

---

**Presseunterlagen**  
**Pressegespräch Private Office**  
**Hamburg, den 1. Oktober 2007**

## **Engel & Völkers gründet neuen Unternehmensbereich**

- **„Private Office“ bietet weltweit Dienstleistungen für vermögende Kunden**
- **Globales Netzwerk wächst kontinuierlich**
- **Markenumsatz der Unternehmensgruppe um 38 % in den ersten neun Monaten gestiegen**

**Hamburg, den 1. Oktober 2007.** Die Engel & Völkers Gruppe, weltweit eines der führenden Unternehmen für die Vermittlung hochwertiger Immobilien, nutzt ihr etabliertes und weiter stark wachsendes Netzwerk für die Gründung eines neuen Unternehmensbereichs. Das „Private Office“ bietet von seinem Hauptsitz in London aus vermögenden Kunden einen hochkarätigen und diskreten Service sowie eine individuelle Beratung im hochwertigsten Segment des globalen Immobilienmarktes. „Auf der Grundlage unserer bekannten Marke und unseres Netzwerkes können wir diesem extrem exklusiven Kundenkreis spektakuläre Immobilien anbieten bzw. sie bei der Auswahl ihrer privaten Investitionen unterstützen“, sagt Christian Völkers, Gründer und Vorstandsvorsitzender der Engel & Völkers AG in Hamburg. „Durch Kooperationen, unter anderem auch mit Privatbanken, haben wir direkten Zugang zu unseren Kunden und können dadurch deutlich diskreter agieren. Das bedeutet sowohl für die Käufer als auch die Verkäufer einen großen Vorteil.“

„In der letzten Dekade hat sich die Struktur dieser Zielgruppe stark gewandelt. Mittlerweile verzeichnen wir aus allen Teilen der Welt eine deutlich höhere Zahl von sehr vermögenden Kunden, die neue Ziele und Bedürfnisse entwickeln“, sagt Tine Willumsen, die das Private Office leitet. Tine Willumsen hat viele Jahre Erfahrungen im Luxusmarktsegment sammeln können, unter anderem als langjährige Marketing-Direktorin der De Beers Group in London. „Unsere Zielgruppe umfasst nach den jüngsten Marktschätzungen rund 80.000 Personen, die jeweils über ein Vermögen von mindestens 50 Mio. US-Dollar verfügen.“ Dieser hoch vermögende Personenkreis setzt seine Mittel umfangreich für den privaten Komfort ein; 75 % von ihnen besitzen ein Flugzeug, die meisten eine Yacht, mindestens acht Autos und durchschnittlich drei bis vier Häuser, meistens verteilt über mehrere Länder und Kontinente.

Das Private Office startet mit seinem Service zunächst in den Schlüsselmärkten in Spanien und in der Schweiz, weiterhin in Frankreich, Italien und in Deutschland. Bis Ende 2007 wird der exklusive Service in ganz Europa und ab 2008 weltweit in nahezu allen relevanten Immobilienmärkten zur Verfügung stehen. Der Unternehmensbereich bietet seinem Kundenkreis eine sehr diskrete und hocheffektive Basis, ihm anvertraute, spektakuläre Immobilien einem ebenso exklusiven Kreis von Interessenten offerieren zu können. Das Private Office agiert damit in diesem wichtigen Teilbereich ähnlich wie eine Privatbank.



„Mit unseren Shops und Büros verfügt das Private Office über ein Hochmaß an Know how sowie lokale Marktkenntnisse in den wichtigen Regionen der Welt“, so Völkers. Derzeit bestehen ca. 300 Wohnimmobilienshops und mehr als 25 Gewerbeimmobilienbüros in 22 Ländern auf vier Kontinenten. In den ersten neun Monaten des laufenden Jahres haben diese Büros mit rund 2.400 Mitarbeitern Immobilien im Gesamtwert von fast vier Mrd. Euro vermittelt. Der Markenumsatz der Engel & Völkers Gruppe erhöhte sich im Vergleichszeitraum um 38 % auf 114 Mio. Euro.

Den stärksten Zuwachs verzeichnete der Bereich Gewerbeimmobilien, der im ersten Halbjahr um über 52 % auf rund 44 Mio. Euro Markenumsatz zulegte. Neben der guten Entwicklung auf den inländischen Immobilienmärkten wirkte sich der Ausbau des internationalen Netzwerkes von Engel & Völkers aus. Im Neun-Monats-Berichtszeitraum wurden im Bereich Wohnimmobilien erstmals gleich viel Umsätze im In- und Ausland erzielt. Insgesamt stieg der Markenumsatz des Bereichs Wohnen um 31 % auf 68 Mio. EUR; im Ausland um 28 % auf 34 Mio. Euro. „Das Wachstum wird weiter anhalten, da wir bereits Lizenzen zur Eröffnung von weiteren 50 Shops und Büros verkauft haben“, prognostiziert Völkers.

Das Private Office wird Maßstäbe in der diskreten und erfolgreichen Kundenorientierung setzen und damit für den Wachstumsprozess von Engel & Völkers eine wichtige strategische Funktion übernehmen. „Der neue Bereich markiert die Spitze unseres Dienstleistungssystems“, erklärt Völkers, „das Private Office wird Trends im exklusivsten Lifestyle-Markt der Welt aufspüren und zur Stärkung unserer Marke einsetzen. Weitere Schritte für das Wachstum der Engel & Völkers Gruppe werden damit vorgeprägt. „Denkbar ist es, für unsere Expansion weitere Unternehmensbereiche zu eröffnen, die umfangreiche Dienstleistungen in zusätzlichen Lifestyle-Märkten anbieten und vielleicht sogar Aufgaben im Bereich der Finanzdienstleistungen“, so Völkers weiter.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

ENGEL & VÖLKERS  
Bettina Prinzessin Wittgenstein  
Stadthausbrücke 5  
20355 Hamburg  
Telefon: 040-36 13 11 20  
Telefax: 040-36 13 11 02  
[bettina.wittgenstein@engelvoelkers.com](mailto:bettina.wittgenstein@engelvoelkers.com)

german communications dbk AG  
Jörg Bretschneider  
Alsterufer 34  
20354 Hamburg  
Telefon: 040-46 88 33 0  
Telefax: 040-47 81 80  
[presse@german-communications.com](mailto:presse@german-communications.com)

Die Engel & Völkers Gruppe gehört zu den führenden Immobilienunternehmen mit weltweiter Präsenz. Das Unternehmen konzentriert sich auf Dienstleistungen rund um Immobilientransaktionen. Beratung, Vermietung, Verkauf oder Bewertungen für private und institutionelle Kunden sind die Kernkompetenzen. Engel & Völkers wächst auf Basis seines erfolgreichen Lizenzpartnersystems. Der Erfolg basiert auf der Spezialisierung in Teilmärkten und in der hohen Qualifizierung aller Partner und Mitarbeiter für beste Dienstleistungsqualität.

## Presseinformation



**ENGEL & VÖLKERS®**

## “Ultra High Net Worth Individuals”

**Hamburg, den 1. Oktober 2007.** Englische Trendforscher und Marketingexperten haben dem neuen Markt bereits einen Namen gegeben: „Ultra High Net Worth Individuals“ – kurz UHNWI. Gemeint ist eine Personengruppe, die je Person über ein Vermögen von mindestens 50 Mio. US-Dollar verfügt. Diese Zielgruppe bzw. dieser Markt ist in den vergangenen zehn Jahren deutlich gewachsen. Derzeit werden weltweit etwa 80.000 Personen zu dieser Gruppe gerechnet.

Die UHNWI konnten in der Dekade von 1994 bis 2004 ihre Vermögen deutlich ausbauen, deutlich mehr als Inhaber von Guthaben im „nur“ einstelligen Millionenbereich. Während diese Spitzengruppe, die bereits nur 1 % der Bevölkerung repräsentiert, ihre Einkommen in der Berichtsperiode um 57 % erhöhen konnte, machte der Anstieg bei den UHNWI mehr als 80 % aus.

Gleichzeitig hat sich die Zahl reichster Menschen erheblich erhöht. Während die meisten Milliardäre in der Vergangenheit in den USA, Deutschland und Japan lebten, sind viele neue Länder, in denen die Menschen zu Reichtum kommen, in der zurückliegenden Dekade hinzugekommen. Am stärksten hat die Zahl der UHNWIs in den letzten Jahren in Singapur, Indien, Indonesien, Russland, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Südkorea zugenommen. In Asien beispielsweise hat Indien in diesem Jahr Japan als Spitzenreiter abgelöst: In Indien leben derzeit 36 Milliardäre (9 mehr als im Vorjahr), während es in Japan 30 sind. Die meisten Milliardäre leben mittlerweile in Moskau. Die russische Hauptstadt hat New York abgelöst.

Auch das Durchschnittsalter verändert sich. Die Zeitschrift „Forbes“ hat ermittelt, dass gegenwärtig Milliardäre im Durchschnitt 62 (2005: 64) Jahre alt sind; neu hinzukommende Milliardäre sind im Durchschnitt gegenwärtig sieben Jahre jünger. Das sinkende Alter führt auch zu einer insgesamt veränderten Haltung gegenüber den Ausgaben für den privaten Komfort. So besitzen UHNWI durchschnittlich acht private Fahrzeuge, drei oder vier Häuser und meistens eine Yacht. Drei Viertel der UHNWI besitzen zudem mindestens ein Flugzeug.

1. UHNWI legen rund 15-25% ihres Vermögens in Immobilien an. Etwa die Hälfte davon ist in Zweitwohnsitzen und Ferienhäusern investiert, üblicherweise frei von Hypotheken. Deshalb sind die Preise dieser Immobilien von Marktsituationen und Hypothekenraten weitgehend unabhängig.

## **2. Die teuersten Immobilienstandorte der Welt (September 2007)**

- London ist auf dem Immobilienmarkt die teuerste Stadt der Welt (ca. 36.000 €/m<sup>2</sup>), dicht gefolgt von Monaco mit 35.000 €/m<sup>2</sup>,
- New York mit ca. 27.000 €/m<sup>2</sup>,
- Hong Kong mit ca. 20.000 €/m<sup>2</sup>
- und Tokyo mit ca. 18.000 €/m<sup>2</sup>.

3. Moskau liegt in der Weltrangliste der teuersten Städte mit ca. 12.000 €/m<sup>2</sup> auf Platz 11. Die Quadratmeterpreise sind im Jahr 2006 um 75 Prozent gestiegen. Experten gehen davon aus, dass Moskau im nächsten Jahrzehnt London als teuerste Stadt der Welt ablösen könnte.

4. Ebenso wie Moskau werden nach Expertenmeinung in naher Zukunft St. Petersburg, Delhi, Mumbai, Guangzhou und Peking die Städte mit dem höchsten Anstieg des Quadratmeterpreises auf dem Immobilienmarkt sein.

## **5. Für Zweitwohnsitze sind die teuersten Gegenden:**

- St.-Jean-Cap-Ferrat an der Côte d'Azur mit 32.000€/m<sup>2</sup>
- Costa Smeralda auf Sardinien mit 23.000€/m<sup>2</sup>
- Courchevel in Frankreich mit 22.000€/m<sup>2</sup>
- Cap D'Antibes in Frankreich mit knapp 20.000€/m<sup>2</sup>

## **6. Die teuersten verkauften Wohnhäuser:**

- Im Bundesstaat New York in East Hampton wurde das teuerste Wohnhaus mit einer Fläche von rund 162.000 m<sup>2</sup> für einen Betrag von ca. \$103 Mio. an den Finanzier Ron Baron verkauft.
- In Großbritannien zahlte der indische Unternehmer Lakshmi Mittal für seinen Wohnsitz in der Straße ‚Kensington Palace Gardens‘ in London rund £70 Mio.

## **7. Die teuersten angebotenen Wohnimmobilien:**

- \$165 Mio. Hearst Estate in Beverly Hills, welches einmal Randolph Hearst gehörte  
Verkäufer: Der Finanzier Leonard Ross  
Ausstattung: 29 Schlafzimmer, 3 Swimming Pools, 2 Tennisplätze, eine Diskothek im Art Deco Stil
- \$138 Mio. Updown Court, Windlesham, Surrey in Großbritannien  
Besitzer: Scheich Mohammed bin Rashid Al Maktoum aus Dubai  
Ausstattung: 103 Zimmer, rund 235.000 m<sup>2</sup> Garten, ein Kino für 50 Zuschauer, beheizte Auffahrt, Wellnessoase, Schutzraum

- \$135 Mio. Hala Ranch Aspen, Colorado  
Besitzer: Prinz Bandar bin Sultan bin Abdul Aziz von Saudi Arabien  
Ausstattung: ca. 384.451 m<sup>2</sup> große Ranch, Schwimmbad
- \$125 M “Maison de L’Amitié” in Palm Beach, Florida  
Besitzer: Donald Trump  
Ausstattung: rund 28.328 m<sup>2</sup> Land; 145 Meter eigener Strand, Parkplatz mit 36 Stellplätzen

## 8. Die beliebtesten Einrichtungen in den Mega-Anwesen der Superreichen

1. Freizeitaktivitäten die man normalerweise nur an öffentlichen Plätzen ausüben kann:
  - Eissporthalle
  - Polofeld
  - Discothek
  - Golfplatz
2. Sicherheitsmaßnahmen, zum Beispiel Schutzräume
3. Wellness-Oasen, die spezielle Behandlungsmethoden anbieten (Thalasso-Therapie, Farbtherapie etc.)
4. riesige Tiefgaragen mit 30 bis 50 Stellplätzen
5. Flugzeughallen
6. Schwimmbäder, in denen man von innen in den Außenpool schwimmen kann
7. Erreichbarkeit (Helikopter-Plattform, private Start- und Landebahnen)
8. Nachhaltigkeit/ umweltbewusstes Leben

Frank McKinney, ein amerikanischer Immobilienunternehmer, ließ vor kurzem ein \$29 Mio. teures, am Wasser gelegenes Anwesen in der Nähe von Palm Beach in Florida errichten. Das ca. 1394 m<sup>2</sup> große Haus hat riesige Wasserlandschaften, sieben Meter hohe Wände, an denen Wasser herunter rieselt, exotische tropische Pflanzen wie Kokosnusspalmen und Bambussträucher, acht Schlafzimmer, elf Badezimmer, zwei Fahrstühle, zwei Waschküchen, zwei Weinkeller (einen für Rotwein und einen für Weißwein) sowie eine Garage aus Marmor. Das Haus ist scheinbar sehr umweltfreundlich konstruiert, denn auf dem Dach sind Solaranlagen angebracht, welche die Größe eines Basketballfeldes aufweisen. Außerdem verfügt es über ein Abwassersystem, welches das Wasser aus der Dusche und dem Waschbecken filtert und alle zwei Wochen in den Swimmingpool ableitet sowie ausreichend regenerierte und nachwachsende Waldbestände.

Vor kurzem hat das U.S. Green Building Council drei Anwesen als besonderes Vorbild einer umweltbewussten Bauweise ausgezeichnet. Eines davon gehört der Tochter des Medienunternehmers Ted Turner in Atlanta, Laura Turner Seydel und ihrem Ehemann Rutherford Seydel. Das Haus namens „EcoManor“ ist mit Solaranlagen auf dem Dach ausgestattet, verfügt über Regenauffangbecken für die Toilettenspülung und ein Abwassersystem, welches das Wasser aus der Dusche und den Waschbecken als Bewässerung für die Rasenflächen und den Garten gewinnt. Das Dach des Hauses ist mit einer Art Sojaschaum isoliert, was noch innovativer und effizienter ist als eine Fiberglass-Oberfläche. Das Haus hat 40 eigene Stromgeneratoren und einen Schaltknopf neben der Eingangstür, der automatisch das Licht in allen Räumen ausschaltet, wenn die Familie das Haus verlässt.

### **Quellen**

2007 World Wealth Report by Merrill Lynch & Co., Inc and Capgemini Global Financial Services  
Forbes Online: Most Expensive Homes in the World ([www.forbes.com](http://www.forbes.com))  
Forbes Online: World's Billionaires ([www.forbes.com](http://www.forbes.com))  
Wall Street Journal Online: The Wealth Report by Robert Frank ([www.wsj.com](http://www.wsj.com))  
[www.RealEstateJournal.com](http://www.RealEstateJournal.com)  
Global Property Guide 2007  
[www.uhnwi.co.uk](http://www.uhnwi.co.uk)

**Presseinformation/  
Zahlen, Fakten und Trends**



**ENGEL & VÖLKERS®**

## Engel & Völkers-Gruppe wächst weltweit

- **Erfolgreiches Partnersystem auf vier Kontinenten etabliert**

**Hamburg, den 1. Oktober 2007.** Engel & Völkers, vor 30 Jahren als Unternehmen zur Vermittlung von hochwertigen Wohnimmobilien in Hamburg gegründet, ist heute eines der weltweit führenden Immobiliendienstleistungsunternehmen mit einer Präsenz in 22 Ländern auf vier Kontinenten. Die Gruppe wird von Hamburg aus gesteuert und verfügt über weitere Headquarters in New York und Hongkong. Sie unterstützen die Aktivitäten in Nordamerika, Asien und Australien. Engel & Völkers konzentriert sich auf Dienstleistungen rund um Immobilientransaktionen: Beratung, Vermietung, Verkauf oder Bewertungen für private und institutionelle Kunden sind die Kernkompetenzen.

Der Erfolg des Unternehmens basiert auf einem Partnersystem, dem sich inzwischen weltweit selbstständige Unternehmer anschließen. Diesen Unternehmern bietet sich durch Engel & Völkers die Chance, den starken Markennamen sowie dessen Erfolgskonzept für die Entwicklung eines eigenen erfolgreichen Unternehmens zu nutzen. Die Spezialisierung in Teilmärkten und die hohe Qualifizierung aller Partner und Mitarbeiter für beste Dienstleistungsqualität sichern das hohe Serviceniveau.

Neben dem Lizenzpartnersystem bildet das Mitte der neunziger Jahre eingeführte Shopkonzept die Basis für das Wachstum von Engel & Völkers. Die im einheitlichen Corporate Design gestalteten Immobilien-Shops in besten Auflagen schaffen deutlich größere Kundennähe. Sie trugen stark dazu bei, dass aus Engel & Völkers eine zunächst bundesweit und inzwischen auch weltweit bekannte Marke wurde.

Das stark wachsende Netzwerk von Engel & Völkers besteht mittlerweile aus ca. 300 Wohnimmobilienshops und mehr als 25 Gewerbeimmobilienbüros auf der ganzen Welt. Die Umsätze wachsen entsprechend weltweit mit zweistelligen Prozentraten. 2006 vermittelte Engel & Völkers insgesamt Immobilien im Wert von über fünf Milliarden Euro.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

ENGEL & VÖLKERS  
Bettina Prinzessin Wittgenstein  
Stadthausbrücke 5  
20355 Hamburg  
Telefon: 040-36 13 11 20  
Telefax: 040-36 13 11 02  
[bettina.wittgenstein@engelvoelkers.com](mailto:bettina.wittgenstein@engelvoelkers.com)

german communications dbk AG  
Jörg Bretschneider  
Alsterufer 34  
20354 Hamburg  
Telefon: 040-46 88 33 0  
Telefax: 040-47 81 80  
[presse@german-communications.com](mailto:presse@german-communications.com)

**Presseinformation/  
Hintergrundtext**



**ENGEL & VÖLKERS®**



## Engel & Völkers/Private Office



1

Büro des Private Office in London Mayfair



2



3

Tine Arentsen Willumsen, Leiterin des Geschäftsbereiches Private Office



4



5

Das Private Office Team (v.l.n.r.): Tine Arentsen Willumsen, Chief Executive, Nicolas Visiers Wuerth, Sales and Business Development Director, Susannah Veitch, Executive Assistant und Ilaria Alber-Glanstaetten, Marketing Director

Das Fotomaterial kann als Datei angefordert werden unter [presse@german-communications.com](mailto:presse@german-communications.com)

## Fotomaterial