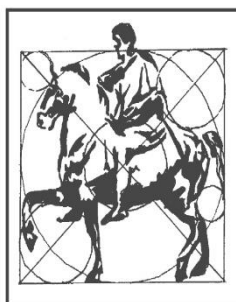


MARCUS

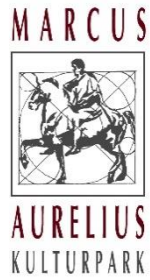


AURELIUS

KULTURPARK

**Markus Aurelius Kulturpark GbR**

**Kurzdarstellung**



Impressum:

**Marcus Aurelius Kulturpark  
Eisenmenger, Hog, S. & L. Hollweg, Dr. Pohl & Partner GbR**

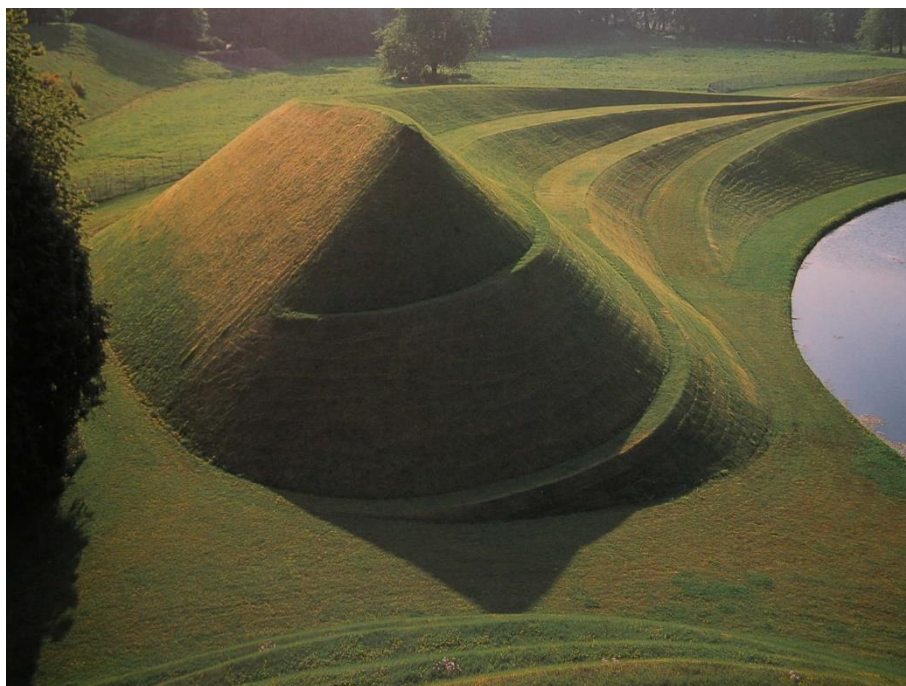
vertreten durch  
Dipl.-Vw. Leander L. Hollweg  
Geschäftsführender Gesellschafter  
Kaiserdamm 88  
14057 Berlin  
Tel.: 0170 23 55 226  
E-Mail: [l.hollweg@tenman.eu](mailto:l.hollweg@tenman.eu)

**Die Markus Aurelius Kulturpark GbR zielt auf einen Markt, der sich seit ältesten Zeiten hoher Ausgaben und sehr vermögender Kundschaft erfreut.**



**Jetzt wird dieser Markt neu entfesselt und erfährt eine zukunftsweisende Innovation.  
Hierfür ist die Marcus Aurelius Kulturpark GbR international der „First Mover“.**

**Unser „Prototyp“ entsteht in Hamburg.  
Unsere Perspektive ist weltweit.**



## **Das Projekt:**

**Große Landschaftsparks mit persönlichen, individuell und künstlerisch gestalteten Gedenkstätten.**

### **Gärten von atemberaubender Schönheit**

- **auf privatwirtschaftlicher Basis**
- **mit hoher Rendite**
- **ohne staatliche Subventionen**



## **1. Executive Summary**

Dieses Projekt zielt darauf, in vielen großen Städten Europas, Amerikas und Asiens „Memorialparks“ bzw. „Kulturparks“ zu gründen: Gärten von atemberaubender Schönheit mit künstlerisch gestalteten, individuellen Gedenkstätten. Die Besonderheit: Ein besonderes Finanzkonzept stellt sicher, dass diese Gedenkstätten nach menschlichem Ermessen „ewig“ bestehen, gepflegt werden und in gutem Zustand erhalten bleiben.

In Hamburg soll der weltweit erste Kulturpark dieser Art entstehen.

Die theoretische und empirische Marktforschung deutet auf große Nachfrage vermögender Kundengruppen. Das detailliert vorliegende Geschäftskonzept verspricht eine sehr hohe Rendite.

## **Klassisches Immobiliengeschäft plus Finanzinnovation**

Dem Konzept des Kulturparks liegt eine Finanzinnovation aus dem Bereich der Vermögensverwaltung zugrunde. Die Investition in High Financial Services sehen wir als attraktive Alternative zur Kapitalanlage in High Tech.

Kern des Geschäftsmodells ist im Prinzip ein klassisches Immobiliengeschäft: Der Erwerb eines Grundstücks, die Parzellierung und der Verkauf von Teilgrundstücken. Dieser Grundcharakter tritt im Erlösmodell klar zu Tage. Der entscheidende Unterschied zu einem gewöhnlichen Grundstücksgeschäft liegt jedoch in der voraussichtlich erzielbaren extrem hohen Preisspanne: Der Erwerber braucht den Kaufpreis nämlich erst nach seinem Tode bezahlen (d.h. vertraglich aus dem Erbe destinieren). Hierfür steht ihm dann nicht nur sein laufendes Einkommen, sondern ein Teil des gesamten über die Lebensspanne erworbenen Vermögens zur Verfügung (theoretisch sogar alles), denn: - „vermutlich“ benötigt der Kunde dieses Vermögen nach dem Ableben nicht mehr.



Mit der Natur gestalten.



## Markt in Multimilliarden-Größe

Mit diesem neuen Preismodell zielen wir allein in Deutschland auf ein **Marktpotential von rund 400 Mrd. Euro jährlich, das aktuell** durch Überregulierung und die bislang fehlende Innovation **nur zu gut 1% ausgeschöpft ist.**

Ein neues Dienstleistungskonzept wird den Markt zudem entscheidend erweitern: Die persönlichen Erinnerungsstätten werden von international renommierten Top-Künstlern gestaltet. Dadurch entsteht aus dem Park ein für Besucher höchst attraktives Gesamtkunstwerk.



Leuchtzeichen der Individualität.

Das konkrete Produkt besteht in individuell und künstlerisch gestalteten Grabanlagen mit einer Fläche zwischen i. d. R. 100 bis 500 qm im Rahmen eines insgesamt 10 ha großen Parks. In Hamburg ist ein konkretes Grundstück in attraktiver Lage in Aussicht genommen.

Die jeweilige individuelle Fläche wird vom Kunden gekauft, nicht gepachtet, und ist mit einer Garantie auf „ewige“ Pflege und Betreuung ausgestattet. Wie diese Pflegegarantie wirtschaftlich über einen extrem langen Zeitraum realisiert werden kann, ist das innovative „Geheimnis“ des Geschäftsmodells.

Die Idee geht auf das Ergebnis eines Gutachtens zurück, das Leander L. Hollweg, der Initiator des Projekts, 1987 im Auftrag der Centralen Marketinggesellschaft der Agrarwirtschaft (CMA) erstellt hat. Diese Expertise über den Markt „Kulturelle Stätten der Erinnerung“ kommt zu dem Ergebnis, dass ähnlich wie im System der Renten- und Gesundheitsversicherung ein grundlegender Umbruch der Marktmechanismen stattfindet: An die Stelle des Generationenvertrags tritt das Grundprinzip der rechtzeitigen Eigenvorsorge. Dieser Wandel erlaubt die Innovation des Kulturparks.

Der Erfolg des Kulturparks selbst hängt von nur 100 bis 500 vermögenden Kunden ab, die innerhalb von 5 Jahren zu gewinnen sind.



## **Die Gesellschafter der GbR**

Die Marcus Aurelius Kulturpark GbR besteht derzeit aus fünf Gesellschaftern, die sich in Ihren Qualifikationen gut ergänzen:

**Klaus Eisenmenger** (6.8.1948) , Dipl.-Ing. für Metallurgie, Inhaber einer High-Tech-Fabrik in Quickborn/Heide; Auszeichnung mit dem Innovationspreis des Landes Schleswig-Holstein 1996: **Der Techniker und Unternehmenspraktiker**

**Mathias Hog** (\*1948), Graphiker, seit 1984 Inhaber einer Werbe- und Projektagentur in Hamburg: **Der Werbe- und Marketingexperte**

**Leander L. Hollweg** (\*1956), Diplom-Volkswirt, Leiter Unternehmenskommunikation und Volkswirtschaft in einer thematisch spezialisierten Unternehmensberatung: **Der Kommunikator und Ökonom.**

**Silvana Hollweg** (\*1973), Betriebswirtin (MBA), Leiterin für strategische Personalentwicklung in einem großen Unternehmen der Bauwirtschaft: **Die strukturierte Projektleiterin**

Dr. phil. **Christiane Pohl** (\*1957), Leiterin eines „Ateliers für Philosophische Praxis“: **Die Unternehmensphilosophin**

### **Umfrage des Instituts für Demoskopie in Allensbach im Auftrag des Forum Grabkultur, Befragung im Frühjahr 1998:**

- Ein Viertel der Befragten wünscht sich die Möglichkeit, die Grabstelle unbefristet pachten oder kaufen zu können und die Grabstelle uneingeschränkt von Friedhofsordnungen gestalten zu dürfen.
- Die Hälfte aller Deutschen glaubt „an irgendeine Form des Lebens nach dem Tod – Tendenz steigend.“
- „Jeder vierte empfindet die Bestattungs- und Friedhofskultur als zu eng“
- Es gibt den „Wunsch, dass man bestimmte Gegenstände zu sich ins Grab legen kann“. Sechzehn Prozent der Befragten äußern dies.
- 27 Prozent wünschen die freie Wahl der Kommune, in der sie bestattet werden möchten.
- Insgesamt wünschten sich acht Prozent der Befragten ein Grabmal, „das etwas über mich aussagt“ und fünf Prozent ein künstlerisch gestaltetes Grabzeichen.
- Mit dem Bildungsniveau und der beruflichen Stellung nimmt der Wunsch nach Individualität zu.
- Wie die Umfrage zeigt, sind es vor allem jene Menschen, die ein erfülltes, intensives Leben führen und sich bewusst mit dem Tod auseinandersetzen, die ein individuelles Grabzeichen wünschen.

In diesem Markt konzentrieren wir uns mit den Marcus Aurelius-Anlagen auf das oberste Top-Segment: die im Banken-Marketing als High Net Worth Individuals bekannten Kunden für das Private Banking.

Die anspruchsvollen Marcus Aurelius Kulturparks sollen hingen an weiteren Standorten in Deutschland, Europa und der Welt errichtet werden, an denen eine überdurchschnittliche Dichte von Vermögensmillionären anzutreffen ist. Unser zweiter Standort könnte z.B. auf der Insel Sylt sein.

Trotz der anfänglichen Ausrichtung auf einen exklusiven Kundenkreis besteht das generelle Ziel, die Friedhofskultur derart zu verändern, dass jeder Mensch, der dies wünscht, eine dauerhafte persönliche Erinnerung an sein/ihr einzigartiges Leben hinterlassen kann.

Die Verbreiterung der Kulturpark-Idee möchten wir dabei der Nachahmung durch die Kirchen und Kommunen überlassen. Als Träger klassischer und i. d. R. bislang defizitärer Friedhöfe können sie im Zuge von Gegenleistungen (Lizenzen) von unseren Erfahrungen profitieren.

### **Kundenanasprache:**

Auch wer an sein Testament denkt – und damit an die Weitergabe seines Vermögens– sollte noch einmal innehalten: Kann ich nicht doch noch etwas für mich tun?

Habe ich daran gedacht, wie mein Begräbnis gestaltet sein soll?  
Will ich diese Frage wirklich anderen überlassen?

Für so viele Dinge im Leben treffen wir Vorsorge. Sollte dann nicht auch der letzte Ort, an den wir gehen, einiger Überlegung wert sein?

Denn dieser Ort muss bestimmten Bedürfnissen gerecht werden, die wir als Lebende verspüren:

### **Kundenbedürfnisse:**

„Tot ist nur, wer vergessen ist.“ Das möchte ich für mich / meine Familie verhindern.

Ich möchte etwas gestalten, dessen Bestand für unbegrenzte Zeit garantiert ist.

Ich lege unbedingten Wert darauf, dass mein Grab ewigen Bestand hat (jüdisches Bekenntnis).

Ich möchte das ausdrücken, was mir im Leben wichtig war.

Ich möchte die Kunst und das kulturelle Leben fördern, auch über meinen Tod hinaus.

Ich möchte den Menschen ein bestimmtes Bild von mir vermitteln.

Ich möchte mich über mein gelebtes Leben mitteilen.

Ich möchte meinen Körper vor Verwesung schützen.

Alternativ:

Ich möchte mit meinem Körper zur Natur zurückkehren.

Ich möchte auch in meinem Grab von Gegenständen umgeben sein, die mir im Leben wichtig sind.

Ich möchte der Gesellschaft einen Teil meines Erbes in sinnvoller Weise zukommen lassen.

Ich möchte ein wirkliches Familiengrab entstehen lassen.

Ich freue mich auf den lebendigen Austausch mit international bedeutenden Künstlern.

Ich möchte für meine Bestattung Vorsorge treffen und damit keine anderen Menschen belasten.

Ich könnte mir vorstellen, dass eine einfühlsame Begleitung in Zeiten des Abschiednehmens und der Trauer hilfreich ist.

Ich möchte meiner Heimatstadt einen schönen Park schenken.

Ich möchte der Natur - Pflanzen und Tieren - einen dauerhaften Platz in der Stadt sichern.

Ich möchte gern etwas ganz Persönliches, Einzigartiges schaffen, ohne Rücksicht auf Konventionen und Interessen anderer.

## Sozialpsychologisches Kundenprofil:

### Selbstbild des Kunden

#### Als Bedingung

Starkes Selbstwertgefühl:  
„Ich bin es Wert, in Erinnerung zu bleiben.  
Ich habe viel mitzuteilen und geleistet.“

#### Als Möglichkeit

##### **Extrovertiertheit:**

Ich möchte mich oder etwas von mir anderen weitergeben.  
Ich möchte von anderen in einer bestimmten Weise wahrgenommen werden.

##### **Ängste**

Ich fürchte mich vor dem Tod, dem Sterben; vor allem, was mit meiner Sterblichkeit zusammenhängt (\*Als Zusatzangebot kann der Kulturpark eine luftdichte Grabkammer aus Vanadium-Stahl bereitstellen. Sie schützt den Körper mindestens 400 Jahre vor Verwesung.)

Ich habe Angst, schnell vergessen zu werden.

##### **Streben nach Transzendenz**

Ich möchte mein Leben „verlängern“, indem ich in Erinnerung bleibe.  
Mit dem Tode will ich mit der Natur wieder eins werden.

##### **Religiosität**

Die Auseinandersetzung mit religiösen Fragen ist ein Element meines geistigen Lebens.

### Weltbild des Kunden

#### Als Bedingung

„Ich bin überzeugt, dass sich Menschen ganz besonders für andere Menschen interessieren. Der Kulturpark wird großes Interesse finden, so dass meine >Botschaft< wahrgenommen wird.“

#### Als Möglichkeit

##### **Wertschätzung von Kunst und Natur:**

Die Natur ist zu schützen und zu achten. Sie kann ohne uns, wir nicht ohne Sie existieren.

Kultur besitzt eine große Aussagekraft.  
Kulturelle Aktivitäten sind für Menschen von wesentlicher Bedeutung.

##### **Bewertung finanzieller Mittel:**

Geld ist nur Mittel zum Zweck.

##### **Soziale Bindungen**

Soziale Bindungen sind für ein gelungenes Leben wichtig.

##### **Individualität:**

Jeder Mensch ist einzigartig.

##### **Leistung:**

Es lohnt sich, im Leben Ziele zu haben.

## **Kunden fragen:**

### **Was kostet mich eine Bestattung im Kulturpark?**

Zu Lebzeiten etwa 50.000 € .

Gehen wir einmal davon aus, dass Sie eine große Fläche erwerben wollen.

Sagen wir: 500 Quadratmeter. Also etwa die Fläche, die man für ein Eigenheim mit einem nicht zu kleinen Garten vorsehen würde.

Das kostet Sie zu Lebzeiten nur 50.000,- Euro, d.h. 100 € pro Quadratmeter. So günstig können Sie heute nirgendwo ein Baugrundstück erwerben. Und eine künstlerische Beratung zur persönlichen Gestaltung Ihres Ge-Denkmal ist im Preis bereits inbegriffen.

### **Das kann doch nicht alles sein! Wo ist der Trick dabei?**

Sie bezahlen mit Geld, das Sie nicht mehr brauchen.

Die eigentlichen Kosten entstehen erst später. Dann können Sie mit dem Geld bezahlen, das Sie nicht mehr brauchen. Denn auf die letzte Reise kann niemand von uns etwas mitnehmen.

### **Wieviel muss ich dafür vorsehen?**

Der Erwerb inklusive der ewigen Pflege Ihrer Gedenkstätte erfordert etwa 2,5 Millionen €.

Wir bleiben bei dem Beispiel, dass Ihr persönliches Parkgrundstück 500 qm groß ist. Dann müssen Sie in Ihrem Testament für den endgültigen Kauf Ihrer Fläche und die ewige Pflege etwa 2 bis 2,5 Millionen € vorsehen. Hinzu kommt der Aufwand, den Sie selbst unmittelbar für die Errichtung Ihrer Gedenkstätte bestimmen. Unsere Kalkulation für die Instandhaltung deckt einen Wert von 250.000 € ab.

### **Kann ich diesen Preis reduzieren?**

Die im Testament zu hinterlegenden Kosten lassen sich auf 400.000 / 500.000 € verringern.

Sie können eine kleinere Fläche als 500 qm erwerben. Dann verringern sich die Kosten entsprechend. Eine kleinere Fläche als 100 qm wird im Kulturpark Hamburg nicht vergeben. Sonst lässt sich der künstlerische Anspruch der Gesamtanlage nicht verwirklichen.

### **Wie rechtfertigt sich der Preis?**

Sie erhalten mit einer einmaligen Zahlung den Anspruch auf eine hochwertige Dienstleistung, die nach menschlichen Maßstäben bis in alle Ewigkeit erbracht wird.

Ihr Geld wird von der Kulturpark-Betriebsgesellschaft nicht verbraucht, sondern auf Dauer Ertrag bringend angelegt. Der Kulturpark wirtschaftet nur mit diesen Erträgen. Die Erträge könnten langfristig von der Inflation „aufgefressen“ werden, wenn der anfängliche Vermögensstock zu klein bemessen wird: In dreißig Jahren ist ein Euro erfahrungsgemäß nur noch 30 Cent wert. Es ist die besondere Leistung der Marcus Aurelius Kulturpark-Gesellschaft, eine seriöse Kalkulation für eine „ewige“ Dienstleistung gefunden zu haben. Bei Vertragsabschluss findet eine Feinabstimmung statt, d.h. eine individuelle und transparente Kalkulation.

## **Mission Statement**

### **Das Marcus Aurelius Kulturpark-Projekt versteht sich als *friedvolle* Waffe in der absehbaren Auseinandersetzung der Weltkulturen.**

Jeder Mensch ist einzigartig, jedes Leben wertvoll. Der Wille ist frei. Das Kollektiv hat sein Recht nur als Assoziation freier Individuen. Diese Grundwerte des abendländischen Kulturkreises erheben universellen Anspruch - doch in der heutigen Welt sind sie nur die Überzeugung einer zahlenmäßigen Minderheit. Die große Auseinandersetzung mit Kulturen kollektiver Prägung, z. B. den asiatischen Gesellschaften oder dem Islam, hat möglicherweise gerade erst begonnen.

In dieser Situation suchen wir das tatsächliche „Seelenbild“ unserer westlichen Gesellschaft. Wir finden es - wie in einem Brennspiegel - in der Friedhofskultur des 20. Jahrhunderts. Doch dort triumphiert die Massengesellschaft: Nivellierung, Gesichtslosigkeit, Normenzwang. Was im Leben bunt und verschieden war, soll im Tode gleich und bescheiden sein! Eine Gesellschaft, die dem Leben einen solchen Endpunkt setzt, kann den Aufruf zu Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung nicht wirklich ernst meinen. Im „Kampf der Kulturen“ wird sie untergehen: aus Mangel an innerer Überzeugung.



Zeitgenössischer Friedhof in Aberdeen, Schottland

Demgegenüber setzen die Marcus Aurelius Kulturparks Leuchtzeichen für individuelles und kreatives Leben.

Ihrem Namensgeber, dem römischen „Philosophenkaiser“, sind sie dabei in der Ehrfurcht vor der Natur, der Abneigung gegenüber allen Eitelkeiten, der Liebe zur Freiheit des anderen, in Toleranz und Weltoffenheit und dem Empfinden einer höheren Macht verbunden.



Zentralfriedhof in Mailand: Monument bürgerlicher Friedhofskultur im 19. Jahrhundert

Die vorherrschende Gestaltung von Gräbern und Friedhöfen hat sich über die Jahrhunderte hinweg immer wieder verändert.

Im 19. Jahrhundert etwa demonstrierten die Familien städtischer Eliten damit Reichtum, Macht und Status, aber die Grabmäler gaben kein Zeugnis vom Leben des Verstorbenen.



## Philosophie

Ein Gedankenexperiment: Angenommen, wir würden ewig leben.

Dann verlören alle unsere Handlungen Ihre Bedeutung. Sie könnten beliebig korrigiert oder wiederholt werden.

Durch den Tod tritt daher „Sinn“ in unser Leben: Jetzt kommt es auf uns an. Darauf, was wir aus unserem Leben machen.

Kein Augenblick kommt zurück. Wir wissen nicht, welcher Tag der letzte sein wird. Doch ein gewisser Jugendwahn der neueren Zeit hat diese Wahrheit verdeckt. Viele Menschen handeln, als seien sie unsterblich.



Demgegenüber möchten wir auf positive Weise zum bewussten Umgang mit der knappen eigenen Zeit anregen. Mit dem Kulturpark-Projekt sollen die Themen „Lebenszeit“ und „Lebenssinn“ auch wieder verstärkt in die gesellschaftliche Debatte eingebracht werden.

Deshalb gehört zum baulichen Konzept des Kulturparks eine Halle, die auch für kulturelle Events und philosophische Themenabende genutzt werden kann. Ein philosophisches Nachtcafé lädt zu guten Gesprächen ein.

## Politik

Individualität ist keine Frage von Armut oder Reichtum. Auch wenn sich die Marcus Aurelius Kulturparks - um einen prominenten Anfang zu setzen - auf eine sehr wohlhabende Klientel konzentrieren, so wollen wir doch die Friedhofskultur in der Breite verändern. Dazu werden wir eng mit Kirchen und Kommunen zusammenarbeiten.

Marcus Aurelius Kulturparks sind ein Bekenntnis zur wohl verstandenen Leistungsgesellschaft. „Leistung, die das Leben lohnte“, könnte als „Claim“ für sein Konzept stehen. Kulturparks schaffen Foren für Persönlichkeiten, die Einsatz, Engagement, Nachdenklichkeit und Gemeinsinn vorleben.



Der Mensch im Mittelpunkt

## Natur

In früheren Zeiten haben reiche Bürger ihrer Stadt große, schöne Parkanlagen geschenkt, insbesondere in Hamburg.

Heute leiden öffentliche Gärten zunehmend unter der Finanzknappheit der Kommunen: Die Pflege wird eingeschränkt, Grünflächen fallen brach. Oder die Gemeinden widmen bepflanzte Grundstücke für den Wohnungs- und Gewerbebau um. So schwindet das Grün in der Stadt immer mehr.

Marcus Aurelius Kulturparks retten grüne Lungen in der Großstadt: dauerhaft. Ihr Flächenkonzept zielt auf Grundstücke mit einer Fläche von 10 ha. Vielfältig gestaltete Friedhöfe dieser Größe bieten das nachweisliche Optimum des Artenreichtums je Fläche.

Den natürlichen Reichtum, den wir auf unseren Parkgrundstücken vorfinden, wollen wir schonend behandeln und schützen. Naturarme Flächen werden wir durch neue Bepflanzungen aufwerten.



Spärlichkeit in öffentlichen Parks

## Das Gartenkonzept folgt dem Prinzip der Vielfalt

Nach dem Prinzip der Gestaltungsvielfalt angelegte Friedhöfe - nicht jedoch die modernen, glatten Rasenfriedhöfe - sind bedeutende **ökologische Kraftspender** in der Großstadt. Sie sind ökologisch **wertvoller als jede andere Form der städtischen Grünanlage!**

Der Pflanzenreichtum übertrifft bei weitem das Biotop sonstiger Grünflächen. Insbesondere bedrohte Tiere und Pflanzen finden hier eine Heimat inmitten der Stadt. Der besondere Lebensraum artenreicher Friedhöfe schafft auch einen vorzüglichen Erholungsraum für den Menschen und verbessert nachweislich das ganze stadträumliche Klima.



Im Prinzip ist der Kulturpark ein einziger großer Garten. Gestaltung und Bewirtschaftung erfolgen nach zeitgerechten ökologischen Grundsätzen. Das wird unveränderbar in den Geschäftsgrundsätzen festgeschrieben und soweit möglich auch als Nutzungsaufgabe in den Grundbüchern.

Eine Hälfte jeder Parkfläche bleibt zudem vollständig der Natur überlassen. Denn die Natur selbst ist der beste Gärtner.



Marcus Aurelius Kulturparks stellen damit einen bedeutenden Beitrag zum „Urban Greening“ dar.

Sie fügen sich ein in die modernen Konzepte einer „sustainable economy“ und sind aus Kapitalmarktsicht ein nachhaltiges Investment.



## Kultur

Kulturelle Monumente im öffentlichen Raum, gerade auch in großen Landschaftsgärten, haben eine lange Tradition. In Blüte stand diese Kunst stets unter großen Monarchen und wohlhabenden Feudalherren. In der bürgerlichen Gesellschaft, insbesondere in den bürokratisierten Demokratien, entscheiden Beamte über die „öffentliche“ Kunst. Knappe Kulturretats haben die verschiedenen Versuche von musealen „Skulpturengärten“ zaghaft und blass bleiben lassen.



Langeweile bei der Kunst im öffentlichen Raum

Marcus Aurelius Kulturparks geben den Bürgern ihre Souveränität über die Kunst zurück. Die Kunst wird öffentlicher Ausdruck des persönlichen Lebens.

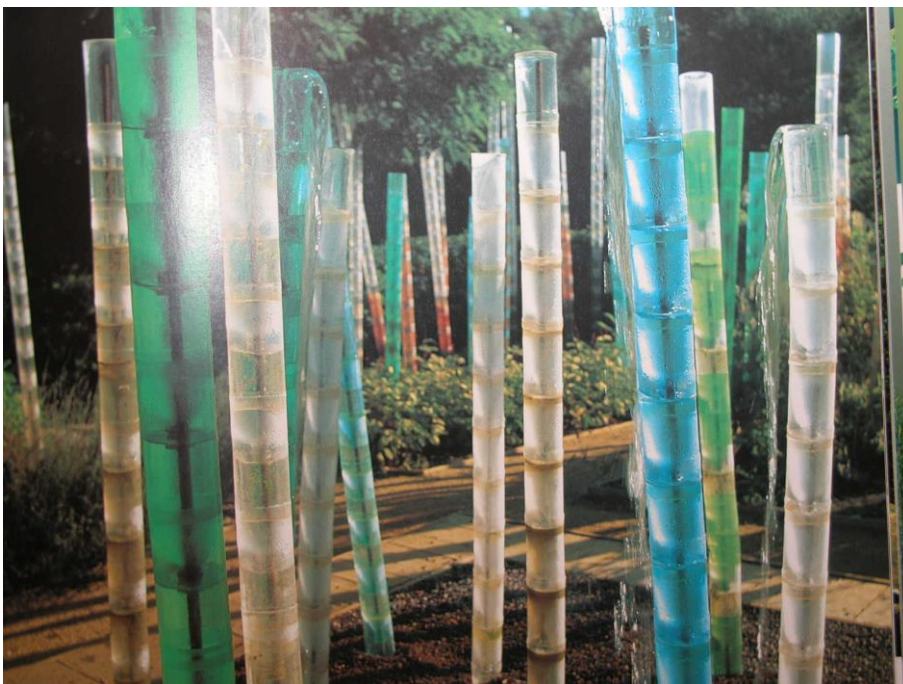


Erste Ansätze einer neuen Grabkultur: Hauptfriedhof in Nizza

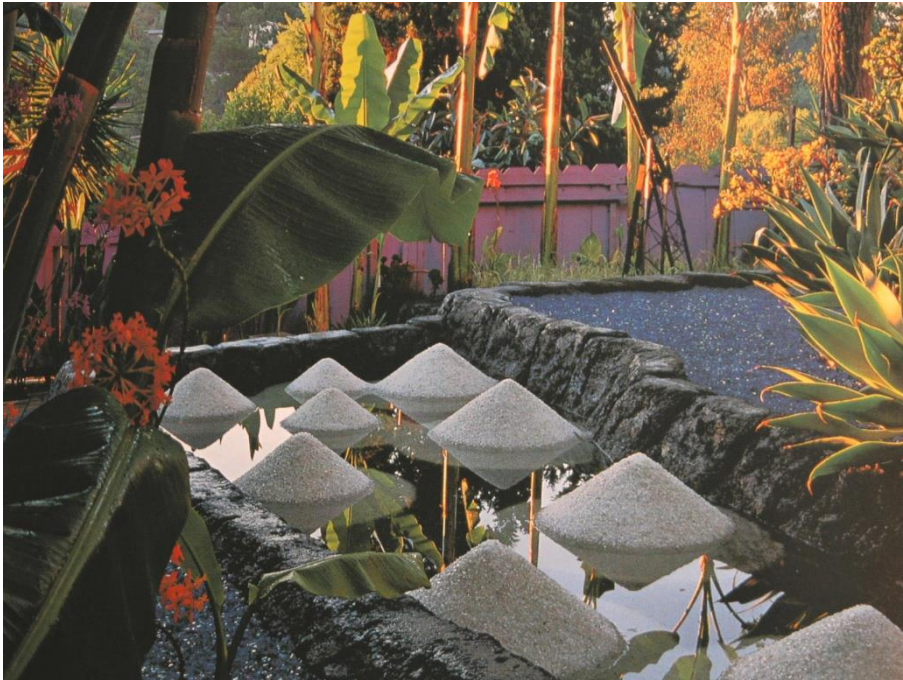
Im Übrigen sei daran erinnert, dass die Gartenkunst ein eigener Zweig des kulturellen Schaffens ist. Die größten Künstler erhielten Ihre Inspiration aus Natur- und Landschaftsgärten.



In jüngster Zeit besteht hier die Tendenz, ungewöhnliche Materialien und Gegenstände mit natürlichen Formen zu verbinden. In dieser Tendenz wird die ganze Welt zum Garten.



Auf dem Marcus Aurelius Park sind Gedenkmäler jeder Art, in jeder Größenordnung und aus jedem Material möglich. Das bedeutet insbesondere, dass Designs auch aus witterungsempfindlichen Gegenständen bestehen können oder aus Bepflanzungsarrangements. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt:



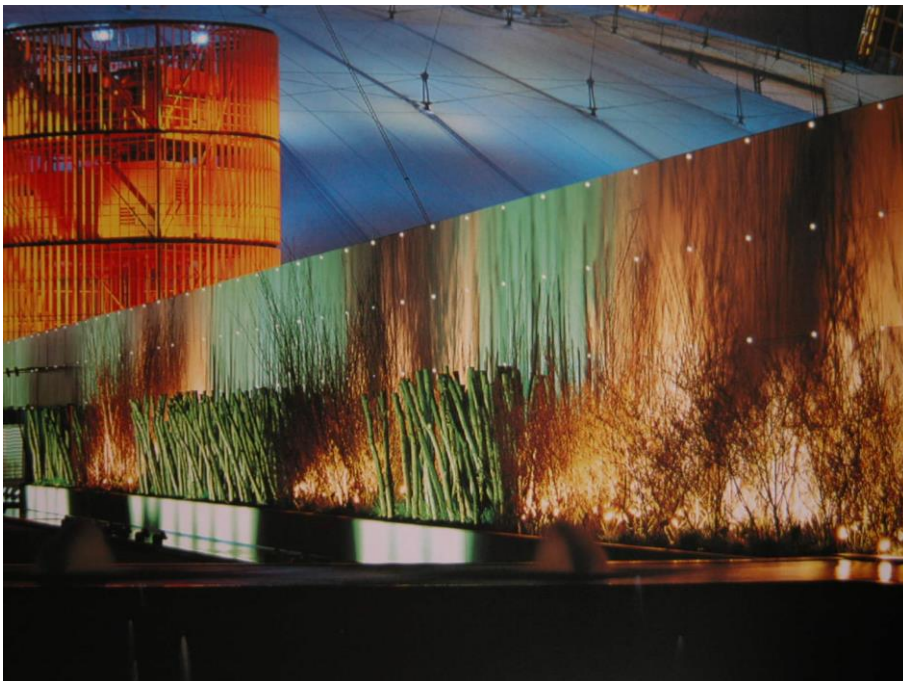
Es kann sich sogar um „immaterielle“ Kunstwerke handeln: ein Konzert an der Gedenkstätte anlässlich persönlicher Gedenktage, ein Ballett als eine Art „lebende“ Skulptur, ein jährlich wiederkehrender Open-air-Kunstkurs für Kinder, vermeintlich spontane Ereignisse...



Licht wird im Marcus Aurelius Kulturpark eine besondere Rolle spielen. Dies ist ein Gestaltungselement, dass auf herkömmlichen Friedhöfen überhaupt nicht zu finden ist. Das Lichtkonzept berücksichtigt die störende Wirkung des Lichts auf die umgebende Natur.



Die Vorstellungskraft sollte sich nicht allein auf kleine Monumente in den Maßen beschränken, wie wir sie bisher kennen. Das finanzielle Volumen, mit dem wir für ein einzelnes Grabmal im Durchschnitt kalkulieren, erlaubt Objekte in der Größenordnung und Ausstattung eines Eigenheims. Dadurch können erstaunliche Kunstwerke in ganz neuen Dimensionen entstehen.





Marcus Aurelius Kulturparks können deshalb Kunst und Kreativität enorm beflügeln, neue Trends auslösen, Architektur und Stadtbild prägen. Die viel bewunderte Jugendstilarchitektur in Barcelona (z.B. Parque Güél) beweist, welche touristische Attraktion davon noch nach Jahrzehnten ausgehen kann.



## Ökonomie

Die „Versöhnung“ von Ökonomie und „Ökologie“ ist zu einem beliebten Schlagwort geworden. Meist handelt es sich aber nur um das Recycling von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen.

Doch der Erhalt und die ökologische Aufwertung von Naturflächen können selbst zum Arbeitsgegenstand werden. Was geschieht, wenn diese Tätigkeit eine Rendite abwirft, welche die Wirtschaftlichkeit der meisten Produktionsprozesse übertrifft?

Dann kann ein Park sogar in der City einer Großstadt neben den Hochhäusern bestehen.



Die Zeitschrift Capital stellt jedes Jahr das rentabelste deutsche Unternehmen vor. Bis zur großen Börsen-Baisse, mit dem das neue Jahrtausend begann, war dies über viele Jahre hinweg immer wieder der Finanzdienstleister MLP. Dessen Eigenkapitalrendite betrug wiederholt bis zu 100%.

Es ist unser Ziel, **dass die Eigenkapitalrendite der Erstinvestoren** in Marcus Aurelius Kulturparks (gemessen am Barwert der Gewinne) **in jedem Fall 100% übersteigt.**

## Ertragsvorausschau und Risikoszenarien

Die Wirtschaftlichkeit des Kulturparks wurde in einem detaillierten Computerszenario berechnet: zunächst für die ersten 30 Jahre in der Trägerschaft privater Investoren, sodann für weitere 20 Folgejahre mit ewig fortführbaren Zahlungsreihen unter der Betreuung einer Stiftung. Die dabei getroffenen Annahmen, die Programmierung und die Ergebnisse sind in einer gesonderten Dokumentation genau beschrieben. Interessenten erhalten diese Dokumentation nach Unterzeichnung einer Vertrauenserklärung. Noch besser wäre es, wenn wir diese Rechnung persönlich vorstellen und erläutern dürften, bevor die Schriftform zur Kenntnis gelangt.



Ausgehend von einem Basisszenario mit 100 benötigten Kunden wurde die Erfolgsvorausschau der ersten 30 Jahre mit 18 weiteren Hauptszenarien in insgesamt 42 Varianten alternativ simuliert. Das Ergebnis ist ebenso eindeutig wie erstaunlich: Der Erfolg des Kulturparks hängt praktisch nur vom Einkaufspreis des Grundstücks bzw. der Einkauf-Verkauf-Preisspanne ab. Darin spiegelt sich der **Grundcharakter der Kulturpark-Anlage als Immobiliengeschäft** wider. Auch der Zeithorizont der Investition ist mit dreißig Jahren einem Immobilienprojekt vergleichbar.

Ein Marcus Aurelius Kulturpark erfordert im Lauf der ersten drei Jahre eine Anfangs-**investition von rd. 15 Millionen €**. Dafür werden die Investoren im Laufe von dreißig Jahren mit **Ausschüttungen von knapp 90 Millionen €** belohnt. Die Institution, die das Rücklagevermögen verwaltet, wird in dieser Zeit rund 50 Millionen € verdienen. Das Projekt kann auch als geschlossener Immobilienfonds konzipiert werden. Die Investoren der ersten Stunde haben dadurch **nach sieben bis spätestens elf Jahren eine profitable Exitmöglichkeit**.

Der Weg zu einem ersten Marcus Aurelius Kulturpark führt über zwei Stufen: Die bestehende GbR erstellt ein komplettes „Betriebs- und Vertriebsmanual“ und sichert die Kaufoption auf das in Aussicht genommene Grundstück in Hamburg. Nachdem bereits Konzeptionsleistungen von fast 200.000 € erbracht wurden, bedarf es dazu noch weiterer klar definierter Tätigkeiten (Fremddienstleistungen) im Wert von rund **300.000 €**.

**In jener Größenordnung macht die GbR externen Investoren ein Beteiligungsangebot**, das Gesellschaftsanteile von 25% + 1 Stimme in der GbR beinhaltet und einen Gewinnanteil von 66% des erwarteten Verkaufserlöses (Erwartungswert 1 Mio. €) des Konzepts an den Investor der zweiten Stufe.

Die Reinvestition der Konzepterlöse in die Realisierungsphase bleibt vorbehalten.