectators and sponsors. Since then, the tournament has been held every year in August, and in 2019 it will be held for the 10th time. We founded the permanent base for the Ibiza Polo Club in 2012. At the moment, the club has 15 core members and a number of players who come regularly each year for a longer period, including many outstanding international players.". Guests are always welcome. They can bring their own horses or hire a horse from the club. There are suitable horses for every level of player, so that beginners can ride calmer animals and professionals can try more lively ones.

In the balanced climate of the Balearic Islands, just two hours' flight from London, the Ibiza Polo Club hosts numerous tournaments from April to October, many of them with 'Low Goals', i.e. with a low handicap at amateur level. "We love this particularly entertaining type of polo, in

which the character of the event alone makes up a large part of its appeal. The mixed tournament, the Father-Son Cup, the Sunset Cup or the Ladies Polo Cup, all offer the public the opportunity to enjoy the cheerful atmosphere and excellent catering of the Ibiza Polo Club. The line-up for the tournaments is international: Great Britain is a homeland of elegant sport, and royals are also frequently seen at tournaments. On Ibiza, the British meet teams from Germany, Sweden and Austria, as well as teams from the United Arab Emirates, USA, Mexico, Canada, New Zealand and, of course, Argentina, which is home to the best players in the world today.

The well-stocked tournament calendar is attracting more and more players to the island, and Gabriel Iglesias and Eva Márquez also offer year-round holiday and weekend packages, meaning the grass and sand playing fields are in use almost all the time. Beginners can take their first steps on a polo horse, whilst advanced players can improve their technique under the watchful eyes and with the help of international professionals. For non-riding family members, the island offers 300 sunny days a year, as well as numerous sporting and cultural alternatives for a relaxed, active family holiday.

The tailor-made, low-threshold team-building activities are a special feature of the Polo Club. Polo is a real team sport, every player must be able to instinctively rely on their colleagues and their horse. Communication, strategy, and focus on the common goal are the key to success, and here at the Ibiza Polo Club, company teams can gain unique and unforgettable experiences.

The Ibiza Polo Club is also an ideal location for weddings and other occasions. In May there is even the unique Wedding Polo Cup! There is no better connection for horse lovers in love. The large terrace is an ideal setting for formal gala dinners, lively cocktail receptions or a festive brunch. The operators organise the entire event and work together with the best professionals on the island to provide outstanding quality and service for the guests.

The ideal location of the Ibiza Polo Club allows easy access, only 15 minutes from the old town and the port, and 30 minu-

Das Herz des Ibiza Polo Clubs sind die beiden Gründer und Betreiber Gabriel Iglesias und seine Ehefrau Eva Márquez. Mit grosser Leidenschaft arbeiten sie beständig daran, den Polo-Sport auf der Insel und darüber hinaus zu verankern. Sie beweisen mit vielfältigen – auch niederschweligen – Angeboten, dass der Sport der Könige nicht zwangsläufig elitär sein muss. Interessierte können zum Zuschauen kommen, sie können Unterricht haben, sie können reinschnuppern, ohne grosse Vorbedingungen. Und dann stellen sie vielleicht fest, dass es hier nicht in erster Linie um den Kontostand geht, auch wenn der Sport mehr Geld kostet als Joggen. Im Zentrum stehen aber Teamgeist, Kommunikation, Pferdeverstand, schnelle Reaktionen, gemeinsame Strategien. Schon Jugendliche spielen hier erste kleine Turniere, und wachsen in die Welt des Polo hinein. Und auch der Polo-Sport und der Ibiza Polo Club gehen mit der Zeit, was unter anderem

der britische Hauptsponsor des Ibiza Polo Tournament beweist, der als Caterer des Turniers im August erstmals in Spanien seine fleischfreien Burger präsentierte.

Gabriel Iglesias und Eva Márquez haben die Zeichen der Zeit erkannt, als sie vor 10 Jahren begannen, Polo auf Ibiza zu etablieren, damals vielleicht von manchen belächelt. Viel Arbeit, grosse Leidenschaft und unendlich viel Zeit stecken die beiden unermüdlich in dieses Projekt, und der Erfolg des Ibiza Polo Clubs gibt ihnen heute Recht. Und noch immer gehen ihnen die Ideen nicht aus, den Club weiter zu entwickeln. Sie wollen für möglichst viele Menschen ansprechbar sein und ihnen den Spass am Polo vermitteln. Dieses Ziel verfolgen sie mit grosser Passion und Authentizität.





tes from the airport. The club is of course happy to help visitors in any request they need such as accomodation, car rental, restaurant or VIP assistance. Spacious and automatic water supply await four-legged guests on site. Fenced free-wheeling facilities, a grass and sand playing field, as well as a sand track, allow the horses a lot of exercise and optimal training conditions.

Since the very beginning, Gabriel Iglesias has been driving the development of polo on Ibiza with a lot of energy and charisma, as well as his extensive network. "For the first Ibiza Beach Polo Cup in 2010, we succeeded in bringing the world's best players to the Mediterranean island, and in the following years the best player in the world, Argentinian Adolfo Cambiaso, visited the club several times. The tournaments regularly feature outstanding personalities such as Julio Novillo Astrada, Hazel Jackson, Maru Giménez, Marianela Catagnola, and others". The Ibiza Polo Club is the official branch of the Federation of International Polo (FIP) on the Balearic Islands. "In addition, the club has international partnerships with various other polo clubs, including El Rey in Cancún (Mexico), Polo Escape in Pattaya (Thailand), Desert Palm in Dubai, the DI Polo & Country Club in Tampa (Florida), and Polo Park Zurich in Switzerland.

The heart of the Ibiza Polo Club are its two founders and operators, Gabriel Iglesias and his wife Eva Márquez. With great passion, they work constantly to anchor the sport of polo on the island and be-

yond. With a variety of matches on offer, including low-threshold ones, they prove that the sport of kings does not necessarily have to be elitist. Those who are interested can come to watch, they can have lessons, and they can get a taste of polo, without many prerequisites. Then they may find out that it is not primarily a matter of their account balance, even if the sport costs more money than jogging, but that the focus is on team spirit, communication, horse sensibility, quick reactions, and common strategies. Young people are already playing their first small tournaments here, and are growing into the world of polo. And the sport of polo and the Ibiza Polo Club are also moving with the times, as the British main sponsor of the Ibiza Polo Tournament, who presented his meat-free burgers for the first time in Spain whilst catering the tournament in August, is proof of.

Gabriel Iglesias and Eva Márquez recognised signs of the times when they began to establish polo in Ibiza 10 years ago, perhaps laughable to some at that time. Much work, great passion and infinite time have been put into this project, and the success of the Ibiza Polo Club proves them right today. They have still not run out of ideas for the further development of the club. They want to be accessible to as many people as possible and give them the pleasure of polo, and they pursue this goal with great passion and authenticity.



**35. SNOW POLO WORLD CUP
ST. MORITZ SCHWEIZ**
24.-27.1.2019
www.snowpolo-stmoritz.com



Fotos: Kathrin Gralla

POLO IMPRESSION 2019



ASCONA POLO CUP SCHWEIZ
12.-14.7.2019
www.poloclubascona.ch/en/welcome



**ZÜRICH MEDIUM GOAL
POLO CHAMPIONSHIP 2019**
Polo Park Zürich, 29.-30.6.2019
www.polopark.ch



Fotos: Kathrin Gralla

Fotos: Kathrin Gralla



**POLOPICKNICK MÜNSTER
DEUTSCHLAND**
27.-28.7.2019
www.polopicknick.de



**FÜRSTENBERG POLO CUP
DEUTSCHLAND**
26.-28.7.2019
www.fuerstenberg-polo.de

Fotos: Matthias Gruber/Gruberimages.com | Oliver Schmidt/olli-zimtstern.com

Fotos: Patricio Ramirez



**DEUTSCHE BEACHPOLO
MEISTERSCHAFT 2019
TIMMENDORFER STRAND
DEUTSCHLAND**
3.-5.5.2019
www.timmendorfer-strand.de



**HUBLOT POLO GOLD CUP
GSTAAD SCHWEIZ**
22.-25.8.2019
www.polo-gstaad.ch

Fotos: baltic polo events GmbH

Fotos: Kathrin Gralla



Fotos: Kathrin Gralla



Fotos: Kathrin Gralla



10TH IBIZA BEACH POLO CUP

01. – 04. August 2019
Ibiza Polo Club



Fotos: Aida Matai



K E N S I N G T O N®

Finest Properties International



Entdecken Sie die Welt von KENSINGTON!

Discover the world of KENSINGTON!

KENSINGTON Ibiza – Ihr führendes Immobilienunternehmen auf Ibiza

KENSINGTON Ibiza – Your leading real estate agency on Ibiza

**Wir beraten und unterstützen Sie gerne beim Kauf oder Verkauf
hochwertiger Immobilien in den besten Lagen!**

It is our pleasure to advise and support you in the purchase or sale of high-quality real estate in the best locations!

**Kontaktieren Sie unser professionelles & global vernetztes Verkaufsteam
oder besuchen Sie uns in unserem Showroom in Jesus / Santa Eulalia.**

Contact our professional & globally networked sales team, or visit us at our showroom in Jesus / Santa Eulalia.

Showroom Jesus
Avda Cap Martinet 17, 07819 · Jesus (Santa Eulalia) · Ibiza

Tel.: +34 971 863 943
ibiza@kensington-international.com
www.kensington-ibiza.com





ERWERB VON GRUNDSTÜCKEN IN DER SCHWEIZ DURCH PERSONEN IM AUSLAND

Das Bundesgesetz über den Erwerb von Grundstücken durch Personen im Ausland (kurz: BewG) beschränkt die Möglichkeit des Erwerbs von Liegenschaften in der Schweiz durch „Ausländer“. Ziel der Erwerbsbeschränkung ist es, bei den nur geringfügig vorhandenen Bodenreserven eine „Überfremdung des einheimischen Bodens“ zu verhindern. Personen im Ausland bedürfen deshalb für den Erwerb von

Wohnliegenschaften (inkl. Ferienwohnungen) einer Bewilligung.

PERSONEN IM AUSLAND

Als Personen im Ausland gelten sowohl Personen mit Wohnsitz im Ausland (mit Ausnahme von Schweizer Staatsangehörigen) als auch – grundsätzlich – Staatsangehörige eines ausländischen Staates mit Wohnsitz in der Schweiz. Nicht als Personen

im Ausland gelten jedoch Staatsangehörige eines Mitgliedstaates der Europäischen Gemeinschaft (EG) oder der Europäischen Freihandelsassoziation (EFTA) mit tatsächlichem Wohnsitz in der Schweiz sowie Staatsangehörige anderer ausländischer Staaten mit tatsächlichem Wohnsitz in der Schweiz, welche über eine Niederlassungsbewilligung C verfügen. Diese Personen unterstehen nicht der Bewilligungspflicht. Staatsangehörige



anderer ausländischer Staaten, welche zwar über eine gültige Aufenthaltsbewilligung, jedoch nicht über eine Niederlassungsbewilligung C verfügen, dürfen bewilligungsfrei lediglich ein Einfamilienhaus oder eine Eigentumswohnung erwerben, wenn es sich dabei um ihren Hauptwohnsitz handelt.

Als Personen im Ausland gelten sodann juristische Personen oder vermögensfä-

ge Gesellschaften ohne juristische Persönlichkeit, die ihren tatsächlichen Sitz im Ausland haben. Haben sie ihren statutarischen und tatsächlichen Sitz in der Schweiz, so gelten diese Gesellschaften ebenfalls als Personen im Ausland, wenn sie durch eine Person im Ausland beherrscht werden oder wenn sie das Grundstück auf Rechnung einer Person

Fotos: ANDERMATT SWISS ALPS



im Ausland erwerben (z.B. Treuhandgeschäft). Eine Beherrschung durch Personen im Ausland wird insbesondere dann vermutet, wenn Personen im Ausland einzeln oder gemeinsam mehr als ein Drittel des Aktien-, Stamm- oder Genossenschaftskapitals besitzen und/oder über mehr als ein Drittel der Stimmen in der General- oder Gesellschafterversammlung verfügen. Eine ausländische Kontrolle wird zudem vermutet, wenn Personen im Ausland der Gesellschaft bedeutende Darlehen gewährt haben.

BEWILLIGUNGSPFLICHTIGE GRUNDSTÜCKE

Der Bewilligungspflicht untersteht der Erwerb des Eigentums an Ein- und Mehrfamilienhäusern, Eigentumswohnungen und Bauland, das für solche Bauten genutzt werden soll, oder eines Miteigentumsanteils daran durch Personen im Ausland. Dasselbe gilt für den Erwerb anderer Rechte an solchen Wohnliegenschaften, wie namentlich Bau- und Wohnrechte oder Nutznießungen sowie bei der Begründung und Ausübung von Kauf-, Vorkaufs- und Rückkaufsrechten.

Ebenfalls bewilligungspflichtig ist der Erwerb von Anteilen an einem Immobilienfonds und Immobilien-SICAV, deren Anteile auf dem Markt nicht regelmässig gehandelt werden, sowie von Anteilen an Immobiliengesellschaften, die nicht an einer Börse in der Schweiz kotiert sind. Als Immobiliengesellschaft gilt jede juristische Person, deren tatsächlicher Zweck der Erwerb von Grundstücken ist. Beim Erwerb von Anteilen an Immobiliengesellschaften kommt es für die Unterstellung unter die

Bewilligungspflicht nicht darauf an, ob durch den Erwerb eine beherrschende Stellung begründet wird.

Nicht bewilligungspflichtig ist hingegen der Erwerb eines Grundstücks, wenn dieses als ständige Betriebsstätte eines Handels-, Fabrikations- oder eines anderen nach kaufmännischer Art geführten Gewerbes eines Handwerksbetriebs oder eines freien Berufs dient. Hierzu gehören beispielsweise Fabrikationsgebäude, Büros, Hotels, Handwerksstätten und Arztpraxen. Betriebsstätte-Grundstücke können bewilligungsfrei erworben werden, unabhängig davon, ob sie vom Erwerber selbst genutzt oder als Betriebsstätte an einen Dritten vermietet werden sollen.

EINDEUTIGER AUSSCHLUSS VON DER BEWILLIGUNGSPFLICHT

Das Rechtsgeschäft resp. der Grundstückserwerb wird nur ins Grundbuch (oder beim Erwerb von Gesellschaftsanteilen ins Handelsregister) eingetragen, wenn ohne weiteres ersichtlich ist, dass es sich beim Erwerber nicht um eine Person im Ausland handelt oder dass die Bewilligungspflicht anderweitig ausgeschlossen werden kann.

Zu diesem Zweck haben sich natürliche Personen, welche Staatsangehörige eines ausländischen Staates sind, gegenüber dem Grundbuchamt (resp. dem Handelsregisteramt) über ihre Staatsangehörigkeit, ihre Aufenthaltsbewilligung in der Schweiz sowie über ihren tatsächlichen Wohnsitz in der Schweiz auszuweisen sowie zu erklären, dass sie das Grundstück nicht auf Rechnung oder mit finanziellen Mitteln von Personen im Ausland erwerben.

Juristische Personen mit statutarischem und tatsächlichem Sitz in der Schweiz haben einen Handelsregisterauszug neusten Datums vorzulegen. Darüber hinaus sind – vom Verwaltungsrat und der Kontrollstelle (Revisionsstelle) unterzeichnet – das Aktienbuch mit Angabe von Wohnort und Staatsangehörigkeit und der Anteile am Grundkapital der Aktionäre sowie der letzte Jahresabschluss mit Angabe der bedeutendsten Kreditoren und Darlehensgeber vorzulegen. Hinzu kommt noch eine Aufstellung darüber, wie der Erwerb des Grundstücks sowie allfällige Bauvorhaben finanziert werden sollen.

Kann die Bewilligungspflicht nicht ohne weiteres ausgeschlossen werden, hat der Erwerber spätestens nach dem Abschluss des Rechtsgeschäfts bei der zuständigen kantonalen Behörde um eine Bewilligung oder die Feststellung nachzusuchen, dass er für den Erwerb keiner Bewilligung bedarf.

BEWILLIGUNGSErTEILUNG

Die zuständige kantonale Behörde erteilt die Bewilligung zum Erwerb, wenn das Grundstück als Kapitalanlage aus der Geschäftstätigkeit einer ausländischen oder ausländisch beherrschten Versicherungseinrichtung dient, welche in der Schweiz zum Geschäftsbetrieb zugelassen ist. Eine Bewilligung kann auch erteilt werden, wenn das Grundstück zur Personalvorsorge einer schweizerischen Betriebsstätte dient oder mit seinem Erwerb ausschliesslich gemeinnützige Zwecke verfolgt werden. Dient das Grundstück zur Deckung pfandgesicherter Forderungen ausländischer oder ausländisch beherrschter, in

ACQUISITION OF REAL ESTATE IN SWITZERLAND BY PERSONS LIVING ABROAD

The Federal Act on the Acquisition of Real Estate by Persons Abroad (FL) restricts the possibility for “foreigners” to acquire real estate in Switzerland. The aim of the acquisition restriction is to prevent “alienation of the domestic soil” in the case of very limited land reserves. Persons abroad need therefore to obtain a permit for the acquisition of residential real estate (including holiday apartments).

PERSONS ABROAD

Persons abroad include both persons resident abroad (with the exception of Swiss nationals) and - in principle - nationals of a foreign country resident in Switzerland. However, citizens of a member state of the European Community (EC) or of the European Free Trade Association (EFTA) with actual residence in Switzerland as well as citizens of other foreign states with actual residence in Switzerland who hold a permanent residence permit are not considered to be persons resident abroad. These persons are not subject to a permit requirement. Citizens of other foreign countries who hold a valid temporary residence permit but do not hold a permanent residence permit may only acquire a single-family house or condominium without a permit if this is their main residence.

Persons abroad shall further be deemed to be legal entities or companies capable of generating assets without a legal personality, which have their actual registered office abroad. If they have their statutory and actual registered

office in Switzerland, these companies are also deemed to be persons abroad if they are controlled by a person abroad, or if they acquire the property for the account of a person abroad (e.g. trust business). Control by persons abroad is presumed in particular if persons abroad individually or jointly own more than one third of the share capital or cooperative capital and/or hold more than one third of the votes in the general meeting or shareholders’ meeting. Foreign control is also presumed if persons abroad have granted significant loans to the company.

LAND SUBJECT TO AUTHORISATION

The acquisition of ownership of single-family and apartment buildings, condominiums and building land to be used for such buildings, or a co-ownership share thereof by persons abroad, is subject to authorisation. The same applies to the acquisition of other rights to such residential properties, such as building and residential rights or usufruct, as well as to the establishment and exercise of purchase, pre-emption and repurchase rights.

The acquisition of shares in a real estate fund and real estate SICAV whose shares are not regularly traded on the market, as well as shares in real estate companies that are not listed on a stock exchange in Switzerland, is also subject to authorisation. A real estate company is any legal entity whose actual purpose is the acquisition of real estate. When acquiring shares in real estate compa-

nies, it does not matter whether the acquisition creates a controlling position for the company to be subject to the licensing requirement.

The acquisition of a property is not subject to authorisation if it serves as a permanent establishment of a commercial, manufacturing or other commercially managed trade, craft business or liberal profession. This includes, for example, manufacturing buildings, offices, hotels, workshops and medical practices. Business premises can be acquired without a permit, regardless of whether they are to be used by the acquirer her/himself or leased to a third party as business premises.

CLEAR EXCLUSION FROM THE AUTHORISATION REQUIREMENT

The legal transaction or the acquisition of real property are only entered in the land register (or in the case of the acquisition of company shares in the commercial register) if it is immediately apparent that the acquirer is not a person abroad or that the obligation to obtain permission can otherwise be excluded.

For this purpose, natural persons who are nationals of a foreign state must prove to the land registry office (or the commercial registry office) their nationality, their temporary residence permit in Switzerland and their actual place of residence in Switzerland and declare that they are not acquiring the property for the account or with financial means of persons abroad.



Fotos: Stelhauler © Martin Wäbel



Foto: Hirsch © Rob Lewis

der Schweiz zum Geschäftsbetrieb zugelassener Banken und Versicherungseinrichtungen, so kann ebenfalls eine Bewilligung für die Eintragung des entsprechenden Pfandrechts zugunsten der finanzierenden Bank oder Versicherung erteilt werden.

Darüber hinaus können die Kantone innerhalb der jährlich vom Bundesrat der Schweizerischen Eidgenossenschaft (Regierung) festgelegten Kontingente einer natürlichen Person den Erwerb einer Ferienwohnung oder einer Wohneinheit in einem Aparthotel bewilligen.

Abgesehen von vereinzelt, sehr spezifischen Ausnahmen ist die Erteilung einer Bewilligung ausserhalb der vorstehenden Bewilligungsgründe nicht möglich. Der Erwerb von Wohnliegenschaften (inkl. Ferienwohnungen) durch Personen im Ausland ist damit grundsätzlich nur im Rahmen der kantonalen Kontingente möglich.

schochauer ag, Rechtsanwälte
lic. iur. Nicolas Keller, LL.M.
Dr. iur. Matthias Raschle

Legal entities with their registered office and actual place of business in Switzerland must submit a recent excerpt from the commercial register. In addition, the share register - signed by the Board of Directors and the auditors - must be submitted, stating the place of residence, nationality and the shares in the share capital of the shareholders, as well as the most recent annual financial statements, stating the most significant creditors and lenders. In addition, a list needs to be submitted of how the acquisition of the property and any planned buildings are to be financed.

If the obligation to obtain a licence cannot be excluded without further ado, the purchaser must apply to the competent cantonal authority for a licence or a decision that the purchaser does not require a licence for the acquisition at the latest after the legal transaction has been concluded.

GRANTING OF APPROVAL

The competent cantonal authority issues a licence for acquisition if the property serves as a capital investment from the business activities of a foreign or foreign-controlled insurance institution that is licensed to conduct business in Switzerland. A licence may also be granted if the property is used for the employee benefits of a Swiss permanent establishment or is acquired exclusively for charitable purposes. If the property is used to cover pledge-secured claims of foreign or foreign-controlled banks and insurance institutions admitted to business operations in Switzerland, authorisation may also be granted to register the corresponding lien in favour of the financing bank or insurance company.

In addition, the cantons may authorise a natural person to purchase a holiday home or a flat in an apparthotel within the quotas set annually by the Federal Council of the Swiss Confederation (government).

Apart from a few very specific exceptions, it is not possible to grant a permit outside the above listed reasons. The acquisition of residential properties (including holiday homes) by persons abroad is therefore only possible within the framework of the cantonal quotas.

schochauer ag, Attorneys-at-Law
lic. iur. Nicolas Keller, LL.M.
Dr. iur. Matthias Raschle

FEINE ADRESSEN

Die Schweiz lockt Immobilienkäufer nicht nur mit alpinen Chalets und Villen am See, sondern auch mit einem sicheren Investitionsklima.

Nur muss man sich angesichts des hohen Preisniveaus das Land auch leisten können.

von Gerald Paschen





© Switzerland Tourism / Markus Buehler

Lebenswerte Städte: Luzern, das gesellschaftliche und kulturelle Zentrum der Zentralschweiz, ist ein Anziehungspunkt für Touristen. Geboten werden herrliche Wohnlagen am Vierwaldstättersee und die Nähe zu den Alpen.

Worth living cities: Lucerne, the social and cultural centre of Central Switzerland, is an attraction for tourists. It offers magnificent residential locations on Lake Lucerne and proximity to the Alps.

Edellagen am Seeufer, mondäne Skorte und Wirtschaftszentren wie Zürich oder Genf – Schweizer Adressen haben Renommee. Sie sind als Erst- und Zweitwohnsitze nicht nur eine gute Kapitalanlage, sondern bieten Lebensqualität, wobei neben den Reizen der vertikalen Landschaft vor allem die Sicherheit eine besondere Rolle spielt. Wählen kann man aus einem vielseitigen Angebot von Luxus- und Ferienimmobilien. Nur die Preise muss man akzeptieren – Immobilien kosten hier in der Regel deutlich mehr als vergleichbare Objekte in den Nachbarländern.

Die Trends am Wohnimmobilienmarkt sind allerdings selbst in der Schweiz nicht homogen: Am nationalen Eigenheimmarkt (Eigentumswohnungen und Einfamilienhäuser) werden nach Analysen der Bank UBS seit 2008 Preissteigerungen verzeichnet. Beispielsweise legten grössere Eigentumswohnungen von über 90 Quadratmetern seit 2012 um 12 Prozent zu. Bei Mehrfamilienhäusern, die seit 2005 um stolze 80 Prozent teurer geworden sind, stagnieren dagegen seit drei Jahren die Preise. Dennoch wird weiter kräftig gebaut – 2018 sind rund 50.000 Wohneinheiten fertig gestellt worden. Mittlerweile

existiert in der Schweiz ein Überhang im Mietwohnungsmarkt, sodass die Mieten nicht mehr steigen. Nur in den grossen Städten wie Zürich, Basel, Bern und Luzern übersteigt die Nachfrage weiter das Angebot.

Ein spezieller Markt sind Luxusimmobilien, die schon 2011 schwindelerregende Preishöhen erreichten. Danach erfolgte bis 2015 eine deutliche Preiskorrektur um rund ein Viertel. Seit 2015 erhöhen sich die Medianpreise und die Zahl der Transaktionen wieder.

Beschränkt wurde der Immobilienkauf durch die im Jahr 2012 beschlossene Zweitwohnungsinitiative. Sie zwingt die Kommunen, nur noch maximal 20 Prozent der Wohnflächen für die Nutzung von Ferienimmobilien freizugeben. Betroffen sind davon in erster Linie die touristischen Gebiete in den Bergregionen, besonders im Kanton Graubünden. Die drohenden Beschränkungen führten allerdings erstmal dazu, dass bis zum Inkrafttreten dieses Gesetzes im Januar 2016 in den besagten Feriendestinationen noch rasch viele neue Urlaubsdomizile hochgezogen wurden. Vor allem im Luxussegment wurde das Angebot kräftig erweitert, wo-

durch sich die Preise stabilisierten. Die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative hat nach Jahren wieder Rechtssicherheit in die Ferienebiete gebracht.

Daneben wird durch die sogenannte „Lex Koller“ Ausländern schon seit den 1980ern der Zugang zum Schweizer Immobilienmarkt erschwert (siehe dazu unser Artikel auf der Seite 108). Es gibt allerdings in bestimmten Kantonen einige Ferienliegenschaften, die von der Lex Koller befreit sind. Über solche Ferienwohnungskontingente verfügen folgende Kantone: Appenzell Ausserrhoden, Bern, Freiburg, Glarus, Graubünden, Jura, Luzern, Neuenburg, Nidwalden, Obwalden, St. Gallen, Schaffhausen (nur für Wohneinheiten in Aparthotels), Schwyz, Tessin, Uri, Waadt und Wallis.

Fehlende Anlagealternativen auf den Finanzmärkten pushen aktuell das Schweizer Immobiliengeschäft. Derzeit kann man nicht davon ausgehen, dass die Zinsen kurzfristig und schnell ansteigen werden. Auch die Angst vor einer Immobilienblase, die noch 2017 umging, hat sich bislang als unbegründet erwiesen. Nach Angaben der Bank UBS, die dazu regelmässig Analysen liefert, ist das Risiko einer Blase angesichts



DESIRABLE ADDRESSES

Switzerland attracts real estate buyers not only with its alpine chalets and lakeside villas, but also with a stable investment climate. But in view of the high price level, you have to be able to afford the country.

Elegant lakeside locations, fashionable ski resorts and economic centres such as Zurich or Geneva - Swiss addresses are renowned. As primary and secondary residences, they are not only a good capital investment, but also offer quality of life. In addition to the attractions of the vertical landscape, security plays a particularly important role. A wide range of luxury and holiday properties are available, but the prices need to be taken into account – the cost of real estate here is usually significantly more than comparable objects in neighbouring countries.

However, the trends on the residential property market are not homogeneous, even in Switzerland: According to analyses by the bank UBS, prices on the national market for owner-occupied homes (condominiums and single-family homes) have been rising since 2008.

For example, larger condominiums of over 90 square meters have risen by 12 percent since 2012. By contrast, prices for apartment buildings, which have risen by an impressive 80 percent since 2005, have been stagnating for three years. Nevertheless, construction is continuing at a high pace - around 50,000 residential units were completed in 2018. There is now a surplus on the rental housing market in Switzerland, so rents are no longer rising. Only in the large cities such as Zurich, Basel, Bern and Lucerne is demand continuing to exceed supply.

A special market is that of luxury real estate, which already reached dizzying price levels in 2011. Subsequently, there was a significant price correction of around a quarter by 2015. Since 2015, median prices and the number of transactions have risen again.

The purchase of real estate was limited by the Second Home Initiative, decided in 2012. It forces municipalities to release only a maximum of 20 percent of living space for the use of holiday properties. This primarily affects the tourist areas in the mountain regions, especially in the canton of Graubünden. The impending restrictions, however, meant that, in the interim, many new holiday homes were quickly built in the holiday destinations in question until this law came into force in January 2016. In the luxury segment in particular, the range of offers greatly expanded, stabilizing prices. After years, the implementation of the Second Home Initiative has brought legal certainty back to holiday areas.

In addition, the so-called "Lex Koller" has made access to the Swiss real estate market more difficult for foreigners since the 1980s (See the article on the



© Switzerland Tourism / Alessio Pizzanella

Südliches Flair am Lago Maggiore: Locarno und Ascona im Kanton Tessin sind seit Jahrzehnten echte Hot Spots für Käufer von Luxusimmobilien
Southern flair on Lake Maggiore: Locarno and Ascona in the canton of Thessin have been real hot sports for buyers of luxury real estate for decades.

der guten Konjunktur im Jahr 2018 deutlich gefallen. So ist das BIP der Schweiz 2018 um 2,6 Prozent gestiegen. Für 2019 wird ein reales Wachstum von 1,6 Prozent erwartet. Für einen gesunden Immobilienmarkt spricht ferner, dass die Schweizer Einkommen bislang noch schneller wachsen als die Hypothekenschulden und die Beschäftigungsrate hoch ist. Nationale Akteure dominieren den Immobilienmarkt der Schweiz klar, während sich die Bedeutung ausländischer Investoren vor allem im Segment der Luxusimmobilien zeigt. Laut der Prognose der UBS für 2019 werden

sich Einfamilienhäuser in der Schweiz um 1 Prozent verteuern, während man bei Eigentumswohnungen leicht sinkende Preise erwartet. Beim aktuellen Kurs des Schweizer Frankens (1 CHF = 0,91 € / August 2019) dürfte auch die ausländische Nachfrage auf dem Zweitwohnungsmarkt stabil bleiben. Zudem werden Eigentumswohnungen weiterhin im grossen Stil zu Investitionszwecken erworben (Buy-to-let).

Im Fokus der nationalen und internationalen Käufer von hochwertigen Immobilien stehen vor allem drei Gebiete:

die Wirtschaftszentren im Mittelland zwischen Boden- und Genfersee, die Winter-sportdestinationen in den Bergregionen und das Tessin.

Die exklusivsten Standorte im Mittelland zeichnen sich durch eine Nähe zu den beiden grössten Schweizer Städten und durch bevorzugte Seelagen aus. Im Raum Zürich konzentrieren sich klassische Erstwohnsitzgemeinden, während in Genf und am Genfersee eine überdurchschnittliche Zahl von Ausländern in Luxusimmobilien investiert hat. Mit mehr als 12.000



Wohneinheiten ist der High-End-Markt am Zürichsee rund doppelt so gross wie derjenige am Genfersee. Bei den Spitzenpreisen liegt jedoch die Genferseeregion vorn – Angebotspreise von Spitzenobjekten erreichen oft 9 bis 19 Millionen Franken.

Zürich, die grösste Stadt der Schweiz mit 409.000 Einwohnern, bleibt insgesamt jedoch das teuerste Pflaster mit einem Medianpreis von 13.000 Franken (11.570 €) pro Quadratmeter (Immobilienreport 2018 von ETH Zürich/comparis.ch). Darauf

page 108). However, there are some holiday properties in certain cantons that are exempt from the Lex Koller. The following cantons have such holiday apartment quotas: Appenzell Ausserrhoden, Bern, Fribourg, Glarus, Grisons, Jura, Lucerne, Neuchâtel, Nidwalden, Obwalden, St. Gallen, Schaffhausen (only for apartments in aparthotels), Schwyz, Ticino, Uri, Vaud and Valais.

A lack of investment alternatives on the financial markets is currently pushing Swiss real estate business forwards. At present, it cannot be assumed that interest rates will rise quickly and in the short term. The fear of a real estate bubble, bypassed in 2017, has also proved unfounded so far. According to the bank UBS, which regularly provides analyses, the risk of a bubble has fallen significantly in view of the good economic situation in 2018. Switzerland's GDP rose by 2.6 percent in 2018. Real growth of 1.6 percent is expected for 2019. Another argument in favour of a healthy real estate market is that Swiss income has so far grown even faster than mortgage debt and the employment rate is high. National players clearly dominate the Swiss real estate market, while the importance of foreign investors is particularly evident in the luxury real estate segment. According to the UBS forecast for 2019, single-family homes in Switzerland will become 1 percent more expensive, while condominium prices are expected to fall slightly. At the current exchange rate of the Swiss franc (1 CHF = 0.89 €/April 2019), foreign demand on the secondary housing market should also remain stable. In addition, condominiums will continue to be purchased on a large scale for investment purposes (buy-to-let).

The focus of national and international buyers of high-quality real estate is primarily on three areas: the economic centres in the Mittelland between Lake Constance and Lake Geneva, the winter sports destinations in the mountain regions and Ticino.

The most exclusive locations in the Mittelland region are characterised by their proximity to the two largest Swiss cities and preferred lakeside locations. In the Zurich area, there is a concentration of traditional primary residential communities, while in Geneva and on Lake Geneva, an above-average number of foreigners have invested in luxury real

estate. With more than 12,000 residential units, the high-end market on Lake Zurich is around twice as large as that on Lake Geneva. In terms of top prices, however, the Lake Geneva region is in the lead - the offer prices of top properties often reach 9 to 19 million Swiss francs.

Zurich, the largest city in Switzerland with 409,000 inhabitants, remains the most expensive city with a median price of CHF 13,000 (€ 11,570) per square metre (Real Estate Report 2018 from ETH Zurich/comparis.ch). This is followed by the lake communities at Lake Horgen (11,750 Swiss francs) and Meilen (11,250 Swiss francs). In the comparison of medium-sized houses (5 to 6.5 rooms), the district of Meilen leads with an offer price of 2.5 million francs. On Lake Geneva, in the district of Nyon (canton of Vaud), the median price is CHF 2 million. In the districts of Horgen, Lucerne, Zurich and the canton of Geneva, the median price for a medium-sized house is also more than CHF 1.5 million.

Thanks to very low income taxes, the Canton of Zug is attractive for national and foreign customers. Prime locations can be found on the Zugerberg, on the west side of Lake Zug and on Lake Ägeri. Villas worth less than four million Swiss francs are rare in these locations.

The coveted locations on Lake Constance, for example in the municipalities of Gottlieben, Tägerwilten or Bottighofen, are also above the Swiss average.

The mountain regions are the tourist flagship of the Swiss Confederation. Around two thirds of holiday residences in the entire Alpine region are in Switzerland. If only the most expensive residential location is good enough for you, then the Suvretta villa district in Sankt Moritz is the place to be. The billionaire hill has been a winter refuge for the rich and powerful since the 1960s. You can't get a chalet worth less than 25 million euros here. The high-class market is not particularly transparent, top objects are often sold privately. In addition to Suvretta, the top locations on the Via Tinus, Via Brattas or Via Serlas in St. Moritz remain stable in value. Only the town of Gstaad in the Bernese Oberland, where the Oberbort and the car-free promenade of the chalet village are particularly popular, can keep up with such prices. So, it's no wonder that St. Moritz and Gstaad take first place in the ranking of the

folgen die Seegemeinden am Zürichsee Horgen (11.750 Franken) und Meilen (11.250 Franken). Beim Vergleich mittelgrosser Häuser (5 bis 6,5 Zimmer) führt der Bezirk Meilen mit dem Angebotspreis von 2,5 Millionen Franken. Am Genfersee im Bezirk Nyon (Kanton Waadt) liegt der Medianpreis bei 2 Millionen Franken. Auch in den Bezirken Horgen, Luzern, Zürich und dem Kanton Genf beträgt dieser für ein mittelgrosses Haus noch über 1,5 Millionen Franken.

Attraktiv für nationale und ausländische Kunden ist dank sehr niedriger Einkommenssteuern der Kanton Zug. Top-Lagen findet man am Zugerberg, an der Westseite des Zugersees und am Ägerisee. Unter vier Millionen Franken sind Villen an diesen Standorten selten zu haben.

Über den Schweizer Durchschnittspreisen liegen auch die begehrten Lagen am Bodensee, beispielsweise in den Gemeinden Gottlieben, Tägerwilten oder Bottighofen.

Die Bergregionen sind das touristische Aushängeschild der Eidgenossenschaft. Rund zwei Drittel der Ferienwohnsitze im gesamten Alpenraum liegen in der Schweiz. Wem die teuerste Wohnlage gerade gut genug ist, der geht nach Sankt Moritz in das Villenquartier Suvretta. Der Milliardärshügel ist seit den 1960er-Jahren winterliches Refugium der Reichen und Mächtigen. Unter 25 Millionen Euro ist hier kein Chalet zu bekommen. Der High-Class-Markt ist nicht besonders transparent, Spitzenobjekte werden häufig unter der Hand gehandelt. Wertstabil bleiben neben Suvretta die Toplagen an der Via Tinus, Via Brattas oder Via Serlas in St. Moritz. Mithalten kann bei solchen Preisen eigentlich nur der Ort Gstaad im Berner Oberland, wo der Oberbort und die autofreie Promenade des Chalet-Dorfs besonders begehrt sind. Kein Wunder also, dass St. Moritz und Gstaad im Ranking der Top-Ferienwohnungsmärkte des gesamten Alpenraums, das von der UBS-Bank erstellt wird (Alpine Property Focus 2018), die ersten Plätze einnehmen – noch vor dem französischen Courchevel sowie St. Anton und Kitzbühel in Österreich. 15.400 Franken pro Quadratmeter kostet in St. Moritz demnach eine Ferienwohnung in guter Qualität. Das bedeutet einen Preisanstieg von sieben Pro-

zent vom Jahr 2017 auf 2018. Für Gstaad wurde für solche Objekte ein Preis von 14.500 Franken errechnet. Die UBS-Analysten finden insgesamt 24 Alpenorte mit Quadratmeterpreisen von über 8.000 CHF. Davon liegen 15 in der Schweiz. Zu echten Luxusmärkten mit nach oben offenen Preisen zählen – neben St. Moritz und Gstaad – die Walliser Orte Verbier, Zermatt und Crans-Montana. Desweiteren liegen auch noch Lenzerheide, die Jungfrau-Region, Flims/Laax und Davos/Klosters über 10.000 Franken pro Quadratmeter. Knapp unter diesem Preis bleibt Andermatt im Kanton Uri. In diesem Dorf wird seit ein paar Jahren an einem touristischen Grossprojekt mit Wohnprojekten, Hotels, Restaurants und Skipisten gebaut. Für ausländische Investoren dürfte interessant sein, dass dieses Projekt von der Lex Koller befreit ist.

Schon seit Jahrzehnten ist bei ausländischen Käufern das Tessin beliebt. Im Fokus bei den Luxusinvestments steht das mediterrane Ambiente am Lago Maggiore und am Lago di Lugano. Seeimmobilien bei Ascona kosten meist 3 bis 8 Millionen Franken. Absolute Spitzenobjekte erzielen hier und bei Lugano noch höhere Preise.

Allerdings zeigt die italienische Schweiz, dass ein Einstieg gar nicht so viel kosten muss. Die Bezirke Vallemaggia und Leventina sind mit Medianpreisen für mittelgrosse Einfamilienhäuser von rund 350.000 Franken beziehungsweise 400.000 Franken die niedrigsten Preiszonen der Eidgenossenschaft.

Es bleibt festzuhalten, dass die Schweiz eine grosse Auswahl an interessanten Wohnsitzen im Luxussegment und gute Kapitalanlagen im Immobilienbereich bei stabilen Preisen bietet. Zumindest kurz- und mittelfristig sind bei den Preisen keine grösseren Abwärtstendenzen zu erwarten.

Alpines Schneeidyll im Engadin: Es sind vor allem die Bergregionen, die Touristen und Käufer von Ferienimmobilien in die Schweiz locken. Im Engadin ist der mondäne Wintersportort St. Moritz ein Treffpunkt für die Schönen und Reichen.

A snowy Alpine idyll in the Engadine: it is primarily the mountain regions that attract tourists and buyers of holiday properties to Switzerland. In the Engadine, the sophisticated winter sports resort of St. Moritz is a popular meeting place for the rich and famous.



© Switzerland Tourism / Philipp Haefeli

© Switzerland Tourism / Max Weiss



Begehrte Uferlagen: Der Bodensee bietet nicht nur herrliche Ausblicke wie hier beim Schloss Steckborn, sondern auch attraktive Immobilien mit überdurchschnittlichen Preisen
Popular lakeside locations: Lake Constance not only offers magnificent views, as here at the Steckborn Castle, but also attractive properties with above-average prices.



top holiday apartment markets in the entire Alpine region compiled by the bank UBS (Alpine Property Focus 2018) - ahead of the French Courchevel and St. Anton and Kitzbühel in Austria. A good quality holiday apartment in St. Moritz costs CHF 15,400 per square metre. This means a price increase of seven percent from 2017 to 2018. For Gstaad, a price of CHF 14,500 was calculated for such properties. UBS analysts found a total of 24 Alpine towns with square metre prices of over CHF 8,000. Of these, 15 are in Switzerland. In addition to St. Moritz and Gstaad, the Valais towns of Verbier, Zermatt and Crans-Montana are true luxury markets with open-ended prices. Lenzerheide, the Jungfrau region, Flims/Laax and Davos/Klosters are also over

CHF 10,000 per square metre. Andermatt in the canton of Uri remains just under this price. In this village, a major tourist project with residential projects, hotels, restaurants and ski slopes has been under construction for a few years now. It should be interesting for foreign investors that this project is exempt from the Lex Koller.

Ticino has been popular with foreign buyers for decades. The focus of luxury investments is on the Mediterranean ambience on Lake Maggiore and Lake Lugano. Lakeside properties near Ascona usually cost 3 to 8 million francs. The most select properties achieve even higher prices here and near Lugano.

However, the Italian-speaking part of Switzerland shows that entering the pro-

perty market does not have to cost so much. The districts of Vallemaggia and Leventina are the lowest price zones in the Swiss Confederation, with median prices for medium-sized single-family houses of around 350,000 francs and 400,000 francs respectively.

It remains to be noted that Switzerland offers a large selection of interesting residences in the luxury segment and good capital investments in the real estate sector at stable prices. At least in the short and medium term, no major downward trends in prices are to be expected.

NICHT EINSAM, SONDERN GEMEINSAM – MIT KENSINGTON!

„Die Entscheidung, mich mit einer starken Marke im Rücken selbstständig zu machen, war zu 100% richtig“

Fotos von Daniel Zauss

Auch in der Schweiz feiert das Immobilienunternehmen KENSINGTON Finest Properties International im Rahmen seiner Expansion persönliche Erfolgsgeschichten. Heike Severin ist hierfür ein Musterbeispiel.

Nach einer über 20-jährigen Tätigkeit als Unternehmensberaterin sowie einem anschliessenden Angestelltenverhältnis als Immobilienexpertin, entschloss sich die gebürtige Delmenhorsterin Ihren grossen Traum zu verwirklichen und sich in der Immobilienbranche mit einem eigenen Unternehmen in der Schweiz selbstständig zu machen. Die „Wahlschweizerin“ ergriff ihre Chance, sicherte sich die KENSINGTON-Lizenz für das Zürcher Unterland und eröffnete auch gleich im Januar 2018 ihr erstes Büro in Eglisau. Seither surft die 53-Jährige auf der Erfolgswelle.

On LOCATION traf die ambitionierte Unternehmerin zum Interview, um mehr über das Geheimnis hinter Ihrer Erfolgsgeschichte zu erfahren...

Erzählen Sie uns ein wenig über Ihre Laufbahn, bevor Sie Franchisenehmerin bei KENSINGTON wurden.

Gerne. Bevor ich im Jahre 2015 als Immobilienmaklerin tätig wurde, war ich über 25 Jahre im Vertriebsaussendienst als Unternehmens- und Finanzberaterin, vor allem im Dienstleistungs- und Finanzbereich, tätig. Den Umgang mit Menschen habe ich schon immer geliebt und vor allem die Herausforderung für die unterschiedlichen Menschen und deren Ansprüche Lösungen zu finden. Durch meine Ausbildungen als Versicherungsfachfrau, Verkaufsführerin und studierte Finanzwirtin habe ich mir dafür auch das entsprechende Know-how angeeignet.

Was war Ihr Beweggrund, Ihren gut bezahlten Posten als Sales Manager in einem anderen Immobilienunternehmen aufzugeben und sich selbstständig zu machen?

Das ist eine gute Frage. Wissen Sie, Geld ist beruhigend und wichtig, aber kann nicht der ausschliessliche Beweggrund sein, keine Verän-





KENSINGTON Zürcher Unterland - Powerfrau und Immobilienexpertin Heike Severin mit ihrem Team
KENSINGTON Zürcher Unterland - Power woman and real estate expert Heike Severin with her team

derungen vorzunehmen. In meiner letzten Tätigkeit hatte ich nicht die Möglichkeit mir einen eigenen Kundenstamm aufzubauen und über die Grenzen hinaus tätig zu sein. Auch meine Region, in der ich seit über 10 Jahren daheim bin, konnte ich nicht weiter auf- und ausbauen. Auch war es schwierig eigene Ideen einzubringen und umzusetzen.

Welchen Anteil hatte KENSINGTON an der Entscheidung an sich?

Einen sehr grossen Anteil, aber nicht nur KENSINGTON, sondern vor allem die Menschen, die dahinterstehen, wie unser CEO und von mir sehr geschätzte Mensch, Mehrdad Bonakdar.

Warum haben Sie sich für KENSINGTON entschieden?

KENSINGTON hat mich in vielen Bereichen beeindruckt. KENSINGTON ist seit über 20 Jahren international tätig mit Hauptsitz in der Schweiz, in dem Land wo ich schon seit 25 Jahren daheim bin. Es gibt keinen Stillstand in diesem Unternehmen. Hier wird das MENSCHSEIN gross geschrieben.

Die stets vertrauensvollen, bereichernden und ehrlichen Gespräche mit Herrn Bonakdar, die Firmenphilosophie sowie die herausragende Entwicklung der Marke KENSINGTON, nicht nur im Immobiliensektor, brachten mich dann auch zu der finalen Entscheidung mein eigenes Immobilienbüro im Zürcher Unterland zu eröffnen.

Gab es andere Optionen für Sie, z.B. andere Marken?

Da wir hier ehrlich sprechen, ja, es gab eine andere Option. Eine Teilanstellung mit einem gewissen Fixlohn plus Provision. Wie auch bei meinem vorherigen Unternehmen, wäre mein Handlungsspielraum in dieser Position aber auch sehr eingeschränkt gewesen. Zudem war es keine internationale Tätigkeit, es gab keine Entwicklungsmöglichkeit und ich wäre eine unter vielen gewesen!

Was genau sind aus Ihrer Sicht die Vorteile in einem Franchiseunternehmen?

Hier sehe ich folgende Vorteile:

- schnellerer Marktzugang und Steigerung

des Bekanntheitsgrades

- Einstiegserleichterung durch bestehenden Betrieb
- bekannte und starke Marke
- Image eines Grossunternehmens durch gemeinsame Werbung, Einkaufs- und Kostenvorteile
- Unterstützung in Marketingmassnahmen
- NICHT EINSAM sondern GEMEINSAM

Und was zeichnet KENSINGTON hier speziell aus?

KENSINGTON ist nicht starr, sondern sehr beweglich und innovativ. Es gibt keinen Stillstand und die Weiterentwicklung sowohl des Unternehmens als auch des EINZELNEN ist gegeben!!!

Wie empfanden Sie den Start bei KENSINGTON?

Ich habe den Start bei KENSINGTON als sehr positiv empfunden und mich sehr schnell in die Selbständigkeit eingelebt. Ich schätze diese Arbeitsweise sehr, kann gut auf eigenen Beinen stehen und es ist unendlich beruhigend eine starke Marke und wundervolle Menschen an seiner Seite zu haben.

In der Zwischenzeit sind Sie ja in ein viel grösseres Büro umgezogen und haben sich ein Team aufgebaut. Was motiviert einen Makler als Franchisenehmer für KENSINGTON zu arbeiten?

Meine Mitarbeiter motiviert es vor allem, dass ich ihnen die Möglichkeit biete eigenständig und selbstverantwortlich zu arbeiten. Sie bekommen die wundervolle Möglichkeit, sich in einem „NICHT KLEINEN GEBIET“ etwas aufzubauen und ich unterstütze sie dabei. Wer sich entscheidet selbständig tätig zu werden, liebt es, nicht eingeschränkt zu werden und ständig Grenzen auferlegt zu bekommen. Jeder Mensch ist individuell und einzigartig. Bei Kensington kann sich ein Lizenznehmer weiter entwickeln, sowohl persönlich als auch vom Wissensstand her (gewährleistet durch unsere Schulungsakademie). Und ich gebe ihnen auch die Möglichkeit innerhalb meines Gebietes ein Büro zu eröffnen, so dass auch sie ihr eigenes Unternehmen haben könnten.

Sie haben mit dem Zürcher Unterland ein recht grosses Lizenzgebiet. Werden Sie weitere Büros neben dem Standort in Eglisau eröffnen?

NOT ALONE, BUT TOGETHER – WITH KENSINGTON!”

“The decision to set up my own business with a strong brand behind me was 100% the right one”

Real estate company KENSINGTON Finest Properties International is also celebrating personal success stories in Switzerland as part of its expansion. Heike Severin is a prime example of this.

After more than 20 years as a management consultant and subsequent employment as a real estate expert, the Delmenhorst native decided to make her dream come true by setting up her own business in the real estate sector in Switzerland. Self-proclaimed “Swiss by choice”, Heike took her chance, secured the KENSINGTON licence for the Zurich Unterland, and opened her first office in Eglisau in January 2018. Since then, the 53-year-old has been surfing the wave of success.

On LOCATION met the ambitious entrepreneur for an interview to find out more about the secret behind her success story...

Tell us a little about your previous career before becoming a KENSINGTON franchisee.

Before I started working as a real estate agent in 2015, I happily spent more than 25 years in the sales field as a corporate and financial consultant, primarily in the service and finance sector. I have always loved

dealing with people and, above all, finding solutions for different people and their demands. Through my training as an insurance specialist, sales manager and financial specialist, I have also acquired the corresponding know-how.

What was your motivation to give up your well-paid position as Sales Manager in another real estate company and start your own business?

That is a good question. You know, money is reassuring and important, but it can't be the only reason not to make changes. In my last job, I didn't have the opportunity to build my own client base and work across borders. Even my region, which has been my home for more than 10 years, could not be developed further. It was also difficult to bring in and implement my own ideas.

What part did KENSINGTON play in the decision itself?

A very large part, not only KENSINGTON itself, but the people behind it, like our CEO Mehrdad Bonakdar and others who I hold in high esteem...

Why did you choose KENSINGTON?





Das ist selbstverständlich das Ziel: Ich plane im Jahr 2020/21 ein weiteres Büro im Bezirk Bülach zu eröffnen.

Was meinen Sie, was sollte ein Mensch mitbringen, um als Franchisenehmer tätig zu sein!

Ich möchte hier nur auf den persönlichen Aspekt und nicht auf den finanziellen Aspekt eingehen.

Ein Mensch, der spürt, dass es um Ihn herum zu eng wird, sollte unbedingt aus dem vermeintlichen sicheren Arbeitsverhältnis heraustreten und den Schritt in die Selbständigkeit wagen. Ganz arg wichtig ist es, neben der Freude an dieser wundervollen Tätigkeit, an sich zu glauben und positiv zu denken! Die Sonne wird nicht immer scheinen (mit Ausnahme im Herzen!), aber wer anderen Menschen mit Freude und Zuversicht begegnet, wird dies auch zurückbekommen und deren Vertrauen gewinnen können. Gerne gehe ich auf diesen wichtigen Aspekt bei einem nächsten Gespräch ein.

Ich kann von mir nur sagen, dass ich sehr froh und dankbar bin, den Schritt als Franchisenehmerin für KENSINGTON gegangen zu sein und gewagt zu haben und habe dies noch nicht eine Sekunde bereut.

KENSINGTON impressed me in many areas. KENSINGTON has been internationally active for over 20 years, with Swiss headquarters - the country where I have been living for 25 years. There is no standstill in this company. Here, HUMANITY is written in capital letters.

The consistently trusting, enriching and honest discussions with Mr. Bonakdar, the company philosophy, as well as the outstanding development of the KENSINGTON brand even outside of the real estate sector, led me to the final decision to open my own real estate agency in the Zurich Unterland.

Were there other options for you, e.g. other brands?

Since we are speaking honestly here, yes, there was another option.

A partial employment with a fixed salary, plus commission. But in this position, as in my previous company, my room for manoeuvre would have been very limited. In addition, no international activity, no development opportunity and being just one person among many!

In your opinion, what exactly are the advantages of a franchise company?

Here I see the following advantages:

- *Faster access to the market and an increase in brand awareness*
- *Easier entry due to existing operation*
- *Well-known and strong brand*
- *Image of a large company through joint advertising, purchasing and cost advantages*



- Support in marketing measures
- NOT ONE but a TEAM

And what makes KENSINGTON special here?

KENSINGTON is not rigid, but very flexible and innovative; there is no standstill and there is opportunity for further development of the company as well as the INDIVIDUAL!!

How did you feel about the start at KENSINGTON?

I found the start at KENSINGTON very positive and settled in very quickly. I appreciate this way of working very much, I can stand on my own two feet and it is infinitely reassuring to have a strong brand and wonderful people at my side.

In the meantime, you have moved to a much larger office and built up a team. What motivates a broker to work for a KENSINGTON franchisee?

My employees are motivated above all by the fact that I offer them the opportunity to work independently and on their own responsibility. They get the wonderful opportunity to build something up in a "UNENCLOSED AREA" and I support them in this. Those who decide to become self-employed do not like to be restricted and are constantly confronted with limits. Every person is individual and unique. At Kensington, a licensee can develop further, both personally and in terms of knowledge (guaranteed by our training academy). I also

give you the opportunity within the area to open your own office so that YOU could also have your own business.

With the „Zürich Unterland“ you have a quite large license area. Will you open another office next to the one in Eglisau?

That is, of course, the goal: I plan to open another office in the Bülach district in 2020/21.

What do you think a person should bring to work as a franchisee?

I would like to deal here only with the personal aspect and not with the financial aspect.

A person who feels that things are getting too tight around them should definitely step out of their

supposedly secure working relationship and take the plunge into self-employment. It is very important to believe in yourself and to think positively, in addition to taking joy in this wonderful activity! The sun will not always shine (with the exception of in the heart!), but whoever meets other people with joy and confidence will also get it in return and win their trust. I am happy to discuss this important aspect in the next conversation.

I can only say of myself that I am very happy and grateful to take this step as a franchisee for KENSINGTON and have not regretted it for a second!!



KENSINGTON DEUTSCHLAND KONFERENZ

17. Mai / May 2019 | Park Hyatt Düsseldorf | Deutschland / Germany
www.kensington-deutschland.com



Fotos: Matthias Duschner / response Fotografie

KENSINGTON

Büro- und Showroom-Eröffnungen 2019

Office and showroom openings 2019



KREUZLINGEN (SCHWEIZ / SWITZERLAND), 07.03.2019

WWW.KENSINGTON-KREUZLINGEN.COM

Das Team von KENSINGTON Schweiz präsentierte im März dieses Jahres den ersten KENSINGTON-Showroom im Kanton Thurgau.

Etwa 50 Gäste feierten gemeinsam mit Franchisenehmer Björn Wolf und Mehrdad Bonakdar, CEO der KENSINGTON Finest Properties International AG, die Eröffnung der neuen Dependence in der Fussgängerzone in Kreuzlingen.

In March this year, the KENSINGTON Switzerland team presented the first KENSINGTON showroom in the canton of Thurgau. Around 50 guests celebrated the opening of the new branch in the pedestrian zone of Kreuzlingen, together with franchisee Björn Wolf and Mehrdad Bonakdar, CEO of KENSINGTON Finest Properties International AG.



HAMBURG ALSTERTAL (DEUTSCHLAND / GERMANY), 29.03.2019

WWW.KENSINGTON-HAMBURG.COM

Da lachte die Sonne sogar in Hamburg: Daniel Malek, Franchisenehmer, und Bärbel Southwood, lizenzierte Immobilienexpertin für die Region Hamburg Alstertal, freuten sich bei Kaiserwetter über die Eröffnung der bereits 3. KENSINGTON Filiale in der Hansestadt.

The sun was shining, even in Hamburg: Daniel Malek, franchisee, and Bärbel Southwood, licensed real estate expert for the Hamburg Alstertal region, were delighted with the opening of the 3rd KENSINGTON branch in the Hanseatic city.



LÜNEBURG (DEUTSCHLAND / GERMANY), 28.06.2019

WWW.KENSINGTON-LUENEBURG.COM

KENSINGTON freut sich über die Eröffnung eines weiteren Standortes in Norddeutschland. Annette Sparr, Franchisenehmerin für die Region Lüneburg, feierte im Juni dieses Jahres mit rund 100 Gästen die Eröffnung des neuen Showrooms in Adendorf, den sie einige Wochen zuvor mit der Unterstützung ihres Mannes liebevoll renoviert hatte.

KENSINGTON is pleased to announce the opening of another branch in Northern Germany. In June of this year, Annette Sparr, franchisee for the Lüneburg region, celebrated the opening of the new showroom in Adendorf with around 100 guests, which she had lovingly renovated with the support of her husband a few weeks earlier.



HAMBURG ELBVRORTE (DEUTSCHLAND / GERMANY), 07.12.2018

WWW.KENSINGTON-HAMBURG.COM

Seit 2018 steht der Service von KENSINGTON auch den Hanseaten zur Verfügung. Mit rund 140 Gästen feierte Patrick Leidenbach, Franchisenehmer für die Hamburger Elbvororte, die Eröffnung des KENSINGTON Showrooms in der Waitzstrasse 27 in Hamburg, dem 2. KENSINGTON Standort in der norddeutschen Metropole.

KENSINGTON's service has also been available to Hanseatic citizens since 2018. Patrick Leidenbach, franchisee for the Hamburg Elbe suburbs, celebrated the opening of the KENSINGTON showroom at Waitzstrasse 27 in Hamburg, the second KENSINGTON location in the northern German metropolis, with around 140 guests.





KENSINGTON®

Finest Properties International

Your license to sell the finest Properties

Become a KENSINGTON franchisee and be part of our success story.

The Swiss real estate company with the international network supports you in setting up your own business by joining a strong brand and using the best tools to become successful in your market!

Secure yourself one of the most attractive locations around the globe:

Cologne · Frankfurt · Leipzig · Kiel · Kassel
Lake Zurich · St. Moritz · Geneva · St. Gallen
Costa del Sol · Madrid · Barcelona · Menorca

or another location of your choice.



Germany: deutschland@kensington-international.com · Tel +49 89 890 434 11

International: headoffice@kensington-international.com · Tel +41 71 544 97 00

IMPRESSUM IMPRINT

Verlag:

KENSINGTON Publishing & Media GmbH
Konstanzerstrasse 37
CH 8274 Tägerwilen
+41 71 54 49 700
info@onlocation.ch
www.onlocation.ch

Verantwortliche Herausgeber:

Mehrdad Bonakdar & Sven Binnewies

Chef-Redaktion: Mehrdad Bonakdar**Redaktion & Koordination:**

Stephanie Flindt

Vertrieb: Erhältlich in allen internationalen KENSINGTON Showrooms & Büros sowie in ausgewählten Locations in Deutschland, der Schweiz, Dubai, Monaco & den Balearen sowie bei herausragenden Events und auf Anfrage.

Anzeigen: Stephanie Flindt

adverts@onlocation.ch
+41 71 54 49 700

Autoren: Lutz Deckwerth, Dina Spahi, Hilary Fennell, Ruth Eberhardt, Ferdinand Bräutigam, Gerald Paschen, Bettina Kurz, Kirsten Lehmkühl, Tanja Horlacher, lic. iur. Nicolas Keller, Dr. iur. Matthias Raschle

Fotografen: Kathrin Gralla, Ari Dunski, Jesús Chacón, Lupi Spuma, Aida Matai, Patricio Ramirez, Matthias Duschner, Daniel Zauss, Matthias Gruber, Oliver Schmidt

Titelbild: Fernando Parrado,

Foto: Ari Dunski / Aromacos / Dominal s.a.

Produktion:

KENSINGTON Publishing & Media GmbH
Konstanzerstrasse 37
CH 8274 Tägerwilen
+41 71 54 49 700
info@onlocation.ch
www.onlocation.ch

Gestaltung, Grafik, Satz:

akzent Verlag & Grafik Konstanz
Chris Bernert
info@akzent-grafik.com

Druck:

Konradin Druck GmbH
D-70771 Leinfelden-Echterdingen

Nachdruck von Bildern und Artikeln nur mit schriftlicher Genehmigung der Herausgeber. Für unverlangt eingesandte Beiträge wird keine Haftung übernommen. Die durch den Verlag gestalteten Anzeigen sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages weiterverwendet werden.

ON LOCATION

Nächste Erscheinung: September 2020

Publishing Company:

KENSINGTON Publishing & Media GmbH
Konstanzerstrasse 37
CH 8274 Tägerwilen
+41 71 54 49 700
info@onlocation.ch
www.onlocation.ch

Publishers in charge:

Mehrdad Bonakdar & Sven Binnewies

Editor-in-chief: Mehrdad Bonakdar**Editorial office & coordination:**

Stephanie Flindt

Distribution: Available from all international KENSINGTON showrooms and offices as well as in selected locations in Germany, Switzerland, Dubai, Monaco and the Balearic Islands, at exclusive events and upon request.

Adverts: Stephanie Flindt

adverts@onlocation.ch
+41 71 54 49 700

Authors: Lutz Deckwerth, Dina Spahi, Hilary Fennell, Ruth Eberhardt, Ferdinand Bräutigam, Gerald Paschen, Bettina Kurz, Kirsten Lehmkühl, Tanja Horlacher, lic. iur. Nicolas Keller, Dr. iur. Matthias Raschle

Photographers: Kathrin Gralla, Ari Dunski, Jesús Chacón, Lupi Spuma, Aida Matai, Patricio Ramirez, Matthias Duschner, Daniel Zauss, Matthias Gruber, Oliver Schmidt

Cover picture: Fernando Parrado,

Foto: Ari Dunski / Aromacos / Dominal s.a.

Production:

KENSINGTON Publishing & Media GmbH
Konstanzerstrasse 37
CH 8274 Tägerwilen
+41 71 54 49 700
info@onlocation.ch
www.onlocation.ch

Design, graphics, typesetting:

akzent Verlag & Grafik Konstanz
Chris Bernert
info@akzent-grafik.com

Printing:

Konradin Druck GmbH
D-70771 Leinfelden-Echterdingen

Reproduction of images and articles requires the written permission of the editors. No liability is accepted for unsolicited contributions. The adverts designed by the publisher are protected by copyright and may only be reused with the written permission of the publisher.

ON LOCATION

Next issue: September 2020



REAL ESTATE GALLERY

BY KENSINGTON

25 Wohnträume

25 Real Estate Dreams





REFERENZ reference number	KBN1908
PREIS price	1.850.000 €*
REGION region	Berlin-Pankow
GRUNSTÜCK plot	605 m ²
WOHNFLÄCHE living area	183 m ²
OBJEKTART property type	Villa
ZIMMER rooms	7

*zzgl. 7,14% Käuferprovision inkl. MwSt.

BERLIN NORD

Repräsentative Villa in Bestlage in Berlin-Pankow

Das Liebhaberobjekt aus dem Jahr 1937/38 liegt auf einem eingewachsenen Grundstück in Pankower Bestlage zwischen Schlosspark und Bürgerpark. Insbesondere die ruhige Lage und das angenehme Umfeld stehen für einen anspruchsvollen Wohnkomfort. Auf insgesamt drei Wohnebenen plus Keller bietet diese familienfreundliche Immobilie viele Möglichkeiten der räumlichen Entfaltung. Der Wohnbereich verfügt über hochwertige Holz- und Parkettfußböden. Besonders charmant ist die Bibliothek mit Kaminkassette und Zugang zur freien Terrasse. Ein weiteres Highlight des Hauses ist sicherlich der ausgebauter Dachboden. Eine Vielzahl eingebauter Dachfenster schaffen optimale Lichtverhältnisse. Das komplett unterkellerte Haus bietet grossflächigen Spielraum. Der angelegte Naturgarten ist von aussen nicht einsehbar und garantiert erholsame Stunden im Grünen. Im Laufe der Zeit hat sich ein Renovierungs- sowie Erneuerungsstau gebildet, welcher berücksichtigt werden sollte.

Representative villa in prime location in Berlin-Pankow

This property from the year 1937/38 extends on an internally expanded property in Pankower's prime location, between Schlosspark and Bürgerpark. The quiet location and the pleasant surroundings provide particularly sophisticated living comfort. Spanning a total of three living levels plus cellar, this family-friendly property offers many possibilities for spatial development. The living area has high-quality wood and parquet floors. The library with fireplace box and access to the open terrace is particularly charming. The converted attic is definitely a further highlight of the house. A variety of built-in skylights provide optimal lighting conditions. This completely cellared house offers even more space for future plans. The landscaped natural garden is not visible from neighbouring plots and guarantees relaxing hours in its greenery. Over the course of time, a renovation and renewal backlog has formed, which should be taken into account.

Andreas Wittig, Franchisee of Finest Properties Deutschland GmbH
berlinnord@kensington-international.com | +49 30 530 161 30 | www.kensington-berlin.com



REFERENZ reference number	KBSO18010
PREIS price	1.250.000 €*
REGION region	Blankenfelde-Mahlow
GRUNDSTÜCK plot	769 m ²
WOHNFLÄCHE living area	179 m ²
OBJEKTART property type	Villa
SCHLAFZIMMER bedrooms	2
BADEZIMMER bathrooms	2
ENERGIENACHWEIS Energy Certificate	EA-B, 61,0 kWh/(m ² *a), Energieträger Gas, Bj 2015, Energieeffizienzklasse - nicht angeben
	*zzgl. 5,35% Käuferprovision inkl. MwSt.

BERLIN SÜDOST

Aussergewöhnliche Luxusliegenschaft in sehr beehrter Lage – in der Nähe von Berlin

Besonderer Wert wurde auf hochwertige Materialien wie Marmor, italienisches Feinsteinzeug, Granit und Holz gelegt, die für höchste Qualität, Nutzbarkeit und Luxus stehen. Die Immobilie ist mit einem intelligenten KNX-System zur Vernetzung und Steuerung der Gebäudetechnik ausgestattet. Durch den imposanten Hauseingang gelangt man in den grosszügigen Eingangsbereich des Erdgeschosses. Anschliessend eröffnet sich das im Detail durchdachte Raumkonzept mit offener Markenküche und Kochinsel sowie der toskanischen Treppe als Mittelpunkt. Ebenfalls im Erdgeschoss befinden sich das Arbeitszimmer, das taghelle Duschbad, der Hausanschlussraum mit Wäscherutsche und die Garderobe. Über Marmorstufen gelangt man entlang eines liebevoll gestalteten Wandgemäldes in das Obergeschoss. Auf dieser Ebene liegen ein Ankleidezimmer durch das das Schlafzimmer erreicht werden kann, ein weiteres Zimmer sowie das Master-Luxusbad mit freistehender Badewanne und grosszügiger Regendusche.

Exceptional luxury property in a very sought-after location close to Berlin

Special emphasis was placed on high-quality materials such as marble, Italian porcelain, granite and wood, which represent the highest quality, usability and luxury. The property is equipped with an intelligent KNX system for networking and controlling the building's technology. The impressive entrance to the house leads into the spacious entrance hall on the ground floor. Thereafter, the meticulously designed room concept opens out into an open-plan kitchen and cooking island with a Tuscan staircase as its centrepiece. Also on the ground floor are the study, the well-lit shower room, the utility room with laundry chute, and the cloakroom. On the upper floor, marble steps lead alongside a lovingly designed wall painting. On this level there is a dressing room which serves as a passage into the bedroom, another bedroom, as well as the Master luxury bathroom with free-standing bathtub and spacious rainforest shower.

Franklin Karré, Franchisee of Finest Properties Deutschland GmbH
berlinso@kensington-international.com | +49 30 510 666 28 | www.kensington-berlin.com



REFERENZ reference number	KBR00489
PREIS price	798.000 €*
REGION region	Bremen / Borgfeld
GRUNSTÜCK plot	1.612 m ²
WOHNFLÄCHE living area	334 m ²
OBJEKTART property type	Mehrfamilienhaus
ZIMMER rooms	10
ENERGIENACHWEIS Energy Certificate	
EA-V, 117,30 kWh/(m ² *a), Fernwärme, Bj. 1979, D	

*zzgl. 5,95% Käuferprovision inkl. MwSt.

BREMEN (BORGFELD)

Historische Immobilie am Hodenberger Deich mit 1.600 m² Grund

Wollen Sie Ihren Traum vom eigenen Zuhause in landschaftlich reizvoller Idylle verwirklichen?

Das Objekt liegt in unverbaubarer Lage unmittelbar am Rand der Borgfelder-Wümmewiesen in einer gehobenen Wohngegend.

Das erste Flurstück verfügt über eine Grundstücksfläche von 810 m² und ist derzeit mit einem Mehrfamilienhaus bebaut. Es handelt sich hierbei um eine wunderschöne Liegenschaft mit Historie. Die Wohnfläche von 334 m² verteilt sich auf 3 Wohneinheiten. Im 18. Jahrhundert wurde auf diesem Gelände das Borgfelder Schloss erbaut.

Das zweite Flurstück hat eine Grundstücksfläche von 802 m². Der Bebauungsplan für beide Flurstücke ermöglicht es Ihnen, Ihrer Kreativität freien Lauf zu lassen und Ihre Wünsche zu verwirklichen.

Eine zusätzliche Fläche von 259 m² dient als Zuwegung und ist ebenfalls im Kaufpreis inbegriffen.

Historical gem at the Hodenberger dike with 1,600 m² plot size

Do you want to realise your dream of owning your own home in a scenic idyll?

The property is situated in an unobstructed location directly on the edge of the Borgfelder-Wümm meadow, in an upscale residential area.

The first plot of land has a plot area of 810 m² and is currently covered by an apartment building. This is a beautiful property with a long history. The living space of 334 m² is distributed over 3 residential units. It is said that in the 18th century the Borgfelder Castle was built on this site.

The second plot has an area of 802 m². Due to the development plan, however, free reign can be given to your creativity and wishes on both plots.

An area of 259 m² also serves as an access road and is also included in the purchase price.

Finest Properties Bremen GmbH, Franchisee of Finest Properties Deutschland GmbH
 bremen@kensington-international.com | +49 421 22 33 64 10 | www.kensington-bremen.com



REFERENZ reference number	KHHA190
PREIS price	650.000 €*
REGION region	Hamburg St. Georg
WOHNFLÄCHE living area	98 m ²
OBJEKTART property type	Eigentumswohnung
ZIMMER rooms	3-4

ENERGIENACHWEIS | Energy Certificate
EA-V, 117,30 kWh/(m²*a), Fernwärme, Bj. 1999, D

*zzgl. 6,25% Käuferprovision inkl. MwSt.

HAMBURG (ST. GEORG)

Mitten im Leben!

Das pulsierende Lebensgefühl der Metropole erfahren Sie in dieser grosszügigen 3-4-Zimmer-Maisonette-Wohnung. Viele Attribute Ihrer Suchanforderungen sind hier gegeben: lichtdurchflutete Räume auf ca. 98 qm Wohnfl. im IV. / V. OG mit Lift, Südbalkon, 2 Bäder, Einbauküche, Haus-im-Haus-Gefühl u.v.m.

Diese Eigentumswohnung aus dem Baujahr 1979 ist eine Investition in die Zukunft zur Vermietung oder sofortigen Eigennutzung. Die bekannte Lange Reihe mit ihren Traditionsgeschäften und vielfältigem Gastronomieangebot sowie die fussläufige Nähe zur Alster zeichnen diesen Standort aus, der für junge wie ältere Nutzer aufgrund der hervorragenden Infrastruktur gleichermaßen von Interesse ist.

At the heart of life!

Experience the pulsating lifestyle of the metropolis in this spacious 3-4-room maisonette apartment. Here, you'll find that many of your search criteria are met: Light-flooded rooms on approx. 98 sqm living space on the 4th or 5th floor with lift access, south-facing balcony, 2 bathrooms, fitted kitchen, a home-away-from-home feeling, and much more.

This privately owned block of flats, constructed in 1979, is an investment into the future, for letting or immediate personal use. The well-known Lange Reihe, with traditional shops and varied gastronomy, as well as the Alster river within walking distance, characterise this location, which is of equal interest for young and old due to its excellent infrastructure.

Finest Properties Hamburg Alster GmbH, Franchisee of Finest Properties Deutschland GmbH
alster@kensington-international.com | +49 40 607 732 460 | www.kensington-hamburg.com



REFERENZ reference number	KHHA193
PREIS price	795.000 €*
REGION region	Lübeck St. Jürgen
GRUNDSTÜCK plot	501 m ²
WOHNFLÄCHE living area	360 m ²
OBJEKTART property type	Stadthaus
ZIMMER rooms	11
ENERGIENACHWEIS Energy Certificate	in Arbeit/in progress

*zzgl. 6,25% Käuferprovision inkl. MwSt.

LÜBECK (ST. JÜRGEN)

Charmante Altbau-Villa

Die wunderschöne Jugendstilvilla befindet sich im Lübecker Stadtteil St. Jürgen in begehrter Lage. Die Innenstadt ist fussläufig in wenigen Minuten erreichbar. Antike Stilelemente -wie Deckenstuck oder Zimmertüren mit originalen Beschlägen und typischen Glaseinsätzen- sowie die Originaltreppe sind vorhanden. Holzdielenböden verlaufen vom Wohnbereich bis zum Dachgeschoss. Die Villa ist voll unterkellert.

Das Wohnzimmer präsentiert sich mit Fischgrät-Eichenparkett sowie Intarsien und einem grossen Balkon. Zusätzlich gibt es 2 weitere Balkone in den Obergeschossen. Zum Objekt gehören 5 Aussen- und 2 Garagenstellplätze. Trotz verschiedener Nutzungsarten und einem später hinzugefügten Anbau sind Stil und Charakter aus der Zeit der Erbauung in vielen Elementen erhalten geblieben, allerdings ist das Gebäude sanierungsbedürftig. Die Immobilie eignet sich besonders für eine Kombination aus Wohnen und Arbeiten im Rahmen einer teilgewerblichen Nutzung.

Charming old Building villa

This beautiful art nouveau villa is located in the Lübeck district of St. Jürgen in a sought-after location. The city centre can be reached on foot in a few minutes. Antique style elements - such as stucco on the ceilings or interior doors with original handles and typical glass inserts, as well as the original staircase - are present. Wooden floorboards run from the living area up to the attic. The villa has a full cellar.

The living room presents herringbone oak parquet flooring, as well as intarsia and a large balcony. Additionally, there are 2 further balconies on the upper floors. The property also has 5 outdoor, and 2 garage parking spaces. Despite different types of use and a later extension the style and character from the time of construction have been retained in many elements, yet the building is in need of renovation. The property is particularly suitable for a combination of living and working in a semi-commercial context.

Finest Properties Lübecker Bucht GmbH, Franchisee of Finest Properties Deutschland GmbH
 luebeck@kensington-international.com | +49 4504 70 77 900 | www.kensington-luebeck.com



REFERENZ reference number	KHHA195
PREIS price	950.000 €*
REGION region	Schleswig-Holstein
GRUNDSTÜCK plot	769 m ²
WOHNFLÄCHE living area	502 m ²
OBJEKTART property type	Landhaus
ZIMMER rooms	19
ENERGIENACHWEIS Energy Certificate	
Öl, 132,6 kWh(qm*a), 2002, E	

*zzgl. 6,25% Käuferprovision inkl. MwSt.

SCHLESWIG-HOLSTEIN (SCHLEI)

Landhaus in einzigartiger Lage

Sie haben einen Sinn für Natur und wünschen sich die unmittelbare Nähe zum Meer? Hier werden Sie in mehrfacher Hinsicht fündig.

Das grosszügige Landhaus in Bohnert/ Kosel, das um 1900 errichtet und im Jahr 1999 hochwertig um einen Anbau erweitert wurde, bietet mit dem grossen Privattrakt des Besitzers und den drei separaten Ferien- oder Gästewohnungen, einem romantischen Teehaus, einem Werkstatt- und Garagenhaus und der ehemaligen Tenne mit altem Balkenwerk, Südterrassen und Kaminen einen besonderen Rahmen in diesem exklusiven Domizil, das umgeben ist von einem idyllischen Garten und einer Naturwiese mit altem Baumbestand und Fliederhecken. Bestehend ist der Blick auf die Schlei.

Das Seglerparadies ist hinsichtlich der Infrastruktur gut angebunden: Die Entfernungen betragen nach Eckernförde ca. 13 km, nach Schleswig ca. 21 km und nach Rieseby ca. 3,5 km. Der bekannte Yachthafen Marinahülsen erwartet Sie in ca. 2,5 km und bietet Ihnen zudem ein beliebtes Restaurant. Für Kinder findet sich in nächster Umgebung ein Reiterhof.

Country house in a unique location

Do you have a passion for nature and want to be close to the sea? Here you will find what you are looking for in many ways.

The generous country house in Bohnert/ Kosel, which was built around 1900 and extended in 1999 through a high-quality extension, offers three separate holiday or guest apartments alongside the large private wing for the owner. A romantic tea house, a workshop and garage house, and a former barn with old beams, south terraces and fireplaces, all provide special setting in this exclusive residence, which is surrounded by an idyllic garden and a natural meadow with old trees and lilac hedges. The view of the Schlei is captivating.

The local sailing paradise is well connected in terms of infrastructure: The distance to Eckernförde is approx. 13 km, to Schleswig approx. 21 km and to Rieseby approx. 3.5 km. The well-known Marinahülsen marina awaits within approx. 2.5 km and also offers a restaurant. For children, the local area offers a horseriding centre.

Finest Properties Hamburg Alster GmbH, Franchisee of Finest Properties Deutschland GmbH
 alster@kensington-international.com | +49 40 607 732 460 | www.kensington-hamburg.com



REFERENZ reference number	KPM001305
PREIS price	1.518.000 €*
REGION region	Munich
WOHNFLÄCHE living area	ca. 217 m ²
OBJEKTART property type	Doppelhaushälfte
ZIMMER rooms	7
ENERGIENACHWEIS Energy Certificate	B, 79,00 kWh(qm*a), Pelletheizung, 2017, C

*zzgl. 3,57% Käuferprovision inkl. MwSt.

SAUERLACH (MÜNCHEN)

Neuwertige und luxuriöse Doppelhaushälfte in idyllischer Lage im Münchner Süden

Diese moderne Doppelhaushälfte mit Neubaucharakter wurde 2017 in Massivbauweise errichtet und lässt dank ihrer exklusiven Ausstattung und der durchdachten Technikdetails keine Wünsche offen. Zu den Highlights zählen der lichtdurchflutete Wohn- und Essbereich mit Zugang zur Südterrasse, die hochwertige Markenausstattung von Küchen und Bädern sowie ein vollausgebautes Dachgeschoss. Perfektes Entertainment für die ganze Familie bietet der grosszügige Mediaroom mit Kellerbar und einer zusätzlichen Küche im UG. Ein liebevoll angelegter Garten sowie eine grosse Doppelgarage mit zusätzlichem Stauraum runden das Angebot ab.

Durch die idyllische Lage und gute Infrastruktur ist die Gemeinde Sauerlach im Südosten von München der perfekte Wohnort für Familien. Die Münchner Innenstadt sowie bekannte Naherholungsgebiete wie der Tegernsee sind in kurzer Zeit bequem zu erreichen.

Luxurious semi-detached house in an idyllic location in the south of Munich

This modern semi-detached house was built in 2017 as a solid structure. Thanks to its exclusive features and sophisticated home technology, the property leaves nothing to be desired. Highlights include the light-filled living and dining area with access to the south-facing terrace, the high-quality branded kitchen and bathroom equipment, and a fully equipped attic. The generous media room with bar and an additional kitchen in the basement offers perfect entertainment for the whole family. A garden designed with loving attention to detail and a large double garage with additional storage space complete the offer.

Due to the idyllic location and good infrastructure, the Sauerlach community in the southeast of Munich is the perfect place for families. Munich city centre and well-known recreational areas such as the Tegernsee lake can be easily reached in a short time.

Finest Properties München GmbH, Franchisee of Finest Properties Deutschland GmbH
 muenchen@kensington-international.com | Tel +49 89 890 434 11 | www.kensington-muenchen.com



REFERENZ reference number	KRE00424
PREIS price	759.000 €*
REGION region	Regensburg-Keilberg
GRUNDSTÜCK plot	238 m ²
WOHNFLÄCHE living area	230 m ²
OBJEKTART property type	Haus
ZIMMER rooms	6
ENERGIENACHWEIS Energy Certificate	EA-V, 135,9 kWh/(m ² *a), Gas, Bj 1999, E

* zzgl. 4,76% Käuferprovision inkl. MwSt.

REGENSBURG

Exklusives Reihenmittelhaus mit Einliegerwohnung

Dieses Reihenhaus der Extraklasse befindet sich in Regensburg. Es erstreckt sich auf 3 Ebenen mit wunderschöner Dachwohnung. Im Erdgeschoss finden Sie ein grosses Wohnzimmer, das sowohl mit einem hochwertigen Kaminofen aus Marmor, als auch mit einem Zugang zur Terrasse punktet. Die grosse Fensterfront lässt viel Licht ins Innere fallen. Ausserdem gibt es hier noch die einladende, grosse Küche. Im Obergeschoss finden Sie 3 Schlafzimmer und eines der Badezimmer. Das Bad verfügt über eine extra grosse Duschkabine und eine separate Badewanne. Die Fliesen sind in edlem Weiss und Schwarz gehalten. Im Dachgeschoss befindet sich die weitläufige Einliegerwohnung, die bisher als Bibliothek genutzt wurde. Über eine Wendeltreppe gelangen Sie auf die Galerie, die Platz für ein weiteres Schlafzimmer bietet. Die Dachwohnung verfügt über eine separate kleine Küche.

Exclusive mid-terrace house with studio

This extra-luxurious terraced house is located in Regensburg. It extends across 3 levels with a beautiful studio loft. On the ground floor you find a large living room, which impresses with both a high-quality marble fire-place, and with access to the terrace. The large window front lets a lot of light into the interior. There is also an inviting large kitchen. Upstairs there are 3 bedrooms and one bathroom. The bathroom has an extra large shower cubicle and a separate bathtub. The tiles are in splendid white and black. In the attic you will find the spacious studio, which was previously used as a library. A spiral staircase leads to the gallery, which offers space for another bedroom. The studio also has a separate small kitchen.

Finest Properties Regensburg GmbH, Franchisee of Finest Properties Deutschland GmbH
 regensburg@kensington-international.com | +49 941 600 921 93 | www.kensington-regensburg.com



REFERENZ reference number	KST332
PREIS price	600.000 €*
REGION region	Stuttgart-West
WOHNFLÄCHE living area	ca. 71 m ²
OBJEKTART property type	Wohnung
ZIMMER rooms	3,5
ENERGIENACHWEIS Energy Certificate	
EA-V, 91 kWh/(qm*a), Fernwärme, Bj. 1996, C	

*zzgl. 4,76% Käuferprovision inkl. MwSt.

STUTTGART

Barrierefreies Penthouse mit exklusiver Ausstattung in Stuttgart-West

Die Wohnung mit Penthousecharakter befindet sich in einem Wohn- und Geschäftshaus in attraktiver Lage im Stuttgarter Westen. Genießen Sie von Ihrer einmaligen, sichtgeschützten Dachterrasse einen traumhaften Ausblick über die Dächer der Stadt.

Die Liegenschaft bietet Ihnen Wohnqualitäten auf höchstem Niveau. Lichtdurchflutete Räume und angenehme Raumhöhen schaffen ein einmaliges Ambiente mit Wohlfühlfaktor. Zeitlos und modern zieht sich der edle Stil in Weiss durch die gesamte Wohnung. Eine hochwertige Küche mit Esstheke von Leicht, Einbauregale von BoConcept, Badarmaturen von Duravit und Grohe sowie ansprechende Leuchtelemente von Oligo und Porsche Design stehen für die hochwertigen Komponenten, die hier bewusst gewählt wurden. Die gesamte Wohnung ist behindertengerecht konzipiert, sodass diese auch für Senioren bestens geeignet ist.

Die benachbarte 2-Zi.-Wohnung auf derselben Etage mit ca. 44 m² Wohnfläche – ebenfalls barrierefrei und identisch hochwertig ausgestattet – kann miterworben werden. Ideal für eine Pflegekraft, ein eigenes Reich für Gäste oder Ihre Kinder. Das Zusammenlegen beider Wohnungen ist ebenfalls denkbar.

Barrier-free penthouse with exclusive furnishings in Stuttgart-West

This penthouse-style apartment is located in a residential and office building which is situated in the attractive west of Stuttgart. Enjoy stunning city views from your private roof terrace.

This luxury flat offers a high-quality standard of living. The light-flooded rooms with high ceilings have a unique ambience. The apartment is timeless, modern, and very stylishly white throughout. From a high-quality kitchen with a dining counter, fitted shelves by BoConcept, a bathroom designed by Duravit and Grohe, to attractive lighting elements from Oligo and Porsche Design, nothing is missing. All components are of a high quality. The entire apartment has disabled access, making it also suitable for seniors.

The approximately 44 m², 2-bedroom-apartment next door is also available for purchase and has disabled access. This apartment would be a great addition in order to house a caregiver, guests or children. Merging both apartments is also an option.

Dennis Palföldi, Franchisee of Finest Properties Deutschland GmbH
 stuttgart@kensington-international.com | Tel +49 711 341 72 570 | www.kensington-stuttgart.com



REFERENZ reference number	KSW195
PREIS price	299.000 €*
REGION region	Rodalben
GRUNDSTÜCK plot	694 m ²
WOHNFLÄCHE living area	296 m ²
OBJEKTART property type	Haus
SCHLAFZIMMER bedrooms	4
BADEZIMMER bathrooms	4
ENERGIENACHWEIS Energy Certificate	
EA-V, 204,6 kWh/(m ² *a), Öl, Bj. 1979, G	
* zzgl. 3,57% Käuferprovision inkl. MwSt.	

SÜDLICHE WEINSTRASSE

1-2 Familienhaus mit 296 m² Wohnfläche und unverbaubarem Weitblick ins Grüne

Dieses 1979 errichtete Einfamilienhaus befindet sich in ruhiger Lage von Rodalben in der Südwestpfalz und besticht durch seine exzellente Bausubstanz sowie zahlreiche Gestaltungsoptionen. Das sonnige 694 m² grosse Grundstück mit uneinsehbarem Garten bietet einen unverbaubaren Blick ins Grüne. Die 296 m² Wohnfläche verteilen sich auf 3 Etagen. Das Erdgeschoss bietet neben dem grossen Wohn-/Essbereich und der Küche auch einen Abstellraum sowie Schlafzimmer mit angrenzender Ankleide, Tageslichtbad und ein Gäste-WC. Der weitläufige Balkon ist von jedem Zimmer aus begehbar.

Das vollständig ausgebaute Dachgeschoss ist durch zwei Emporen zur Galerie hin offengehalten und bietet neben einem weiteren Badezimmer noch ein Büro und Schlafzimmer.

Zudem verfügt diese traumhafte Immobilie über einen separaten Zugang zum Untergeschoss, sodass zusätzlich eine Einliegerwohnung generiert werden könnte.

1-2 family house with 296 m² living space and unobstructed view over the countryside

This detached house, built in 1979, is located in a quiet area of Rodalben in the southwest Palatinate region and impresses with its excellent building materials, as well as numerous redesign options. The sunny plot of 694 m² with a secluded garden offers an unobstructed view into the green surroundings. The 296 m² living space is spread over 3 floors. The ground floor offers a large living/dining area and kitchen, a storeroom, as well as a bedroom with adjoining dressing room, daylight bathroom and a guest toilet. The spacious balcony is accessible from every room.

The completely renovated attic is kept open by two galleries leading to the mezzanine and offers an office and further bedroom alongside another bathroom.

In addition, this fantastic property has separate access to the basement, so that an additional apartment may be created.

Fabian Lauer, Franchisee of Finest Properties Deutschland GmbH
 suedliche-weinstrasse@kensington-international.com | Tel +49 634 154 963 60 | www.kensington-suedliche-weinstrasse.com



REFERENZ reference number	KPX213
PREIS price	Preis auf Anfrage
REGION region	Steckborn, Thurgau
WOHNFLÄCHE living area	337 m ²
OBJEKTART property type	Villa
SCHLAFZIMMER bedrooms	3
BADEZIMMER bathrooms	3

STECKBORN (SCHWEIZ)

Extravagante Villa

Diese extravagante Villa im Grünen befindet sich in attraktiver Lage auf einer Anhöhe von Steckborn mit Blick auf den Untersee des beliebten Bodensees. Das Anwesen verfügt über eine Grundstücksfläche von 871m² und 562m² Bruttogeschossfläche.

Das Highlight der Villa ist zweifellos der Aquariumblick, der sich vom Party-/Büro-raum in das Poolbecken des grosszügigen Aussenpools geniessen lässt. Der liebevoll angelegte Garten mit schönem Aussenpool und Grillbereich bietet nicht nur das ideale Ambiente zum Erholen, sondern liegt auch geschützt vor fremden Blicken.

Das Besondere an der verwendeten Pooltechnik ist, dass sie das Wasser nicht mit herkömmlichem Chlor aufbereitet, sondern mit umweltschonendem Ozon.

Das Haus wurde 1981 erbaut und im Laufe der Jahre immer wieder saniert und renoviert. In den Jahren 1995 / 1996 wurde der Wohnraum erweitert und unter anderem auch der Kamin neu errichtet.

Exceptional Villa in Steckborn / Switzerland

This extravagant villa is located in an attractive green area, situated on a hill of Steckborn with a view of the lower lake of the popular Lake Constance. The property has a plot area of 871m² and a gross floor area of 562m².

The aquarium view of the generous outdoor pool from the party/office room is truly a highlight. The lovingly landscaped garden, with beautiful outdoor pool and barbecue lounge, not only offers the ideal ambience for relaxing, but also protects your privacy from prying eyes.

A special element of the pool is that it is not prepared with conventional chlorine, but with environmentally friendly ozone.

The house was built in 1981 and has been renovated over the years. In the years 1995 / 1996, the living space was extended and the fireplace was rebuilt, among other things.



REFERENZ reference number	KZO00012
PREIS price	1.200.000 CHF
REGION region	Bezirk Hinwil, Aathal-Seegräben
WOHNFLÄCHE living area	129 m ²
ETAGE floor	2. Etage
OBJEKTART property type	Penthouse
SCHLAFZIMMER bedrooms	2
BADEZIMMER bathrooms	2

AATHAL-SEEGRÄBEN (SCHWEIZ)

Fantastischer Seeblick – Exklusive und grosszügige 3.5 Zimmer Dachwohnung

Diese 3.5 Zimmer Wohnung ist ein Unikat. Sie kombiniert stylisches, grosszügiges Wohnen mit ländlicher Idylle! Treten Sie ein, in die modern und geschmackvoll designte Liegenschaft mit ihren hellen, lichtdurchfluteten Räumen und ihrer exklusiven Ausstattung.

Die Einrichtung der Küche, die Auswahl der Bodenbeläge und die Ausstattung der Bäder ist auserlesen und lässt die Wohnung in hochwertigem Glanz erstrahlen. Alle Böden sind mit breitem Riemenparkett oder grossen Steinplatten ausgelegt. Die Küche ist top ausgestattet und die Bäder verfügen über modernste sanitäre Anlagen. Beeindruckend ist der unverbaubare Blick auf den Pfäffikersee und ins Grüne, welchen Sie, unter Anderem, von der einladenden Loggia aus geniessen können. Diese kann über zwei grosse Schiebetüren geöffnet werden. Das verleiht der Wohnung eine grosszügige und helle Ausstrahlung.

In der Tiefgarage steht ein Parkplatz zur Verfügung. Ein Zweiter kann dazu gemietet werden.

Fantastic lake view - Exclusive and spacious 3.5 room penthouse

This 3.5 room apartment is unique. It combines stylish, spacious living with a rural idyll!

Enter the modern and tastefully designed property with its bright, light-flooded rooms and their exclusive amenities.

The decor of the kitchen, the selection of the floor coverings and the equipment of the bathrooms is exquisite and makes the apartment shine in high-quality shine. All floors are designed with wide belt parquet or large stone slabs. The kitchen is well equipped and the bathrooms have the most modern sanitary facilities. Impressive is the unobstructable view of the Pfäffikersee and the countryside, which you can enjoy, among others, from the inviting loggia. This can be opened via two large sliding doors. This gives the apartment a generous and bright appearance.

In the underground car park is a parking space available. A second can be rented.



REFERENZ reference number	KZU000107
PREIS price	1.080.000 CHF
REGION region	Dietlikon, Zürich
WOHNFLÄCHE living area	115 m ²
OBJEKTART property type	Wohnung
SCHLAFZIMMER bedrooms	2
BADEZIMMER bathrooms	1 + Gäste WC

DIETLIKON (SCHWEIZ)

Exklusive loftartige Gartenwohnung

An sehr zentraler aber doch ruhiger Lage verkaufen wir eine helle und moderne loftartige Gartenwohnung, welche Sie individuell gestalten können. Die derzeitige Einteilung mit flexiblen Wänden entspricht einer 3 1/2 Zimmerwohnung. Diese wunderschöne lichtdurchflutete Gartenwohnung ist das perfekte Heim für Singles, Paare oder eine kleine Familie.

Auf beiden Seiten der Wohnung befinden sich zwei grosszügige und sonnige Aussensitzplätze mit herrlich angelegtem Steingarten und Grünfläche.

Der Tiefgaragenplatz muss für CHF 35'000.-- dazu gekauft werden.

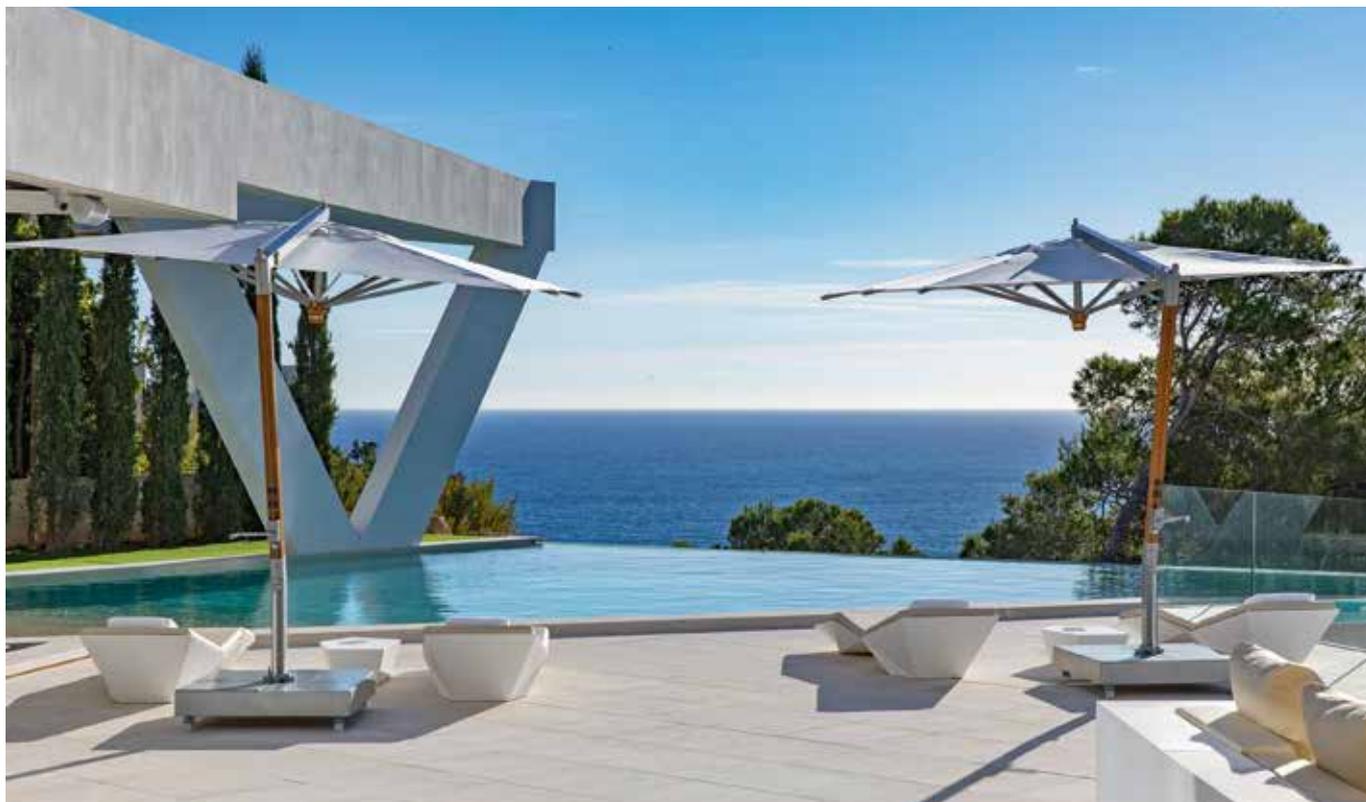
Exclusive, loft-like garden apartment

We are selling a bright, modern, loft-like garden apartment, in a very central but quiet location, which can be individually designed. The current layout with flexible walls corresponds to a 3 and 1/2 room apartment.

This beautiful light-flooded garden apartment is the perfect home for singles, couples, or a small family.

On both sides of the apartment there are two spacious and sunny outdoor seating areas with a beautiful rock garden and green space.

The underground parking space must be bought with the property for CHF 35'000.



REFERENZ reference number	KPI348
PREIS price	6.000.000 €
REGION region	Vista Alegre San Joseph
GRUNDSTÜCK plot	2.300 m ²
WOHNFLÄCHE living area	650 m ²
OBJEKTART property type	Villa
SCHLAFZIMMER bedrooms	7
BADEZIMMER bathrooms	7

VISTA ALEGRE (IBIZA)

Einzigartige Designervilla mit beeindruckendem Meerblick

Diese zeitgenössische Villa mit beeindruckendem Meerblick befindet sich in der privaten Anlage Vista Alegre nahe Es Cubells und San Jose.

Die stilvolle Villa wurde 2018 in modernster Bautechnik fertiggestellt und lässt keine Wünsche offen, wenn es um Wohnkomfort und gehobenen Ibiza-Lifestyle geht.

Hochwertige Details wie Marmorböden, doppelt verglaste Schiebefenster und vielen exklusive Einrichtungsgegenstände sorgen für ein luxuriöses Wohngefühl. Im Erdgeschoss befindet das grosszügige, lichtdurchflutete Wohnzimmer mit Zugang zu einer 120 m² grossen Sonnenterrasse mit Infinity-Pool und fantastischem Meerblick, einem Essbereich und einer luxuriösen offenen Küche. Ausserdem finden wir hier zwei grosse Schlafzimmer mit angrenzenden Luxusbädern sowie ein Schlafzimmer mit Bad en Suite und separatem Eingang. Im ersten Stock stehen vier weitere Schlafzimmer mit eigenem Bad und privater Terrasse zur Verfügung. Die Immobilie bietet zudem einen Keller und eine grosse Garage für acht Autos.

Unique designer villa with impressive sea views in Vista Alegre

This contemporary villa with stunning sea views is located in the private urbanisation Vista Alegre near Es Cubells and San Jose.

Stylish represented with the newest technic, build and finished in 2018 this unique villa leaves no wishes unfulfilled when it comes to living comfort and upmarket Ibiza lifestyle.

High-quality details, such as marble floors, double-glazed sliding windows and many exclusive furniture provide a luxurious living experience. On the ground floor we find the spacious, light-flooded living room with access to a 120 m² sun terrace with infinity pool and fantastic sea views, a dining area and a luxurious open plan kitchen. In addition, we find two large bedrooms with adjoining luxury bathrooms and a bedroom with en suite bathroom and separate entrance. On the first floor there are another four bedrooms, each with en suite bathroom and private terrace. The property also offers a cellar and a spacious garage for eight cars.

Ibiza Finest Real Estate S.L., Franchisee of KENSINGTON Finest Properties International AG
 ibiza@kensington-international.com | Tel +34 971 863 943 | www.kensington-ibiza.com



REFERENZ reference number	KP1367
PREIS price	1.795.000 €
REGION region	St. Eulalia
GRUNDSTÜCK plot	2.079 m ²
WOHNFLÄCHE living area	278 m ²
OBJEKTART property type	Villa
SCHLAFZIMMER bedrooms	4
BADEZIMMER bathrooms	4

ST. EULALIA (IBIZA)

Charmante und idyllische Familienvilla mit Meerblick

Diese charmante und gemütliche Familienvilla befindet sich in ruhiger und trotzdem zentraler Lage nur fünf Minuten von Santa Eulalia entfernt. Auch die schönen und familienfreundlichen Strände von Cala Llonga und Siesta erreichen Sie in nur zehn Minuten.

Die Villa ist sehr gepflegt und verfügt über ein grosszügiges Wohnzimmer, eine separate Küche mit eigener Terrasse, vier Schlafzimmer, vier Badezimmer sowie zwei unabhängige Gästeapartments. Neben einer Garage, einem Abstellraum und vielen gemütlichen Terrassen gibt es eine Heizung und Klimaanlage, wodurch sich die Immobilie nicht nur als Ferienhaus, sondern auch als ganzjährigen Wohnsitz für Familien eignet.

Das Grundstück bietet einen schönen Garten, in dem Sie das idyllische Landleben geniessen und sich entspannen können.

Dank der sicheren und privaten Lage ganz oben auf einem Hügel, geniessen Sie von der Hauptterrasse mit Pool einen traumhaften 180-Grad-Blick über die grünen Berge Ibizas hinweg bis zum Meer.

Cosy and charming family villa

This cosy and charming family villa is located in a quiet yet central location, only five minutes from the city of Santa Eulalia. The beautiful and family-friendly beaches of Cala Llonga and Siesta can also be reached in just ten minutes.

The villa is very well maintained and has a spacious living room, a separate kitchen with private terrace, four bedrooms, four bathrooms and two independent guest apartments. In addition to a garage, a storage room and many cosy terraces, there is a heating and air conditioning, making the property not only suitable as a holiday home, but also as an all-year-round residence for families.

The property offers a beautiful garden where you can enjoy the idyllic country life and relax.

Thanks to the secure and private location on the top of a hill, you have a fantastic 180-degree-view of the green mountains extending to the sea.



REFERENZ reference number	KA000143
PREIS price	6.500.000 €
REGION region	Port Andratx
GRUNDSTÜCK plot	1.168 m ²
WOHNFLÄCHE living area	522 m ²
OBJEKTART property type	Villa
SCHLAFZIMMER bedrooms	7
BADEZIMMER bathrooms	5

PORT ANDRATX (MALLORCA)

Spektakuläre Möwenvilla mit Panorama-Meerblick

Der architektonische Bau ist den Flügeln einer Möwe nachempfunden. Die Glaswände, der polierte Betonboden und die minimalistische Inneneinrichtung kreieren eine helle freundliche Atmosphäre. Der offene Wohnbereich ist auf mehrere Etagen verteilt und bietet ein beeindruckendes Wohnzimmer mit Kamin, Essbereich und einer voll ausgestatteten Küche. Desweiteren gibt es ein Hauptschlafzimmer und Badezimmer mit Jacuzzi. Im Erdgeschoss befinden sich ein Schlafzimmer mit Bad ensuite, zwei Schlafzimmer, die sich ein Badezimmer teilen, und ein Gäste Apartment mit Kinderzimmer und Bad ensuite, sowie ein Gäste WC, Hauswirtschaftsraum und Abstellraum. Die besonderen Formen setzen sich kontinuierlich in Wänden, Dächern und Terrassen fort und bilden ein tolles Gesamtbild, welches in jedem Bereich ganzjährig bewohnt und genossen werden kann.

Villa with an outstanding architectural design

The architecture is meant to mirror the wings of white sea-gulls in flight. The glass walls, polished concrete floor and minimalistic furnishings create a bright atmosphere. The open plan living area is distributed in various levels comprising an outstanding living room with fireplace, dining area, tv room, kitchen, master bedroom with separate nursery and bathroom with jacuzzi. The ground floor offers one bedroom with bathroom ensuite, two bedrooms sharing one bathroom and one guest apartment with nursery and bathroom ensuite. Further there is a cloakroom and a semi basement with laundry and storage room. Inviting outdoor living with covered terraces for al fresco dining with BBQ, chill out area and various open terraces. Relaxing pool area enjoying the beauty of the Mediterranean sea. Extras: Electric underfloor heating, AC.

Finest Properties Andratx Spain S.L., Franchisee of KENSINGTON Finest Properties International AG
 andratx@kensington-international.com | Tel +35 971 698 924 | www.kensington-mallorca.com



REFERENZ reference number	KPP04855
PREIS price	3.675.000 €
REGION region	Santa María del Camí
GRUNDSTÜCK plot	23.500 m ²
WOHNFLÄCHE living area	471 m ²
OBJEKTART property type	Finca
SCHLAFZIMMER bedrooms	6
BADEZIMMER bathrooms	5

SANTA MARIA (MALLORCA)

Wunderschönes Landhaus mit Pool & Gästehaus

Dieses schöne Landhaus befindet sich nur 17 km vom Flughafen entfernt. Es ist eine Oase des Friedens ohne direkte Nachbarn. Die Architektur verbindet mallorquinischen und orientalischen Stil und ist ein repräsentatives Anwesen, in dem Sie grosse Gruppen unterhalten können. Alle Zimmer sind sehr geräumig, es gibt mehrere Terrassen mit Bergblick und eine beeindruckende Poolanlage: Auf dem Grundstück (ca. 23.500m²) befinden sich parkähnliche Gärten, verschiedene Wasserspiele & 99 Obstbäume. Aufteilung des zweistöckigen Hauses: verschiedene Wohn- und Essbereiche, Küche, 5 Schlafzimmer, 4 Bäder (3 en suite), Gäste-WC, Büro, Technikraum. Ausserdem profitiert es von einem Gästehaus (ca. 34m²) mit 1 Schlafzimmer und 1 Badezimmer. Ausstattung: Kamine, Klimaanlage warm/kalt, Heizung, Alarmanlage, Sat-TV, Solaranlage (Poolheizung), Pizzaofen/BBQ, Carport und vieles mehr.

Gorgeous country house with pool & guesthouse in Santa María

This beautiful country home is only 17 km away from the airport. It is an oasis of peace with no direct neighbours. The architecture combines Mallorcan and Oriental style, and it is a representative property where large groups can be entertained. All rooms are very spacious, there are several terraces with mountain views and an impressive pool area. On the plot (approx. 23,500m²), there are park-like gardens, various water installations & 99 fruit trees. Layout of the two-storey house: various living and dining areas, kitchen, 5 bedrooms, 4 bathrooms (3 en-suite), guest toilet, office, workshop. In addition, the property benefits from a guesthouse (approx. 34m²) with 1 bedroom and 1 bathroom. Features: fireplaces, air conditioning, heating, alarm system, satellite TV, solar panels (pool heating), pizza oven/BBQ, a carport and much more.



REFERENZ reference number	KP001018
PREIS price	2.999.000 €
REGION region	Sol de Mallorca
GRUNDSTÜCK plot	1.780 m ²
WOHNFLÄCHE living area	373 m ²
OBJEKTART property type	Villa
SCHLAFZIMMER bedrooms	5
BADEZIMMER bathrooms	5

SOL DE MALLORCA

Traumhafte Villa mit Privatpool und Garten

Diese traumhafte Villa befindet sich in Sol de Mallorca. Die Immobilie verfügt über fünf Schlafzimmer, drei davon en suite, einen grosszügigen Wohn-/ Essbereich und eine mit qualitativ hochwertigen Küchengeräten ausgestattete offene Küche. Von der Dachterrasse hat man Teilmeerblick. Ein mediterraner Garten mit Pool und Chill-Out-Bereich gehört ebenfalls zu der Liegenschaft. Des Weiteren bietet das Grundstück eine 42 m² Garage und einen Aussenstellplatz. Die Villa verfügt über umschaltbare Klimaanlage und eine Fussbodenheizung.

Sol de Mallorca ist eine exklusive Wohngegend im Südwesten der Insel und bietet einen kleinen Yachthafen sowie mehrere malerische Badebuchten und idyllische Spazierwege. Die berühmten Yachthäfen Puerto Portals und Port Adriano sind nur eine kurze Autofahrt entfernt, ebenso Geschäfte, Restaurants, Ärzte und internationale Schulen. Palma ist ca. 15 Minuten entfernt.

Fabulous villa with private pool and garden in Sol de Mallorca

This fabulous villa is situated in popular Sol de Mallorca. The property features 5 bedrooms, 3 of them ensuite, a generous living and dining area as well as a fully equipped kitchen with high quality appliances. You enjoy partial sea views from the roof terrace. Manicured Mediterranean gardens surround a large pool and a chill-out area. Further there is a 42 sqm garage plus an outside parking area. The villa is equipped with air conditioning and floor heating.

Sol de Mallorca is an exclusive residential area in the southwest of the island and offers a small yacht harbor and several picturesque bays and idyllic paths. The famous marinas Puerto Portals and Port Adriano are only a short drive away as well as shops, restaurants, doctors and international schools. Palma is about 15 minutes away.

Portals Finest Properties S.L., Franchisee of KENSINGTON Finest Properties International AG
 portals@kensington-international.com | Tel: +34 971 668 288 | www.kensington-mallorca.com



REFERENZ reference number	KPP04720
PREIS price	3.250.000 €
REGION region	Llucmajor
GRUNDSTÜCK plot	50.190 m ²
WOHNFLÄCHE living area	445 m ²
OBJEKTART property type	Finca
SCHLAFZIMMER bedrooms	4
BADEZIMMER bathrooms	4

LLUCMAJOR (MALLORCA)

Luxuriöse Meerblick-Finca mit Pool

Wetten, dass Sie keine bessere Finca als diese finden? Sie liegt wenige Kilometer von Llucmajor entfernt und besticht durch absolute Ruhe (ausser Vogelgezwitscher); Traumaussicht (Randa-Berg, Llucmajor, Cabrera-Insel, Meerblick); Topzustand, harmonische Architektur und mediterranes Flair.

Die Aufteilung gestaltet sich wie folgt: EG Eingangshalle, Wohn-/Essbereich, halb-offene Küche mit Essbereich, Büro (oder zusätzliches SZ), Hauswirtschaftsraum, Gäste- oder Angestelltenwohnung (WoZi, Doppel-SZ, Bad), Gäste-WC, Garage, Technikraum, Terrassen (ca. 260m²); 1.OG geräumige Master-Suite (u.a. mit Meerblick-Badewanne), 2 Doppel-SZ mit Bädern en Suite, 3 Balkone + 2 Terrassen; UG 2 Kellerräume. Alle Etagen sind per Lift verbunden.

Ausstattung: Parkett- und Natursteinböden, Kamin, Zentralheizung, Klimaanlage, Doppelverglasung, Lift, Carport, Gartenbewässerung.

Luxury finca with sea views and pool near Llucmajor, Mallorca

Bet you can't find a better finca than this? It is located just a few kilometres from Llucmajor and is very impressive: Absolute tranquillity (except bird chirping); dream view (Randa mountain, Llucmajor, Cabrera island, sea view); top condition, harmonious architecture and Mediterranean flair.

Layout: ground floor entrance hall, living/dining area, half-open kitchen with dining area, office (or additional bedroom), utility room, guest or employee apartment (living room, double bedroom, bathroom), guest toilet, garage, technical room, terraces (approx. 260m²); 1st floor spacious master suite (with sea view bathtub), 2 double bedrooms with bathrooms en suite, 3 balconies + 2 terraces; basement 2 basement rooms. All floors are connected by lift.

Equipment: parquet and natural stone floors, fireplace, central heating, air conditioning, double glazing, lift, carport, garden irrigation.

Mallorca Edon Jardin S.L., Franchisee of KENSINGTON Finest Properties International AG
 llucmajor@kensington-international.com | Tel +34 971 660 731 | www.kensington-mallorca.com



REFERENZ reference number	KPEC318
PREIS price	2.900.000 €
REGION region	Canyamel
GRUNDSTÜCK plot	1.500 m ²
WOHNFLÄCHE living area	350 m ²
OBJEKTART property type	Villa
SCHLAFZIMMER bedrooms	5
BADEZIMMER bathrooms	5

CANYAMEL (MALLORCA)

Luxuriöse Villa mit traumhaftem Meerblick und ETV Lizenz

Diese moderne Villa in erhöhter Lage überblickt das Meer, die Bucht und die Landzunge der Costa Canyamel. Ihre unverbaubare, spektakuläre Lage bietet einen traumhaften Panoramablick, der tagsüber vom Blau des Meeres und abends von der Farbvielfalt des Abendrots und der entfernten Lichter des gegenüberliegenden Ortes bestimmt wird. Dieser traumhafte Blick bietet sich von jeder Ebene der modernen Villa ...

Die auf drei Ebenen erbaute Villa mit lichtdurchfluteten Räumen und offener Architektur ist ausgestattet mit einem Aufzug, 5 Schlafzimmern, 5 Bädern, 3 grosszügigen Terrassen mit Königsblick, einem Infinity-Pool mit Blick auf die Bucht, einer Bodega mit Felswand, einer hochwertig eingerichteten Küche, einem BBQ Bereich, Fussbodenheizung, Klimaanlage, SAT TV, WIFI, einem Gäste-WC, einem Hauswirtschaftsraum und einem Carport. Sie verfügt über eine ETV-Lizenz für Ferienvermietung.

Luxury finca with amazing sea view

This modern villa in an elevated position overlooks the sea, the bay and the promontory of Costa Canyamel. The unobstructed, spectacular location provides a fantastic panoramic view, dominated by the blue of the sea during the day and by the colourful palette of evening red and distant lights of the settlement opposite in the evening. Every level of this modern villa offers this fantastic view.

Built on three levels with light-flooded rooms and open architecture, the villa is equipped with a lift, 5 bedrooms, 5 bathrooms, 3 spacious terraces with amazing views, an infinity pool overlooking the bay, a bodega with rock wall, excellently equipped kitchen, BBQ area, underfloor heating, air conditioning, satellite TV, WIFI, guest toilet, utility room, carport and ETV holiday rental licence.

Sunrise Properties Mallorca S.L., Franchisee of KENSINGTON Finest Properties International AG
 eastcoast@kensington-international.com | Tel +34 602 576 483 | www.kensington-mallorca.com



REFERENZ reference number	KPP04685
PREIS price	1.595.000 €
REGION region	Calatrava, Palma
WOHNFLÄCHE living area	150 m ²
OBJEKTART property type	Apartment
SCHLAFZIMMER bedrooms	2
BADEZIMMER bathrooms	3

CALATRAVA (MALLORCA)

Hochwertig renovierte Wohnung mit Terrassen

Diese sehr geschmackvoll renovierte Wohnung befindet sich in einer ruhigen Lage im Calatrava-Viertel, dem wohl begehrtesten Teil der Altstadt von Palma. Die Wohnung wurde kürzlich komplett renoviert. Der Architekt hat hochmoderne Kontrapunkte gesetzt und viel Tageslicht in die Wohnung geleitet. Es wurden 1A-Materialien verbaut.

Aufteilung des Duplex-Apartments mit eigenem Hauseingang: unten Eingangsbereich, offene Küche mit Essbereich und Zutritt zu zwei begrünten Patio-Terrassen, 1 Bad, Technik-/Abstellraum, Abgang in eine arabische Zisterne (heute Weinkeller); oben Wohnbereich mit Zutritt zu einer weiteren Terrasse, Master-Suite mit Bad en Suite und begehbarem Kleiderschrank, weiteres Doppelzimmer, weiteres Bad, und noch vieles mehr.

Ausstattungsmerkmale: Einbauküche, Harzböden, Kamin, Fussbodenheizung, Doppelverglasung, Klimaanlage, Heizpumpe

Freshly refurbished apartment with terraces in Calatrava, Palma de Mallorca

This tastefully refurbished apartment has a quiet location in the Calatrava district, perhaps the most sought-after area of Palma's old town. The town hall is only a short walk away. The architect has implemented ultra-modern counterpoints and skillfully directed natural light into the flat. He has used only the best materials

Layout of the duplex apartment with private entrance: on the lower level - entrance area, open-plan kitchen with dining area and access to two patio terraces, 1 bathroom, workshop/storage room, descent into an Arab cistern (now a wine cellar); on the upper level - generous living area with access to another terrace (14 m²), master suite with en suite bathroom and walk-in wardrobe, further double bedroom, further bathroom.

Features: fitted kitchen, resin floors, fireplace, under floor heating, double glazing, air conditioning, heat pump.



REFERENZ reference number	KPP03830
PREIS price	2.950.000 €
REGION region	Son Vida
GRUNDSTÜCK plot	2.295 m ²
WOHNFLÄCHE living area	650 m ²
OBJEKTART property type	Villa
SCHLAFZIMMER bedrooms	5
BADEZIMMER bathrooms	7

SON VIDA (MALLORCA)

Spektakuläre Villa mit Blick, Pool und Garten in einer bewachten Wohnanlage

Dieses wunderschöne Anwesen liegt auf den Hügeln von Son Vida mit Blick auf Palma und die Tramuntana. Im ersten Stock befindet sich ein offenes Wohnzimmer mit Essbereich und grossen Fenstern mit Blick. Linker Hand befindet sich eine voll ausgestattete Küche mit zusätzlichem Vorratsraum und einem separaten Waschraum. Rechter Hand befinden sich 2 Doppelschlafzimmer mit Bädern en Suite, zu denen auch die Master Suite gehört, die Zugang zu einer offenen Terrasse mit Blick auf die Stadt Palma hat. Es gibt auch ein grosses Büro, das als 6. Schlafzimmer, Personal-Schlafzimmer oder als begehbare Kleiderschrank genutzt werden kann. Die Treppe führt Sie zu einem zweiten Wohnbereich mit einem unabhängigen Fernsehraum und 3 Doppelschlafzimmern mit jeweils eigenem Bad und Zugang zur überdachten Terrasse. Neben dem Pool-Bereich befindet sich eine weitere voll ausgestattete Küche und ein Badezimmer.

Spectacular villa in a gated community in Son Vida, Mallorca with views, pool and garden

This villa is situated in the hills of Son Vida overlooking Palma and the Tramuntana.

On the first floor, there is an open-plan living room with dining area and large windows with great views. On the left-hand side, there is a fully fitted kitchen with extra adjoining pantry space and a separate laundry area. On the right-hand side, there are 2 double bedrooms with en suite bathrooms, including the Master suite which has an open terrace for views over Palma. There is also a large office which can be used as a sixth bedroom, staff lodging or as a walk-in wardrobe. The staircase leads to a second lounge area with a separate TV room and 3 double bedrooms, each with en suite bathroom and access to the covered terrace area. There is a hidden cove by the pool which houses another fully equipped kitchen, a shower, and a bathroom more.

Binnewies & Partner SLU, Franchisee of KENSINGTON Finest Properties International AG
sonvida@kensington-international.com | Tel +34 971 674 306 | www.kensington-mallorca.com



REFERENZ reference number	KSO261
PREIS price	3.300.000 €
REGION region	Es Carritxo
GRUNDSTÜCK plot	15.400 m ²
WOHNFLÄCHE living area	340 m ²
OBJEKTART property type	Finca
SCHLAFZIMMER bedrooms	5
BADEZIMMER bathrooms	5

SANTANYÍ (MALLORCA)

Luxuriöse Finca mit sensationellem Meerblick

Auf einem Hügel nahe Santanyí in einem Naturschutzgebiet gelegen, überblickt diese luxuriös ausgestattete Finca die Südostküste Mallorcas und das Meer. Das repräsentative, lichtdurchflutete Objekt ist umgeben von einem parkähnlichen, sehr gepflegten Garten mit altem Baumbestand. Den Mittelpunkt des grossen Grundstücks bildet der beheizbare, geschwungene Pool mit Saunahaus, Sonnendeck, Aussendusche, Küche und phänomenaler Aussicht auf das azurblaue Meer. Die mit geschmackvollen Designermöbeln eingerichtete Finca ist unter anderem ausgestattet mit einem hochwertigen Kamin, Fussbodenheizung, Klimaanlage, Alarmanlage, riesigen Fensterfronten, 5 Schlafzimmern, 5 Badezimmern, einer Sauna, städtischer Strom- und Wasserversorgung, SAT TV, WIFI, einer Garage und verschiedenen Lounge- und Terrassenbereichen mit grossartigem Blick. Die harmonische Raumgestaltung die Verwendung hochwertiger Materialien und Markengeräte sowie der einzigartige Meerblick, der sich aus jedem Zimmer geniessen lässt, machen das lichtdurchflutete Anwesen zu einem aussergewöhnlichen Ort.

Luxury finca with amazing sea view

Situated on a hill near Santanyí in a nature reserve, this luxurious finca overlooks the southeast coast of Mallorca and the sea. The distinctive, light-flooded property is surrounded by a park-like, very well-kept garden with old trees. At the centre of the large property is the heated, curved pool with sauna house, sun deck, outdoor shower, kitchen and phenomenal views of the azure blue sea. The finca is furnished with tasteful designer furniture and is equipped with a high-quality fireplace, under-floor heating, air conditioning, alarm system, huge windows, 5 bedrooms, 5 bathrooms, sauna, urban electricity and water supply, satellite TV, WiFi, a garage and various lounge and terrace areas with great views. The harmonious interior design, as well as the use of high-quality materials and branded appliances, plus the sea view from each room, make this light-flooded property an exceptional place.

Sunrise Properties Mallorca S.L., Franchisee of KENSINGTON Finest Properties International AG
 eastcoast@kensington-international.com | Tel +34 602 576 483 | www.kensington-mallorca.com



REFERENZ reference number	KPP04684
PREIS price	4.250.000 €
REGION region	Sóller
GRUNDSTÜCK plot	70.015 m ²
WOHNFLÄCHE living area	615 m ²
OBJEKTART property type	Finca
SCHLAFZIMMER bedrooms	6
BADEZIMMER bathrooms	4

SÓLLER (MALLORCA)

Ein magischer Ort:
gut erhaltenes Herrenhaus mit Pool

Dieses Herrenhaus bei Sóller ist aussergewöhnlich. Es hat das ganze Jahr über ganztägige Sonne, Blick auf die Berge, ist in erstaunlichem Zustand und ist nicht allzu schwer zu pflegen. Die Liegenschaft wurde um 1800 erbaut. Die historischen Elemente sind erhalten geblieben. Die Räume sind gross und hell, und das Anwesen bietet absolute Privatsphäre. Es hat mehrere Terrassen, einen gepflegten Garten und einen Pool. Der Zugang ist einfach.

Grundriss des Hauses: EG - Eingangshalle, Wohnzimmer, 2 Doppelzimmer, 1 Bad, Fitnessraum, Weinkeller, Werkstatt, Abstellraum; im ersten Stock - Wohnzimmer, Esszimmer, Küche, 2 Doppelzimmer mit Bädern, Gästebad; im zweiten Stock - Familienwohnzimmer, 2 Doppelzimmer, 1 Bad, Wirtschaftsraum, Abstellraum.

Ausstattung u.a.: Kamin, Zentralheizung, Klimaanlage, Wasserfiltration, Solaranlage, Alarmanlage, Grill und überdachter Parkplatz für 4 Fahrzeuge.

A magical place: well-kept manor house with pool near Sóller, Mallorca

This manor house near Sóller is exceptional. It has full-day sun all year round, views of the mountains, is in amazing condition and is not excessively hard to maintain. The property was built around 1800. The historical elements have been preserved. The rooms are large and bright, and the property offers absolute privacy. It has several terraces, a well-kept garden, and a pool. Access is easy.

Layout of the house: on the ground floor - entrance hall, lounge, 2 double bedrooms, 1 bathroom, gym, wine cellar, workshop, store room; on the first floor - living room, dining room, kitchen, 2 double bedrooms with bathrooms, guest bathroom; on the second floor - family lounge, 2 double bedrooms, 1 bathroom, utility room, storeroom.

Features, among others: fireplace, central heating, air con, water filtration, solar panels, alarm system, BBQ and covered parking for 4 vehicles.

Finest Properties Puerto Soller S.L., Franchisee of KENSINGTON Finest Properties International AG
valldemossa@kensington-international.com | Tel +34 971 616 025 | www.kensington-mallorca.com



REFERENZ reference number	KSP01071
PREIS price	1.695.000 €
REGION region	Santa Ponsa
GRUNDSTÜCK plot	1.175 m ²
WOHNFLÄCHE living area	213 m ²
OBJEKTART property type	Finca
SCHLAFZIMMER bedrooms	3
BADEZIMMER bathrooms	2

SANTA PONSA (MALLORCA)

Mediterrane Neubauvilla in beliebter Wohngegend von Santa Ponsa

Diese traumhafte Familien-Neubauvilla befindet sich in ruhiger Lage und besticht durch ihre hochwertige Bauweise, sowie ihrem mediterran-modernen Baustil. Auf einem flachen, sonnigen und optimal nach Süden ausgerichteten Grundstück befindet sich die Immobilie mit grossem Garten und Salzwasserpool. Bereits beim Betreten der Villa fällt sofort die Grosszügigkeit des Layouts der Villa, sowie die einzigartige Deckenhöhe im Eingangsbereich auf. Die Wohnfläche verteilt sich auf drei grosse Schlafzimmer, mit Leichtigkeit erweiterbar auf ein viertes, zwei Badezimmer, eins davon en suite, ein separates Gäste WC, sowie einen grossen Wohn-/ Essbereich mit offener Küche. Die Villa ist von mehreren offenen, sowie überdachten Terrassen umgeben, einschliesslich einer Dachterrasse mit kleinem Teilmeerblick. Das Angebot wird von Parkmöglichkeiten für bis zu zwei grosse Autos abgerundet.

Newly built Mediterranean Villa in prime location of Santa Ponsa

This dreamlike family new building villa is situated in a quiet location and convinces by its high-quality construction, as well as its Mediterranean modern architectural style. On a flat, sunny and optimally south-facing plot is the property with a large garden and saltwater pool located. Already when entering the villa the generosity of the layout of the villa, as well as the unique ceiling height in the entrance area is immediately noticeable. The living space is divided into three large bedrooms, easily extendable to a fourth, two bathrooms, one of them en suite, a separate guest toilet, as well as a large living/dining area with open kitchen. The villa is surrounded by several open and covered terraces, including a roof terrace with a small partial sea view. Parking for up to two large cars completes the offer.

Risiken minimieren – Renditen optimieren



Als Investor ...

haben Sie mit uns einen **zuverlässigen Partner** an Ihrer Seite, der Ihnen Zugang zu einem **lukrativen Markt-feld** mit **überdurchschnittlich hohen Renditen** gewährt.

Als Eigentümer von Anlageimmobilien ...

Unterstützen wir Sie als Ihr **starker Partner**, der gemeinsam mit anderen vermögenden **Familien und institutionellen Anlegern in Renditeobjekte** investiert.

Als Projektentwickler ...

können Sie auf uns und **unsere Mandanten** zählen, wenn es um **Mezzaninekapital für Ihr Projekt** geht.

**Profitieren Sie von der einzigartigen Expertise eines
einzigartigen Family Offices.**

KENSINGTON Family Office AG
Konstanzerstrasse 37
8274 Tägerwilen · Schweiz
Tel +41 71 5449 700
familyoffice@kensington-international.com

www.kensington-familyoffice.com





**Exclusive
Swiss quality.**

**Included on
every flight.**