

Vom kleinen Elben über den großen Teich

Wirtschaft Davinci Haus will jetzt auch in den USA Fuß fassen

Von unserem Redaktionsleiter Markus Kratzer

■ **Elben.** Wer in den USA die Hamptons bereist, bekommt strahlende Augen. Die Region am Ostende der Insel Long Island, etwa eine Autostunde von New York entfernt, gilt als Tummelplatz der Superreichen. Jennifer Lopez, Justin Bieber oder auch Paul McCartney haben hier ihre Domizile. Und genau von hier aus will das Elbener Unternehmen Davinci Haus den amerikanischen Markt erobern. Ende März wurde am „Eingang“ der Hamptons ein kompaktes Design Studio eröffnet, von wo aus das Westerwälder Traditionsunternehmen gemeinsam mit namhaften Partnern amerikanischen Kunden ihre Wohnträume erfüllen möchte.

„Die Hamptons sind nicht die schlechteste Lage dafür“, legt Geschäftsführer Sascha Lamberty nicht ohne ein gewisses Understatement das Fundament für das Gespräch mit unserer Zeitung. Man könnte auch sagen: Jeder, der mit dem Auto diesen Landstrich besucht, kommt automatisch an der dreidimensionalen Visitenkarte aus Germany vorbei.

„Was wir hier angefangen haben, hat sich kein anderer europäischer Hersteller bislang getraut“, streicht Lamberty die Vorreiterrolle des Unternehmens heraus. Zuversichtlich stimmt den Betriebsfachwirt, der neben Anton Hammes die Geschicke von Da-

vinci Haus lenkt, der Qualitätsvorsprung, den man vor den amerikanischen Mitbewerbern habe. Deshalb wirbt man nicht nur mit dem Qualitätssiegel „Made in Germany“ – man praktiziert es auch. Heißt: Häuser, die in den USA aufgebaut werden, werden im Westerwald produziert, in Überseecontainer verladen und treten über Antwerpen oder Rotterdam auf dem Seeweg dann die Reise in die USA an.

Vom Gäste- oder Poolhaus über das klassische Einfamilienhaus bis hin zur extravagan Villa reicht das, was ein in der Regel gut betuchter Amerikaner ordern kann. „Wir wollen das Erscheinungsbild von Davinci erhalten und lokale Gepflogenheiten mit einbauen“, beschreibt Lamberty das Grundgerüst. Also: Traditionelle deutsche Bauart trifft amerikanischen Ge-



In Elben produziert und auch dort in Container verladen: Die Häuser für die USA.

Fotos: Davinci Haus

„Das hat sich kein anderer europäischer Hersteller bislang getraut.“

Geschäftsführer Sascha Lamberty sieht das Westerwälder Unternehmen Davinci Haus in den USA in einer Vorreiterrolle.

schmack. Dabei bietet die neu gegründete Davinci Haus USA dem potenziellen Kunden in den Vereinigten Staaten Komplettlösungen aus einer Hand an – vom Grundstückskauf über die Finanzierung bis hin zu den Möbeln oder der Gestaltung der Außenanlagen.

Möglich wird dies durch amerikanische Partner, die als lokale Ansprechpartner vor Ort den direkten Kontakt zum Bauherrn halten und sich zum Beispiel auch um die Baugenehmigung kümmern. Mit der renommierten „Sotheby's International Realty“ konnte man zudem einen exklusiven Vermarktungsvertrag abschließen, wie der Geschäftsführer nicht ohne Stolz berichtet. Als Teil des Netzwerkes des namhaften Partners verspricht man sich im Westerwald schon so manchen „Türöffner“.

Doch wie kommt man dazu, in Zeiten, in denen US-Präsident Donald Trump den Europäern mit massiven Strafzöllen droht, eine unternehmerische Reise auf ein schwieriges Terrain anzutreten? „Die Idee, auf dem amerikanischen Markt Fuß zu fassen, ist etwa im September 2014 entstanden, also vor der Wahl Donald Trumps“, erklärt Sascha Lamberty. Damals habe man sich überlegt, ob sich nicht Auslandsaktivitäten, die sich bis dahin bis nach Russland und Japan erstreckten, auch in die „andere Richtung“ entwickeln lassen. Bei der Partnersuche sei man dann sehr schnell fündig geworden. „Das Bauchgefühl stimmte einfach“, gibt Lamberty auch einen Einblick in



Ende März hat Davinci Haus gemeinsam mit amerikanischen Partnern ein Design Studio in den Hamptons nahe New York eröffnet. Geschäftsführer Sascha Lamberty (2. von rechts) ist zuversichtlich, dass das Westerwälder Unternehmen auch jenseits des großen Teichs bestehen kann.

die emotionale Seite des „Deals“. Bis dann die Baugenehmigung für das Design Studio erteilt wurde, verging dann doch noch etwas Zeit. „Die Hamptons sind doch ein sehr traditioneller, konservativ geprägter Landstrich. Da musste dann schon eine Reihe von Bestimmungen befolgt werden, etwa beim Naturschutz“, sagt der Geschäftsführer.

Doch jetzt ist die „Anlaufstelle“ seit einigen Wochen geöffnet, und der Zulauf ist vielversprechend. „Wir stehen schon vor dem ersten Vertragsabschluss“, verrät Lamberty. Aber wie „ticken“ die amerikanischen im Gegensatz zu den deutschen Hausbauern? „Ame-

rikaner sind stärker auf Entertainment fixiert“, so Lamberty. Und deshalb setzt man im US-Geschäft noch stärker auf „Virtual Reality“. Interessenten können ein eigens konfiguriertes Haus per Brille bei jeder Tages- und Nachtzeit erleben, Wandfarben wechseln, Bodenbeläge ändern, sich so langsam aber sicher ihrem Traumhaus nähern.

„Unser amerikanischer Slogan ‚rethink living‘ (deutsch: denke das Leben neu) trifft die Mentalität der Amerikaner. Wir wollen aber die Maßanzuglösung bleiben und nicht in Massenherstellung verfallen“, wirft der Geschäftsführer die Firmenphilosophie dabei nicht über

Bord. Einen weiteren Vorteil, mit dem Davinci punkten könnte, ist für ihn der Zeitfaktor. „In den USA braucht man in der Regel zwei bis drei Jahre, bis ein Haus steht. Wir garantieren dem Bauherrn, dass er nach 32 Wochen einziehen kann.“

In einem Jahr will Davinci den ersten amerikanischen Kassensturz machen. Doch Sascha Lamberty ist sich sicher, dass der wirtschaftliche Erfolg in den USA kein Traum bleiben muss. Und wer weiß: Vielleicht ist das Unternehmen aus Elben demnächst auch noch in Connecticut, im Wintersportparadies Aspen oder an der kalifornischen Küste aktiv. (Bau-)Pläne dafür gibt es schon.