

MONTAG	PUBLIKUMSFONDS
▶ DIENSTAG	ALTERNATIVE INVESTMENTS
MITTWOCH	DERIVATE
DONNERSTAG	IMMOBILIEN
FREITAG	IHR VERMÖGEN

Offener Solarfonds für Profi- und Privatanleger

Der Düsseldorfer Initiator Voigt & Kollegen hat mit dem VC Soles Invest seinen ersten offenen Solarfonds für institutionelle Investoren und vermögende Privatanleger aufgelegt. Der Fonds wendet sich an Versicherungen, Pensionskassen und größere Family Offices, die eine Alternative zu Immobilienfonds suchen. Voigt & Kollegen gibt die jährlichen Ausschüttungen mit mindestens sechs Prozent an. Anleger beteiligen sich ab 200.000 Euro. Der Fonds ist so konzipiert, dass Investoren die Möglichkeit haben, ihre Anteile zurückzugeben. Mindesthaltedauer und Kündigungsfristen sollen aber einen unkontrollierten Geldabfluss verhindern. Insgesamt soll der Fonds mit einem Volumen von mindestens 100 Mio. Euro in 30 bis 40 Solarparks in Europa investieren. ALEXANDER HEINTZE

Windanlage lässt sich früher abschreiben

Betreibt ein geschlossener Fonds eine Windenergieanlage, besteht diese aus verschiedenen eigenständigen Wirtschaftsgütern. Die können nach dem Urteil des Finanzgerichts Rheinland-Pfalz einzeln abgeschrieben werden und zwar ab dem Zeitpunkt, an dem die betreffende Anlage angeschafft oder hergestellt wurde (Az.: 1 K 2037/07). Auf die spätere Bezahlung kommt es ebenso wenig an wie auf den Zeitpunkt der Inbetriebnahme. Das hat für Anleger den Vorteil, dass sich Abschreibungen zügiger als Betriebsausgabe geltend machen lassen, nämlich ab dem Monat, in dem laut Kaufvertrag Lasten und Nutzen auf die Fondsgesellschaft übergehen oder die Anlage für den vorgesehenen Zweck nutzbar ist. ROBERT KRACHT

VON MARKUS GOTZI

Es sollte eine der größten Touristenattraktionen der Welt werden. Bei der Vorstellung der Pläne zum Riesenrad Singapore Flyer träumten die Macher von Menschenschlangen wie unter dem Eiffelturm oder an den Pyramiden von Giseh. Zumindest aber rechneten sie mit so vielen Fahrgästen wie beim großen Vorbild, dem Riesenrad London Eye in der britischen Hauptstadt (siehe Kasten). Seit Februar 2008 dreht sich das mit 165 Metern Höhe größte Rad der Welt in Singapur, doch häufig bleiben die Gondeln leer.

Die Kalkulation geht längst nicht mehr auf, und das beunruhigt die rund 1000 deutschen Anleger des Fonds Singapore Flyer – spätestens seit dem jüngsten Anschreiben des Initiators Delbrück Bethmann Maffei (DBM). Auf einer außerordentlichen Gesellschafterversammlung sollen sie heute darüber abstimmen, wie es mit ihrem Investment weitergeht. Sprechen sich die Anleger dagegen aus, ein zusätzliches Darlehen aufzunehmen, droht spätestens im kommenden Jahr die Insolvenz des Fonds – so unverblümt steht es im Brief der DBM, einer Tochter der niederländischen Bank ABN Amro.

Sie will unter anderem zur Finanzierung eines neuen Vermarktungskonzepts 15,5 Mio. Singapur-Dollar – rund 9 Mio. Euro – als Mezzanine-Kapital zur Verfügung stellen. Der Kredit ist Teil eines „Masterplans“, mit dem der Fonds gerettet werden soll. Weitere Maßnahme ist eine Umschuldung, verbunden mit einer erheblich geringeren Tilgung als zunächst vereinbart. „Eines ist klar: ABN Amro würde kein Geld in-



Das Rad läuft nicht mehr rund

Anleger des angeschlagenen Singapur-Fonds von DBM stimmen über zusätzliches Darlehen ab

Es ist das größte Rad der Welt, aber die Gondeln bleiben häufig leer: Die ursprüngliche Kalkulation für das Riesenrad „Singapore Flyer“ geht nicht mehr auf

vestieren, würde sie nicht die Chancen des Fonds sehen“, sagt Christian Harreiner, Geschäftsführer beim Fondsiniciator Delbrück Bethmann Maffei.

Klar dürfte aber auch sein: Die holländische Mutter engagiert sich aus deshalb, weil die Schieflage schon längst nicht mehr nur Thema beim Fondsanbieter aus Frankfurt ist, sondern auch in der Amsterdamer Bankzentrale – und damit ein Imageproblem. Zumal nicht nur das Singapur-Rad Ärger berei-

tet. Beim Nachfolgefonds Global View lief ebenfalls kaum etwas wie kalkuliert. Hier hat die überwiegende Mehrheit der rund 10.000 Zeichner inzwischen das Angebot von ABN Amro angenommen, rund 60 Prozent ihres Einsatzes auf einen Schlag zurückzubekommen. Ein Ende mit Schrecken.

Das kann auch beim Singapore Flyer noch drohen, denn ob der Fonds dank Mezzanine-Finanzierung und Masterplan überlebt, ist zweifelhaft. Das meint zumindest Katja Fohrer, Fachanwältin für Bank- und Kapitalmarktrecht in der Kanzlei Mattil & Kollegen aus München, die rund 40 Anleger des Fonds juristisch vertritt: „Das zusätzliche Darlehen zögert die Pleite des Fonds nur hinaus. Meiner Ansicht nach wird das dauerhaft nichts mehr werden.“

Ähnlich schätzt auch Wolfgang Arndt aus der Kölner Kanzlei Klumpe, Schroeder & Partner die Situation ein. Er ist Anwalt der Anleger, die gleichzeitig Beiratsmitglieder sind. Arndt bezeichnet die Pläne der Fondsgeschäftsführung als Beruhigungsspiel und Trostpflasterchen, um das Verfahren in die Länge zu ziehen.

Von Bedeutung ist in diesem Zusammenhang die Verjährungsfrist der Prospekthaftung. Sie läuft drei Jahre ab Kenntnis der Fehlentwicklung. „Wir sehen keinerlei Grundlage für eine zusätzliche Verschuldung“, sagt auch Frank Stolpmann,

Vorsitzender des Beirats. Sein Vorschlag: „Soll ABN Amro doch den Kredit komplett ablösen.“ Bislang hat die Bank nur die Hälfte des 140-Mio.-Singapur-Dollar-Kredits übernommen. Dennoch glaubt Stolpmann weiter an ein erfolgreiches Investment. Dafür spreche allein die wirtschaftliche Erholung Singapurs. Die Wirtschaft des Stadtstaats boomt. Doch diese Entwicklung spiegelt das Rad nicht wider.

Gegenläufig

Top Eigentlich sollte sich das Riesenrad London Eye nur fünf Jahre drehen. Doch schnell ist es zur größten Touristenattraktion der britischen Hauptstadt geworden. Jahr für Jahr fahren rund 3,75 Millionen Menschen eine Runde mit der Attraktion an der Themse und zahlen je nach Kategorie zwischen 10 und 28 Pfund (33 Euro) für ein Ticket.

Flop In Singapur läuft es nicht wie geplant. Bei Ticketpreisen von 28 Singapur-Dollar (16 Euro) rechnet die Geschäftsführung des DBM-Fonds in diesem Jahr mit einem Umsatz von 25 Mio. Singapur-Dollar. Das liegt weit unter den ursprünglichen Planzahlen und reicht nicht aus, um die Fremdfinanzierung zu tilgen. Von Ausschüttungen an die Anleger ganz zu schweigen.

„Die bisherigen Einnahmen sind zweifellos unbefriedigend“, räumt DBM-Geschäftsführer Harreiner ein. Er zeigt sich jedoch zuversichtlich, dass das neue Management das Ruder herumreißen kann. Neu im Board of Directors sitzen nun Paul Schuilwerwe und Patsy Ong, Managerin des Riesenradvermarketers Adval vor Ort in Singapur.

Diese Personalie überrascht Anwalt Arndt. Er zitiert aus einem Gutachten, das die HypoVereinsbank (HVB), ein Unternehmen der Unicredit Group, bei einem Wirtschaftsprüfer in Auftrag gegeben hat. Darin heißt es: „Das Geschäftsmodell, nach dem Adval mit dem Marketingverkauf beauftragt wird, ist unter den im Vertriebsagenturmantelvertrag festgelegten Bedingungen aus unserer Sicht und basierend auf der Leistung bis heute kommerziell nicht einwandfrei.“ So bekommt Adval etwa alle Provisionen aus dem Ticketverkauf. Kaum anzunehmen, dass der Masterplan daran etwas ändern würde.

Allerdings, merkt Anwalt Arndt an, sei das Gutachten auch unter firmenpolitischen Gesichtspunkten in Auftrag gegeben worden. Schließlich stellte die Bank nicht nur das Darlehen zur Verfügung, sondern verkaufte außerdem Fondsanträge in Millionenhöhe an ihre Kunden. Da verwundert es schon, dass die HVB nicht vorher versucht hat, Unstimmigkeiten im Fondskonzept zu klären.

Agent in eigener Sache

Die umstrittene Unternehmensberatung Gomopa hat mit Problemen ganz eigener Art zu kämpfen. Nach außen gibt man sich aber kämpferisch und droht mit Angst und Schrecken

RENATE DAUM

Kurz nach dem zehnten Geburtstag steckt das Unternehmen in ernstesten Problemen. Vor allem um die Finanzen ist es nicht zum Besten bestellt, berichtet Gründer Klaus Maurischat seinen Mitgesellschaftern am 20. Juli 2010 in einer Teilveröffentlichung. Er schreibt von Angriffen auf die Webseite und „einigen ernst zu nehmenden Drohungen“. Seit Eröffnung der deutschen Zweigniederlassung seien die „sprunghaft gestiegenen Kosten für juristische Beratung“ das größte Problem. Mehr als ein Drittel der Zeit werde damit verplempert, sich um Unterlassungsklagen zu kümmern.

Die Niederlassung müsse liquidiert werden, das Unternehmen wolle in die Schweiz und nach Mallorca umsiedeln, schreibt Maurischat. Die Gesellschaft werde zwar endlich „einen vorläufigen Breake-

even“ erreichen, arbeite aber „noch praktisch ohne Liquiditätsreserve“, barmt Maurischat und bittet, weitere Anteile zu kaufen.

Wenn das kein Fall für Goldman Morgenstern & Partners Consulting LLC, kurz Gomopa, ist. Als „Financial Intelligence Service“ bezeichnet sich die Gesellschaft mit Sitz im zehnten Stock der 575 Madison Avenue, New York. „Egal, ob Sie Unternehmer oder als Privatperson Aufträge, Zuschüsse oder Kredite suchen, wir helfen Ihnen auf Wunsch bei Ihrem Vorhaben“, verspricht Gomopa und wirbt mit „Informationen für den persönlichen und unternehmerischen Schutz“.

Die Gesellschaft zählt Verbraucher wie Unternehmer zu ihren Mitgliedern. „Rund um die Uhr und rund um den Globus erfasst unser effizientes Netzwerk relevante Informationen.“ Neben klassischen Quellen nutze der Dienst „auch individuelle, sehr spezifische Informationswege.“ Gomopa „agiert weltweit, hat mehr als 55.000 Mitglieder und wird heute in über 130 Ländern aufgerufen“, prahlt der Dienst.

Da sollte doch auch für Klaus Maurischat und sein Unternehmen

etwas zu machen sein. Er müsste eigentlich nur bei sich selbst anrufen. Denn die Information an seine Teilverhaber betrifft Gomopa.

Der Dienst gilt als umstritten, denn er fiel mehrfach mit inhaltlichen Schlapereien auf. So verbreitete Gomopa die Ente, ein Minister sei auf den Vorstand eines Immobilienhandelsunternehmens hereingefallen. Maurischat bleibt selbstbewusst. Wenn der Dienst für Kurseinbrüche bei Aktien von um die 30 Prozent sorgen könne, wie bei Wirecard, seien 2,5 Mio. Euro als geschätzter Wert für die Marke Gomopa wohl nicht zu gering, rechnet er vor. Dem nur, dass Gomopa im Wirecard-Bericht Fehler einräumen musste.

Auf eine Anfrage gab Gomopa keine inhaltliche Antwort und verwahrte sich gegen Zitate aus den entsprechenden Passagen der E-Mail. Man wolle einem Mitbewerber „keine Auskünfte zur Ausgestaltung unseres Geschäftsbetriebes geben“. Maurischat jedenfalls findet: „Wir sind ein richtiges, kleines und sehr ernst zu nehmendes Medium, welches in der gesamten Branche Angst und Schrecken auslösen kann.“

„Wir sind ein richtiges, kleines und sehr ernst zu nehmendes Medium“

Klaus Maurischat, Gomopa

Jetzt 4 Wochen FTD testen und Sound Tube gratis für Sie!

Soundsystem passend für iPod und MP3-/CD-Spieler, inkl. UKW/FM AutoScan-Radio



GRATIS für Sie!

Weitere Angebote unter: www.ftd.de/4-wochen

Lieferung erfolgt ohne iPod.

Wissen, was wichtig wird.

WWW.FTD.DE

FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND

IHR TEST-COUPON

Ja, ich möchte die FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND testen und erhalte sie für 4 Wochen mit 35% Ersparnis zum Vorzugspreis von zzt. wöchentlich nur € 6,50 (statt zzt. € 9,98) frei Haus. Als Dankeschön bekomme ich das Sound Tube und kann es in jedem Fall behalten.

Name _____ Vorname _____
 Firma (falls Lieferanschrift) _____ Straße, Nr. _____
 PLZ _____ Ort _____ Telefon-Nr. tagsüber (für Rückfragen zur Belieferung) _____
 Ja, ich bin damit einverstanden, dass mich die FTD und der Verlag Gruner + Jahr künftig per E-Mail und Telefon über interessante Angebote informieren.

Wenn ich die FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND nach der Testphase weiterhin beziehen möchte, brauche ich nichts zu tun. Ich erhalte die Zeitung dann frei Haus für zzt. wöchentlich € 9,98. Möchte ich die FTD nicht weiter beziehen, benachrichtige ich einfach innerhalb von 3 Wochen nach Lieferbeginn schriftlich den FTD-Kundenservice. Dieses Angebot gilt nur in Deutschland. Ein gesetzliches Widerrufsrecht besteht nicht, da ich nach der Testphase jederzeit bis zum 15. eines Monats schriftlich zum Monatsende kündigen kann. Das Geld für bezahlte, aber noch nicht gelieferte Ausgaben erhalte ich zurück.

Datum _____ Unterschrift _____ 585 447

FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND • Kundenservice • 01042 Dresden

0 18 02 / 81 82 83*

0 18 02 / 81 82 84*

abo@ftd.de

* € 0,06 pro Anruf/Fax aus dem Festnetz der Dt. Telekom

Heranbringer: (G+) Wirtschaftsmagazin GmbH & Co. KG • Stubbenthal 3 • 20459 Hamburg • Handelsregister: AG Hamburg, HRA 92810