



Johannes Schweikle

Luxusurlaub in Castelfalfi Beim Frühstück schwebt Nebel zwischen den Hügeln der Toskana

Der Tourismuskonzern TUI versuchte sich erfolglos am Umbau eines mittelalterlichen italienischen Dorfes in ein hochwertiges Ferienresort. Jetzt hat ein Investor übernommen. Lohnt sich die Reise?

Dieser Artikel gehört zum Angebot von SPIEGEL+.

Sie können ihn auch ohne Abonnement lesen, weil er Ihnen geschenkt wurde.

Ein Park in einem italienischen Dorf, gut 60 Kilometer südwestlich von Florenz. Mittendrin: eine libanesische Zeder, vermutlich die extravagante Idee eines früheren Besitzers. Der Baum wuchs über Jahrhunderte nicht nur in die Höhe, sondern auch in die Breite. Der Kellner muss sich unter einem ausladenden Ast ducken, als er den bittersüßen Cocktail Negroni serviert. Man sitzt bequem neben einem Pavillon, der in Würde altert. Hinter den Olivenbäumen, Weizenfeldern und Weinhängen der Toskana geht die Sonne unter.

»Dieser Park ist unsere Lobby«, sagt Isidoro Di Franco. Der rundliche Sizilianer zeigt mit ausgestreckten Armen über den mittelalterlichen Ort: »Bei uns sind die Gäste nicht hinter einem Tor mit Kamera eingesperrt.«

Der 56-Jährige ist Hauptgeschäftsführer des Toscana Resort Castelfalfi, einer Luxusferienanlage aus historischen Häusern rund um den verwunschenen Park. Ihnen soll er zu einem zweiten Leben verhelfen, so der Auftrag. »Hier erleben Sie die authentische Toskana«, so sein Versprechen: »Wenn Sie wollen, können Sie morgen bei der Weinlese mitmachen.«



Toskana-Dorf Castelfalfi: Neues Leben des TUI-Resorts

San Gimignano und Pisa sind nicht weit. Bei Castelfalfi handelt es sich um einen befestigten Weiler aus dem Mittelalter – Borgo genannt – in knapp 300 Metern Höhe über einem Bergsporn. Am Ortseingang empfängt eine kleine romanische Kirche, am Ende thront eine Burg auf der Klippe, dazwischen ducken sich Natursteinhäuser mit Terrakottaziegeln dicht an dicht. Einst fiel es an Florenz, nach dem Zweiten Weltkrieg setzte die Landflucht ein. Castelfalfi rutschte ab ins Prekariat der sterbenden Dörfer Italiens.

TUIs Versuch der Renaissance

Immer wieder gab es Versuche, Castelfalfi wiederzubeleben: In den Sechzigerjahren kaufte ein Textilunternehmer aus Prato bei Florenz das Dorf samt umliegender Gehöfte, den Casali. In den Achtzigern ließ eine Familie aus Mailand ein Hotel bauen und einen Golfplatz anlegen. Doch die Bank, die diese touristische Infrastruktur finanzieren sollte, ging pleite. 2007 übernahm eines der größten Touristikunternehmen der Welt das Dorf: TUI. Zu diesem Zeitpunkt lebten noch fünf Einwohner in Castelfalfi.



Castelfalfi: Das Dorf aus dem Mittelalter hat die TUI zum Resort umgebaut - und wieder verkauft

Die TUI ließ auf elf Quadratkilometern ein Ferienresort entstehen: Vor dem Ortseingang baute sie das Luxushotel TUI Blue mit 120 Zimmern und Suiten, das 2017 eröffnete. In der ehemaligen Fabrik gegenüber, in der einst die Bauern ihren Tabak trockneten, richtete sie ein Viersternehotel mit 31 rustikalen

Zimmern ein. Zudem wandelte sie alte Bauernhäuser im Dorf in 50 exklusive Ferienwohnungen um. Die Casali sollten, renoviert und aufgehübscht, als Ferienhäuser verkauft, der Golfplatz ausgebaut werden. Die Kirche wurde saniert, die Landwirtschaft neu belebt mit biologischem Anbau von Wein und Oliven.

Nachdem die TUI Millionen Euro investiert hatte – geplant waren 250 Millionen –, beschloss sie 2019 endgültig, dass »Castel Fiffi«, wie das Projekt intern bespöttelt wurde, nicht zu ihrem Kerngeschäft passt. Die hochfliegenden Pläne der Anfangszeit – vier Hotels, zwei Golfplätze und rund 450 Villen und Apartments – waren längst begraben, nur ein Teil davon wurde umgesetzt.

Schon 2013 hatte sie versucht, das Urlaubsdorf loszuwerden. Ärger gab es auch mit den Käufern der Ferienhäuser, die schon acht Millionen Euro investiert hatten: Sie beklagten laut der »Wirtschaftswoche« zögerliche Fertigstellung, mangelnden Service und überhaupt – das Ambiente als Luxusdestination habe nicht gestimmt.

Vergangenes Jahr verkaufte TUI schließlich Castelfalfi über eine Holding mit Sitz in den Niederlanden an den indisch-indonesischen Milliardär Sri Prakash Lohia, einen Kunststoff- und Kunstfaserhersteller mit Sitz in Singapur. Das Resort ist sein erstes Touristikprojekt. Über den Preis schweigen beide Seiten.

Mehr Gäste aus den USA und dem Nahen Osten

In der Region war das Projekt der TUI zunächst auf Skepsis gestoßen. Nach den diversen Pleiten italienischer Investoren versprachen Ausländer den großen Wurf – was war davon zu halten? Die Gemeinde Montaione, zu der Castelfalfi gehört, benötigte vier Jahre, bis sie sich zur Bauerlaubnis durchringen konnte, genehmigte dann weniger Hotels und Villen als beantragt und untersagte den geplanten Robinson Club. Zwischenzeitlich forderte Montaiones sozialdemokratischer Bürgermeister Paolo Pomponi die TUI auf, endlich die versprochenen Arbeitsplätze zu schaffen. Heute feiert er das Resort als »größte Investition des 21. Jahrhunderts in der Toskana«.



Bar Ecrù: Sechs Restaurants und eine Bar gehören zum neuen Resort

Hotel, Ferienhäuser und -wohnungen, und das in einem historischen Ensemble: Investor Lohia führt das Konzept der TUI fort. Allerdings mit einigen Veränderungen. »Der Ansatz der Deutschen war richtig«, sagt Geschäftsführer Di Franco, »aber sie haben zu sehr auf die Mittelschicht gesetzt. Wir bewegen uns im obersten Luxussegment. Unser Investor hat schnell viel Geld zur Verfügung gestellt.«

Und das scheint zu helfen: Vergleiche man die Einnahmen seit Wiedereröffnung am 1. April bis zum Herbst mit dem entsprechenden Zeitraum im Jahr 2019, habe Castelfalfi seinen Erlös verdoppelt, so Di Franco.

Auch die internationale Ausrichtung des Resorts habe sich verändert: »Die TUI hat sich auf Deutschland und Europa konzentriert. Wir bemühen uns verstärkt um Gäste aus den Vereinigten Staaten und dem Nahen Osten.«

Diego Mugnaini sagt: »Wir müssen der TUI dankbar sein – sie hat gute Arbeit geleistet.« Der 37-Jährige, der für Lohias Holding arbeitet, stammt aus der Toskana. Er hat in Florenz Landwirtschaft studiert und im renommierten Weinort Bolgheri Erfahrung gesammelt. Jetzt ist er verantwortlich für die Landwirtschaft in Castelfalfi. Und kann sozusagen ernten, was die Deutschen gesät haben.

Auf 25 Hektar Rebfläche baut er Wein an. Die minderwertigen Trauben verkauft er an Chianti-Kellereien, aus den guten macht er sechs eigene Weine. Aus 10.000 Olivenbäumen gewinnt er in der eigenen Mühle verschiedene Sorten Öl. »Wir pressen nach der Ernte innerhalb von zwölf Stunden – das ist entscheidend für die Qualität«, sagt er.

Mugnaini freut sich über die Entwicklung von Castelfalfi. »Nach dem Krieg wollten die Leute raus aus den alten Häusern, von denen viele keinen Strom, keine Heizung und noch nicht mal fließendes Wasser hatten. Seit Corona geht es in die andere Richtung – aus der Stadt zurück aufs Land.«

Er vergleicht diese Bewegung mit dem, was der Autor Giovanni Boccaccio in seinem »Decamerone« beschrieben hat: Als im 14. Jahrhundert in Florenz die Pest wütete, floh die Oberschicht auf ihre Landgüter. »Ich kenne viele, die inzwischen acht Monate im Jahr in ihrer Zweitwohnung in Castelfalfi leben«, sagt Mugnaini. »Mit dem Laptop können sie im Dorf genauso gut arbeiten wie in Mailand. Auch einige Kollegen wohnen im Dorf.« Die Bevölkerung ist auf 80 Personen angewachsen.

Im Winter für weitere Renovierungen geschlossen

Castelfalfi mag inzwischen ein toskanisches Kunstdorf geworden sein – statt dauerhaft hier wohnenden Menschen beleben im Sommer vor allem Urlauber und Urlauberinnen den Ort. Sie schlendern über die einzige Straße, die Via Castelfalfi Castello, vorbei an einer Bar, einer Boutique. Diese befinden sich genauso wie der E-Bike-Verleih in renovierten Häusern aus dem Mittelalter. Das Dorf hat ein von der TUI gebautes öffentliches Schwimmbad, die Einheimischen zahlen reduzierten Eintritt. Am Abend brummt die Trattoria, es gibt gute Pizza und Bistecca Fiorentina.

Vor dem Haupthotelgebäude am Ortseingang parkt ein schwarzer Ferrari mit Kennzeichen aus Dubai. Nach der Übernahme von der TUI wurden die Zimmer im vergangenen Winter umgestaltet: helles Holz und Leder, an den Wänden toskanische Landschaftsimpressionen, für ab 280 Euro pro Nacht. Die Terrasse wurde mit Marmorbruch belegt, beim Frühstück schwebt Nebel wie gemalt zwischen den Hügeln der Toskana.

Zu Füßen des Resorts erstreckt sich der 27-Loch-Golfplatz, er gilt als der anspruchsvollste Italiens. Wem das Luxushotel nicht exklusiv genug ist, der kann eine der Villen mieten – Startpreis 6050 Euro pro Nacht. Justin Bieber hat das diesen Sommer getan, als er ein Konzert in Lucca gab. Das umgebaute Bauernhaus »Casale I Bianchi« zum Beispiel bietet Platz für zehn Personen. Am Pool wachsen Granatäpfel und Rosmarin, daneben gibt es ein eigenes Gym und einen Holzbackofen. Man kann einen Koch des Hotels zum Pizzabacken kommen lassen.



Zimmer im Haupthaus des Fünfsternehotels: Angepasst an die Kunden aus den USA

Ein halbes Jahr nach der Neueröffnung durch den Investor Lohia ist das Resort nach Angaben der Marketingverantwortlichen gut gebucht. Im Winter wird es schließen – weitere Renovierungen stehen an. Castelfalfi soll sich noch klarer von ähnlichen Destinationen in der Toskana abheben, so der Geschäftsführer Isodoro Di Franco. Ein paar Hügel weiter betreibt die Hapimag AG aus der Schweiz ein Feriendorf in vergleichbarer Lage, das Familien aus der Mittelschicht anspricht. »Wir werden im Winter alle Zimmer und unser Spa auf ein Niveau bringen, wie es auf dem US-Luxusmarkt erwartet wird«, sagt Di Franco, die nächste Wiedereröffnung soll im April 2023 stattfinden.

Von der Hotelterrasse zieht sich eine Skulpturenausstellung durch das Dorf bis zum Goumetrestaurant La Rocca in der alten Burg. Alle Tische auf der Terrasse sind belegt, ein junges Paar aus Nordamerika staunt über die alten Mauern. In der Abenddämmerung flackert ein Feuer in einer Eisenschale auf der Turmbrüstung. Zikaden zirpen, im Süden sieht man die die Lichter von Volterra. Der Küchenchef Michele Rinaldi aus Bergamo nennt sein Menü »Tradizione in Evoluzione« – Tradition in Entwicklung.

»Wir wollen die althergebrachte Küche der Toskana für die Moderne öffnen«, sagt Rinaldi, als er nach dem Dessert an den Tischen die Runde macht. In seinen Gerichten schmeckt man auch asiatische Einflüsse. »Es kommen ja Gäste aus der ganzen Welt hierher«, sagt er.