

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Freundinnen und Freunde der US Treuhand,



„As Time Goes By“ – der Titel dieses Jazzliedes, das 1931 von Herman Hupfeld geschrieben wurde und durch den Film „Casablanca“ in den 1940er-Jahren berühmt wurde, kam mir wieder mal in den Sinn. Denn wie ich im vorigen Monthly geschrieben habe, kommt für manche und oftmals auch für mich Weihnachten immer „ganz plötzlich“ – und damit

auch das Ende eines jeden Jahres. Noch gute zwei Wochen, dann formulieren viele Menschen wieder die „guten Vorsätze“ für das kommende Jahr. Mehr Sport, weniger Alkohol, gesundes Essen, mehr Freundlichkeit oder auch Ehrlichkeit sind immer wieder gern gewählte Ziele für die Zukunft. Und wie lange halten manche Vorsätze? Ehrlich? Also ich kenne Menschen, bei denen sind die besten der gewählten Vorsätze schon nach zwei Wochen wieder vergessen. Das ist bei mir natürlich niemals so ...

Wir als US Treuhand haben zumindest einen guten Vorsatz, den wir ab Januar auch mit Leidenschaft, Freude und Enthusiasmus umsetzen werden: die Platzierung unseres neuen Immobilienfonds, dessen Freigabe durch die BaFin wir uns im Laufe des ersten Monats 2024 erhoffen – und auch anvisieren. Wir können es kaum erwarten. Und vielleicht geht es Ihnen da ja auch so – bei dem sehr günstigen Kaufpreis, der hervorragenden und konkurrenzlosen Finanzierung und einer sehr konservativen Kalkulation bei einem ausgezeichneten „Trophy-Building“. Und wer unsere zurückliegenden Monthly-Ausgaben aufmerksam gelesen hat, hat auch eine Vorstellung davon, wo dieses Landmark-Gebäude steht.

Doch bevor wir im neuen Jahr durchstarten können, fahren die meisten von uns erst einmal einige Tage runter und genießen die Weihnachtszeit – hoffentlich für Sie alle in Harmonie, Gesundheit und Freude.

Mit diesen Gedanken möchte ich mich in dieser Ausgabe auch kurz halten. Die US Treuhand in Frankfurt am Main und auch das Team der Estein Ltd., USA in Orlando wünscht Ihnen allen ein schönes und ruhiges Weihnachtsfest sowie einen guten Start in ein hoffentlich gesundes und erfolgreiches Jahr 2024. Wir freuen uns sehr, wenn wir uns dann in alter und neuer Frische ab Januar wiedersehen und wiederhören! Wo und wie? Das lesen Sie gerne in der kleinen Rubrik „Inside“.

Ich schließe mein Vorwort wie immer mit „stay curious, stay tuned – und „bye for now“ und ergänze: Bleiben oder werden Sie 2024 gesund und bleiben Sie uns gewogen!

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen!

Ihr
Thilo Borggreve

Märkte und Menschen

Clean-Tech-Oase, Pionier-Airport, Film-Dorado – besser geht's nicht.

Typisch Atlanta – Teil 2



In der November-Ausgabe des Monthly haben wir Ihnen die Stadt wie auch die Metropolregion Atlanta als Showbühne für Ereignisse von internationalem Format vorgestellt. Sie war Gastgeberin der 100. Olympischen Sommerspiele im Jahr 1996, obwohl sie als Außen-seiterin antrat. Am Ende wusste sie nicht nur Griechenland die Favoritenrolle abspenstig zu machen, sondern mit 10.320 Sportlern aus 197 Ländern auch neue Rekorde zu brechen. Wir haben über Atlanta als dreimalige Super-Bowl-Location berichtet und dabei mehr als nur beiläufig die atemberaubende Mercedes-Benz-Arena erwähnt. Schließlich wird sie im Jahr 2026 ein wichtiger Austragungsort der 23. FIFA Fußball-Weltmeisterschaft der Männer sein. Doch bevor es so weit ist, muss noch einiges erledigt werden.

Der nächste Schritt: die „Schlucht“ füllen

Tatsächlich kennt man jenen ebenerdigen, von höher gelegenen Straßen umgebenen Eisenbahnknotenpunkt in Atlantas Innenstadt unter dem Namen „The Gulch“ – also die Schlucht. Das klingt nicht nur wenig schmeichelhaft, sondern ist bei aller historischen wie verkehrstechnischen Bedeutsamkeit auch nicht Showbühnen-tauglich. Doch die Verwandlung in ein Innenstadt-Kleinod ist nur noch eine Frage der Zeit. Den Countdown vor Augen hat Atlanta längst damit begonnen, das leblose Herz wieder zum Schlagen zu bringen – mit einem ehrgeizigen, fünf Milliarden US-Dollar teuren und acht Millionen Quadratmeter großen Stadterneuerungsprojekt: dem Centennial Yards Atlanta.

Durch die Ansiedlung erfolgreicher Unternehmen und inspirierender Geschäfte sowie durch ein erstklassiges Vergnügungsviertel und tausende neue Wohnungen soll die Innenstadt wieder pulsieren. Die Lage von Centennial Yards direkt gegenüber dem Mercedes-Benz-Stadion ist per se perfekt – und bietet sich für ein Hotel geradezu an. Selbiges hat zumindest auf dem Papier bereits Gestalt angenommen. Aller Voraussicht nach wird sich der gläserne Bau mit seiner flossenförmigen Linienführung und einer sich verjüngenden Kante 18 Stockwerke hoch erheben und von den Balkonen einen Blick auf die Arena gewähren. Ihm werden eine ganze Reihe weiterer atemberaubender Türme folgen, die sich aus der Tiefe erheben und den „Gulch“ nach und nach vergessen lassen.

Wo die Präsidentin der Handelskammer ins Schwärmen kommt

In einem Interview auf der Online-Plattform „Georgia Trend“ sagt Katie Kirkpatrick, Präsidentin und CEO der Metro Atlanta Chamber: „Wenn wir 2026 die Fußball-Weltmeisterschaft erleben, wird Downtown eine Lebendigkeit haben, die uns auf die Weltbühne bringen wird. Nicht nur die Metropolregion Atlanta, sondern der gesamte Bundesstaat Georgia wird dabei sein. Es ist eine unglaublich effektive Möglichkeit für uns, der Welt zu zeigen, was die Region und der Staat zu bieten haben.“ Das ist in der Tat eine ganze Menge – und „grüne“ Wirtschaft spielt dabei eine wesentliche Rolle, etwa in Form von Clustern und Ökosystemen in den Bereichen Technologie, Gesundheitswesen und -technologie, Logistik, fortschrittliche Fertigung, E-Mobilität und saubere Technik.

Blauer Teppich für die Clean-Tech-Industrie

Zu den Stars der „Clean-Tech-Garde“, die sich in der Metropolregion Atlanta angesiedelt haben, gehört FREYR Battery. Mit einer im Bau befindlichen 2,57 Milliarden US-Dollar teuren Gigafabrik will das Unternehmen in Coweta County 723 Arbeitsplätze schaffen. Dass die

„Gagen“ für die Arbeitsplätze mit 127 Prozent über dem Durchschnittslohn im County liegen, stört FREYR nicht. Der Talentpool und die Talentpipeline stimmen – das war ausschlaggebend. Um Coweta County dennoch nicht zu überfordern, die Chance des Mitwachsens zu geben und auch Zulieferer anzusiedeln, wird das Projekt in zwei Phasen entwickelt.

Ebenfalls Beifall verdient das Joint-Venture zwischen Hyundai und SK On zum Bau eines vier bis fünf Milliarden US-Dollar teuren Batteriemontagerwerks in Bartow County. Und auch die neue Batterierecyclinganlage von Ascend Elements in Covington. Covington und Newton County sind zudem Teil einer gemeinsamen Entwicklungsbehörde, die 2021 den Zuschlag für das große Electric -Vehicle-Projekt des Elektro-Lkw- und Elektro-SUV-Herstellers Rivian erhalten hat. Aber auch alteingesessene Unternehmen wie SKC prosperieren und erweitern ihr Kerngeschäft – die Herstellung von Polyesterfolien für Verpackungen – um ein neues Werk, das künftig Halbleiterchips produziert.

Oase für weitere Highlights

Wo, wenn nicht hier, fühlt sich auch der 2018 gegründete, börsennotierte Hersteller von Senkrechtstartern Archer Avition zu Höherem berufen. Der im kalifornischen San Jose ansässige Produzent von vollelektrischen vertikalen Start- und Landeflugzeugen (eVOLT) will 118 Millionen US-Dollar in eine neue Produktionsstätte investieren und über einen Zeitraum von zehn Jahren 1.000 Arbeitsplätze am Covington Municipal Airport schaffen. Sowohl die Produktion der Flugzeuge wie auch der angestrebte Intercity-Lufttaxi-Dienst wird den Flughafen nachhaltig verändern.

Doch es sind nicht nur US-Firmen, die den Standort und sein Potenzial zu schätzen wissen.

Auch der aus dem nordrhein-westfälischen Dülmen stammende Hersteller Becker Robotic Equipment hat den Großraum Atlanta als Standort für sein nordamerikanisches Headquarter auserkoren. 30 Millionen US-Dollar will der Roboterausstatter für drei neue Gebäude im Bluffs at Technology Park in Canton ausgeben und damit auch andere europäische Unternehmen inspirieren, seinem Beispiel zu folgen.

Tradition trifft Zukunftstechnologie

Selbst in der wohl grünsten aller Disziplinen – der Synergie aus traditioneller Landwirtschaft und sauberer Technik – weiß die Metropolregion Atlanta Maßstäbe zu setzen. Im großen Stil, versteht sich. So investiert das erfolgreiche Indoor-Farm-Label 80 Acre Farms in Covington gerade 120 Millionen US-Dollar in eine vertikale Farm, die das ganze Jahr über Indoor-Blattgemüse und -Früchte anbauen wird. Georgias günstige wirtschaftliche Rahmenbedingungen weiß Bowery Farming, der größte Player im Segment vertikale Landwirtschaft, ebenso zu schätzen und hat sich für Henry County als Standort entschieden. Dass er seine intelligenteren Lebensmittelproduktion vollständig mit erneuerbaren Energien betreibt, versteht sich von selbst.

Die Metropolregion Atlanta – auch als Drehort gesetzt

Bei all dem internationalen Showbiz, das Atlanta magisch anzieht, darf die Film- und Unterhaltungsindustrie nicht vergessen werden. Platzhirsch sind und bleiben die Tyler Perry Studios im Herzen von Atlanta. Ihr 330 Hektar großes Grundstück ist mit vierzig historischen Gebäuden, zwölf eigens errichteten Tonbühnen, 200 Hektar Grünfläche und einem facettenreichen Außengelände eine der größten Produktionsstätten der USA. Doch die in Covington ansässigen Cinelease Studios holen auf. Gerade sind sie dabei, ihren Standort im Rahmen des „Three Ring Property“-Projekts um acht neue Bühnen zu erweitern. Nach der Fertigstellung wird die 90 Hektar große Anlage für Tyler Perry ein echter Wettbewerber. Aufzutumpfen wissen auch die in DeKalb County ansässigen Shadowbox Studios und Assembly Studios. Beide planen Erweiterungsprojekte im dreistelligen Millionenbereich. Dem Bundesstaat kann es nur recht sein. Im Geschäftsjahr 2022 brachten Film- und Fernsehproduktionen einen Rekordumsatz von 4,4 Milliarden Dollar nach Georgia.

Bereit, Berge zu versetzen

Der Großraum Atlanta wird oft als eine Aneinanderreihung von Städten und Stadtteilen beschrieben und vielleicht auch von vielen so erlebt. Das Superstar-Potenzial des Standorts mag teilweise noch im Verborgenen liegen, aber es drängt – wie Centennial Yards aus dem „Gulch“ – mit Macht an die Oberfläche. Mit seiner prosperierenden Infrastruktur, seiner aufstrebenden Forschung, seiner Innovationskraft und seinem Humankapital ist Atlanta auf dem besten Weg, auf den Bühnen der Welt zu brillieren – ob auf dem grünen Rasen wie anlässlich der Fußball-WM 2026 oder mit seiner grünen Technologie wie beim Vertical-Farming. So oder so, Atlanta verdient Standing Ovations.

Hätten Sie's gewusst?

Coca-Cola und der Weihnachtsmann – beides stammt aus Atlanta

Mit seinem unverwechselbaren Geschmack, der auf einer nach wie vor geheimen Rezeptur – der „Merchandise 7X“ – beruht, hat das Erfrischungsgetränk Coca-Cola seinen Siegeszug um die Welt angetreten. Begonnen hat die Geschichte des beliebten Softgetränks 1886 in Georgias Hauptstadt Atlanta. Urheber war der Apotheker Dr. John S. Pemberton, der eigentlich ein medizinisches Tonikum kreieren wollte. Von daher kam es zunächst als Sirup auf den Markt, den man in Apotheken mit Sodawasser mischte. Zum Ursprungsrezept gehörten Kolanüsse und Damiana-Blätter, was dem Getränk sowohl Koffein als auch seinen typischen Geschmack verlieh. Das inspirierte Pembertons außergewöhnlich kreativen Buchhalter Frank M. Robinson zu dem Namen „Coca-Cola“ und zur Gestaltung des berühmten Logos.



Coca-Cola schreibt Werbegeschichte ...

Auch wenn das Getränk über die Jahre seine Konsistenz verändert hat, so ist es seinem Logo immer treu geblieben und hat es als Basis für sein starkes Markenbranding genutzt. Die Kampagnen des Labels gehören zu den einprägsamsten und wirkungsvollsten in der Geschichte der Werbung. Beispielhaft sei „The Pause That Refreshes“ aus dem Jahr 1929 genannt – eine Kampagne, die Coca-Cola als unverzichtbaren Bestandteil des amerikanischen Lebensstils und erfrischende Pause vom Alltagsstress etablierte. Ebenfalls legendär war die „I'd Like to Buy the World a Coke“-Kampagne aus dem Jahr 1971. Der von einer großen Gruppe junger Menschen aus verschiedenen Kulturen interpretierte und später zu „I'd Like to Teach the World to Sing“ umgetextete Song stiftete Hoffnung und Einheit in einer Zeit globaler Unruhen. Großen Anklang fand auch die 2011 lancierte Kampagne „Share a Coke“. Ihr Charme bestand darin, dass die traditionellen Coca-Cola-Etiketten durch solche mit beliebten Vornamen oder Begriffe wie „Freunde“ und „Familie“ ersetzt wurden.

... und erfindet den Weihnachtsmann

Mit derart starken Marketingkampagnen und seinem effektiven Branding hat Coca-Cola im Laufe der Jahrzehnte eine tiefgreifende emotionale Verbindung mit den Verbrauchern aufgebaut, oft assoziiert mit Glück, Jugend und einer positiven Lebensweise. Aber wohl kaum eine Kampagne hatte eine nachhaltigere Wirkung als jene aus den 1930er-Jahren, die Illustrator Haddon Sundblom im Auftrag von Coca-Cola für das Weihnachtsgeschäft entwarf: Mit dem freundlichen, rundlichen, rot gekleideten älteren Mann mit weißem Bart schuf er jene ikonische Darstellung des Weihnachtsmanns, die heute weltweit anerkannt ist und einen der bedeutendsten Beiträge von Coca-Cola zur Populärkultur darstellt.

Coca-Cola – ein Kulturgut und aus der US-Geschichte nicht wegzudenken

Mit ihrer Anpassungsfähigkeit an lokale Märkte hat es die Coca-Cola Company geschafft, sich in verschiedene Kulturen und Gesellschaften zu integrieren. Auch die Fähigkeit, mit der Zeit zu gehen und das Angebot um eine breite Palette von Geschmacksrichtungen und Produkten einschließlich Diät- und zuckerfreier Optionen zu erweitern, hat sich als Erfolgsfaktor erwiesen. Und nach wie vor spielt die Marke Coca-Cola in der Kultur ihrer Heimat Amerika eine wichtige Rolle. In Filmen und in der Musik taucht sie ebenso auf wie bei Olympischen Spielen oder Weltmessen. Im Detail nachvollziehen lässt sich all das im Museum „World of Coca-Cola“, das sich – wie könnte es anders sein – in Atlanta befindet.

US Treuhand Inside

The Show Must Go On (Lied von Queen, 1991)

... und das wird sie auch. Wie im Vorwort angemerkt, werden wir ab Anfang 2024 in den vollen Vertriebsmodus wechseln.

Sehen wir uns vielleicht auf der ersten großen Tagung des Jahres – dem FONDS professionell KONGRESS 2024 in Mannheim? Sind Sie dort? Wollen wir uns eventuell dort verabreden? Melden Sie sich gerne bei uns und wir machen eine Uhrzeit aus.

Auch eine deutschlandweit tätige Vertriebsgruppe startet mit ihrem Jahresauftakt im Januar – und wir sind dabei.

Zudem erwarten Sie unsere Einladungen zu einigen Webinaren, in denen wir uns mit unserem neuen Investment, den Besonderheiten der Immobilie und der Lage sowie auch mit Details zur Kalkulation beschäftigen werden.

Und last, but not least planen wir eine Reise in die USA zu unserem Objekt, sind wieder Gast bei der BIT im März und erwägen, eine Roadshow durchzuführen.

Also: Es gibt allerhand zu tun ...

Impressum/Disclaimer

Stand: 18. Dezember 2023

Herausgeberin: US Treuhand Vertriebsgesellschaft mbH | Schaumainkai 85 | 60596 Frankfurt am Main

Kontakt Daten: thilo.borggreve@ustreuhand.de

Haftungsausschluss: Die US Treuhand Vertriebsgesellschaft mbH ist die Herausgeberin des Newsletters „Monthly“. Die im Newsletter veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen sind mit größter Sorgfalt recherchiert. Eine Garantie oder Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der zur Verfügung gestellten Inhalte und Informationen wird nicht übernommen. Die Bereitstellung der Inhalte stellt kein Vertragsangebot dar, insbesondere kommt durch die Nutzung kein Vertragsverhältnis zwischen dem Nutzer und der US Treuhand Vertriebsgesellschaft mbH zustande. Vertragliche und vertragsähnliche Ansprüche jeglicher Art sind ausgeschlossen. Wir weisen darauf hin, dass die veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen (und damit sämtliche Inhalte des Newsletters) keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Kapitalanlagen darstellen; der Newsletter stellt keine Produktberatung oder Anlageempfehlung dar. Investitionen in US-Immobilienfonds sind unternehmerische Beteiligungen, die mit Risiken einhergehen, die zu niedrigeren Einnahmen oder höheren Ausgaben als erwartet oder zu negativen Wertentwicklungen führen können, was sich negativ auf das Anlageergebnis auswirken kann. Frühere Entwicklungen und Prognosen sind keine verlässlichen Indikatoren für das künftige Anlageergebnis. Ein Verkaufsprospekt und das Basisinformationsblatt stehen in deutscher Sprache auf der Internetseite der US Treuhand (www.ustreuhand.de) zum Download zur Verfügung. Eine Haftung, gleich aus welchem Rechtsgrunde, übernimmt die US Treuhand Vertriebsgesellschaft mbH nicht. Soweit es rechtlich möglich ist, sind Schadensersatzansprüche ausgeschlossen.

Urheber- und Leistungsschutzrechte:

Alle in diesem Newsletter veröffentlichten Informationen, Beiträge und Abbildungen sowie deren Anordnung sind urheberrechtlich geschützt. Jede vom Urheberrechtsgesetz nicht zugelassene Verwertung bedarf vorheriger schriftlicher Zustimmung der US Treuhand Vertriebsgesellschaft mbH oder des jeweiligen Rechteinhabers. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigung, Bearbeitung, Übersetzung, Einspeicherung, Verarbeitung bzw. Wiedergabe von Inhalten in Datenbanken oder anderen elektronischen Medien und Systemen. Inhalte und Rechte Dritter sind dabei als solche gekennzeichnet. Die unerlaubte Vervielfältigung oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist nicht gestattet und strafbar. Lediglich die Herstellung von Kopien und Downloads für den persönlichen, privaten und nicht kommerziellen Gebrauch ist erlaubt.

US Treuhand Vertriebsgesellschaft mbH
Schaumainkai 85
60596 Frankfurt am Main
Handelsregister Frankfurt am Main: HRB 120586
Geschäftsführer: Volker Arndt

 Newsletter abbestellen?

