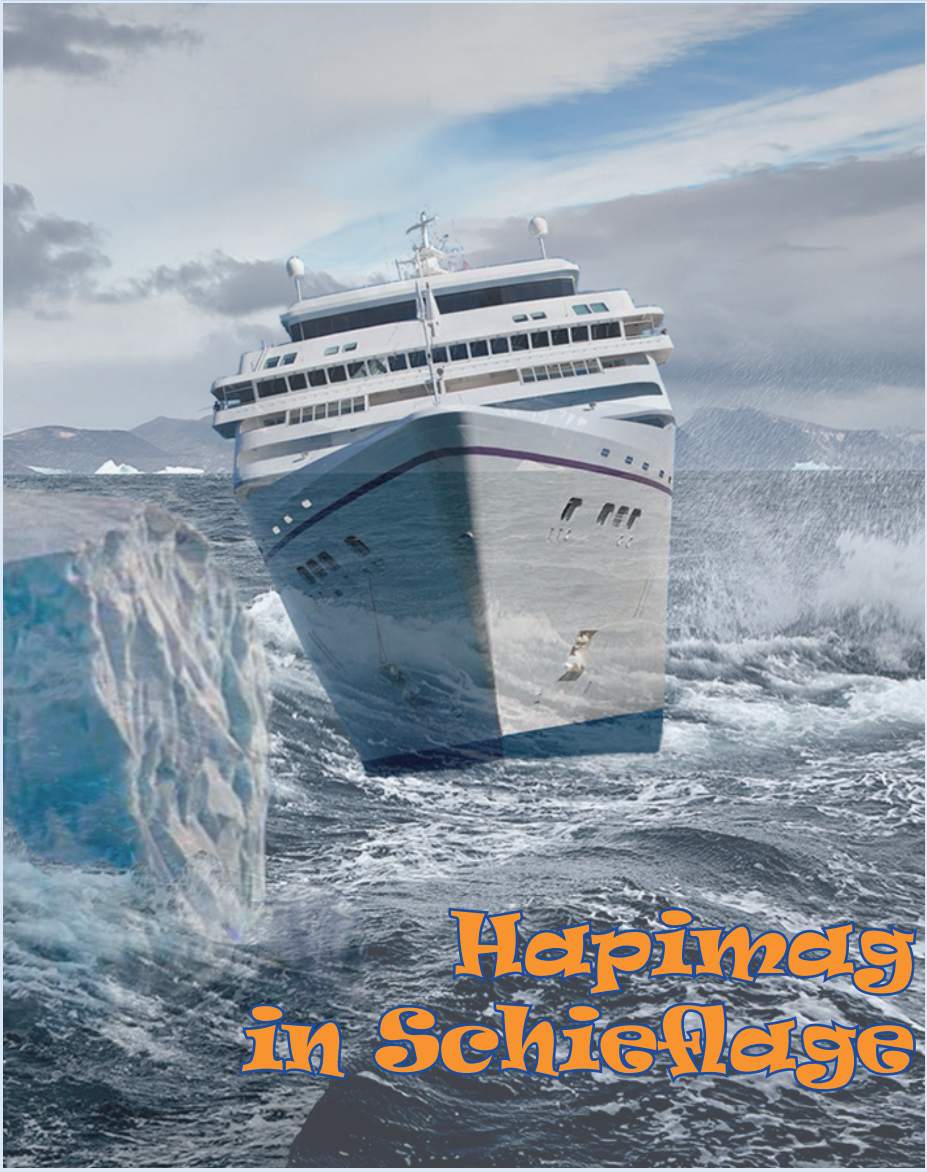
HFA

Hapimag Ferienclub für Aktionäre

Maßnahmen zur Gesundung der Hapimag



www.hapimag-ferienclub.info

Stichwortverzeichnis Seite

Aktienpreis (6) 6
Anlagenauslastung (4) 5
Ausbildung der Mitarbeiter (10) 6
Belegungsförderung (15) 8
Buchungspool (21) 9
Empfehlungsmarketing (18) 9
Erbengeneration (12) 7
Erfolgsprämie (20) 9
Geldverschwendung beenden (8) 6
Größe der Hapimag-Anlage (19) 9
Haltefrist der Aktien (14) 8
Hitliste (17) 8
Ist-Zustand 11
Kapitalerhöhung (23) 9
Keine Kostenerhöhung (2) 5
Langzeiturlaub (13) 7
Missstände abstellen (1) 5
Ohne Fremdvermietung (5) 5
Personalkosten reduzieren (11) 7
Prüfgesellschaft (9) 7
Renovierungsstau (16) 8
Schieflage 3
Sparen, Kosten senken (3) 5
Verkaufsspezialisten (22) 9
Wohnpunkte (7) 6
Wohnclub (24) 10

Hapimag mit starker Schieflage!

Wir sehen die geniale HAPIMAG-IDEE in Gefahr, weil

- die Jahresbeiträge und lokalen Kostenbeiträge (früher Nebenkosten) insgesamt in den letzten Jahren überdurchschnittlich gestiegen sind;
- die Wohnpunkte erheblich entwertet werden;
- als Folge davon die Belegung durch Hapimag Aktionäre und deren Angehörige deutlich abgesunken ist;
- das Eigenkapital sich gemäß der Bilanz des Konzerns von 403.414.000 Euro am 31.12.2005 auf 277.000.000 Euro am 31.12.2016 verringert hat;

Eigenkapital	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2016
in Mio €	403,4	384,6	374,8	358,0	342,7	287,1	277,0

- Ferienanlagen - wir meinen "weit unter Wert"- verkauft werden;
- neue Anlagen viel zu teuer gebaut werden;
- in vielen Hapimag - Anlagen ein Renovierungsstau sichtbar geworden ist (so werden Werte der Aktionäre durch Untätigkeit vernichtet);
- sich die Unternehmensführung in der Vergangenheit den Hinweisen und Erfahrungen von wohlwollend kritischen Aktionären mit Führungserfahrung großer Unternehmen verschlossen hat.

Wir vom HFA - *Hapimag Ferienclub für Aktionäre* - einem seit über 40 Jahren bestehenden Fan-Club der Hapimag-Idee - wollen die Solidargemeinschaft Hapimag und ihr jahrzehntelanges Erfolgskonzept erhalten und nicht aufgeben.

Wir befürchten, dass alles, was Aktionäre mit Überzeugung und Begeisterung in Jahrzehnten aufgebaut und mitgetragen haben, verschleudert wird.

Diese Ängste sind nicht neu.

So haben die Hapimag Aktionäre auch schon in der Vergangenheit Argumente gefunden und Vorschläge gemacht, wie das aufgebaute Ferienreich und die zentralen Ferienideen zukunftsfähig erhalten werden können.

Aufgrund der Beobachtungen und der verschiedenartigen Erfahrungen der HFA-Mitglieder haben sich in vielen Diskussionen ökonomische Kernsätze herausgebildet, die - unserer Ansicht nach - ebenfalls zur Hapimag-Idee gehören:

Unternehmen bleiben nur dann erhalten, wenn die Entscheider langfristig in großen Zeiträumen denken und handeln und nicht dem schnellen Gewinn nachjagen.

Wer nur auf Umsatz schielt, wird sein Unternehmen aushöhlen und verlieren.

Bild privat

Wer seine Kunden (Kernzielgruppe) vernachlässigt, ruiniert sein Geschäft.

Unternehmen gehen unter, wenn sie sich von Ihrer Kernkompetenz und ihren Wurzeln entfernen oder sie vergessen.

Die Hapimag-Idee braucht zur Erfüllung der Verträge ehrbare Kaufleute und ehrbare Aktionäre.

Hapimag hat keine Finanzierungskosten für Errichtung, Instandhaltung und Betrieb der Anlagen und muss keinen Gewinn erwirtschaften. Also kann und muss es preiswerter sein als jeder vergleichbare Hotelbetrieb.

Hapimag benötigt den gesunden Mix aus Alt und Jung! Eine Auslastung in der Nebensaison wird immer nur mit Nutzern geschehen können, die nicht auf die Ferienzeiten angewiesen sind.

Jahresgebühr und Nebenkosten sind insgesamt auf ein Maß zu bringen und zu halten, welches einen Hapimag Urlaub wieder attraktiv macht; vorerst für Altaktionäre, Aktienübernehmer bzw. Erben, dann auch für Neueinsteiger.

Aus der heutigen Ausgangslage heraus ergeben sich - aus Sicht der Aktionäre und Eigentümer - offenbar immer dringlicher werdende Schritte, die nachstehend zusammengestellt sind.

Maßnahmen und Vorschläge

1) Die Hapimag Führung muss sofort und unverzüglich auf Hinweise von Nutzern reagieren und Missstände abstellen - Hapimag muss handeln, nicht aussitzen!
Nur so wird langfristig ein negatives Image wirklich vermieden.

2) Keine Erhöhung von Gebühren, Kosten und Punktebedarf in absehbarer Zeit!

St.Augustin, Foto privat

3) Gesundschrumpfen, Kosten senken. Ein hoher Anteil der Verwaltung - Personal und betriebliche Aufwendungen - gehört eingespart!

Ebenso gilt es, zur Kostensenkung zu überlegen: Grundsätzlich werden keine (sich nicht selbst finanzierende) Restaurants, Cafés, Verkaufsläden oder Erlebnisberatungen in eigener Regie betrieben, außer in abgelegenen Resorts wie z.B. Marrakesch.

4a) Punktereduzierung bei nicht ausgelasteten Anlagen.

4b) Erst wenn sich auch dann keine ausreichende Belegung ergibt, soll über eine Verkleinerung der Anlage, über eine zeitweise Stilllegung oder letztendlich über den Verkauf nachgedacht werden.

5) Keine Buchungskonkurrenz durch Fremdvermietung

- Fremdmieter und Besitzer von Nur-Punktepaketen sollen erst später buchen können.

- Auch für Besitzer von Nur-Punktepaketen gilt das Reward Programm mit Frühbucherstufe.

- Sie können mit dem Buchungstermin der Aktionäre gleichziehen, wenn sie einen Anteil kaufen.

- Laufkundschaft wird nicht aktiv beworben. Sie muss insgesamt für die Nutzung mehr als die Aktionäre bezahlen, auch um so das Publikumsniveau zu halten.

6) Der Aktienverkaufspreis ist beim derzeitigen "inneren Wert" von 1.956 € um CHF 2.500 CHF festzulegen. Das schafft die Möglichkeit, die Erwartung der A-Aktionäre zur Höhe des Rückkaufpreises ohne Substanzverlust zu erfüllen. (Neuverkaufspreis minus etwa 20 %)

7) Punkteabgabe und Punkteerwerb zwischen Aktionären ist, zumindest für Verfallpunkte, unbeschränkt zuzulassen.
Wohnpunkte drücken als eine Art Dividende auf das eingebrachte Kapital eine Wohnberechtigung aus. Verfallpunkte stellen einen zweifachen Verlust für den Aktionär dar: Den ersten Verlust hat der Aktionär, weil er keine Gegenleistung erhält. Der zweite Verlust ergibt sich über Hapimag, weil die für diese Wohnberechtigung vorgehaltene Wohnung nicht bewohnt wird und keine Nebenkosten erwirtschaftet. Er und alle Aktionäre müssen dann diese entfallenden Einnahmen über den Jahresbeitrag ausgleichen.

8) Die von vielen Aktionären empfundene Geldverschwendung muss aufhören!

- Die Überdeckung an vorgehaltenen Wohnungen von 48 % ist

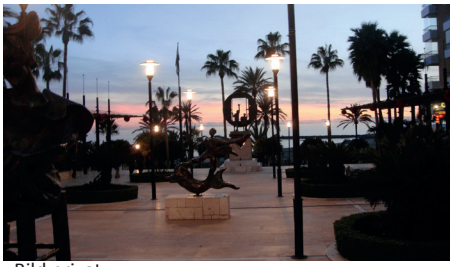


Bild privat

abzubauen. Sie bewirkt, dass die Jahresbeiträge um 48 % zu hoch sind. Beim momentanen Jahresbeitrag von etwa 320.- Euro ergeben minus 48 % zukünftig etwa 170 Euro Jahresbeitrag.

- Jährlich verfallen etwa 2.000.000 Punkte, das heißt: von den jährlich 13.049.000 Punkten aus Aktien sind etwa 15% ungenutzt, weil verfallen. Also sind die heutigen „lokalen Nebenkosten" um etwa 15% überhöht, weil die restlichen 85 % Nutzer diese Kosten aufgebürdet bekommen.

Eine solche vereinfachte Sichtweise hat nicht alle Faktoren im Blickfeld, deshalb halten wir ein Gremium, das auch mit Aktionären besetzt ist, für notwendig. Hier können dann Daten und Fakten zur Beurteilung offen gelegt und Ideen und Grundüberlegungen von Aktionären der Konzernleitung und dem Verwaltungsrat nachdrücklich näher gebracht werden.

9) Sicherung des Kapitals, auch dadurch, dass die Prüfgesellschaft mindestens alle sieben Jahre zu wechseln ist und einen erweiterten Prüfauftrag erhält.

10) Das derzeitige Ausbildungsniveau der Mitarbeiter/innen darf in den Ferienanlagen, in der Zentrale und in den Servicepoints nicht unterschritten werden. Es muss auch erwogen werden, Personalkosten der Zentrale aus dem Hochlohnland Schweiz in die Eurozone zu verlagern.

11) Personalkosten reduzieren; z.B. beim Sachbereich Rewards: Keine personalaufwendige Abfrage zum gewünschten Gebrauch, sondern automatische Umwandlung in Punktegutschrift, wenn der Aktionär sich nicht bis zu einem Stichtag meldet.

12) Der Markenkern "Hapimag" ist immer noch marktfähig, allerdings auf einem eingeschränkten Markt. Deshalb muss mit allen Mitteln versucht werden, die Erbengeneration, die keine Einkaufkosten hat, weiterhin an Hapimag zu binden.
Als erste Maßnahme dazu war wohl das aufgelegte Programm "ab 75" anzusehen.

Albufeira, Foto privat

Weitere Maßnahmen könnten sein:

- Aktienübergang innerhalb der Familie, kostenfreie Übertragung und Freistellung von einem Jahresbeitrag und zusätzlich eine geschenkte Frühbucheroption für die neue Generation.

- Jahresbeitragsablösung für sieben Jahre ermöglichen, durch abgezinste Einzahlung an Hapimag vom Alteigentümer beim Übergang auf die neue Generation.

- Jahresbeitrag wie eine Leasingrate gestalten und mit einem 1 % Aufschlag in monatlichen Raten im Voraus für das jeweils nächste Jahr abbuchen!

13) Langzeiturlaube müssen für Altaktionäre leistbar sein, auch wenn diese alleinstehend sind. Zu überlegen sind auch Angebote für die ältere Generation mit preiswerter Halb- / Vollpension.

14) Hapimag muss einen seriösen Umgang mit den Aktionären pflegen, die ihre Aktien nach einer akzeptablen Haltefrist abgeben wollen.
Bei der Ferienaktie_21 war erstmals eine „sieben Jahre Halte-Frist“ festgeschrieben. Diese Frist gilt ebenso für die neuen Produkte. Sie soll auch für die A-Aktie „angenommen“ bzw. „unterstellt“ werden.
Hapimag kennt die Erwerbszeitpunkte aller Aktien und könnte darauf eine verlässliche Zukunftsperspektive berechnen.

Marbella Meerblick, (Foto privat)

15) Falls von Hapimag je wieder Reisen zur Belegungsförderung veranstaltet werden, die dann in Hapimag-Ferianlagen enden, erfolgt dies **nur** zu Nebensaisonzeiten.

16) Der von vielen Aktionären bemerkte Renovierungsstau in den Ferienanlagen ist abzubauen.

17) Betriebswirtschaftlich finanzielle Grundüberlegungen:

a) Wie viel jährlichen Zuschuss benötigt derzeit jede/eine Ferienanlage, um den normalen Betrieb aufrecht zu erhalten. Anlegen einer **Hitliste der Belegung** mit vergleichbaren Zahlen

b) Für Anlagen, die überdurchschnittlich viel Zuschuss benötigen: Welcher finanzielle Aufwand ist erforderlich, diese Ferienanlage ganz oder teilweise stillzulegen, weil sie zwar Zukunftspotential hat, aber es noch Zeit braucht?

c) Was kostet es, eine Ferienanlage, die verkauft werden muss, stillzulegen, weil es derzeit kein finanziell vernünftiges Angebot von einem möglichen Käufer oder momentan keine Käufer gibt?

18) Hapimag kann, nachdem die ersten Maßnahmen umgesetzt sind und auch die weiterhin anzugehenden Maßnahmen erste Erfolge zeigen, wieder zum „Empfehlungsmarketing" zurückkommen. Das ist eine der erfolgreichsten Methoden, neue Kunden zu gewinnen. Empfehlungen nimmt man von Personen an, denen man vertraut und die aus einem ähnlichen Milieu kommen.

Es gibt die nachvollziehbare Überzeugung, dass ein Hapimagler, der einmal Freunde in ein Ressort mitnimmt, eine vielfach höhere Chance hat, sie zu einem Aktienkauf zu animieren, als ein noch so bunter Prospekt, der für Dritte (Fremdbucher) im Apartment ausliegt.

19) Welche Größe sollte eine Hapimag-Anlage haben, um sie wirtschaftlich zu betreiben?

20) Eigenverantwortlichkeit mit Erfolgsprämie gemäß wirtschaftlichem Ergebnis für die Resort-Manager.

21) Hapimag gründet eine 100% Tochter in welcher die Anlagen gehalten werden, die nicht mehr im Buchungspool der Hapimag sind. Diese Tochter muss sich finanziell selbst tragen und ist die Vorstufe zum Verkauf der Anlagen. (Hier könnten auch Anlagen zwischengeparkt werden.) Anlagen, die nicht mehr im Belegungspool sind, müssen sich durch Fremdmieter [Hotelgäste] selbst tragen. Eine Subventionierung -wenn nötig- soll sich nachvollziehbar nur über einen Ausgleich zwischen selbstständigen Gesellschaften ergeben und nicht so versteckt wie heute!

22) Es sind externe Immobilien-Spezialisten fallweise mit dem Verkauf zunächst ausgesonderter bzw. stillgelegter Anlagen zu beauftragen.

23) In naher Zukunft erfolgt auf keinen Fall eine Aktienkapitalerhöhung und keine Herausgabe neuer Aktien. Dies gilt mindestens so lange, bis sich ein funktionierender Gebrauchtaktienmarkt entwickelt hat, bei dem sich Angebot und Nachfrage die Waage halten!

24)

Sollte sich Hapimag zu einem “Wohnclub” umgestalten, eben durch eine einmalige Eintrittsgebühr und den freien Zukauf von Wohnberechtigungen (nur) vom Unternehmen, dann müßte sich dieses Modell auf jeden Fall an den vorhandenen Produkten orientieren.

- Zukünftige Wohnberechtigungen haben immer nur die Gültigkeitsdauer wie die der Aktieninhaber: Aktieninhaber werden unter keinen Umständen schlechter gestellt.
- Es wäre abzuwägen ob im “Wohnclub” ähnlich wie bei der Aktie eine jährliche (Grund-)Wohnberechtigung mit enthalten ist oder
- Wohnberechtigungen auf jeden Fall zusätzlich erworben werden müssen.
- Zusätzlich zu erwerbende Wohnberechtigungen (Wohnpunkte) sind und müssen immer teurer sein, als die 60 Punkte, die ein Aktionär gegen seinen Jahresbeitrag erhält.

Unser Ziel: Wenn früh genug auf die entscheidenden Personen im vorstehenden Sinne eingewirkt werden kann oder überraschenderweise sich deren Blick den Realitäten anpasst, dann überlebt Hapimag nicht nur die nächsten 10 Jahre, sondern auch die nächsten 50 Jahre.

Wohin steuert Hapimag? (Hausboot, Foto privat)

HAPIMAG FERIENCLUB
FÜR AKTIONÄRE SEIT 1976

Durch die Brille des HFA – Hapimag Ferienclub für Aktionäre

Das Unternehmen Hapimag AG

IST-ZUSTAND:

Die Hapimag AG ist ein 1963 gegründetes Time-Sharing Unternehmen mit Sitz in Baar im Schweizer Kanton Zug. Sie bewirtschaftet etwa 60 Ferienanlagen, überwiegend in Europa.

Am 31.12.2016 hatte die AG 109.291 Aktionäre, bei derzeit 238.000 ausgegebenen Aktien, sowie etwa 20.130 weitere Nutzer mit Punkteprodukten, die vom Unternehmen als 129.421 Mitglieder bezeichnet werden.

Als Punkteprodukte wurden früher Wohnberechtigungen angesehen, die von Aktionären zusätzlich zu erwerben waren und sind, ohne dass dafür ein weiterer Kapitalanteil gezahlt werden muss.
Jahre- und Jahrzehntelang war die Belegung von Hapimag Ferienanlagen nur möglich, wenn der Nutzer mindestens eine Aktie erwarb, die unzertrennbar mit einem Wohnrecht verbunden war.

Dieses Wohnrecht kam durch die Zuteilung von Wohnpunkten zum Ausdruck, die in allen Ferienwohnungen, die das Unternehmen bewirtschaftet, genutzt werden können.

Die Wohnberechtigungen (Wohnpunkte) haben vertraglich eine fünfjährige Gültigkeit und eine gewisse, vom Unternehmen festgelegte Auslaufzeit, derzeit 16 Monate. Mit der Nutzung von Ferienwohnungen verbrauchen sich die Wohnberechtigungen, abhängig von der Saison und Ausstattungs- bzw. Lagemerkmalen innerhalb der jeweiligen Ferienanlage, festgelegt in einem jährlich erscheinenden Katalog.

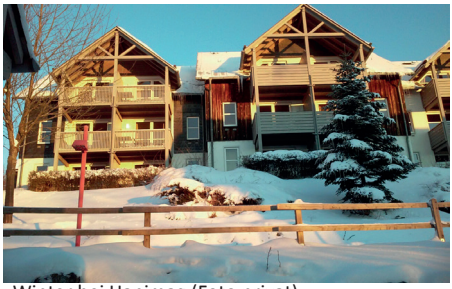
Durch die eingezahlten Kapitalanteile bei Erwerb der Aktien -so die ursprüngliche Hapimag-Idee- sind die gesamten Investitionskosten finanziert.

Mit einer jährlichen Zahlung (einem Jahresbeitrag) je Aktie bzw. je Wohnrecht werden die anfallenden nutzungsunabhängigen Kosten sowie die betriebswirtschaftliche Abschreibung

aller Investitionen finanziert.

Bei der Nutzung der Wohnberechtigungen (Wohnpunkten) fallen lokale Kosten an, die dann der jeweilige Nutzer zu zahlen hat.

Das Hapimag-Time-Sharing-System hat (hatte) den genialen Vorteil, dass durch das Wohnpunktesystem nicht nur eine Wohnung zu einem bestimmten festgelegten Zeitraum zu nutzen war, sondern flexibel alle Ferienanlagen in einem durchaus langfristigen Zeitraum (5 Jahre) genutzt werden können. Zudem sind die Aktionäre als



Winter bei Hapimag (Foto privat)

Kapitalgeber gleichzeitig auch die alleinigen Kunden des Unternehmens.

In den Anfängen des Unternehmens durften neue Aktionäre nur dann Aktien (unzertrennbar jeweils mit den Wohnberechtigungen) erwerben und damit Kapitaleinlagen leisten, wenn sie von Bestandsaktionären empfohlen worden waren. Diese Kapitalgeber, Aktionäre und Kunden des Unternehmens wurden als “Partner” bezeichnet.

Mit dem Aufbau einer eigenen Verkaufsorganisation erfolgte eine Abkehr von dieser sich langsam aber stetig entwickelnden Geschäftsausweitung in eine sich zeitweise überschlagende Expansion, die in den 1990er Jahren zu enormen Fehleinschätzungen möglicher Geschäftsentwicklungen und damit aberwitzigen, weil überdimensionierten Investitionen führte.

In eine Ferienanlage in der Türkei (Bodrum) floss etwa ein Viertel aller damalig vorhandenen Investitionsbeiträge, welches Aktionärsvertreter schon damals kritisch anmerkten und als “Klumpenrisiko” bezeichneten. In der Hapimag-Generalversammlung 2005 erklärte der damalige CEO Kurt Scholl (nach den HFA Aufzeichnungen), dass die türkische Anlage (Bodrum) selbst für 2004 eine Verlustabdeckung von CHF 6,7 Mio. benötige.

Die sich zeitweise überschlagende Expansion wurde durch das Unternehmen auch werblich gefördert: Hapimag Werbung wies in deutscher Sprache seinerzeit auf die sichere Kapitalanlage in der Schweiz hin!

Noch 2016 wird vom Unternehmen ein 60,13 % Anteil der Mitglieder aus Deutschland angegeben.

Die Fehleinschätzungen über die Entwicklung der AG führten um die Jahrtausendwende zum Rücktritt des gesamten damaligen Verwaltungsrates.

Der neue Verwaltungsrat (von seinen Vorgängern vorgeschlagen!) versucht nun mit allen Mitteln eine Kurskorrektur, wobei das Ziel lange Zeit im Unklaren blieb.

Zunächst sah es so aus, als würde die Expansionspolitik der vergangenen Jahre unverändert fortgeschrieben.

Als eine für die Aktionäre belastende Folge stiegen die Jahresbeiträge weit über die Inflationsrate, die lokalen Nebenkosten verteuerten sich ohne erkennbare Gründe, die Wohnberechtigungen verloren an Wert, da eine immer größere Zahl von Wohnpunkten für gleichwertigen Urlaub gegenüber dem Vorjahr eingesetzt werden musste.

Die Hapimag-Idee "Gemeinsam investieren - gemeinsam Nutzen" verlor so ihren finanziellen Vorteil gegenüber anderen Urlaubsarten.

Da sich das Unternehmen zusätzlich

Hapimag Anlage, Foto privat

jahrelang auch nicht um Ausstiegsprobleme bisheriger Aktionäre kümmerte, waren selbst bisher überzeugte Bestandsaktionäre nicht mehr bereit, aktiv für diese Urlaubsidee zu werben.

Aber: „Langjährige zufriedene Partner und Nutzer sind die besten Propagandisten. Wenn Hapimag die eigenen Partner nicht überzeugt und bei der Stange hält, hat das Geschäftsmodell keine Zukunft!"

Schon seit mehreren Jahren favorisiert unsere Aktionärsgemeinschaft eine Rückkehr zur genialen Hapimag-Idee der Gründungsphase.

Hapimag muss sich dennoch selbstverständlich behutsam fortentwickeln und modernisieren, darf aber dabei die Interessen seiner Kapitalgeber nicht vernachlässigen oder sogar aus den Augen verlieren.
Die Hapimag Unternehmensleitung hat leider viele Vorschläge und Ideen von kritischen aber wohlwollenden Aktionären, die wir vom HFA dann übernahmen, einbrachten und damit verstärkten, kommentarlos verworfen.
Das Hapimag-Image hat gelitten, weil in letzter Zeit immer unverständlichere Entscheidungen von oben herab getroffen wurden.

Kritik eines langjährigen Hapimag - Partners: "Durch die vielen Änderungen soll ich mich jetzt wohl als Rentner hauptberuflich mit den immer neuen Hapimag Regularien befassen?"

Erst 2015 erfolgte eine Kapitalherabsetzung und ein Aktieneinzug von 32.250 Aktien, von ehemals 273.250 Aktien auf nunmehr 238.000 Aktien.
Unter Berücksichtigung der uns als Aktionärsgemeinschaft HFA - *Hapimag Ferienclub für Aktionäre* bekannt gewordenen Probleme von Kapitalanlegern und Nutzern war dies ein von uns vorgeschlagener erster Schritt im Kontext unserer Forderung "Gesundschrumpfen", dem nunmehr weitere Schritte zur Reduzierung des Kostenblockes folgen müssen.
Derzeit sieht es aber so aus, als wenn

das Unternehmen nun zu einem gewöhnlichen Hotelkonzern umgebaut wird, denn es wird nur an Symptomen eines „Systems“ Hapimag herumgedoktert.

Der Ball rollt aber nicht mehr, allenfalls kullert er im Schneckentempo auf dünner Schneedecke.

Das aber reicht nicht mehr für den bis-

St. Michael (Foto privat)

herigen Geschäftsverlauf des ständigen Wachsens.

Unser Fazit: Wir müssen mit dem leben, was vorhanden ist und das können wir!

Die Anlagen gehören uns und sie werden über Jahresbeiträge und Nebenkosten verwaltet und betrieben.

Rücklagen sind vorhanden, um die Spitzen bei Renovierungen und Austausch von Anlagen (Anlage verkaufen und neue Anlage aufzubauen u/o zuzukaufen) abzufangen. Gewinn für Dividenden muss nicht erwirtschaftet werden.

Das hat die Hapimag- Führung entweder bisher nicht gesehen oder verbirgt es hinter Aktionismus im Sinn des ständigen Wachstums.

Zum Erhalt unserer Hapimag wird vom HFA dieser Weg gesehen:

Als „Kerngeschäft“ die Erhaltung und Verwaltung unseres Eigentums in Anlehnung an Wohnungseigentumsgesetze mit entsprechender Erweiterung um die vielen Eigentümer und nachrangig dann erst die Akquise neuer Aktionäre für sanfte Neuanschaffungen. Dafür können wir uns sicher einsetzen.

Gleichzeitig müssen wir dennoch auch alle Mittel ergreifen, um zu verhindern, dass die Geschäftsleitung auf dem bisherigen Kurs die Hapimag zugrunde richtet. Deshalb muss für uns weiterhin an erster Stelle die Gewinnung weiterer Unterstützer für diese Aktionärsgemeinschaft stehen, damit wir die Führung auf den richtigen Weg “schubsen” können.

Die Nutzung einer Hapimag-Anlage muss wie früher wieder etwas Besonderes sein und das soll so bleiben.

Nur durch den Erwerb eines Anteils kann ich

- an optimalen Standorten (erstes Merkmal, also ohne Suchen im Internet)
- in gut ausgestatteten Wohnungen (zweites Merkmal, also durchgehend selbst bei Budget mindestens 3 Sterne plus Standard)
- mit niveauvollen Miturlaubern (drittes Merkmal, da nicht preiswert aber preisangemessen) und
- in der Sprache meines Heimatlandes (viertes Merkmal, problemlose Verständigung selbst in kritischen Lagen)
- mit fachlich qualifiziertem, höflichem, und ehrlichem Service (fünftes Merkmal, wahrscheinlich am teuersten - gut ausgebildetes Personal kostet!) immer wieder Urlaub machen.

Fremdvermietung zerstört diese Einzigartigkeit. Die Exklusivität geht verloren, wenn dort einfach jeder billigen Urlaub machen kann.

Anders ausgedrückt, **wir sehen es als erstrebenswertes Ziel an, den Markenkern wieder zu beleben:**

HAPIMAG bietet seinen Aktionären Ferienwohnungen mit der Möglichkeit der Selbstversorgung (Paare und Familien), die gehobenen Schweizer Ausstattungsstandards entsprechen und zwar auch, wenn die lokalen Baustandards deutlich niedriger sind.

Jeder Hapimag-Aktionär kann sich darauf verlassen, dass dieser Qualitätsstandard an jedem Standort eingelöst wird und braucht nicht zu fürchten, wie bei anderen Internet-Buchungen, hereinzufallen. Die Kosten eines Urlaubs werden wieder angemessen. Die Ausstattung aller Wohnungen mit Geräten, Geschirr etc. ist praktisch und ausreichend umfänglich, dass eine Selbstversorgung ohne nennenswerte Kompromisse funktioniert.

Oberstes Ziel der Geschäftspolitik:

a) Die Zentrale in Baar muss sich bei allen Festlegungen und im Umgang mit den Partnern allein als Dienstleister verstehen, nicht als Vormund.

b) Im Verwaltungsrat muss sich die Nationalität der Kapitalgeber besser widerspiegeln.

c) Zudem ist eine wesentlich bessere und vor allem offenere Kommunikation als bisher über die Geschäftspolitik mit den Aktionären (oder deren Vertretern in einem Gremium evtl. als Beirat) fällig

Es geht besonders auch darum, durch eine Anpassung der Spielregeln mehr Mitspracherecht der Aktionäre sicherzustellen (kein Verstecken hinter dem Obligationenrecht).

HFA - *Hapimag Ferienclub für Aktionäre*

(eingetragen Wien ZVR 033085072)

www.Hapimag-Ferienclub.info oder **www.HFA-Wien.info**

Die Aktionärsinitiative wurde bisher geleitet:

1976 bis 1982	**Dr. Kurt Porschinski**	**aus A - 2630 Ternitz;**
1982 bis 1988	**Ing. Peter Werba**	**aus A - 1180 Wien;**
1988 bis 1990	**Theodor Lehner-Jettmar**	**aus A - 1040 Wien;**
1990 bis 1993	**Dipl.-Ing. Gerhard Salzbauer**	**aus A - 3500 Krems;**
1993 bis 1997	**Dr. Herbert Schipper**	**aus A - 1190 Wien;**
1997 bis 2000	**Ing. Peter Werba**	**aus A - 1180 Wien;**
2000 bis 2012	**Dkfm. Kurt Lewandowsky**	**aus A - 3400 Klosterneuburg;**
seit 2012 von	**Frank Dorner**	**aus A - 2333 Leopoldsdorf.**

Mitgliederbetreuung

A = Österreich: Frank Dorner, Oberlaaerstrasse 59, A - 2333 Leopoldsdorf,
Tel.: 0043(0)2235 42820; Mail: Frank.Dorner@HFA-info.eu

D = Deutschland

PLZ 1 u. 2 : Heinz-Werner Wieland, Barbergestr. 10, D - 44379 Dortmund
Tel.: 0049(0)231 616332; Mail: Heinz-Werner.Wieland@HFA-info.eu

PLZ 3 u. 4: Michael Clemens, Lauterberger Strasse 12a, D - 38700 Braunlage
Tel.: 0049(0)5520 3053136; Mail: Michael.Clemens@HFA-info.eu

PLZ 5 u. 6: Rudolf Andermann, Vereinsbüro, Postfach 1325, D - 50142 Kerpen,
Tel.: 0049(0)2273 4225; Mail: Rudolf.Andermann@HFA-info.eu

PLZ 7 u. 8: Dr. Peter Brinnel, Frankfurter Str. 196a, D-65779 Kelkheim
Tel.: 0049(0)6195 900803; Mail: Peter.Brinnel@HFA-info.eu

PLZ 9 u. 0 : Annerose Möbius, Geibelstrasse 13, D-04129 Leipzig
Tel.: 0049(0)341 9119218; Mail: Annerose.Moebius@HFA-info.eu

CH = Schweiz und alle anderen Länder
Frank Melmuka, Sägeweg 5, CH - 9242 Oberuzwil,
Tel.: 0041(0)71 951485; Mail: Frank.Melmuka@HFA-info.eu

Beratung in Punkteangelegenheiten:
Hans-Joachim Kuhl, Max-Zelck-Str. 19, 22459 Hamburg
Tel: 0049(0)40 459063, Mail: Hans-Joachim.Kuhl@HFA-info.eu

BANKVERBINDUNGEN auch für Spenden: Kontoinhaber HFA Wien

Österreich: Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien;
IBAN: AT98 3200 0000 0483 0956; BIC: RLNWATWW;

Schweiz: St. Galler Kantonalbank;
IBAN: CH41 0078 1275 5344 4750 6, BIC: KBSGCH22

Deutschland: VoBa Raiba Oberbayern Südost e.G.;
IBAN: DE82 7109 0000 0003 7248 16, BIC: GENODEF1BGL

Impressum: HFA-*Hapimag Ferienclub für Aktionäre,* ZVR 033085072; Obmann Frank Dorner
Oberlaaerstr. 59, A - 2333 Leopoldsdorf

Hapimag Ferienclub für Aktionäre, damit sich unser Urlaub wieder rechnet!