

Malta

EINGANGSPFORTE FÜR DEUTSCHE INVESTOREN



IN THE LEAD-UP TO
ITB
BERLIN
The World's
Leading
Travel Trade
Show

Erweiterte Version:
globalfdireports.com

Januar 2025



As published in

DIE WELT



Global FDI
REPORTS

02 | ÜBERSICHT

03 | TOURISMUS

06 | MALTA NEU
DENKEN

07 | FINANZEN UND
IMMOBILIEN



Malta's Hauptstadt Valletta, UNESCO-Weltkulturerbe, mit ihren schönen handgearbeiteten Holzbalkonen, "gallarij", Symbol für die einzigartige Architektur und den historischen Charme der Stadt.

VisitMalta



Valletta, Hauptstadt von Malta. Foto: Unsplash

Kleine Inseloase für große Geschäfte

Malta bietet ein ideales Klima, nicht nur in einer Hinsicht. Mediterranes Urlaubsflair geht einher mit geschäftsfreundlicher Mentalität, einem stabilen regulatorischen Rahmen und innovativen Geschäftsumfeld, woraus die Nation wie ein Magnet für internationale Investitionen aufgestiegen ist.

Seine Gegensätze lassen Malta gedeihen. Zum einen Heimstätte neolithischer Tempel, älter als die Pyramiden, bildet die Nation auch einen Start-up-Hub mit florierendem Technologiesektor. Die lebhafteste Tourismusbranche bedient Sonnenanbeter auf der Suche nach idyllischen Mittelmeerstränden ebenso wie Reisende mit dem Wunsch nach kulturellen und kulinarischen Highlights. Das Ambiente als kosmopolitisches europäisches Reiseziel fügt sich perfekt ein in das entspannte mediterrane Lebensgefühl, das Malta so einzigartig macht.

Malta hat diese Formel in nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg umgesetzt. Das BIP wuchs 2023 um 5,6%; für 2024 und 2025 sagt die Europäische Kommission 4,6 bzw. 4,3 % voraus. Starke Ausfuhren, ganz vorn Elektronik, Fach- und Finanzdienstleistungen, sind ein Wachstumsfaktor. Wesentlich dafür ist die enge dauerhafte Verbindung zu Deutschland, das sich zu Maltas Hauptexportmarkt, dem zweitgrößten Importmarkt und einem wichtigen Herkunftsland ausländischer Gäste entwickelt hat. „Malta und Deutschland sind sich in vielen Dingen einig“, bemerkte Premierminister Robert Abela beim Treffen mit Bundeskanzler Olaf Scholz in Berlin im November 2023. Abela beschrieb den Gipfel als „sehr positiv“ und betonte „das hohe Potenzial für verstärkte Zusammenarbeit in aufstrebenden Branchen“ zum gegenseitigen Nutzen, insbesondere High-End-Industrie, Pharma, Finanzdienstleistungen und Luftverkehr.

Als Standort rund 60 deutscher Firmen und mit Direktinvestitionen aus Deutschland von € 14,1 Mrd. bietet Malta Chancen auf zahlreichen Gebieten.

Der bedeutende Player in Finanz- und Fachdienstleistungen mit aufblühendem Technologiesektor hat in den vergangenen Jahren Anstrengungen unternommen, um Maltas Geschäftsumfeld weiter auszubauen, indem sich die Nation als Start-up-Hub etabliert. Diese Anstrengungen tragen Früchte, so richtete das Land im Mai 2024 den angesehenen EU-Start-up-Gipfel aus, wo es die Vorzüge für Gewerbetreibende und Investoren vor über 2000 Anwesenden präsentierte.

„Malta und Deutschland sind sich in vielen Dingen einig.“

Robert Abela
Premierminister von Malta

Bei der Veranstaltungseröffnung merkte Premierminister Abela an, man arbeite weiter an den rechtlichen Rahmenbedingungen und dem Abbau bürokratischer Prozesse für Start-ups, um den Standort, der bereits jetzt Anreize wie Steuererleichterungen und Zuschüsse für junge Unternehmen biete, noch attraktiver zu machen. Ergänzend agiert die maltesische Innovationsbehörde Malta Digital Innovation Authority (MDIA), die eigens einen Innovationshub zur Förderung neuer Vorhaben geschaffen hat. „Malta ist attraktiv und aufgrund unseres geschäftlichen Ökosystems gegenüber anderen Ländern im Wettbewerbsvorteil“, erklärt Kenneth Brincat, MDIA-Vorsitzender. „Wir sind

ein unternehmensfreundliches Land.“

Neben seiner Stärke in aufstrebenden Branchen, darunter die Spieleindustrie, KI und Blockchain-Technologien, bleiben herkömmlichere Wirtschaftszweige bedeutsam. Als ein führender europäischer Gerichtsstand bei Captive Versicherung bildet Malta für größere Unternehmen die Pforte zum gesamten Kontinent. Hinzu kommt die bemerkenswerte Präsenz auf dem Rückversicherungsmarkt. Insgesamt soll die nationale Versicherungsbranche 2024 um 3 % auf über US\$ 2 Mrd. wachsen. Angesichts steigender Nachfrage nach Technologielösungen hat die maltesische Finanzdienstleistungsaufsicht in einen Rechtsrahmen investiert, der auf die Branchenentwicklung eingeht und deren Anziehungskraft auf Firmen nicht nur in Deutschland bewahrt.

Ähnlich schwungvoll zeigt sich die Tourismusbranche. 2023 setzte der altbewährte Wirtschaftspfeiler mit nahezu 3 Mio. Anreisenden neue Maßstäbe. Die dynamische postpandemische Erholung veranlasste die Verantwortlichen, Wege zur Maximierung des Branchenpotenzials zu erkunden. Im Fokus der Anstrengungen stand, Touristenströme abseits traditioneller Touristengebiete über ganz Malta und Gozo zu verteilen. Dieser strategische Impuls hat branchenweit höhere Qualitätsstandards gesetzt und Investitionen in Hotelenerneuerungen, Neubauten und gastronomische Spitzenerlebnisse angestoßen. Wie eine steigende Flut alle Boote hebt, so wird Maltas wohlbegründeter Charme als Urlaubsdestination die wirtschaftliche Gesamtentwicklung auch 2025 vorantreiben.

„Wir bieten ein höherwertiges Erlebnis auf allen Ebenen.“

Carlo Micallef perfektionierte sein Können daheim und im Ausland, erschloss neue Märkte für den Tourismus und entwickelte neue Kreativstrategien, um das postpandemische Reisegeschäft auf Malta wiederzubeleben. Hier teilt der CEO der Tourismusbehörde Malta Tourism Authority (MTA) mit uns seine Leidenschaft für den pulsierenden Inselstaat.



Wo begann Ihre Karriere?

Ich komme aus dem Marketing. Nach meinem Studienabschluss an der Universität Malta war ich zunächst bei einem Immobilienunternehmen in der Werbung tätig. Ich entwickelte verschiedene Konzepte, besonders angesichts des Trends zu veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Erstwohnungskäufer. Dank des Firmeneigentümers – ein erfahrener, visionärer Geschäftsmann – lehrte mich mein erster Job viel.

Wie kamen Sie zum Tourismus?

Ich sah eine Zeitungsanzeige für einen Marketingmanager bei der National Tourism Organization of Malta und eine weitere Stelle im Werbebereich. Irgendwie wies das Schicksal in die richtige Richtung. Ich bewarb mich auf beide Stellen und bekam sie beide, aber ich entschied mich für Tourismus, da ich aus meiner Sicht mehr bewirken konnte, indem ich Malta im Ausland vermarktete.

Welche frühen Erfahrungen haben Ihre Vision für die MTA beeinflusst?

Ich war als erster für den russischen Markt in Malta zuständig – 1997 wollte ihn niemand, denn er war neu und im Westen betrachtete man Russland nach wie vor als etwas anderes. Von da an dachte der damalige Tourismusmi-

nister Michael Refalo, ich könne sämtliche Herausforderungen, die er mir aufbürdete, meistern, und sobald ich es schaffte, gab er mir noch größere!

„Malta's Verkaufsargumente sind das Klima, die Historie, Gastronomie, Kunst, Kultur, die englische Sprache, Tauchen und unsere Gastfreundschaft.“

Wie haben Sie sich nach oben gearbeitet?

Nach vier Jahren war ich Senior Marketingleiter, zuständig für das Vereinigte Königreich und Russland. Anschließend wurde ich Leiter der Abteilung „Gästebetreuung“, die ausländische Journalisten, Medien, Reiseagenturen usw. betreut. Ich kümmerte mich um alles, traf unsere Gäste, begleitete sie zum Hotel, entwarf Besuchsprogramme, führte sie durch Malta ... Ich habe ganz unten angefangen und betrachte diese Rolle eher als ein Vergnügen statt einfach als einen Job. Ich schätze mich glücklich, eine solche Tätigkeit gefun-

den zu haben und freue mich immer auf die nächste Aufgabe.

Was haben Sie aus Ihrer Zeit als Leiter Nordische Region und Benelux gelernt?

Da ich nun auf Topmanager und Eigentümer traf, lernte ich ihre Sicht der Dinge kennen und verstand, was sie motiviert, nach Malta zu kommen. Dies brachte mich fachlich weiter und ich wurde mit der Entwicklung des Neugeschäfts betraut. Daraufhin expandierten wir nach Osteuropa, Nahost, Nordamerika und Australien. Ich begriff, dass wir dem Markt das Reiseerlebnis liefern müssen, wonach er sucht. Wir begannen, Fokusgruppen einzurichten, unsere Kampagnen zu testen und zu lernen, was der Markt von uns erwartet. Darauf richteten wir unseren Ansatz neu aus.

Wie wichtig ist der deutsche Markt?

Deutschland ist ein bedeutender ganzjähriger Markt, der gut zu unserem Angebot passt. Deutsche Malta-Reisende lieben sportliche Aktivitäten wie Triathlon, Marathon, Trekking und Biking. Auch gutes Essen, die maltesische Küche und unsere Weine ziehen sie an sowie unsere Kultureinrichtungen wie Museen und Kathedralen.

Inwiefern hat die Pandemie Ihren Marketingansatz beeinflusst?

Es gab Vorschläge, Auslandsbüros zu schließen, da keine Touristen kamen, aber ich bestand darauf, sie offen zu halten und weiter für Malta zu werben. Malta's Verkaufsargumente sind das Klima, die Historie, Gastronomie, Kunst, Kultur, die englische Sprache, Tauchen und unsere Gastfreundschaft. In dieser Zeit filmte das Marketingteam landesweit mit dem Handy, um unser Stückchen Paradies zu zeigen, und postete die Videos in Social-Media-Plattformen wie Instagram, Facebook und X.

Mit welchen Strategien konnten Sie die Dynamik aufrechterhalten?

Während dieser Zeit hielten wir Kontakt zu Reiseveranstaltern und Fluggesellschaften, mit denen wir zusammen-

arbeiteten. Auf dem Höhepunkt der Pandemie organisierten wir zahlreiche Webinare und Seminare mit Reiseveranstaltern in Asien, um ihnen Malta zu präsentieren. Außerdem verschickten wir Wein- und Käsemuster und ließen einen Sommelier aus Malta über Weingeschichte sprechen und darüber, welche Wurst- und Käsesorten zu welchen Weinen passen würden.

Wie hat sich Malta nach der Pandemie erholt?

Im Mai 2022 bot mir der Minister den Posten als CEO an. Hauptaufgabe war, die Reisebranche wieder anzukurbeln. Unser Ziel für 2022 lautete 1,8 Mio. Gäste, letztlich kamen sogar 2,3 Millionen. Im Folgejahr wollten wir den Rekord aus 2019 von 2,75 Millionen knacken und es wurden knapp drei Millionen Gäste.

Wie reagieren Sie auf die Nachfrage nach mehr Luxusunterkünften?

Wir bieten ein höherwertiges Erlebnis auf allen Ebenen. Luxushotelmarken fühlen sich von Malta angezogen und auch, was die Vermarktung Malta's angeht, sind wir wählerisch: Unser Target sind jene Gruppen, die eine Destination für ein allumfassendes Erlebnis suchen. Die Menschen sollen erfahren, dass Malta nicht bloß Sonne und Meer ist: Malta ist mehr als ein Eiland im Mittelmeer.



Maltas Tourismus blüht in der Vielfalt

Mit bis zu 20 Prozent des BIP leistet Tourismus über den gesamten Archipel verteilt einen signifikanten Beitrag zur maltesischen Wirtschaft.

Laut Statista trugen Reisen und Tourismus 2023 € 2,6 Mrd. zu Maltas Wirtschaft bei. Über 50.000 Jobs entstanden, womit die Beschäftigtenzahl der Branche das Niveau vor der Pandemie übertraf. 86 Prozent der Brancheneinnahmen entfielen auf Freizeitreisen.

Maltas Beliebtheit kann kaum überraschen. Der Archipel bietet all seine Vorzüge dar, ein warmes Willkommen rund ums Jahr, sauberes Meer und 7.000 Jahre reichhaltige Geschichte. Reiseanbieter besetzen zunehmend Nischen wie Sport- & Aktivtourismus, Gastronomie & Kulinarisches, Kurzurlaube sowie Kunst & Kultur. „Malta ist keine typische Mittelmeerinsel, sondern gilt als moderne europäische Drehscheibe, ähnlich wie Mailand oder Berlin, jedoch mit dem herrlichen Kli-

ma und den Reizen einer Insel gesegnet“, so Carlo Micallef, Vorsitzender der Tourismusbehörde Malta Tourism Authority MTA. „Malta ist ein pulsierender Ort, ganzjährig offen für Unternehmen. Wir verbinden mediterrane Lebensfreude mit Professionalität und liefern, was wir versprechen.“

„Malta ist ein pulsierender Ort, ganzjährig offen für Unternehmen.“

Carlo Micallef,
CEO, Malta Tourism Authority (MTA)

Deutschland zählt zu Maltas bedeutendsten Wirtschafts- und Handels-

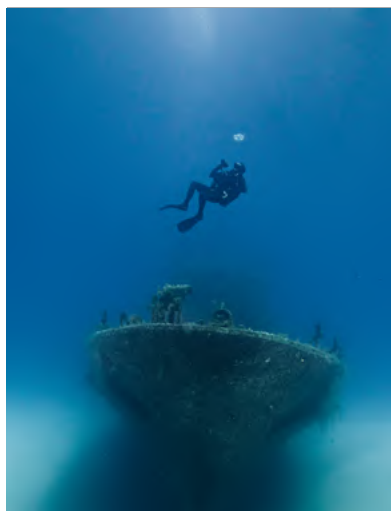


partnern. Rund 60 deutsche Firmen sind in Malta tätig und die deutsche Regierung beziffert die Direktinvestitionen auf über € 17 Mrd. Nach dem Vereinigten Königreich, Frankreich und Italien bilden deutsche Gäste die viertgrößte Gruppe, bei alljährlich steigenden Zahlen. „Mit einem Anstieg von 23 Prozent gegenüber 2023 entwickelt sich der deutsche Markt sehr gut und wir verbessern weiter die Verkehrsanbindung zu Deutschland“, erwähnt Micallef. „Deutschland hat genügend Einwohner, um zur Nummer Eins zu avancieren.“

Ebenso setzt die MTA verstärkt auf Umweltschutz und Ressourcenschonung. Mittels grüner Projekte – in Zusammenarbeit mit Organisationen wie Malta Enterprise, Water Services Corporation und ERA – soll Nachhaltigkeit zum festen Bestandteil der Geschäftspraktiken werden. Auf der MTA-Konferenz im Dezember 2023 wurde rund um das Thema, wie der Herausforderung durch den Klimawandel am besten zu begegnen ist, debattiert. Neben der Förderung emissionsarmer Gastronomie „vom Erzeuger auf den Teller“ und sauberer, grüner Fortbewegungsmittel wie E-Bus und E-Bike umfassen aktuelle Initiativen auch ein neues „Grüner Schlüssel“-System zur Ökozertifizierung von Hotels. „Wir starten etliche Initiativen, damit unsere Tourismusindustrie Nachhaltigkeit und Klimaschutz gewährleistet“, lautet Micallef. „Unser wunderbarer Lifestyle heißt jeden willkommen.“



visitmalta.com



Malta

NEU DENKEN

Maltas Geschäftslandschaft entwickelt sich weiter, wobei Innovation im Vordergrund steht, angetrieben von visionären CEOs, die Ideen in Wachstum umwandeln. Entdecken Sie die Führungskräfte, die den Erfolg auf der Insel neu definieren.

MALTA DIGITAL INNOVATION AUTHORITY



„Unsere überschaubare Größe schafft ein perfektes Ökosystem.“

Kenneth Brincat, CEO, MDIA

Die maltesische Innovationsbehörde Malta Digital Innovation Authority (MDIA) wurde 2018 als einer der ersten Technologie-Regulatoren Europas gegründet. Unter der Leitung von Kenneth Brincat erfüllt die MDIA die Doppelrolle, Technologie landesweit zu regulieren

und digitale Innovation voranzubringen. „Da Regulierung Innovation leicht ersticken kann, bemühen wir uns um ein Gleichgewicht zwischen Regulierung und Förderung“, so Brincat.

Nach der anfänglichen Konzentration auf Blockchain und zugehörige Tech-

nologien hat Brincat den MDIA-Aufgabenbereich auf KI, Cybersicherheit etc. ausgeweitet. „Eine grundlegende Änderung war die Schaffung eines technologieutralen Rechtsrahmens, der die Anpassung an zukünftige Technologien ermöglicht“, sagt Brincat. So entstand ein flexibleres unternehmensfreundliches Ökosystem, das Malta als Zielort für Start-ups und Investoren wettbewerbsfähiger macht. „Unsere überschaubare Größe schafft ein perfektes Ökosystem“, fährt Brincat fort und betont, wie die MDIA Neufirmen durch Prozesse wie Visaformalitäten und Talentsuche lei-

ten kann. „Wir kennen einander und gestalten Prozesse effizienter.“ Ein neuer digitaler Innovationshub zur Unterstützung von Gründern und Unternehmen steigert Maltas Anziehungskraft zusätzlich. „Der Hub ist gerade für deutsche Investoren relevant, da er Start-ups mittels Zuschüssen unterstützen und Know-how bereitstellen wird“, erläutert Brincat, „sowie einen Fachkräftepool aus diversen Bereichen, der Start-ups bei ihren ersten Schritten betreut.“



KM MALTA AIRLINES



„Der deutsche Markt ist uns sehr wichtig.“

David Curmi, Vorstandsvorsitzender, KM Malta Airlines

KM Malta Airlines ist Maltas neues nationales Transportunternehmen, das Air Malta ersetzt. Unter Leitung des Vorstandsvorsitzenden David Curmi verbindet die Fluggesellschaft Malta mit Europa und bedient 98 % aller Flugreisenden. „Wer nach Malta kommt, trifft höchstwahrscheinlich zuallererst auf uns“, erwähnt Curmi.

Maltas enge Beziehungen zu Deutschland haben die Firmenstrategie geprägt, mit Flügen nach München, Berlin und Düsseldorf. In jüngster Zeit ist die Zahl der Flüge auf wöchentlich zwanzig gestiegen. „Von all diesen wichtigen Flughäfen ist München zentraler Knotenpunkt für Passagiere sowie Fracht“, erklärt Curmi. „Der deutsche Markt ist uns sehr wichtig.“

EBO.AI

Wie lautet das Ethos von EBO.AI?

Mittels Technologie hängen wir die Messlatte für digitale Inklusion in Europa tiefer. Je besser der Zugang zum Gesundheitswesen, umso bessere Behandlungsergebnisse, mehr Gemeinwohl und sozialer Zusammenhalt. Gewinnstreben mit gesellschaftlicher Fairness zu koppeln, gibt einen tieferen Sinn.

Welche Zukunftsvision haben Sie?

KI kann helfen, unsere Idee davon, was Verwaltungen und Gesundheitssysteme leisten und wie Bürgerinnen und Bürger mit ihnen interagieren sollen, drastisch zu ändern. Bei Digitalisierung



„Mittels Technologie hängen wir die Messlatte für digitale Inklusion tiefer.“

Dr. Gege Gatt, Gründer und CEO, EBO.ai

geht es nicht um Technologie, sondern um Menschen, um Kultur und um Bewusstseinswandel.

MERCURY TOWERS

Was bedeutet Mercury Towers für Malta?

Der Mercury wird Malta, in puncto Architektur, wahrhaft sichtbar machen. Die ganzheitliche Vision war, einen Raum zu erschaffen, wo Menschen aller Altersgruppen aufeinander treffen und den Tag verbringen. Es ist uns gelungen, einige fantastische internationale Marken von Weltrang anzulocken. Welche Chancen warten auf deutsche Investoren?

In den letzten Jahren ist das Handelsvolumen zwischen beiden Ländern gewachsen. Deutsche Investoren brau-



„Der Mercury wird Malta wahrhaft sichtbar machen.“

Neal Debono, COO, Mercury Towers

chen nur auf den Mercury zu schauen, um einen starken Partner zu sehen – einen sicheren Hafen, einen einladenden Ort für Geschäfte aller Art.

MALTA HOTELS AND RESTAURANTS ASSOCIATION



„Die Branche ist zur vollkommenen Marktreife gelangt.“

Tony Zahra, Präsident, MHRA

Einer der führenden Wirtschaftsorganismen Maltas, der Hotel- und Gaststättenverband Malta Hotels and Restaurants Association (MHRA), vertritt seine Mitglieder gegenüber dem Staat und in den wichtigsten Politikgremien beim Ausbau des für das Land lebenswichtigen Tourismus. „Unser Job ist zukunftsicher“, so MHRA-Präsident Tony Zahra. „Ziel ist zu wissen, wie viel Malta bewältigen kann, ohne seine Ressourcen zu überlasten.“ Für Zahra bedeutet dies, das Branchenangebot bei maximaler Rendite zu optimieren. „Möglicherweise müssen wir uns stärker als bisher auf Qualität konzentrieren“, sagt er mit Blick auf den deutschen Markt als bedeutendes Herkunftsland. „Die Branche ist zur vollkommenen Marktreife gelangt.“

Ein zukünftiger Hauptakteur für europäische Finanzdienstleistungen

Malta, kleiner Inselstaat im Mittelmeer, durch stetiges alljährliches Wachstum gekennzeichnet, wird zunehmend zum wichtigen Player im europäischen Finanzsektor.



Jesmond Gatt, Vorsitzender,
Malta Financial Services Authority

Dieser Erfolg beruht auf der strategischen Lage und einem stabilen für Investoren offenen Umfeld, getragen von einem robusten Rechtsrahmen. Die unternehmensfreundliche Atmosphäre legt hohen Wert auf Qualität, um internationale Investoren anzulocken, insbesondere aus der Versicherungsbran-

che, die deutschen Firmen beachtliche Chancen bietet.

Ein sicheres, strategisches Investitionsumfeld

Jesmond Gatt, Vorsitzender der maltesischen Finanzdienstleistungsaufsicht Malta Financial Services Authority (MFSA), betonte Maltas Verpflichtung zu einer für Investoren sicheren, innovativen Umgebung. Malts Intermezzo in der Grauen Liste 2021 der Financial Action Task Force (FATF) belegt das Engagement des Landes für Rechtstreue und ein umsichtiges regulatorisches Umfeld. „Wir gehören zu den Ländern, die am kürzesten in der Grauen Liste erschienen, eben weil wir frühzeitig begannen, Probleme proaktiv anzugehen“, erwähnte Gatt. So konnte Malta sein Finanzsystem festigen, um stärker sowie belastbarer aus der Situation hervorzugehen.

Technologischer Fortschritt: Die Zukunft des Finanzsektors

Technologischer Fortschritt ist wesentlich in Malts Finanzstrategie und stellt seine globale Wettbewerbsfähigkeit sicher. Dabei überwacht die MFSA ein umfangreiches Portfolio an Regularien, von traditionellen Banken bis zu neuartigen FinTech-Lösungen. Die MFSA hat in Technologie und digitalen Wandel investiert und die rasche technologiebasierte Transformation der Finanzinstitutionen sowie das wachsende Interesse an FinTechs miterlebt.

Dies veranlasste die MFSA, einen ausgefeilten, technologiegetriebenen Rechtsrahmen zu entwickeln. Laut Jesmond Gatt hat Malta, seit das Regelwerk für digitale Güter 2019 in Kraft trat, bei Unternehmen starkes Interesse geweckt – trotz strikter Genehmigungsverfahren. Beim Start der MiCA-Verordnung, betonte Gatt, sei Malta gut auf die Neuordnung vorbereitet und ziehe weiterhin gewichtige Betreiber an, die eine Lizenz beantragen.

Talententwicklung für die Zukunft

Die MFSA ist mit der Universität Malta eine Partnerschaft für Postgraduierten-Programme in Finanzregulierung und Compliance eingegangen. Diese Initiative soll dem Fachkräftemangel

entgegenwirken und auf zukünftige Branchenerfordernisse vorbereiten.

Verbindung zu Deutschland: Wachstumschancen

Malta bietet deutschen Firmen zahlreiche Chancen, wobei Gatt anmerkt, dass bereits eine Reihe deutscher Lizenznehmer auf Malta tätig sind. „Wir sind europaweit führend bei Captive Versicherung und sehen hier hohes Potenzial für deutsche Unternehmen“, führte er aus.

Vertrauen und Stabilität aufbauen

Je weiter Malta seine Position als Finanzhub ausbaut, umso mehr zieht sein Fokus auf Stabilität und exzellente Regulierung internationale Investoren an. Mit einem soliden Rechtsrahmen, starker Bildung und Innovation sowie der Verpflichtung zu hohen Standards ist Malta gut gerüstet, um moderne Investoren bei der Suche nach Wachstumschancen in einer dynamischen Finanzlandschaft zu unterstützen. „Investoren brauchen langfristig Stabilität sowie Vertrauen – Malta bietet beides“, schloss Gatt.

MFSA MALTA FINANCIAL SERVICES AUTHORITY
www.mfsa.mt

■ AX GROUP



Michael Warrington,
CEO, AX Group

Worauf hat sich AX Group spezialisiert?

Eine unserer Zentralabteilungen ist der Bau, besonders Sanierung. In Valletta haben wir drei Objekte instandgesetzt: das 5-Sterne-Boutique Hotel Rosselli, das Saint John Boutique Hotel und den Palazzo Lucia, der nun dem Ministerium für Nationales Erbe, Kunst und Lokalregierung als Sitz dient.

Wie hat sich das Geschäft entwickelt?

Auch wenn wir sehr bodenständig sind, gingen wir vor 27 Jahren als erstes Familienunternehmen an die Börse von Malta. Mit der Zeit übernahmen wir Strukturmerkmale eines Großunternehmens und bleiben doch eine lokale Firma im Familienbesitz mit starker unternehmerischer und sozialer Ausrichtung.

Ihr mediterranes Leben im Herzen Malts

Sich in einen heiteren Winkel von Rabat/Malta schmiegend, befindet sich in nächster Nähe zur alten Zitadelle Mdina das hoch angesehene Verdala Terraces – Inbegriff eines luxuriösen, ruhigen, zeitgemäßen Lebensstils.



Diese verschwenderische Ansammlung von Maisonnetten, Panorama-Villen und Penthouses bietet unvergleichliche Raffinesse umgeben von der natürlichen Schönheit der maltesischen Landschaft. Sorgfältig gestaltet, gewährleistet jedes Domizil höchste Standards in Komfort und Stil. Weiträumiges Design, durchgehende Wandflächen sowie großzügige, vom Boden zur Decke reichende Fenster kreieren nahtlose Wohnräume in verblüffender Optik.

Die Domizile der Grand Mansions liegen privilegiert inmitten einiger der überwältigendsten ländlichen Sze-

narien Malts. Hochwertige Verkleidung und ein kluges Staffeldesign der Terrassen schaffen einen idyllischen Rückzugsort – privat und doch einladend. Die Royal Mansions bieten darüber hinaus exklusives Wohnen für anspruchsvolle Bewohner, die hier in den Genuss der Zurückgezogenheit einer Privatveranda kommen, mit reizvollem Blick ins Land, auf wunderbare Landschaftsgärten und bezaubernde, um die Domizile angeordnete Piazzas.

Annehmlichkeiten der Spitzenklasse – wie ein Außen-Infinitypool mit fantastischem Panoramablick, wunderbare Landschaftsgärten, 24-Stunden-Secu-

rity, Hausmeisterdienste, großzügige Parkplätze und Privatgaragen – steigern den Reiz des Verdala als Destination für anspruchsvolle Kunden. Im Herzen dieser exklusiven Wohnanlage erwartet sie das 5-Sterne Verdala Wellness Hotel mit ganzheitlichen Spa-Anwendungen.

Sowohl EU- als auch Nicht-EU-Angehörige profitieren vom Status als speziell ausgewiesenes Gebiet (SDA) und dürfen hier Eigentum mit denselben Rechten wie maltesische Bürger erwerben.

Interessierte Käufer wenden sich bitte unter Tel. +356 7974 7428/9 oder E-Mail verdalaterraces@axgroup.mt an das Verdala Vertriebsteam.



SCAN FOR
WEBSITE

AX GROUP
axgroup.mt

 CITADEL, GOZO

Explore
more *freedom*



VisitMalta