



HOTEL

LIKE APART

ERLANGEN



P&P

GRUPPE



INHALT

Vorwort	3
Einleitung	4
Die Lage	6
Hotelmarkt Erlangen	10
Daten & Fakten	12
Geschossübersicht	14
Grundrissbeispiel	18
Der Betreiber	20
Vorteile auf einen Blick	24
Über die P&P Gruppe	26
Objektbeschreibung	28
Modernisierungs- und Renovierungshistorie	29
Haftungsausschlüsse	30

"INVESTIEREN WIE DIE PROFIS"

In der Vergangenheit waren Hotelinvestments nahezu ausschließlich institutionellen Anlegern wie beispielsweise Immobilienfondsgesellschaften, Versicherungen oder Pensionskassen vorbehalten. Die Aufteilung von Hotels in Teileigentum bietet nun auch sicherheitsorientierten, privaten Kapitalanlegern die Möglichkeit, in dieses attraktive Segment zu investieren.

Als Käufer erwerben Sie reales Eigentum in Form eines Apartments mit allen Vorteilen eines klassischen Immobilienerwerbs (z.B. grundbuchliche Absicherung) und treten gleichzeitig in einen langfristigen Mietvertrag mit einem der renommiertesten Hotelbetreiber weltweit ein.

Von Beginn an haben Sie dadurch die Möglichkeit eine überdurchschnittliche Mietrendite zu erzielen. Zudem bietet die Indexierung des Mietpreises einen perfekten Inflationsschutz.

Darüber hinaus profitieren Sie von einem hochattraktiven Standort: Die Metropolregion Nürnberg zählt inzwischen zu den wirtschaftsstärksten Räumen in Europa und der Hochtechnologiestandort Erlangen hat sich zu einer der kaufkraftstärksten Städte Deutschlands entwickelt.

Ihr



Michael Peter
Geschäftsführender Gesellschafter
P&P Gruppe



Einleitung



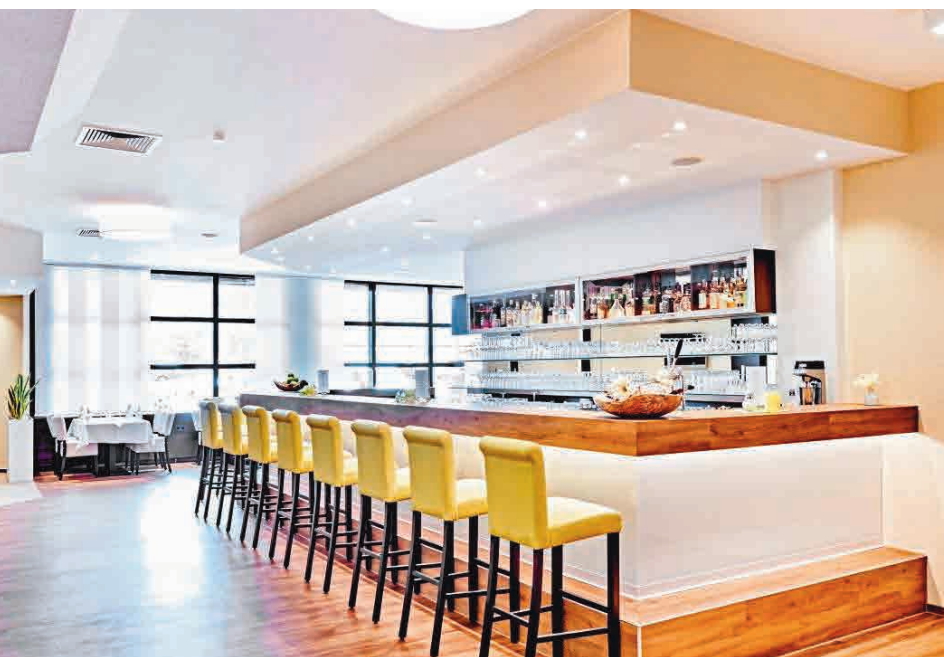
Originalbild Zimmer "Twin Betten"



Bereits Ende der 1970er Jahre erkannte man die Vorteile des Standortes Erlangen/Tennenlohe für eine Hotelnutzung: Inmitten der Metropolregion Nürnberg, nahe dem Zentrum der Universitäts- und Wissenschaftsstadt Erlangen und perfekt angebunden durch die Autobahnen A3 und A73.

Unter dem Namen „Golden Tulip Transmar Hotel“ wurde bis zur Jahrtausendwende ein modernes Tagungs- und Kongresshotel betrieben, welches ab dem Jahr 2000 als „Arvena Business Hotel“ weitergeführt wurde. Im Jahr 2013 erwarb die P&P Gruppe den Hotelkomplex, führte umfangreiche Renovierungsmaßnahmen durch und gewann 2016 mit der Novum Group einen exzellenten und renommierten Partner, der die Erfolgsgeschichte dieses Hotelstandortes fortführen wird.

Durch Aufteilung des Gebäudes in Teileigentum bietet sich nun auch für private Kapitalanleger die einmalige Gelegenheit, langfristig und in einer besonderen Weise von der erfolgreichen Entwicklung der Metropolregion Nürnberg zu profitieren.



Originalbild Bar/Restaurant

SIEMENS

AREVA

Universitätsklinikum
Erlangen

Erlangen

ca. 100.000 Einwohner.
Fahrzeit rund
3 Minuten.

I
INA
A

PUMA

Herzogenaurach

ca. 25.000 Einwohner.
Fahrzeit rund
13 Minuten.

adidas

LIKE APART

SIMBA
DICKIE
GROUP

GfK

MAN

DIEHL

Fraunhofer

Fürth

Rund 100.000
Einwohner. Fahrzeit
zur Innenstadt rund
14 Minuten.

ERGO Direkt

uvex

Nürnberg

Rund 500.000
Einwohner.
Fahrzeit rund
22 Minuten.

BOSCH

playmobil

Zirndorf

Rund 25.000
Einwohner.

DATEV

NÜRNBERGER
VERSICHERUNGSGRUPPE
seit 1864

Continental

uniVersa
VERSICHERUNGEN

MAKROSTANDORT

Die Metropolregion Nürnberg ist aufgrund ihrer geozentralen Lage ein wichtiges Drehkreuz Süddeutschlands. Vor allem die Multimodalität der Verkehrswege (Wasser, Straße, Schiene und Luft) und ihre gute Verknüpfung miteinander machen die Metropolregion Nürnberg zu einem starken Standort für Logistik und Transport.

Die Wirtschaftsstruktur in der Region Nürnberg wird sowohl durch Global Player als auch durch zahlreiche mittelständige Unternehmen geprägt, wodurch der Region wirtschaftliche Stärke und Stabilität verliehen werden. Außerdem profitiert die Region von einer Vielfalt an traditionellen wie zukunftsorientierten Branchen. Handwerk und kaufmännische Berufe bilden ein starkes Fundament. Zudem zählt die Region zu den wichtigsten High-Tech-Standorten in Europa mit Bran-

chen wie Medizin und Gesundheit, Information und Kommunikation, Energie und Umwelt, sowie Bio- und Nanotechnologie. Unter anderem zählen Großkonzerne wie SIEMENS, INA Schaeffler Gruppe, adidas AG, Puma AG, GfK, DATEV und die Nürnberger Versicherungsgruppe zu den Wirtschaftsmotoren der Europäischen Metropolregion Nürnberg.

Der Tourismus der Region Nürnberg zeichnet sich durch facettenreiche ländliche Gebiete sowie zahlreiche historische Altstädte aus. Nürnberg, als Zentrum der Region, bietet neben dem vielfältigen Kunst- und Kulturangebot ein modernes Messezentrum, das mit international bedeutenden Messen und Kongressen jährlich etwa 1,4 Mio. Besucher anlockt.



MIKROSTANDORT

Das Novum LikeApart Hotel befindet sich in Erlangen, dem Regierungssitz des Landkreises Erlangen-Höchstadt. Erlangen liegt rund zwölf Kilometer nördlich von Nürnberg und zählt etwa 105.000 Einwohner. Das Hotel profitiert von seiner verkehrsgünstigen Lage im Gewerbegebiet Erlangen-Tennenlohe, in unmittelbarer Nähe zu den Autobahnen A3 und A73 sowie zur Bundesstraße B4. Die Hauptbahnhöfe Nürnberg und Erlangen dienen als Drehkreuze für den Schienenverkehr Nordbayerns. Der internationale Flughafen Nürnberg liegt rund zehn Kilometer entfernt. Die Innenstädte von Nürnberg, Erlangen und Fürth sowie die Messe Nürnberg sind sowohl mit öffentlichen Verkehrsmitteln als auch mit dem PKW schnell und einfach erreichbar. Zu-

dem bieten sich Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung und Erholung durch das nahegelegene Waldgebiet „Brucker Lache“.

Erlangen gilt als einer der wirtschaftlich stärksten Standorte Deutschlands. Internationale Bekanntheit erlangte Erlangen durch den Technologiekonzern Siemens. Auch die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg ist ein bedeutender Arbeitgeber der Region. Neben den stark vertretenen Branchen Technologie, Energie, Medizin und Medizintechnik bietet Erlangen auch für Touristen zahlreiche Attraktionen. Seine barocke Stadtarchitektur sowie das Markgräfliche Schloss mit seinen Schlossgärten ziehen jedes Jahr unzählige Touristen an.



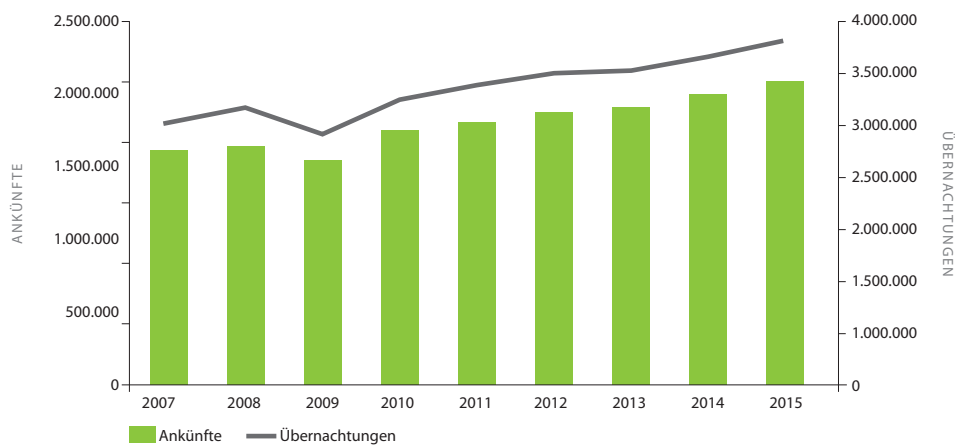


HOTELMARKT ERLANGEN

Im Jahr 2015 verzeichnete der Erlanger Beherbergungsmarkt 252.154 Ankünfte sowie 517.983 Übernachtungen, was einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 2,1 Tagen entspricht. Die kumulierten Werte für 2016 lassen auf einen Anstieg der Übernachtungszahlen schließen.

Derzeit gibt es auf dem Markt 47 Beherbergungsbetriebe mit 3.307 angebotenen Betten. Besonders profitiert der Erlanger Hotelmarkt von der räumlichen Nähe zur Stadt Nürnberg und profiliert sich als attraktiver Hotelstandort innerhalb der gleichnamigen Metropolregion.

HOTELMARKT BALLUNGSRAUM NÜRNBERG/FÜRTH/ERLANGEN – NACHFRAGE IN ALLEN BEHERBERGUNGSUNTERKÜNFTEN



Quelle: Statistisches Landesamt Bayern





OTEL
LIKE APART

Daten & Fakten

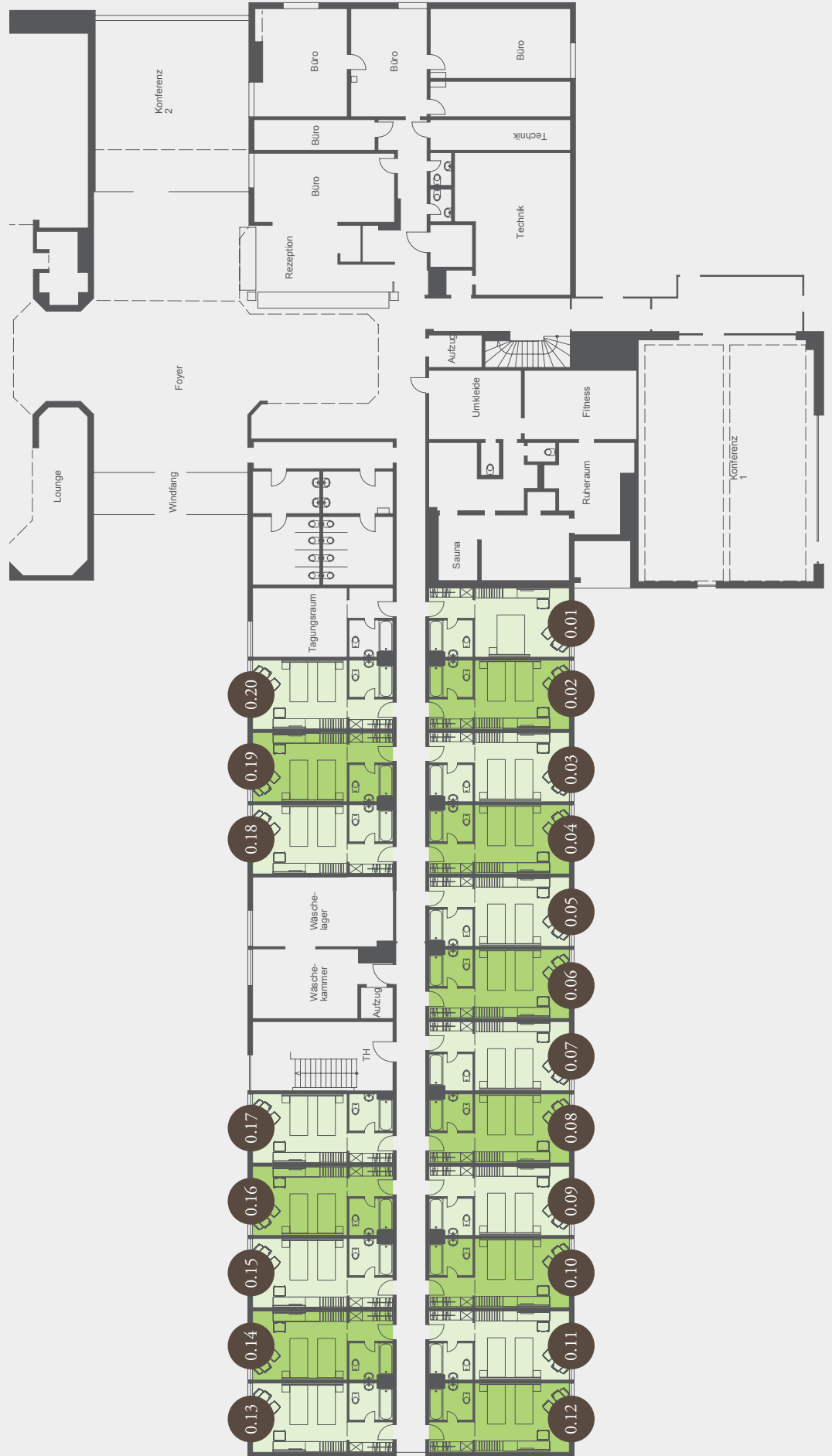


Adresse	Wetterkreuz 7, 91058 Erlangen
Eigentümer	P&P Real Estate GmbH
Kategorie:	4-Sterne Hotel
Zimmeranzahl:	126 (252 Betten)
Ausstattung:	7 klimatisierte Tagungsräume (bis 240 qm), Restaurant, Bar & Lounge, Wellnessbereich mit Sauna u.v.m.
Betreiber	LikeApart GmbH
Übergabe an Betreiber	13. Mai 2016
Mietvertragsdauer	Die Laufzeit des Mietvertrags beträgt 20 Jahre mit zweimaliger mieterseitiger Verlängerungsoption um weitere 5 Jahre.
Instandhaltungsrücklage	voraussichtlich 0,50 € pro m ² im Monat
Erwerbsnebenkosten	Grunderwerbssteuer: 3,5%, Notar- und Grundbuchkosten: ca 2%
Weitere Informationen	www.erlangen.likeapart.de



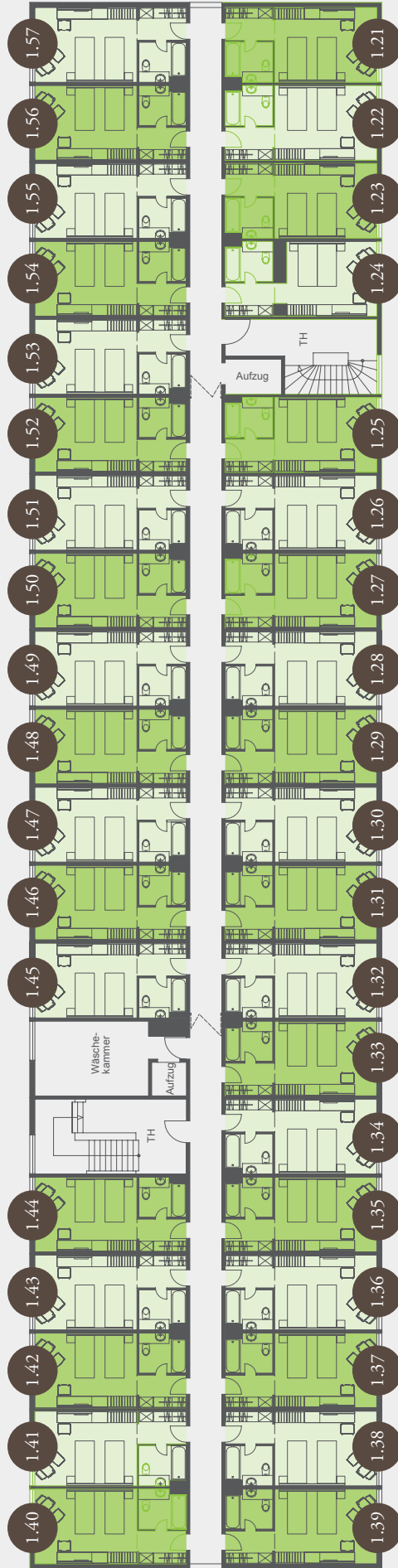
Like Apart Erlangen

Erdgeschoss | Apartments 0.1 - 0.20



Like Apart Erlangen

1. Obergeschoss | Apartments 1.21 - 1.57



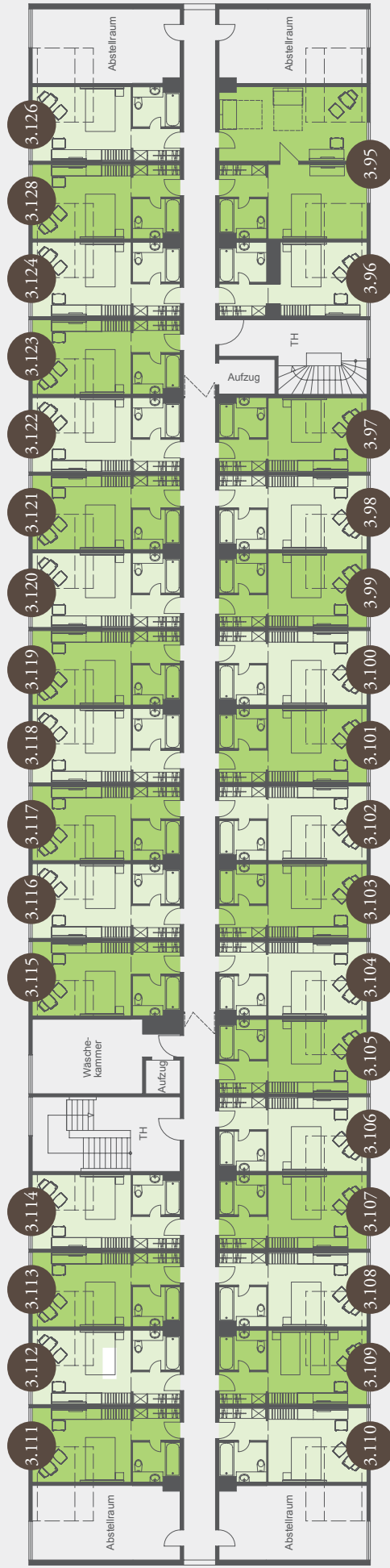
Like Apart Erlangen

2. Obergeschoss | Apartments 2.58 - 2.94



Like Apart Erlangen

3. Obergeschoss | Apartments 3.95 - 3.126

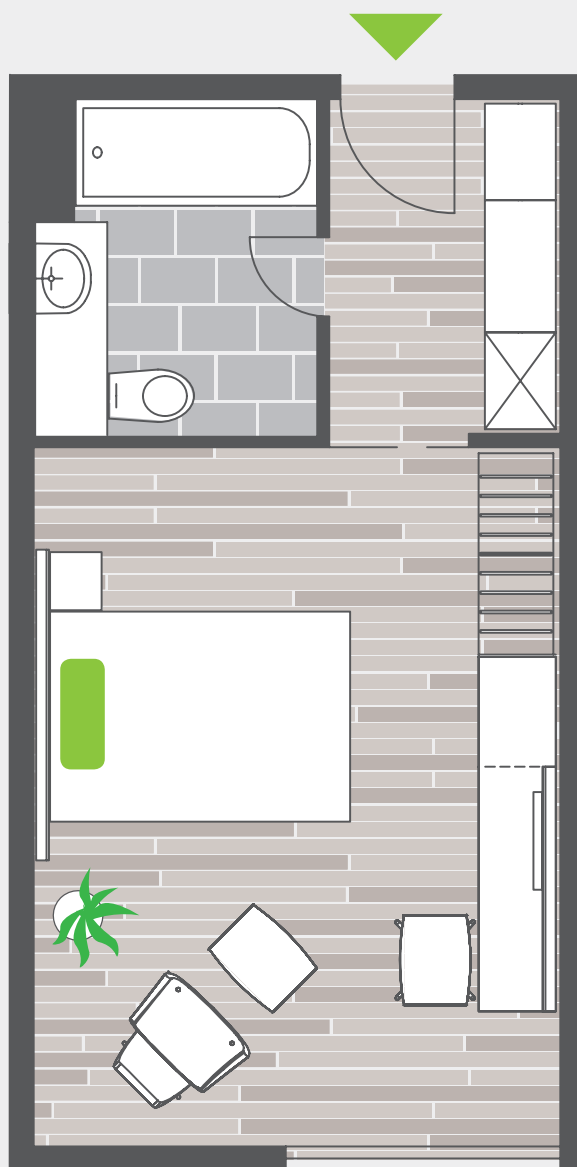


GRUNDRISSEBEISPIEL

WHG 0.03 UND WHG 3.98

Wohnfläche: 24,31 m²

Wohnfläche: 22,01 m²



Originalbild Badezimmer



Originalbilder

Der Betreiber

„Nutze die Talente, die Du hast.
Die Wälder wären still, wenn nur die begabtesten Vögel sängen“
Henry van Dyke (1852 - 1933)



Originalaufnahme Tagungsraum

DIE NOVUM GROUP

Wie bei jeder Immobilie, die zur Kapitalanlage erworben wird, ist neben den bekannten Kriterien der Mieter ein wesentlicher Faktor für ein sicheres und erfolgreiches Investment.

Wir freuen uns, Ihnen mit der Novum Group einen herausragenden und bonitätsstarken Partner für eine langfristige Zusammenarbeit an die Seite stellen zu können.

Als familiengeführtes Unternehmen ist die Novum Group die drittgrößte Hotelkette Deutschlands und betreibt unter dem Brand Novum Group Hotels erfolgreich europaweit an 36 Standorten mittlerweile 127 Hotels.



JAHR	HOTELS	ZIMMER
1988	1	49
2010	12	560
2011	21	1.524
2012	23	1.977
2013	32	2.349
2014	41	2.991
2015	61	5.435
2016	114	12.000
2020	150	15.000



Originalaufnahme Restaurant/Lounge

Der Grundstein der NOVUM Group wurde 1988 mit der Gründung eines ersten Hotels durch Nader Etmenan in Hamburg gelegt. Mit Übergabe der Geschäftsführung an seine Söhne erfolgte ab 2004 die Übernahme weiterer Häuser in der Hansestadt Hamburg.

Seit 2004 befindet sich die Unternehmensgruppe in der europaweiten Expansion unter Leitung von David Etmenan. Bei den NOVUM Group Hotels handelt es sich um drei bis vier Sterne-Häuser in zentrumslagen europäischer Metropolen, deren individueller Charakter überwiegend Touristen sowie Geschäftsreisende anspricht.

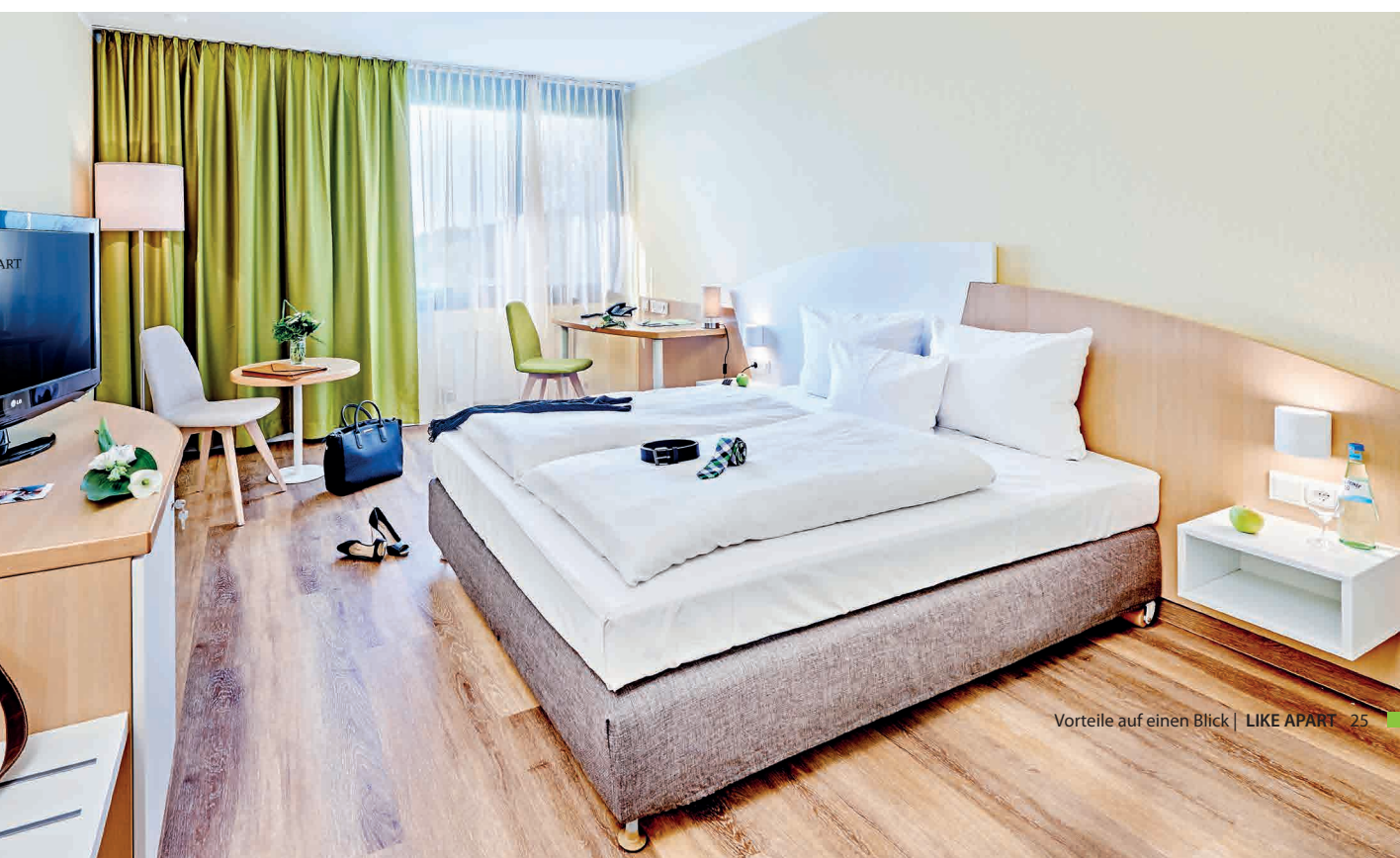


Vorteile auf einen Blick



Originalbilder

- + Kurzfristiger Cash-Flow: feste, monatliche Mieteinnahmen durch den Eintritt in einen Mietvertrag mit 20 Jahren Laufzeit und einer zweimaligen mieterseitigen Verlängerungsoption von jeweils 5 Jahren.
- + Die Miete fließt monatlich, unabhängig davon, ob Ihr Hotelapartment ausgelastet ist oder nicht (siehe Mietvertrag)
- + Verminderte Vermieterrisiken wie beispielsweise Mietausfall, hohe Mieterfluktuation, Leerstand, hohe Instandhaltungskosten
- + Überdurchschnittliche Mietrendite bei vergleichsweise geringen Nebenkosten
- + Die renommierte Novum Hotel Group als Betreiber ist die drittgrößte Hotelkette Deutschlands
- + Inflationsgeschützte Investition durch indexierten Mietvertrag (nach VPI). Stetige Mieterhöhungen steigern den Wert einer Immobilie
- + Grundbuchliche Absicherung: Sie haben alle Rechte an dieser Wohnung und können diese vererben, verschenken, beleihen oder verkaufen.



P&P: ÜBER 20 JAHRE IMMOBILIENERFAHRUNG

Über die P&P Gruppe:

Die P&P Gruppe entwickelt, revitalisiert und vermarktet seit über 20 Jahren Gewerbeimmobilien und Wohnbauprojekte. Bei einem Jahresumsatz von über 130 Mio. Euro, einem Entwicklungsvolumen von über einer Milliarde Euro und 60 Mitarbeitern deckt P&P als Initiator, Investor und Asset-Manager alle Bereiche der Immobilienwirtschaft ab. Zu den Kernkompetenzen zählen die Sanierung und Modernisierung erhaltenswerter Altbauten.

Als Marktführer in der Region Nürnberg hat sich die P&P Gruppe auf die Konzeption von Kapitalanlageimmobilien spezialisiert. Neben dem klassischen Wohnungsbau ist das Unternehmen auch in den Segmenten Micro-Apartments, Hotel und Boarding-Houses bzw. Serviced Apartments aktiv.

1995

legt Michael Peter mit der Sanierung eines Einfamilienhauses den Grundstein für das Unternehmen.



P&P Firmenzentrale, Isaak-Loewi-Str. 11, 90763 Fürth

6.000

Wohn- und Gewerbeeinheiten
wurden seit Unternehmensgründung entwickelt.

Über die
P&P Gruppe

2.200 Einheiten

hat das Unternehmen seit Etablierung des Geschäftsfelds
Micro-Apartments im Jahr 2009 entwickelt.

150 Mio. €

Verkaufsvolumen 2014

450.000 m² Wohnfläche

wurden seit Bestehen des Unternehmens realisiert.

60

Insgesamt
Mitarbeiter arbeiten von Fürth und München aus.

Das Unternehmen hat seit seiner Gründung
ein **Gesamtverkaufsvolumen** von **1.600.000.000 €** erzielt.

Objekt- beschrei- bung

Bezeichnung	Hotelbau
Konstruktionsart	Das Objekt besteht aus einer Stahlbetonbauweise.
Geschosszahl	Hotelbereich mit vier Vollgeschossen, nördlicher und südlicher Anbau jeweils eingeschossig.
Untergeschoß	Das Gebäude ist bis auf einen Teilbereich unter dem südlichen Anbau nicht unterkellert.
Dach	Die eingeschossigen Anbauten besitzen jeweils Flachdächer, die unverändert im Bestand verblieben, soweit nicht von einzelnen Renovierungsarbeiten umfasst. Das Hauptgebäude verfügt über ein Bestandsatteldach.
Fassade	Die Fassade ist größtenteils verputzt mit vereinzelt Holzelementen
Fenster	Aluminium- und Holzfenster mit Isolierungsverglasung
Türen	Innentüren aus Holz, Brandschutztüren mit der entsprechenden Feuerwiderstandsklasse.
Heizung/ WW-Versorgung	Das Objekt wird über eine Ölheizung mit zentraler Warmwasserbereitung versorgt.
Lüftung	Die Lüftung erfolgt über mehrere zentrale Bestandslüftungsanlagen.

MODERNISIERUNGS-/ RENOVIERUNGSHISTORIE:

- 1979/80** Errichtung des Hotelkomplexes in Stahlbetonbauweise
- 1987** Neubau des Restaurants Kärntner Stube
- 1995** Umwandlung des Schwimmbades in Konferenzraum 6 und kleinen Sauna/Fitnessbereich
- 1996** Neumöblierung und neue Ausstattung aller 126 Hotelzimmer
- 1998** Umbau der Bauernstube: Mobiliar und Neubau Buffetbereich
- 2000** Austausch/Erneuerung des primären Ölbrennkessels, der sekundäre Bestandsölbrennkessel verbleibt zur Abdeckung der Spitzenlast
- 2001** Generalsanierung der Aufzugsanlage
- 2002** Erneuerung der Notlichtanlage inkl. Batterieschrank
- 2003** In allen Badezimmern: Erneuerung der Fußbodenfliesen, Decken, Beleuchtung sowie der elektrischen Zusatzheizung
- 2003** Neubau eines Atriums als zusätzlicher Tagungs- und Pausenbereich
- 2005** Überarbeitung der Fassade im Nord/West und im Teilbereich Süd jeweils ohne Fenster
- 2006** Erneuerung der Steuerung Klima-/Belüftungsanlage ausschließlich bezüglich des neugeschaffenen öffentlichen Behinderten-WC in der Lobby
- 2012** Umrüstung Antennenanlage digital und neue TV-Geräte (Flatscreens 32", inklusive Radio, Weckfunktion) in allen Zimmern, neue Bäder in 100 Zimmern, Flachdach ausschließlich oberhalb Konferenzraum 6 neu gedeckt
- 2013** Parkplatzsanierung, partielle Überholung der Flachdachumrandung im Bereich der Gastronomie
- 2015/16** Renovierung sämtlicher Zimmer inklusive Bäder, der Konferenzräume und des Empfangsbereichs
- 2015** Renovierung/Neugestaltung des Empfangsbereichs (inkl. Rezeption)
- 2015** Erneuerung der Thekenanlage im Lobbybereich (Bar & Lounge)
- 2015/16** Renovierung sämtlicher 126 Zimmer inklusive Bäder
- 2015/16** Modernisierung aller Konferenz- und Tagungsräume

HAFTUNGS AUSSCHLÜSSE

TEIL A

Der Prospekt ist erst dann als vollständig anzusehen, wenn der Investor neben dem vorliegenden Teil A auch den Teil B sowie die damit verbundenen Vertragswerke (Kaufvertragsentwurf, Teilungserklärung nebst Anlagen) zur Kenntnisnahme ausgehändigt bekommen hat.

Gegenstand des Prospektes ist die Darstellung von 126 Apartments einer konkreten Liegenschaft Wetterkreuz 7 in 91058 Erlangen sowie 102 Außenstellplätzen. Die Prospektherausgeberin in ihrer Funktion als Verkäuferin erteilt durch die im Prospekt zu diesem Projekt getätigten Auskünfte keinerlei Rechts- oder Steuerberatung, da dies gesetzlich aus-

schließlich den entsprechenden Berufsträgern zugewiesen ist. Auch im Hinblick auf Finanzierungsthemen, Fragen der Kapitalanlage oder der wirtschaftlichen Konsequenzen des Immobilieninvestments erfolgt keine Beratung, sondern der Investor ist gehalten, sich entsprechend Rat fachkundiger dritter Personen seines Vertrauens einzuholen. Weiterhin übernehmen weder die Prospektherausgeberin oder ein an der Erstellung dieses Prospektes beteiligter Dritter eine Haftung für die zukünftige Entwicklung der unterstellten Kosten- und Ertragsstruktur. Aufgrund der Vielzahl möglicher Nachteile des Investments, sind diese in die nachfolgenden 4 grundlegende Kategorien einzuteilen:

Rechtliche Risiken	Objektbezogene Risiken	Personenbezogene Risiken	Marktbezogene Risiken
Änderung der Steuergesetzgebung und/oder der Verwaltungspraxis	Insolvenz der Betreiberin → Betreiberrisiko	Fehlende Finanzierungsmöglichkeiten aufgrund unzureichender Bonität und Einkommensverhältnisse	Veränderung der Makro- und/oder Mikrolage, → Abnehmende Attraktivität des Umfelds
Änderungen des Miet-, Wohn- und Teileigentumsrechts, z. B. Änderungen der Wohnflächenverordnung	Nicht durchgeführte Instandhaltungsmaßnahmen durch die Betreiberin → Instandhaltungsrisiko	Arbeitsplatzverlust, Scheidung, Krankheit oder Unfall	Geänderte Nachfrage hinsichtlich Wohnraumgestaltung und –Ausstattung sowie Flächenverbrauch
Auflagen bei der Grundrissgestaltung und Bauausführung → eingeschränkter Schall-, Trittschall- und Wärmeschutz	Keine Eigennutzung der Immobilie möglich, daher reine Kapitalanlage → Nur Weiterveräußerung an Kapitalanleger möglich	Verminderte Steuervorteile durch verringertes (zu versteuerndes) Einkommen	Demografische Entwicklung
Geänderte rechtliche Auflagen, z. B. Einbau von zusätzlichen technischen Anlagen (Rauchmelder)	Erhöhter Pflege- und Erhaltungsaufwand im Sondereigentum → Änderung Kosten- und/oder Ertragsstruktur	Erhöhte Liquiditätsbelastung durch Ausgleich von Unterdeckungen → Notverkauf → Insolvenzrisiko beim Käufer	Sinkende Verkaufspreise auf dem Zweitmarkt (Wiederverkauf)
Aufgrund Auflagen → Erhöhte Reparatur- und Instandhaltungskosten	Erhöhte Abnutzung aufgrund häufig wechselnder Nutzer	Unzureichende Entschuldung bzw. fehlende Exit-Strategie bei Rentenbeginn	Negative Entwicklung zukünftiger Kosten und Mieterträge
Verjährung der Ansprüche	Unzureichende Objektverwaltung → erhöhte Bewirtschaftungskosten	Verhältnis zu Miteigentümern → Beschlussmehrheit in der WEG-Versammlung	Künftige Entwicklung der Darlehenszinsen → Erhöhte Kosten der Anschlussfinanzierung

Alle diese Faktoren sind sowohl individuellem (personen- oder objektbezogene Sachverhalte) als auch generellem Wandel unterworfen. Für den Inhalt des Prospektes ist daher immer nur die zum Zeitpunkt der Erstellung geltende und bekannte Sach- und Rechtslage maßgebend. Die im Prospekt Teil A gezeigten Fotos, Illustrationen und weiteren Darstellungen sind zur Visualisierung gedacht und können im Einzelfall in den einzelnen Apartments in Details abweichen, so dass die Prospektherausgeberin insoweit keine Haftung übernehmen kann. Im Prospektteil B werden dann die wesentlichen Risiken eines Immobilieninvestments, die im vorliegenden Teil A nur kurz exemplarisch dargestellt werden können, ausführlich erläutert und ergänzt.

Grundlage der Rechtsbeziehung zwischen Prospektherstellerin und Investor sind die abzuschließenden Vertragswerke, die dann die gegenseitigen Rechte und Pflichten regeln und im Prospekt Teil B ausführlich erläutert werden. Dem Investor wird daher bei weitergehendem Interesse in Ergänzung zum vorliegenden Prospekt Teil A noch der Teil B sowie eine Zusammenstellung von Unterlagen mit Vertragsmustern sowie weiteren objektbezogenen Unterlagen zur Verfügung gestellt, die ihm die weitere konzeptionelle Gestaltung der Verträge verdeutlichen sollen. Sobald der Investor bereit ist, wird dann auf der Grundlage dieser Unterlagen das individualisierte Vertragsangebot für die notarielle Beurkundung erstellt. Insofern unterliegt der finale Notarvertrag als auch die sonstigen Verträge gegenüber dem Entwurf noch tatsächlichen und rechtlichen Änderungen/Anpassungen. Maßgeblich sind dann letztlich die beurkundete Vertragsfassung bzw. die unterschriebenen Verträge.

Die ausschließliche Verantwortung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der im Prospekt und den weiteren Vertragsunterlagen dargelegten Tatsachen übernimmt – unter den Einschränkungen dieser Haftungsausschlüsse – die Prospektherausgeberin. Die Prospektherausgeberin hat deswegen auch als Einzige die Möglichkeit, verbindliche Aussagen zum Prospektinhalt abzugeben. Das Gleiche gilt für vom Prospekt abweichende Angaben. Werden durch die Prospektherausgeberin externe Vertriebspartner mit dem Verkauf der Liegenschaft beauftragt, haften weder die Vertriebspartner, noch deren Geschäftsführer, Mitarbeiter oder weitere Beauftragte und deren Mitarbeiter für unklare, unrichtige oder unvollständige Prospektangaben und die eventuell daraus resultierende Verletzung von Aufklärungs- und Hinweispflichten der Prospektherausgeberin. Die mit dem Vertrieb beauftragten Gesellschaften und Personen sind ihrerseits nicht berechtigt, verbindliche Zusagen oder Nebenabreden, die vom Inhalt dieses Prospektes abweichen oder über diese hinausgehen, zu treffen. Sie sind weder zur rechtsgeschäftlichen

Vertretung der Prospektherausgeberin ermächtigt, noch dürfen sie Zahlungen oder Leistungen für diese entgegennehmen. Die beauftragten Vertriebsgesellschaften sind insbesondere keine Erfüllungsgehilfen der Prospektherausgeberin, welche insoweit auch keine Haftung für solche unberechtigten Erklärungen und Handlungen übernimmt. Es sind einzig und allein die Erklärungen der Prospektherausgeberin maßgebend.

Aufgrund des Herstellungs- und Ausgabezeitpunkts des Prospektes und der damit verbundenen zeitlichen Weiterentwicklung besteht die Möglichkeit, dass die im Prospekt noch nicht abschließend feststehenden Zahlen, Fakten und Daten noch Modifikationen/Anpassungen unterliegen. Der Investor hat daher die Möglichkeit, sich bei der Prospektherausgeberin bezüglich der nach Prospekterstellung eingetretenen aktuellen Entwicklung zu informieren und die Prospektherausgeberin wird ihm, soweit wie möglich, diese Informationen zukommen lassen. Sollte er von dieser Möglichkeit Gebrauch machen, so muss er, wenn er dadurch Erkenntnisse gewinnt, dass hier erhebliche Abweichungen zum Prospekt vorhanden sind und sich dadurch eventuell Ansprüche gegen die Prospektherausgeberin ableiten lassen könnten, diese binnen 12 Monaten gegenüber der Prospektherausgeberin geltend machen. Ansonsten verjähren solche Ansprüche – wenn sie denn überhaupt bestünden – nach Ablauf von 3 Jahren gerechnet ab dem Datum der Herausgabe des Prospektes.

Alle im Prospekt dargelegten Zahlen, Daten und Fakten entsprechen nach bestem Wissen dem Kenntnisstand zum Zeitpunkt der Prospektierung und geben, aus Sicht der Prospektherausgeberin und Verkäuferin, alle, für die Anlageentscheidung wesentlichen Umstände vollständig und richtig wieder. Soweit wie möglich, wurden alle zum Zeitpunkt der Prospektierung bekannten bzw. erkennbaren Sachverhalte und Entwicklungen bei der Prospekterstellung berücksichtigt. Aufgrund des Erstellungs- und Ausgabezeitpunkts des Prospektes kann jedoch nicht ausgeschlossen werden, dass die im Prospekt genannten Zahlen, Daten und Fakten im Zeitverlauf noch Anpassungen unterliegen. Ebenfalls ist nicht auszuschließen, dass trotz umfassender und gewissenhafter Prüfung Irrtümer aufgetreten sind oder sich Schreibfehler eingeschlichen haben.

Der vollständige Prospekt wurde im Februar 2017 fertig gestellt. Im Anschluss wurde der Prospekt durch die Prospektherausgeberin den Vertrieben zur weiteren Verwendung ausgehändigt.



Darstellung und Ausführung in diesem Exposé geben den Stand bei Drucklegung wieder; Änderungen und Irrtümer bleiben vorbehalten.
Bildnachweis: M. Aust, V. Lau, M. Neuner, A. Tschoppoff, Archiv P&P, fotolia.com, istock.com, Google Earth, Stand: 02/2017

P&P

GRUPP

Adresse des P&P-Objekts:

Hotel LikeApart
Wetterkreuz 7
91058 Erlangen

www.likeapart.de

P&P Real Estate GmbH

Isaak-Loewi-Straße 11
90763 Fürth

Tel. +49 (0) 911 76 60 61-0

info@pp-gruppe.de

www.pp-gruppe.de