

Geschlossene Fonds

Geschlossene Immobilienfonds – Transparenz und Service lohnen sich

Jürgen Gerber

Für Emissionshäuser wird neben dem wirtschaftlichen Erfolg eines Fonds die umfassende Kundenbetreuung von der Platzierung bis zur Auflösung des Fonds immer wichtiger. Dabei müssen die Anlegerinformationen dem jeweiligen Produkt angepasst werden, so der Autor. Denn während bei den klassischen geschlossenen Fonds die Anlageobjekte bekannt sind, können Anleger die Zusammensetzung der Fonds bei den stark an Marktbedeutung gewinnenden Dachfonds-Konzepten, sogenannten Blind-Pool-Fonds, nicht auf den ersten Blick einschätzen.

Der Fokus der Aufmerksamkeit bei geschlossenen Immobilienfonds liegt meist auf der Phase der Konzeption und der Platzierung. Betrachtet man die gesamte Lebensdauer eines geschlossenen Fonds, so handelt es sich bei dieser Phase jedoch um die kürzeste. Das Reporting an die Anleger während der Laufzeit des Fonds gewinnt heute erheblich an Bedeutung.

Dies hängt auch mit aktuellen Marktentwicklungen zusammen: Dominierten früher sogenannte „Vermietungsfonds“ mit einer oder wenigen Bestandsimmobilien den Markt der geschlossenen Fonds, so spielen heute Dachfonds-Konzepte und Projektentwicklungsfonds eine viel größere Rolle. Diese werden meist als „Blind Pools“ aufgelegt, bei denen zu Beginn der Investition allenfalls bestimmte Investitionskriterien feststehen, nicht jedoch die konkreten Objekte, in die der Fonds investiert.

Reporting bei Blind-Pool-Fonds

Zeichner eines solchen Blind-Pool-Fonds brauchen insbesondere während der Investitionsphase häufiger und umfassendere Informationen als Kunden, die einen traditionellen Vermietungsfonds gezeichnet haben. Da die konkreten Objekte bei Emissionsbeginn noch nicht feststehen, gibt es bei diesen Fonds keine Prognoserechnung, an der sich die Anleger bezüglich der Fondsentwicklung orientieren könnten.

Die Herausforderung besteht bei Blind-Pool-Fonds darin, dem Anleger mittels regelmäßiger Gesellschafterschriften kontinuierlich zu dokumentieren, wie die

im Prospekt dargestellte Strategie des Fonds umgesetzt wird und das angestrebte Ziel erreicht werden soll. Hierbei bietet sich ein grafischer Überblick über die Entwicklung des Gesamtportfolios an, in dem zum Beispiel dargestellt wird, welchen Anteil die einzelnen Nutzungsarten am Immobilienportfolio haben und wie das investierte Eigenkapital nach verschiedenen Wertschöpfungsstrategien (beispielsweise Bestandsentwicklung, Neubau- und Projektentwicklung oder Grundstücksinvestments) gewichtet ist. Die wichtigsten Fondskennziffern wie die Anzahl der Fondsobjekte, Eigen- und Fremdkapitalvolumen, Fremdkapitalquote sowie die voraussichtlichen Zielergebnisse der erworbenen Fondsobjekte sind wesentlicher Bestandteil der Anlegerinformation.

Darüber hinaus ist ein für jedes neu erworbene Fondsobjekt erstellter Investitionsreport ein wichtiges Element, um das Profil eines Blind-Pool-Fonds zu schärfen. Hierin können neben einer bildlichen Darstellung der Immobilie und des Standortes die wichtigsten Objektdaten aufgelistet werden. Im Investitionsreport sollte weiterhin die Investition in das Objekt, die beabsichtigten Wertschöpfungsmaßnahmen und die geplante Investitionsdauer erläutert werden.

Da die wesentliche Managementleistung des Initiators erst nach Emissionsbeginn

Der Autor

Dr. Jürgen Gerber ist Fondsmanager bei der JAMESTOWN US-Immobilien GmbH, Köln.

einsetzt, sollte die Berichterstattung bei Blind-Pool-Investments gerade in der Investitionsphase relativ oft – beispielsweise vierteljährlich – verschickt werden. Als weiteres Informationsmedium kann der Initiator auch das Internet nutzen, um den Anlegern fortlaufend über den Investitionsstand des Fonds zu berichten.

Transparente und zukunftsorientierte Berichterstattung

Bei den Vermietungsfonds sind die relevanten Informationen über das Objekt, den Standort, die Vermietungssituation und die Fondskonzeption bereits im Verkaufsprospekt enthalten und damit beim Beitritt zum Fonds bekannt. In der Berichterstattung von Vermietungsfonds geht es daher in erster Linie darum, den Anlegern aufzuzeigen, wie sich der Fonds im Vergleich zu den im Verkaufsprospekt getroffenen Prognosen entwickelt.

Der Anleger muss somit in die Lage versetzt werden, die tatsächlich erzielten Ergebnisse und die Entwicklung der Fondsimmobilie(n) beziehungsweise des Fonds mit den entsprechenden Zahlen aus der ursprünglichen Prospektprognose vergleichen zu können. Auf dieser Basis hat der Anleger seine Investitionsentscheidung getroffen, die Prospektprognose sollte daher bis zur Auflösung des Fonds die „benchmark“ bleiben, an der sich der Fondsinitiator und seine Managementleistung zu messen haben.

Unverzichtbar ist daher ein Soll-Ist-Vergleich, der die wesentlichen Einnahmen- und Ausgabenpositionen des abgeschlossenen Vorjahres und des laufenden Geschäftsjahres enthält und wesentliche Abweichungen gegenüber der ursprünglichen Prospektprognose erläutert.

Wert- und Handelbarkeit der Fondsanteile

Von entscheidender Bedeutung für den Anleger ist die zukünftige Entwicklung des Fonds. In der Vorschau von zumindest einem Geschäftsjahr sollte der Initiator daher auch die Budgetzahlen der Fondsimmobilie(n) beziehungsweise des Fonds darstellen und erläutern.

Diese Vorschau soll dem Anleger Aufschluss darüber geben, wie sich das Investment voraussichtlich entwickeln wird und wie nachhaltig die Ausschüttungen

des Fonds aus den Mieterträgen der Immobilie(n) in Zukunft erbracht werden können.

Zu einer transparenten Berichterstattung an die Anleger gehört darüber hinaus die Information über den Wert und die Handelbarkeit der Fondsanteile. Hierzu zählen die tatsächlich am Zweitmarkt erfolgten Umsätze sowie die Preise für Verkäufer und Käufer, die aktuell zu erzielen beziehungsweise zu zahlen sind.

Negative Ereignisse frühzeitig mitteilen

Ob halbjährlich oder quartalsweise – bei jedem Fondsprodukt ist es entscheidend, die Anleger regelmäßig und zeitnah über die Entwicklung des Fonds zu informieren. Da geschlossene Fonds unternehmerische Beteiligungen sind und keine Wertpapiere, bei denen eine bestimmte Verzinsung garantiert ist, kann es gute Gründe für negative Abweichungen geben, sei es zum Beispiel der Ausfall des Hauptmieters oder eine sich verschlechternde Marktsituation.

Negative Ereignisse müssen dem Anleger frühzeitig, offen und eingehend mitgeteilt werden. Der Initiator sollte dabei über die möglichen Auswirkungen auf die Fondsperformance informieren und den Anlegern erläutern, mit welchen geeigneten Maßnahmen dem Problem begegnet werden soll. Eine derart transparente Informationspolitik auch in kritischen Situationen stärkt das Vertrauen der Anleger in den Initiator. Die Fondsgesellschaft sollte dabei betont sachlich informieren und negative Entwicklungen nicht beschönigen oder bagatellisieren.

In Situationen, die eventuell negative Auswirkungen auf den Fonds haben könnten, ist Transparenz unerlässlich. Denn der Anleger erfährt von Ereignissen wie beispielsweise der US-Hypothekenkrise durch die Medien ohnehin – er kann jedoch nicht einschätzen, welche Auswirkungen diese auf sein Investment haben werden. Er ist auf die Einordnung der Ereignisse durch einen Experten angewiesen. Kunden wünschen sich eine pflegeleichte Anlageform. Neben verständlichen Informationen gehören hierzu vor allem klare Ausschüttungsabrechnungen und wenig eigener Verwaltungsaufwand.

Speziell bei Fonds, die im Ausland investieren, ist die steuerliche Abwicklung von

Bedeutung. So muss jeder Anleger seine zum Beispiel in den USA erzielten Einkünfte versteuern. Während der gesamten Fondslaufzeit ist für jedes Jahr eine US-Steuererklärung erforderlich. Hier hat es sich als gefragter Service und hervorragendes Kundenbindungsinstrument erwiesen, diese Dienstleistung dem Kunden anzubieten und die steuerliche Abwicklung durch den Steuerberater des Initiators durchzuführen.

IT-gestütztes Kundenmanagement

Da Fondsinitiatoren oft Tausende oder sogar Zehntausende von Anlegern betreuen, ist ein IT-gestütztes Kontaktmanagementsystem unabdingbar. Hier werden alle bisherigen schriftlichen und telefonischen Kontakte mit einem Anleger dokumentiert. Somit ist gewährleistet, dass jeder Mitarbeiter sich

den erforderlichen Kenntnisstand rasch aneignen und persönliche Anfragen des Kunden qualifiziert beantworten kann. Zudem werden nicht nur telefonische Anfragen gespeichert, sondern auch sämtliche Kundenkorrespondenz elektronisch archiviert.

Viele Initiatoren haben heute solche IT-Systeme, doch entscheidend ist, dass sie stets von allen Mitarbeitern aktuell gepflegt werden. Letztendlich kann nur ein Unternehmen, das seine Stärken und Schwächen kennt, seinen Kunden die erforderliche Servicequalität bieten.

Insgesamt zeigt sich, dass eine kontinuierliche Anlegerbetreuung, die auf die jeweiligen Bedürfnisse der Anleger in den verschiedensten Situationen Rücksicht nimmt, ein immer wichtigerer Faktor für den Erfolg eines Fondsinitiators wird. ■

Unternehmensfinanzierung im Mittelstand – Möglichkeiten der Kreditbeschaffung

Kredite für den Mittelstand
Von Peter Hanker. 2007.
220 Seiten, geb., 19,80 Euro.
ISBN 978-3-8314-0800-9.

Alle relevanten Informationen über die Finanzierung von Krediten, ergänzt um geldwerte Tipps und praxisorientierte Checklisten, sind in diesem Buch zusammengestellt. Auch grundlegende Aspekte der Unternehmensfinanzierung, wie der Faktor Liquidität oder die Verflechtung privater und betrieblicher Finanzen bei Familienbetrieben, werden hier thematisiert.

Ein Praxisratgeber sowohl für mittelständische Betriebe auf der Kreditsuche als auch für den Bankfachmann in seiner täglichen Beratungsarbeit.



Fritz Knapp Verlag | Postfach 11 11 51 | 60046 Frankfurt

Telefon (069) 97 08 33-21 | Telefax (069) 707 84 00 | E-Mail: vertrieb@kreditwesen.de
www.kreditwesen.de