

„100 Millionen US-Dollar in 2009“

Zum Wechsel in der Geschäftsführung, zum Umzug nach Hamburg und zu Land Banking in Zeiten der Finanzkrise befragte **Cash•** den neuen Chef von Walton Europe Neil McCullagh.

Cash•: Was waren die Gründe für den Managementwechsel in Deutschland?

McCullagh: Wir haben die ersten Schritte in Deutschland gemacht und in den zwei Jahren seit dem Markteintritt viel Erfolg gehabt. Jetzt heißt das Ziel, vor Ort eine voll leistungsfähige echte Walton-Einheit zu etablieren. Meine Aufgabe ist es dabei, die Unternehmenskultur sowie die entsprechende Infrastruktur im Backoffice zu implementieren. Insbesondere auch die Service-orientierte Philosophie des Mutterkonzerns gilt es zu übertragen.

Cash•: Warum haben Sie den Unternehmenssitz nach Hamburg verlegt?

McCullagh: Emissionshäusern bietet sich hier eine tolle Infrastruktur. Wir sehen Hamburg – nicht zuletzt durch die vielen Schiffsinitiatoren – als heimliche Hauptstadt der Branche.

Cash•: Ändern Sie das Produktkonzept?

McCullagh: Nein, wir bleiben bei unserem bewährten Konzept des Land Banking – also der Entwicklung landwirtschaftlich genutzter Fläche zu Bauland – werden aber zunächst keine kanadischen Produkte mehr anbieten, sondern auf US-Standorte setzen. Mittlerweile arbeiten wir bereits seit zehn Jahren erfolgreich in den USA. Auch dort haben wir Experten, sitzen in den Planungsausschüssen.

Cash•: Als Standort genießen die USA derzeit nicht eben den besten Ruf...

McCullagh: Richtig. Trotzdem ist und bleiben die USA die stärkste Volkswirtschaft der Welt. Die Fundamentaldaten sind weiterhin in Ordnung. Außerdem leiden die Märkte in sehr unterschiedlichem Ausmaß unter den Auswirkungen der Krise. Phoenix beispielsweise – einer unserer heutigen Zielmärkte – war 2005 überhitzt. Als unser Unternehmenschef Bill Doherty diese Entwicklung kommen sah, hat er sofort die dortigen Erwerbsaktivitäten stoppen lassen. Erst 2007, als die Preise unten waren, sind wir wieder eingestiegen. Den Wachstumspfad der Region Pinal County mit den entspre-



Neil McCullagh,
Walton

chenden Grundstücken hatten wir bis dahin lange schon identifiziert. Heute – nach dem Platzen der Blase – hat sich die Situation wieder normalisiert. Der Obama-Effekt wirkt sich zudem sehr positiv aus.

Cash•: Auf dem entwickelten Land sollen hauptsächlich Häuser entstehen. Die Nachfrage dort ist zusammengebrochen.

McCullagh: Nein. Nur die Spekulanten sind ebenso vom Markt verschwunden wie die Klientel, die günstig Kredite bekam. Jetzt gibt es viele, die sich für das günstige Preisniveau interessieren.

Cash•: Hat denn noch keine US-Firma die Land Banking-Idee übernommen?

McCullagh: Natürlich sind wir nicht ohne Konkurrenz, doch arbeiten unsere Mitbewerber eher mit einem langfristigen und durch den Einsatz von Fremdkapital gehebelten Ansatz. Unser Fokus bleibt Land Banking a la Walton – eigenkapitalbasiert über Fonds und mit vier bis siebenjähriger Laufzeit.

Cash•: Trotzdem dürften Ihre Angebote derzeit schwer zu vermarkten sein.

McCullagh: Es herrscht Zurückhaltung – hervorgerufen durch eine große Unsicherheit. Bei der Platzierung mussten wir Umzug, Umstrukturierung und Krise Tribut zollen. So hatten wir drei Monate gar kein Produkt am Markt. Trotzdem konnten wir 2008 60 Millionen US- und kana-

dische Dollar bei deutschen Investoren einwerben. Eine 50-prozentige Steigerung im Vergleich zum Vorjahr. 2009 wollen wir 100 Millionen erzielen. Was das Geschäftsmodell angeht, halten wir die Grundstücke derzeit sicherlich etwas länger als sonst. Eine verbesserte Verkaufssituation gibt es wohl erst ab Ende 2010.

Cash•: Ein Track Record belegt die Ergebnisse der Mutter. Planen Sie auch eine Leistungsbilanz nach VGF-Standard?

McCullagh: Wir arbeiten derzeit daran, das durch eine große Wirtschaftsprüfungsgesellschaft vorgenommene Auditing in ein Zahlenwerk übersetzen zu lassen. Mittel- bis langfristig streben wir auch eine Mitgliedschaft im Verband an.

Cash•: Setzen Sie derzeit auf Private Placements und Fonds für Institutionelle?

McCullagh: Wir haben die Möglichkeit unser Modell maßgeschneidert auf die Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen anzupassen und verfolgen das auch aktiv.

Cash•: Inwieweit setzen Sie neben dem freien Vertrieb auch auf Banken?

McCullagh: Unser Schwerpunkt liegt eindeutig auf dem unabhängigen Vertrieb. Die Bankenschiene ist wenig ausgeprägt und wurde durch die Lehman-Pleite zudem richtig in Mitleidenschaft gezogen.