

TOURISMUS

Die Welt – ein Dorf

Europas größter Reisekonzern investiert eine viertel Milliarde Euro in ein riesiges Stück Toskana, um daraus ein modernes Ferienparadies zu machen: Multikulti für Millionäre.

Gott hatte es nicht allzu schwer, als er die Welt erschuf. Okay, der Termindruck war hoch, aber selbstgemacht. Sechs Tage bis zur Übergabe hat ihm ja niemand diktiert. Dafür konnte er am siebten Tag noch den Keim legen für allerlei Sozialklimbim, der bis heute nachwirkt: Sonntagsfahrverbot, Feiertagszuschläge, strenge Ladenöffnungszeiten.

Mit den Widrigkeiten moderner Immobilienentwickler musste Gott sich nicht herumschlagen: Bebauungsplan-Änderungsanträge, Altbestandssanierungs-Auflagen oder ähnlich lange Wörter wurden erst später erfunden. Und Herr Schlüter will jetzt wirklich nicht bei Adam und Eva anfangen, aber er hat es doch ungleich schwerer mit der Erschaffung eines, seines, des vielleicht größten Paradiesprojekts, das je gestartet wurde.

Im Auftrag der TUI verwaltet er elf Quadratkilometer allerfeinste Toskana zwischen Florenz und Pisa. „Fast sechsmal so groß wie Monaco“, sagt Herr Schlüter, was deutlich besser klingt als „gut halb so groß wie Berlin-Marzahn“,

obwohl das rein rechnerisch auch stimmen würde. Aber hier geht es nicht um Größe allein, sondern um einen Traum von Schönheit, Luxus und Authentizität, „einfaches Leben auf höchstem Niveau“, wie die Imagebroschüre philosophiert. Friede, Freude, Spa-Bereich.

Herr Schlüter sitzt auf der Terrasse des Golfrestaurants. Es ist das einzige schon fertige Gebäude. Grüne Eidechsen flitzen über die Fliesen, die Lasagne ist fast so warm wie die Mittagssonne.

Unauffällig zertritt der Gast eine große Spinne, die Herr Schlüter sonst wahrscheinlich gerettet hätte, denn er hat nun schon sehr lange erzählt, wie nachhaltig seine Leute diese einzigartige Kulturlandschaft schützen werden, die bis weit jenseits des ebenfalls total toskanischen 18-Loch-Golfplatzes reicht.

Die blutsaugenden Bremsen hat er bereits im Griff. War nicht schön für die Golfspieler. Nun hängen an etlichen Bäumen sehr biologisch aussehende Viecherfallen, in deren brauner Brühe die Mücken treiben. Dahinter döst der Wald, dort der

eigene See. Oben das Dörfchen, ganz zu schweigen von den 8000 Olivenbäumen, aus deren Früchten Herr Schlüter schon wieder Öl gewinnen lässt, oder den 400 Wildschweinen, die allerdings weggesperrt sind, sonst würden sie ja die Greens versauen. Auch Öko-Spaß hat Grenzen.

Castelfalfi heißt das gottverlassene Kaff, aber jetzt läuft es unter „Toscana Resort Castelfalfi“, denn nun ist ja Herr Schlüter da. Er hat Baugenehmigungen für zwei neue Hotels mit insgesamt 320 Zimmern sowie rund 160 neue Apartments, Villen und Townhouses, was auch besser klingt als Reihenhäuser.

Ein drittes Hotel gibt es schon und wird zurzeit entkernt. An der Dorfstraße entsteht gerade eine erste Pizzeria. Die meisten der 28 Casali (so werden die ebenso originalen wie verfallenden Bruchbuden auf dem Anwesen genannt) sollen saniert, 50 weitere Wohnungen oben im Dorf ausgebaut werden. Der gesamte Altbestand an Gemäuern muss erhalten bleiben.

Unter 250 000 Euro wird man hier bald keinen begehren Kleiderschrank mehr bekommen. Nach oben sind der Spendierfreudigkeit der künftigen Bewohner keine Grenzen gesetzt. Die alten Anwesen gibt's ab 1,5 Millionen. Das größte Haus hat knapp 1500 Quadratmeter – Wohnfläche.

Wenn Herr Schlüters Legionen von Bauarbeitern, Ingenieuren, Architekten, Handwerkern, Designern und Landschaftsgärtnern hier im Frühjahr 2013 fertig sind, soll der jetzige Flecken Toskana aussehen wie – Toskana. Nur natürlich

TUI-Besitz Castelfalfi

„Fast sechsmal so groß wie Monaco“

land musste er seinem Containerschiff-ableger Hapag Lloyd beispringen. Mal legte sich Paola Rossetti quer, die linke, aparte Bürgermeisterin der für Castelfalfi zuständigen Gemeinde Montaione.

Schon ihr Vater war hier Bürgermeister. Und sie erzählt gern, was sie den Deutschen alles abgetrotzt hat an Zugeständnissen. Im Teatro del Popolo hörten die Bürgerversammlungen kaum noch auf. Man mag sie nicht besonders, die Gäste aus dem Norden, denn sie sind ja nicht zum ersten Mal hier.

Im Zweiten Weltkrieg erschossen Wehrmachtssoldaten toskanische Partisanen, was der Völkerverständigung nicht gerade half. Ein paar Jahrzehnte später folgten die 68er. Nun also kommt das große Geld, dem man erst mal zeigen wollte, was damit alles *nicht* zu kaufen ist.

So wurde es Herbst und Winter und Frühling und Sommer und wieder Herbst und Winter und immer so weiter. Herr Schlüter diskutierte und beschwichtigte, erklärte und umwarb. Es gab Anhörungen und Powerpoint-Präsentationen und Termine in Montaione, Florenz, Rom und wo sonst noch jemand saß, der etwas mitzuentcheiden hatte.

Herr Schlüter ist ein Mann wie ein Baum, allerdings eher Eiche als Zypresse. Er kann seine Bauarbeiter heute in passablem Italienisch anschreien. Aber selbst so ein quirliger Macher braucht schon einen unerschütterlichen Glauben, damit er sein Paradiesprojekt nicht irgendwann als Hölle erlebt, wenn nichts vorangeht.

Dabei kennt er sich mit Urlaubsträumen aus. Jahre zuvor hat er für die TUI die Ferienanlage Fleesensee in die mecklenburg-vorpommersche Seenplatte gerammt. Der wichtigste Unterschied zum Italien-Plan: Die Toskana hatte schon einen Ruf, sogar einen sehr guten. Und zwar nicht nur bei deutschen Salon-Sozis, die sich Castelfalfi wahrscheinlich gar nicht leisten können. Außer Gerhard Schröder vielleicht oder Otto Schily.

Von den Promis der hiesigen Toskana-Fraktion hat sich indes noch keiner bli-

cken lassen, obwohl sie altersmäßig in die Zielgruppe passen, die nicht mehr ganz werberelevant ist: arrivierte Mittfünfziger aufwärts; Kinder aus dem Haus, und die Zweit- oder Drittfrau sucht nun einen repräsentativen Zweit- bis Drittwohnsitz. Wertkonservative Moderne. Das kann der badische Großmetzger sein wie der Düsseldorf Werbeagentur-Boss. Nur zu viele davon sollten's auch nicht werden.

Denn vor kaum etwas hat die TUI mehr Angst, als dass ihr künftiges Premium-Dorf eine Art germanischer Hügel wird – mit Würstel con Krauti und „Draußen gibt's nur Kännchen“. Erstens würde das andere Nationen abschrecken, zweitens wollten jene Deutschen, die sich Castelfalfi leisten können, das selbst nicht.

Die wünschen sich Ursprünglichkeit und internationalen Anspruch zugleich und dass sie mit ihrem Nachbarn Englisch parlieren können über den nicht vorhandenen Gartenzaun, während irgendein Pietro Palmen und Hecken stützt.

Die deutsche Oberschicht ist mit ihrer Sehnsucht nach einem derart globalen Dorf nicht allein. Der erste russische Interessent, an den sich Herr Schlüter erinnert, fragte vor allem anderen, ob schon andere Russen da seien. Erst als man verneinte, sei er beruhigt gewesen. Es gibt aber noch eine schlimmere Bedrohung als Moskauer Neureiche.

Wenn Marco Boldrini von der Umweltorganisation Legambiente auf den Castelfalfi-Golfplatz schaut, sagt er zwar: „Wir haben der TUI zu viel Freiheit gelassen.“ Aber Deutsche und Italiener haben sich jetzt so lange aneinander abgearbeitet, dass man sich wenigstens versteht. Die deutschen Krötenzaun-Fetischisten sind Herrn Boldrini immer noch lieber als Chinesen. Die würden spätestens in ein paar Jahren in den Nachbarorten das kopieren wollen, was sie demnächst in Castelfalfi sehen.

Vielleicht ist das ja die Zukunft des Tourismus überhaupt? Man kauft keinen Club oder Strand mehr, sondern gleich einen ganzen Landstrich. Ein Ägypter will das verschlafene Schweizer Andermatt gerade in ein Riesenresort verwandeln, sorgt aber schon wieder für enorme Proteste.

Herr Schlüter träumt derzeit von einer Art Platincard-Multikulti-Society, die etwa so aussehen könnte: 25 Prozent Deutsche, 25 Prozent Briten, 25 Prozent Italiener und der Rest Schweizer, Franzosen, Skandinavien, die nur eines eint: ein gewisses Grundvermögen. Die würden dann ja auch eine ganz neue Art von Dorfgemeinschaft bilden, glauben sie bei der TUI.

Das wird sicher lustig, wenn der Londoner Börsenspekulant, der Schweizer Millionen-

supermodern mit allem Schnick und Schnack, Sicherheitsdienst, W-Lan, Pools und Concierge-Service. Das Erste, was zurzeit zu sehen ist, wird gleich wieder verbuddelt: Abflussrohre, Wasserleitungen, Kabelstränge.

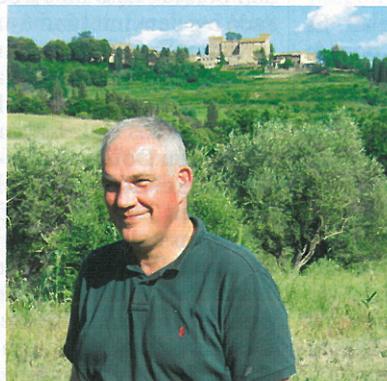
Endlich darf Herr Schlüter richtig loslegen. Immerhin ist es schon sechs Jahre her, dass er die schlafende Schönheit Castelfalfi entdeckt hat. Wäre das Kaff eine Frau, hätte man gesagt: Sie hat eine bewegte Vergangenheit. Seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs ging's bergab mit der Diva. Die Dorfbewohner starben oder zogen weg. Die Gehöfte verfielen. Italienische Investoren kamen und gingen, hatten Pläne und begruben sie wieder. Castelfalfi dämmerte vor sich hin, bis die TUI im Mai 2007 zuschlug.

Es war eine Zeit, als alles ziemlich teuer war. Kurz darauf dämmerte die Wirtschaftskrise herauf, und so geschah in Castelfalfi aus unterschiedlichen Gründen wieder nichts mehr, außer dass Herr Schlüter seine Familie nachziehen ließ. Er musste vor Ort sein, eins werden mit der italienischen Mentalität. So begann seine eigene Schöpfungs-Geschichte.

Mal fehlte es schlicht an solventen Interessenten. Mal machten die Turbulenzen der Krise dem Reisekonzern offenbar selbst zu schaffen: Zu Hause im trüben Deutsch-



TUI-Manager Schlüter: Angst vor „Draußen gibt's nur Kännchen“



THOMAS TUMA / DER SPIEGEL

erbe, der russische Oligarch mit vielen sehr jungen Begleiterinnen und der schwäbische Hidden Champion in Sachen Entgasungsanlagen sich abends zum Vino auf der Plaza einfinden.

Ureinwohner würden in Castelfalfi jedenfalls nicht stören, im Gegenteil. Leider lebt nur noch einer auf dem Anwesen.

Dabei brauchte Herrn Schlüters Paradies dringend noch echte Italiener. Sein Barkeeper oben in der Burg muss mindestens Giuseppe heißen. Und vielleicht findet man im Umland auch noch ein paar wettergegerbte Handwerker, in deren kleinen Castelfalfi-Shops sich künftig das Leben abspielt, irgendein Leben.

Sonntags treffen sich ein paar der Original-Alten gern oben im kleinen Schlosspark, Leute wie der Kioskbesitzer Paolo Leoncini, der in Castelfalfi geboren wurde, aber auch längst in Montaione lebt. Dann sitzen sie im Schatten der uralten Bäume und schwelgen in Erinnerungen, wie ihr Dörfchen früher von Adel und Grundbesitzern ausgenommen wurde.

Die ersten TUI-Entwürfe hätten zwar „wie ein Faustschlag ins Gesicht der Toskana“ gewirkt, sagt Herr Leoncini, aber dem Tourismus gehöre eben die Zukunft. Nun gehe es um Arbeitsplätze. Herr Schlüter verspricht 250 Vollzeitjobs.

Die vorläufigen TUI-Investitionen haben eine Größenordnung von 250 Millionen Euro. Und weil selbst das nicht reichen dürfte, sucht der Konzern nicht nur schwerreiche Toskana-Romantiker, sondern potente Partner. Man habe es da gar nicht eilig, sagt das Unternehmen. Leute, die es eilig haben, sagen gern, dass sie es nicht eilig haben, sonst heißt es noch, sie hätten es eilig.

Es kann jedenfalls immer noch allerlei schiefehen im Paradies. Es könnte am Ende aussehen wie Betreutes Wohnen für Millionäre. Es könnten die falschen Interessenten einsteigen. Und noch schlimmer: Es könnten zu wenige kommen.

„Ich mache mir keine Sorgen“, sagt Herr Schlüter im Abendrot. „Das ganze Projekt ist durchfinanziert. Wenn morgen die Märkte mal wieder komplett zusammenbrächen, dann würde es vielleicht noch mal etwas länger dauern. Aber das hier wird fertig.“

Herr Schlüter ist jetzt 51 Jahre alt. Er will so lange bleiben, wie sein Konzern im fernen Hannover ihn lässt. Seit sechs Jahren spielt er für die TUI den Gott von Castelfalfi. Weitere sechs könnte die Realisierung dauern. Im siebten könnte auch er endlich ruhen.

Na ja, sagt Herr Schlüter dann. Seinen Lebensabend würde er wohl doch in Deutschland verbringen wollen. Das hat zwar weniger Sonne und Carrara-Marmor. Aber die Vollkasko-Sicherheit eines engmaschigen Ärztenetzes hat ja bisweilen auch was Paradiesisches.

FIONA EHLERS, THOMAS TUMA



Lenovo-Chefs Yang, Liu: Hightech-Durchmarsch gen Westen

ÜBERNAHMEN

Peking und das PC-Phantom

Der Computerhersteller Lenovo will Medion aus Essen übernehmen. Erstmals greifen Chinesen damit im großen Stil auf dem europäischen Markt an.

Auf den ersten Blick ist der vergangene Donnerstagmorgen ein Tag wie jeder andere auch. Kurz vor neun beginnt in dem grauen Gebäudekomplex im Nordwesten Pekings die Frühschicht, nach und nach verschwinden die Mitarbeiter von Lenovo in der Firmenzentrale aus Glas und Beton.

Doch etwas ist anders an diesem Tag, unter den zumeist jungen Angestellten von Chinas größtem Computerhersteller herrscht leise Euphorie. Denn viele wissen bereits, dass ihr Arbeitgeber sich gerade bei dem mit rund 630 Millionen Euro bewerteten Computerhändler Medion im fernen Deutschland einkaufen will – was immerhin die größte Auslandsinvestition wäre, seit das Unternehmen 2005 für 1,75 Milliarden Dollar die PC-Sparte des amerikanischen Konzerns IBM gekauft hat.

Derzeit belegen die Chinesen mit einem Umsatz von rund 15 Milliarden Euro weltweit Rang vier hinter den US-Konkurrenten Hewlett-Packard, Dell und dem taiwanischen Rivalen Acer. Mit den Deutschen will man sich einen globalen Spitzenplatz erkämpfen – und wäre gleichzeitig der erste chinesische Investor,

der sich in ein großes, börsennotiertes Unternehmen in Deutschland einkauft.

13 Euro pro Aktie bietet Lenovo den Medion-Anteilseignern, mindestens 51 Prozent des Grundkapitals will der Konzern im ersten Schritt übernehmen. Damit würde man in Europas Computergeschäft auf einen Marktanteil von rund sieben Prozent kommen.

27000 Mitarbeiter beschäftigt der chinesische Konzern. Die Mutter-Holding Legend gehört mehrheitlich der Akademie der Wissenschaften in Peking, einer

Zweckgemeinschaft

Kennzahlen der Computerhersteller Lenovo und Medion im Geschäftsjahr 2010

	lenovo	geplanter Kauf MEDION
Umsatz	15 Mrd. Euro	1,6 Mrd. Euro
Konzernergebnis	190 Mio. Euro	19 Mio. Euro
Mitarbeiter	27000	1000