

IMMO'Forum Liveübertragung
20.-21. Januar 2021, www.swisspropertyfair.ch

Erstmals öffentlich und kostenlos
Mehr dazu auf Seite 2

IMMO'21

The Swiss Property Fair
20.-21.01.2021
Zürich

EINE PUBLIKATION VON SMART MEDIA

JAN 21

smartmedia

FOKUS.

BAU- & IMMOBILIENWELT



Interview

ROMAN H. BOLLIGER

«Die Immobilienbranche wurde zwar spät,
aber trotzdem heftig von der Innovationswelle erfasst.»

Lesen Sie mehr auf www.fokus.swiss

PROPERTY ONE
Finance

finance.propertyone.ch

ONE Real Estate Debt Fund

Innovativ am soliden Schweizer
Immobilienmarkt partizipieren.

Der ONE Real Estate Debt Fund ist ein Anlagefonds schweizerischen Rechts der Art «übrige Fonds für alternative Anlagen» für qualifizierte Anleger gemäss Bundesgesetz über die kollektiven Kapitalanlagen (KAG). Fondsleitung ist die Solufonds SA, (Zweigniederlassung Zürich); Depotbank ist die Credit Suisse (Schweiz) AG, Zürich; Asset Manager ist die Property One Investors AG, Zug. Der Prospekt mit integriertem Fondsvertrag kann gratis bezogen werden. Zeichnungen sind nur auf dessen Basis und Einhaltung zulässig. Diese Information dient Werbezwecken und stellt kein Angebot oder Anlageberatung dar.



Wie geht es weiter?

Seit der globalen Wirtschaftskrise von 2008 sind Immobilienanlagen so populär wie nie zuvor. So hat mittlerweile die Gesamtbevölkerung der Schweiz, bewusst oder unbewusst, direkt oder indirekt in Immobilien investiert. Entsprechende Anlagen versprechen Investoren eine langfristige, stabile Rendite aus Mieteinnahmen von Wohn-, Kommerz- und Spezial-Liegenschaften. Infolge der Einführung von Negativzinsen Anfang 2015 hat sich das Interesse weiter zementiert, wobei die erhöhte Nachfrage im Weiteren auch mit fehlenden Alternativen am Markt solider Anlagemöglichkeiten zu begründen war und ist.

Dann kam die Pandemie...

In kürzester Zeit zogen dunkle Wolken über den Immobilien-Himmel. Lockdown! Unsicherheit macht sich breit. Es werden viele Fragen gestellt. Wie viel Miete wird von wem und wie lange noch bezahlt? Werden wir auch zukünftig von zu Hause aus arbeiten? Wird das Office somit hinfällig? Was passiert mit den Immobilienbewertungen, welche seit über 20 Jahren nur eine Richtung kennen? Sind die Renditen in Gefahr? Allen voran profilierten sich sogleich Politiker mit beschränkter konstruktiven Lösungsansätzen. Aber trotz aller Unsicherheit und einem neuen Risikobewusstsein, halten die Investitionen in Immobilien weiter an, mehr noch, es werden neue Höchstpreise bezahlt. Dennoch, einige Fragen stehen noch immer im Raum und die Spreu scheint sich teilweise bereits vom Weizen zu trennen.

Die Erwartungen sind vielleicht zu hoch

Jahr für Jahr fragt man sich, wo die richtige Rendite einer Immobilie oder einer Immobilienanlage liegen soll. Wechselt ein Wohnliegenschaften-Portfolio mit einer Netto Rendite von 1,5 Prozent die Hand, kürzlich so gesehen in der Stadt Genf, befinden wir uns definitiv in

einer speziellen Marktsituation. Doch geht das gut und wenn ja, wie lange noch? Immobilien-Investoren sind infolge der Pandemie deutlich risikoaverser geworden und investieren bevorzugt in teure, bestehende, stabile Liegenschaften. Das scheint gerechtfertigt, determiniert



“ **Einige Fragen stehen noch immer im Raum und die Spreu scheint sich teilweise bereits vom Weizen zu trennen.**

- ROLAND VÖGELE,
CEO MV INVEST AG

jedoch zwangsläufig auch die mögliche zukünftige Gesamtperformance, mehr als zwei bis drei Prozent sollte man wohl nicht erwarten dürfen.

Volkswirtschaftliche Einflüsse und Kapitalbedarf

Die Entwicklungen bei der Migration und Arbeitslosigkeit werden sich, in Zusammenhang mit den wieder verschärften Massnahmen, wohl noch weiter akzentuieren. Auch diese Einflüsse werden die Immobilienbranche mittelfristig beschäftigen. Wir dürfen aber hoffen, dass die Nebenwirkungen verkraftbar sind und nur geringe Reduktionen bei Mieteinnahmen mit sich bringen werden. Der Bedarf an entsprechenden Anlagemöglichkeiten bleibt jedenfalls bestehen. Somit werden auch dieses Jahr wieder zahlreiche Kapitalerhöhungen stattfinden und neue Produkte auf den Markt kommen, was wiederum auch Chancen eröffnet.

Transparenz als Treiber

Um Chancen und Risiken rechtzeitig erkennen zu können, sind weitere Transparenzbestrebungen der Branche jedoch unabdingbar. Entsprechende Anstrengungen sind insbesondere im Bereich der Nachhaltigkeit vermehrt auszumachen. Denn sogenannte ESG-Investments zeichnen, über alle Anlageklassen, seit Längerem überdurchschnittliche Mittelzuflüsse. Neue Standards und Benchmarks etablieren sich und die Akteure sind vermehrt angewiesen sich diesen Themen anzunehmen. Dadurch wird die diesbezügliche Transparenz erhöht, über die Zeit eine aussagekräftige Marktvergleichbarkeit ermöglicht und somit Mehrwerte für alle geschaffen.

Nun wünsche ich Ihnen eine spannende Lektüre verbunden mit guter Hoffnung für das neue Jahr.

TEXT ROLAND VÖGELE



LESEN SIE MEHR...

- 04 Digitalisierung
- 08 Nachhaltigkeit
- 10 Interview: Roman H. Bolliger
- 12 Technologie/Innovation
- 14 Home Staging
- 18 Finanzierung

FOKUS BAU- & IMMOBILIENWELT.

PROJEKTLEITUNG:

Lorraine Acar

COUNTRY MANAGER:

Pascal Buck

PRODUKTIONSLEITUNG:

Miriam Dibsda

TEXT:

Lars Meier, Kevin Meier, Fatima Di Pane, Patrik Biberstein

TITELBILD:

RnD photography GmbH

LAYOUT:

Anja Cavelli

DISTRIBUTIONSKANAL:

Tages-Anzeiger, Januar 2021

DRUCKEREI:

DZZ Druckzentrum AG

SMART MEDIA AGENCY AG

Gerbergasse 5, 8001 Zürich, Schweiz

Tel +41 44 258 86 00

info@smartmediaagency.ch

gedruckt in der
schweiz



Viel Spass beim Lesen!

Lorraine Acar
Project Manager

ANZEIGE

IMMO'Forum Liveübertragung
Mittwoch 20. Januar 2021, 07.50-16.30 Uhr
Donnerstag 21. Januar 2021, 07.50-17.30 Uhr
www.swisspropertyfair.ch

Foto: Gregory Koefer

Wir wagen uns aufs digitale Parkett und bieten den Teilnehmern erstmals die Möglichkeit, alle Forumsbeiträge live über die Messewebsite zu verfolgen. Es erwarten Sie Sonderanlässe und 29 individuelle Panelgespräche mit über 90 hochkarätigen Persönlichkeiten der Immobilienwirtschaft. Vom traditionellen Marktausblick bis hin zu Investitionsmöglichkeiten in Asien, führt Sie das Moderatoren-Trio durch ein einzigartiges Programm. Eine Teilnahme ist erstmals öffentlich, kostenlos und ohne Registrierung möglich. Seien Sie live dabei und verfolgen Sie die spannenden Beiträge am Forum! Das Magazin mit detailliertem Kongressprogramm und zahlreichen, exklusiven Reportagen finden Sie auf der Messewebsite. Keine physische Durchführung der Messe www.swisspropertyfair.ch

«Nichts ist so ansteckend wie Erfolge»

«Lieber klein dafür rasch beginnen, als grosse Projekte vor sich her zu schieben», ist Matthias Frieden überzeugt. Der Managing Director von aroov und sein Team helfen Bewirtschaftungsunternehmen, die Interaktion mit Bewerberinnen und Mietern zu digitalisieren.

Herr Frieden, wie haben Sie sich auf Ihre Wohnung beworben?

Das war vor über zehn Jahren – und ziemlich unständig: Formular per Mail erhalten, ausgedruckt, von Hand ausgefüllt, gescannt. Immerhin: Wir durften die Bewerbung mailen und mussten sie nicht faxen oder per Post schicken.

Wir leben heute mit Smartphones, schauen Netflix und machen E-Banking. Erfüllen die Bewirtschafter die Erwartungen ihrer Bewerberinnen oder Mieter?

Sicher nicht immer. Gerade im urbanen Bereich, wo sich die Mieterin auf mehrere Wohnungen bewerben muss, sind gute digitale Tools eine grosse Erleichterung. Aber auch im ländlichen Bereich möchten Mieter ihre Anliegen möglichst effizient beantwortet haben. Allgemein formuliert: effiziente Kommunikation dank digitaler Tools erleichtert das Leben für beide Seiten, ersetzt jedoch den persönlichen Kontakt niemals vollständig. Dies ist die Chance, die es zu erkennen gilt: mühsame ineffiziente Prozesse digitalisieren und damit Raum schaffen für Begegnungen, wo persönliche Interaktion wichtig ist. Dies steigert nicht nur die Qualität der Dienstleistung, sondern auch die Zufriedenheit bei Mietern und den eigenen Mitarbeitenden.

Solche digitalen Angebote bringen aber nur etwas, wenn sie genutzt werden. Menschen sind Gewohnheitstiere und greifen oft einfach zum Telefon.

Stimmt. Damit wir solche Tools nutzen, müssen diese zwei Bedingungen erfüllen: erstens eine tiefe Einstiegshürde und zweitens ein tatsächlicher Nutzen. Wenn ich erst eine App runterladen muss, um einen defekten Tumbler zu melden, ist der Griff zum Telefon einfacher. Und wenn ich einen Schaden zwar melden kann, dies aber mühsam ist und ich anschliessend nichts mehr höre, dann ist mein Enthusiasmus schnell dahin. E-Banking ist deshalb erfolgreich, weil es für die Nutzerin heute schneller und transparenter ist und die Banken mich sonst bestrafen.

Was heisst das konkret?

Digitale Tools müssen richtig gut sein, und die Bewirtschafter müssen sie selber nutzen. Dann stellt sich der Erfolg auf beiden Seiten ein: Die Mieter sind positiv überrascht, nutzen darum die neuen Möglichkeiten erst recht und erzählen auch im Bekanntenkreis davon. Und die Bewirtschafter reduzieren ihre administrativen



Matthias Frieden ist PropTech-Gründer und seit November 2019 Managing Director der aroov AG.

Arbeiten und können sich aufs Wesentliche konzentrieren. So entsteht eine positive Spirale.

Jetzt zeichnen Sie aber ein gar rosiges Bild der Digitalisierung.

Natürlich passiert das nicht von alleine. Am erfolgreichsten sind digitale Prozesse, die kontinuierliche Veränderungen anstossen. Sie nehmen die Menschen mit, zunächst einzelne Personen und dann ein ganzes Team. Für viele Mitarbeitenden sind sie eine Bereicherung ihres Alltags.

Führt das nicht dazu, dass mehrere Systeme oder Arbeitsweisen parallel im Betrieb sind mit entsprechend grösserem Aufwand?

Das lässt sich eine Zeit lang tatsächlich nicht vermeiden. Aber wir sollten den ökonomischen Realitäten ins Auge blicken: Wer die Reise in eine moderne und damit effizientere und effektivere Zukunft heute nicht beginnt, wird es langfristig schwer haben. Bei den nicht eben üppigen Margen in der Bewirtschaftung schlägt die Konsolidierung zu. Heute können Sie noch wählen, auf welcher Seite Sie sich lieber sehen.

Stichwort tiefe Marge: Wenn ich meine Kosten schon heute nur knapp erwirtschaften kann, bin ich mässig erpicht, zusätzlich Geld für weitere digitale Services auszugeben.

Kostenbewusstsein ist eine unternehmerische Tugend und es ergibt durchaus Sinn, gut zu überlegen, wofür man sein Geld ausgibt. Wer jedoch zu eng auf die Kosten, respektive den Cash out fokussiert ist, vergisst, dass ineffiziente Prozesse, Fehler oder falsche Entscheide ebenfalls Kosten verursachen. Sie sind zwar weniger sichtbar, aber langfristig höher. Es lohnt sich darum, ehrlich mit sich selber zu sein.

Bei der gesteigerten Effizienz müsste ein Bewirtschafter doch mit weniger Mitarbeitenden auskommen. Ist das wirklich der Fall?

Wer digitalisiert, um am nächsten Tag zwei Leute auf die Strasse zu stellen, wird nicht nur enttäuscht werden, sondern verfolgt in meinen Augen das falsche Ziel. Es geht vielmehr darum, die bestehenden Mitarbeitenden – vorausgesetzt sie sind gut oder haben das entsprechende Potenzial – so sinnvoll wie möglich einzusetzen. Wenn Menschen in administrativem Kram untergehen, es auf allen Kanälen klingelt und sie nicht mehr wissen, wo ihnen der Kopf steht, ist das weder dem Arbeitsklima noch der Qualität der Arbeit förderlich. Es geht also um Entlastung von Ballast, damit der Kopf für die relevanten Themen und Arbeiten frei bleibt. Das freut zum einen die Mieterinnen und

« Es lohnt sich, ehrlich mit sich selber zu sein.

Mieter, zum andern die Eigentümer und ist damit im ureigenen Interesse des Bewirtschafter.

Können Sie das an einem Beispiel illustrieren?

Eine Bewirtschafterin beantwortet die Klagen zweier Mietparteien über Feuchtigkeit in den Zimmerecken über Jahre mit dem Standardmerkblatt zum richtigen Lüften – weil ihr schlicht die Zeit fehlt, selber einen Augenschein zu nehmen oder eine Fachperson vorbeizuschicken. Hätte sie es getan, hätte sie festgestellt, dass der Schimmel beträchtlich ist und tatsächlich von Kältebrücken rührt – mit richtigen Lüften war hier gar nichts zu machen. Die Folge: verärgerte Mieter, die sich nicht ernst genommen fühlen und ein Eigentümer, dem eine teure Sanierung buchstäblich ins Haus stand. Diese Arbeit lässt sich nicht digitalisieren – hier braucht es Aufmerksamkeit und allenfalls Expertise. Dafür braucht es aber Zeit und auch Interesse, sich darum zu kümmern.

Welche Aspekte sollte ein Bewirtschafter beachten, wenn er seinen Betrieb transformieren möchte?

Das Wichtigste: Es braucht ein klares Bekenntnis seitens des Managements oder der Inhaber. Gleichzeitig lohnt es sich, die Mitarbeitenden früh in die Veränderungsprozesse einzubeziehen. Sie sind am Puls und die Visitenkarte ihres Unternehmens. Wenn sie wissen, wohin die Reise geht, werden sie auch motiviert sein, dorthin zu kommen. Und sie werden andere auf die Reise mitnehmen. Ich wiederhole mich: lieber klein dafür rasch beginnen, als grosse Projekte vor sich her zu schieben. Nichts ist so ansteckend wie Erfolge, auch wenn sie zunächst klein erscheinen.

aroov in Kürze

Die aroov AG ist eine Tochterfirma der schweizerischen Mobilier Holding AG und von GARAIOREM AG und wurde im August 2019 gegründet. Das PropTech-Startup mit Sitz in Bern beschäftigt 20 Leute aus 6 Nationen. aroov verbindet Mieter und Bewirtschafter mit einer ganzheitlichen digitalen Lösung und begleitet sie Schritt für Schritt durch den gesamten Mieterzyklus.

www.aroov.ch

« Digitale Tools müssen richtig gut sein, und die Bewirtschafter müssen sie selber nutzen.

Wir verbinden Mieter und Bewirtschafter einfach. elegant. effizient

«Mit der Mieterplattform von aroov konnten wir den Arbeitsaufwand im Wiedervermietungsprozess um 30% senken – auch dank der nahtlosen Anbindung an unsere Immobiliensoftware.»



sagt Marco Hodel

Leiter Digitalisierung Redinvest Immobilien AG



www.aroov.ch

Jetzt informieren!



IoT erobert die Bau- und Immobilienwelt

«Die Bedeutung von IoT wird sich in den nächsten Jahren noch massiv erhöhen», verriet uns ein Experte. Was bedeutet dies konkret für die Bau- und Immobilienbranche? Welche Chancen und Herausforderungen gehen damit einher? «Fokus» weiss mehr.

TEXT LARS MEIER

Im Jahr 1999 etablierte der britische Technologie-Pionier Kevin Ashton den Begriff des Internet of Things (IoT). Dieser beschreibt ein Netzwerk, welches Objekte in der physischen Welt mit dem Internet verbindet. Seit damals sind zwar mehr als zwei Jahrzehnte vergangen, doch IoT ist 2021 relevanter denn je – besonders in der Bau- und Immobilienbranche. «Das grösste Potenzial von IoT respektive dessen Basistechnologien Sensorik & Aktorik besteht darin, die Lebensqualität von Gebäuden zu steigern, den Ressourcenverbrauch sowie die Betriebskosten zu senken und das Gebäude respektive dessen Verhalten besser zu verstehen», weiss Peter Staub. Der diplomierte Ingenieur und Studiengangsleiter an der HWZ im Lehrgang «Digital Real Estate» führt aus: «IoT ermöglicht eine digitale Einflussnahme auf das Gebäude und dessen Steuerung durch Immobiliennutzer und -eigentümer oder im Idealfall sogar eine Steuerung des Gebäudes durch sich selbst.»

IoT in der Praxis

Im Zeitalter von Smart Homes ist IoT aus der Bau- und Immobilienbranche ohnehin nicht mehr wegzudenken. «Sensoren an bisher isolierten Gebäudeelementen wie Bauteilen, Anlagen oder Nutzungsressourcen wie Sitzungszimmer machen diese kommunikationsfähig, wie viele heutige Beispiel schon zeigen: Das Dach meldet, wenn es beschädigt ist, die Anlage, wenn eine Störung vorliegt und das Sitzungszimmer, wenn eine Buchung nicht wahrgenommen wurde», erläutert der Experte.

Durch die intelligente Vernetzung entstehe die Möglichkeit, Daten & Systeme in Echtzeit zu verbinden, zu messen, spezifische Ereignisse zu melden, automatische Anpassungen vorzunehmen und allgemein das Verständnis für Prozesse und Vorgänge zu vertiefen. «Durch diese sogenannte end-to-end Prozessautomatisierung und der daraus resultierenden Daten entstehen auch komplett neue Geschäftsmodelle, wie Räume, welche sich selbstständig vermieten und vieles mehr», so der Experte.

Das volle Potenzial von IoT ausschöpfen – aber wie?

Um das enorme Potenzial von IoT aber vollends ausschöpfen zu können, müssen zunächst einige grundlegende Bedingungen erfüllt sein. «Dazu gehört eine gute Datenqualität, welche auf einheitlichen Standards basiert wie beispielsweise der International Building Performance & Data Initiative und durchgängige digitale Planungs- und Managementprozesse», weiss Peter Staub. Er räumt jedoch ein: «Auch hier besteht noch enormer Handlungsbedarf, denn viele im Bauprozess erhobene Daten werden inkonsequent in der Nutzungsphase wiederverwendet. Dabei wären gerade diese Daten für einen effizienten Einsatz von IoT sehr wertvoll.» BIM habe sich mittlerweile als Methode und Standard für das Gebäudedatenmodell durchgesetzt, sei aber in der Umsetzung im gesamten Lifecycle, von der Planung und Herstellung bis hin zur Reparatur, Wartung und dem Rückbau nach wie vor noch zu wenig umgesetzt.

Der Sicherheitsaspekt darf nicht unterschätzt werden

Daten nehmen in der zunehmend digitalisierten Welt einen hohen Stellenwert ein. Diese gilt es, vollumfänglich zu schützen. «Der wichtigste Sicherheitsaspekt bei der Digitalisierung von Gebäuden ist der Umgang mit den erhobenen und verwendeten Daten. Dafür ist es unumgänglich, Dateneigentum, Nutzerrollen, Zugriffsrechte, Datenhoheit und Datensicherheit klar zu definieren. Je intelligenter Gebäude werden, umso anfälliger werden sie für Cybercrime-Angriffe, durch welche schon ganze Immobilien lahmgelegt wurden!», warnt der Experte. Er zieht als Fazit: «IoT erfordert neben technischen Kompetenzen also auch neue Kompetenzen im Rechts- und Sicherheitsbereich!» Denn es gehe bei IoT nicht darum, möglichst viele Daten zu sammeln, sondern vor allem jene, welche auf fundierten, durchdachten Geschäftsmodellen beruhen. «Nicht alles, was machbar ist, ist sinnvoll!», fasst Peter Staub prägnant zusammen.

Ein Blick in die Zukunft

Dass die Digitalisierung jene Entwicklung ist, die unser Leben mit am meisten prägt, dürfte unbestritten sein. Welche Trends lassen sich diesbezüglich in der Bau- und Immobilienbranche festmachen? «Im Moment sind viele Trends erkennbar, wie beispielsweise die ständig wachsende Anzahl von digitalen Plattformen oder darauf basierenden Ökosystemen», berichtet der Experte. «In Immobilien-Ökosystemen arbeiten verschiedene Unternehmen auf der Basis eines gemeinsamen

Wertversprechens (Value Proposition) als Kunden und Lieferanten zusammen und schaffen Mehrwerte für alle Beteiligten.» Sie nutzen gemeinsam Daten des digitalen Abbildes des Gebäudes, nämlich als sogenannter digitaler Zwilling. «Dazu gehören eben auch verhaltensbezogene Daten, welche mit IoT ermöglicht werden. Die Bedeutung von IoT wird sich somit in den nächsten Jahren noch massiv erhöhen», prognostiziert Peter Staub.

Die Bedeutung von digitalen Zwillingen

Digitale Zwillinge nehmen in Sachen Digitalisierung der Bau- und Immobilienbranche ebenfalls eine tragende Rolle ein, wie der Experte betont: «Digitale Zwillinge, welche auf BIM und IoT basieren, bilden ganz klar das Herzstück der immobilienbezogenen Informationssysteme der Zukunft.» Dabei bestehe das grosse Kunststück nicht darin, möglichst viele Daten zu führen, sondern die Qualität der vorhandenen Daten so sicherzustellen, dass zuverlässige Aussagen gemacht werden können, beispielsweise im Rahmen eines Verkaufs, Umbaus oder Bewertung. «Denn wenn die Datenqualität gut ist, ergeben sich durch den Einsatz von erweiterten Analyse- und Prognosetechnologien wie Artificial Intelligence noch ganz andere Möglichkeiten! Man kennt nicht nur das aktuelle Verhalten der Gebäude, sondern kann auch dessen zukünftiges Verhalten voraussagen. Dann wird's richtig spannend», hält Peter Staub fest. Der Erfolgsweg von IoT in der Bau- und Immobilienbranche ist also noch lange nicht vorbei – er hat gerade erst begonnen.

BRANDREPORT ORMERA AG

Mit Smart Buildings zur nachhaltigen Liegenschaft

Auf dem Immobilienmarkt gibt es verschiedene Motivationen, in erneuerbare Energien zu investieren. Immobilienverwaltungen wollen ihr Dienstleistungsportfolio strategisch ausbauen, Grossgrundbesitzer ihre Gebäudeparks modernisieren und Hausbesitzer träumen vom eigenen sauberen Solarstrom. Matthias Egli vom Startup Ormera AG erklärt, welche neuen Herausforderungen dieser Trend für Immobilienbesitzer und -bewirtschaftler mit sich bringt und wie sie diese meistern können.

Herr Matthias Egli, weshalb sollten Immobilienbesitzer in erneuerbare Energien investieren?

Ganz einfach, weil dabei alle Beteiligten gewinnen. Mit dem heutigen Energiegesetz kann Solarstrom in jedem Eigenheim selber produziert und im Quartier weiterverkauft werden. Der Eigentümer steigert dadurch den Wert seiner Immobilie und hat zudem noch eine Rendite auf seiner Solaranlage. Ein Bewirtschaftler wird für das Verwalten der Anlage entlohnt und die Mieter beziehen sauberen Solarstrom.

Welche Rolle spielen dabei Smart Buildings?

Dank Smart Buildings können verschiedenste Verbraucher wie Wärmepumpen, E-Ladestationen

Batteriespeicher und Wohneinheiten automatisch gesteuert und ihr Energieverbrauch gemessen werden. Müssten Immobilienbewirtschaftler die Energieabrechnung aber manuell abhandeln, wäre das unglaublich komplex. Neue Systeme wie Ormera ermöglichen deshalb eine automatisierte Abrechnung, indem sie direkt mit den intelligenten Messgeräten (Smart Meter) im Gebäude kommunizieren.

Welche Vorteile bringt die Ormera-Plattform den Mietern und Verwaltungen?

Die Plattform erledigt die Abrechnung von Strom, Wärme, Wasser und Elektroladestationen automatisch. Verwaltungen sparen dadurch viel Zeit und können



völlige Transparenz und Datensicherheit für Mieter & Eigentümer, welche durch unsere Blockchain Anbindung ermöglicht wird.

INTERVIEW ANGELA BÖNZLI



Das Startup Ormera AG

Die Ormera AG ist ein Startup von PostFinance und Energie Wasser Bern. Die Plattform automatisiert die gesamte Abrechnung von «Smart Buildings» vom Ablesen der IoT-Geräte bis zum Kontoabzug über eine sichere Blockchain. Dank dieser Lösung für verbrauchsabhängige Verrechnung sparen Gebäudemanager viel Zeit. Hausbewohner können ihren Energieverbrauch jederzeit im Ormera-Dashboard verfolgen und so ihren Konsum optimieren.

www.ormera.ch

« Mit der Stromverrechnung habe ich nichts zu tun, das läuft automatisch. Die Rechnungen oder Kontoauszüge erhalten die Mieter automatisch, was für uns sehr praktisch ist. Dank dem Eigenverbrauchsmodell ist es insgesamt günstiger geworden.

- ANDY RUCH, PRIVATKUNDE ZEV HUTTWIL

den Eigentümern die Auswertungen und Energiedaten einfach zur Verfügung stellen. Mietern wiederum steht ein einfaches Kundenportal zur Verfügung, wo sie ihren Energieverbrauch transparent verfolgen können.

Was ist das Innovative an Ormera?

Einerseits die komplette Automatisierung des gesamten Abrechnungsprozesses (Meter-to-Cash). Diese radikale Automatisierung konnten wir dank unserer Technologiepartnerschaft mit ABB erzielen. Andererseits die

«Wir schlagen mit BIM die Brücke zwischen Planer und Bauherr»

Die Vorzüge von «Building Information Modeling» (BIM) für alle Akteure des Bauwesens sind seit Jahren bekannt. Doch erst jetzt beginnen viele Industrievertreterinnen und -vertreter, das Potenzial dieser Planungsmethodik zu erfassen. Das ist auch der Arbeit von Expertenbetrieben wie der BIM Facility AG zu verdanken. Wir sprachen mit Geschäftsführer Matthias Wasem über die Vorzüge von BIM und warum ein «digitaler Zwilling» heute beinahe unverzichtbar ist.



Matthias Wasem

Herr Matthias Wasem, hat sich die Planungs- methodik BIM in der Schweiz durchgesetzt?

Ja, «Building Information Modeling» oder kurz BIM hat sich erfolgreich im hiesigen Markt etabliert. Wir spüren deutliche Veränderungen und die digitale Planungsmethodik findet immer weitreichendere Anwendung: Viele Projekte wurden hierzulande bereits mithilfe von BIM umgesetzt und die spezialisierten Planungsbüros können Erfolge vorweisen.

Wie sehen diese Erfolge aus?

BIM schafft maximale Transparenz – und zwar für alle an einem Bauprojekt beteiligten Parteien. Das führt zu einem enormen Effizienzgewinn, einer höheren Umsetzungsqualität sowie zu tieferen Kosten. Dementsprechend würde der BIM-Ansatz insbesondere für Bauherren und Investoren ein gewaltiges Potenzial bieten.

Warum «würde»?

Leider nutzen viele Akteure aus diesen beiden Segmenten BIM noch eher zaghaft. Das hängt mit zwei Faktoren zusammen: Zum einen mit der Tatsache, dass Bauherren nur wenig Druck zur Verbesserung beziehungsweise Optimierung verspüren. Für sie ist es in der

Praxis oft einfacher, sich auf die Meinung ihrer bestehenden Berater zu stützen und so zu verfahren, wie man das in der Vergangenheit stets getan hat. BIM-Fachleute wiederum, und das führt uns zum zweiten Aspekt, sehen ein Bauprojekt meist oft aus der planerischen Perspektive und verfügen über eher wenig Verständnis für die Bauherren und deren Bedürfnisse. Wir von der BIM Facility AG schlagen hier eine Brücke: Wir zeigen den Bauherren die konkreten Vorteile der digitalen Planung, aber insbesondere des aktuellen und konsistenten digitalen Modells über den gesamten Lebenszyklus auf.

Können Sie ein Beispiel dafür nennen?

Eine wichtige Voraussetzung ist, zu verstehen, dass aktuelle Informationen das Fundament von BIM darstellen. Mit diesen können wir einen «digitalen Zwilling» eines bestehenden oder eines noch zu bauenden Gebäudes errichten. Dieser Zwilling macht die Planung agil und kann sich auch den veränderten Gegebenheiten während eines Bauvorhabens anpassen. Nehmen wir an, ein neues Gebäude wird errichtet, beispielsweise ein Krankenhaus, was ein sehr komplexes Bauvorhaben darstellt. Bisher waren alle Spezifikationen zuerst im Plan festgehalten, den ein Architekt zu Beginn des Projektes erstellt hat. Doch während der Umsetzung verändern sich viele Parameter – und diese Daten, die für den späteren Betrieb und die Weiterentwicklung des Assets enorm wichtig sind, werden nicht korrekt erfasst. Diese Informationen können somit auch nicht dem Bauherrn übergeben werden. Um nun später den Betriebsprozess des Gebäudes zu optimieren oder einen Umbau anhand der neuen Anforderungen rasch umzusetzen, fehlen genau diese aktuellen Informationen. Das ist ineffizient, intransparent – und führt zu immensen Zusatzkosten. Zudem müssen die meisten Daten vor Ort noch einmal physisch erhoben werden, bevor nur

schon ein erstes Konzept erarbeitet werden kann. Ein digitales BIM-Modell, ein digitaler Zwilling, erlaubt es hingegen, alle Spezifikationen darin abzulegen, diese für alle Beteiligten nutzbar zu machen – und die Parameter nach Belieben anzupassen. Damit bietet BIM nicht nur bei Neubau-Projekten zahlreiche Vorteile, sondern auch, wenn es um die Renovation von bestehenden Gebäuden geht. Denn dank dem aktuellen digitalen Zwilling sind Planer und Inhaber in der Lage, blitzschnell Veränderungen oder Erweiterungen zu simulieren. Wir haben beispielsweise vor einigen Jahren an der neuen Signalistik des Bahnhof Basels mitgewirkt. Normalerweise nehmen Konzeption und Umsetzung rund zwei Jahre in Anspruch. Dank unseres digitalen BIM-Modells, welches man virtuell begehen kann, konnten im Rahmen von nur zwei Sitzungen alle Änderungsbeschlüsse gefasst werden.

Ein gutes Stichwort: Wie arbeitet die BIM Facility AG mit ihren Kunden zusammen?

Wir verstehen uns nicht als «klassische» Immobilienplaner. Unsere Expertise besteht vielmehr darin, den jetzigen oder künftigen Zustand von Gebäuden digital zu spiegeln. Damit geben wir unseren Partnern ein perfektes Werkzeug in die Hand, um ihr Bauvorhaben effizienter und mit weniger Risiko umzusetzen – oder bestehende Objekte optimal zu erweitern und / oder zu betreiben. Somit ist es ein leichtes, betriebliche Prozesse digital zu verstehen und so etwa den Energieverbrauch signifikant zu senken. Ein wesentlicher Mehrwert für unsere Kunden besteht darin, dass wir ihnen nicht nur dabei helfen, den digitalen Zwilling ihres Objekts zu erstellen – sondern diesen auch für sie aktuell halten. Dadurch lassen sich Veränderungen am Asset viel schneller umsetzen und somit früher und mehr Umsatz erzielen. Reine Umbaukosten werden ebenfalls reduziert. Doch

der Mehrwert reicht noch weiter: Der digitale Zwilling erleichtert die Stakeholder-Kommunikation enorm, weil man Entscheidungen anhand eines virtuellen Objekts leichter treffen kann, als wenn alle Decision Makers gemeinsam auf einen Plan starren müssen. Und weil wir aus der Vermessung kommen, ist es für uns kein Problem, bestehende Gebäude in einen digitalen Zwilling zu überführen.

Weitere Informationen unter www.bim-facility.ch



Über die BIM Facility AG

Die BIM Facility AG ist eine Tochtergesellschaft der Geoterra-Gruppe, einem Ingenieur- Geometerunternehmen mit rund 280 Mitarbeitern. Als Geschäftszweig der Geoterra-Gruppe hat sich der Betrieb auf Building Information und Modeling (BIM) spezialisiert, überführt Bestandesbauten in ein digitales Modell und bewirtschaftet den digitalen Zwilling für seine Kunden.



Die Blockchain-Technologie bringt eine neue Dynamik in die Welt der Immobilienanlagen

Obschon sich Immobilien als Anlageklasse ungebreiteter Beliebtheit erfreuen, begrenzen verschiedene Aspekte das Potenzial dieses Marktes. Innovative digitale Technologien wie die Blockchain könnten hier einen Wandel einleiten. Wie das funktioniert und auf welche Weise Anlegerinnen und Anleger von der sogenannten «Tokenisierung» profitieren, erklärt Experte Luca Calanni.



Luca Calanni

830 Milliarden US-Dollar. Diesen beispiellosen Höchststand erreichten die gewerblichen Immobilieninvestitionen im Jahr 2019. «Und dies trotz der Tatsache, dass es sich dabei traditionell um eine illiquide Anlageklasse handelt, die erhebliche Kapitalbindungen sowie lange, teure Transaktionsprozesse erfordert», erklärt Luca Calanni. Er ist der Gründer und CEO der Calanni Estate Consulting AG, einem Unternehmen, welches Anlegerinnen und Anleger zu allen Aspekten von Real Estate Investments berät.

Auf der Suche nach einem liquideren Weg, um Zugang zum Immobiliensektor zu erhalten, haben laut Calanni sogenannte «Real Estate Investment Trusts» (REITs) langfristig eine Outperformance gegenüber anderen wichtigen Anlageklassen erzielt: 2019 stieg der relevante Index um 18,7 Prozent. «Denn die steigende Nachfrage neuer Investoren nach einem besseren Zugang sowie von bestehenden Investoren nach mehr Liquidität gibt Impulse für die Umgestaltung der Immobilieninvestitionslandschaft», führt Calanni aus. Eine neue Technologiewelle bringe der Finanzbranche mehr Effizienz, mehr Sicherheit sowie niedrigere Kosten. U.a. kündige die sogenannte «Tokenisierung» innovative Immobilienprodukte für ein digitales

Zeitalter an. Oder anders ausgedrückt: Die Blockchain hält Einzug in den Immobilienmarkt.

Die Tokenisierung – und wofür sie steht

Im Zentrum der «Tokenisierung» steht die Blockchain-Technologie. Luca Calanni: «Es handelt sich dabei um eine Art verteiltes Hauptbuch, das identische Kopien von Daten in einem Netzwerk autorisierter Stakeholder sichert.» Im Gegensatz zu einer zentralisierten Datenbank gibt es keinen einzigen Fehlerpunkt für die in der Blockchain gespeicherten Daten – und ein unbefugter Zugriff auf oder eine Änderung von Daten ist nahezu unmöglich. Durch die Nutzung der sicheren, unveränderlichen Eigenschaften der Blockchain-Technologie erleichtert die Tokenisierung die digitale Teilbeteiligung durch sichere Transaktionsaufzeichnungen und schnelle Abwicklungsprozesse. In den letzten Jahren wurde eine zusätzliche alternative Investitionsmöglichkeit geschaffen: Tokens können als Portfoliodiversifikation eingesetzt werden.

«Die Tokenisierung digitalisiert die Finanzmärkte, indem sie bestehende Grenzen aufhebt», betont Luca Calanni. Er hofft nun, dass dieser Prozess die Finanzwelt demokratisieren und den Zugang zu globalem Einzelhandelskapital erweitern wird. Die Covid-19-Pandemie habe bereits zu einem Anstieg der Nachfrage nach tokenisierten sowie digitalen Assets geführt.

Neue Möglichkeiten eröffnen sich

Ob es sich um traditionelle Anlageformen wie Immobilien, Wertpapiere und Gold handelt oder um völlig unkonventionelle Anlagen wie Musikverträge – die Tokenisierung von Vermögenswerten bietet laut Calanni den Anlegern aufregende Möglichkeiten. Anleger haben erstmals die Möglichkeit, in verschiedene Anlageklassen zu investieren und ihr Anlageportfolio auf eine bisher nicht vorstellbare Weise zu diversifizieren. «Es ist klar, dass diese Technologie das Potenzial hat, viele Branchen, einschliesslich Immobilien, nachhaltig zu revolutionieren», betont der Experte.

Darüber hinaus habe in den letzten Tagen das Interesse der Anleger an Kryptowährungen dank des grossen Preisanstiegs zugenommen: Der Bitcoin-Kurs hat am 7. Januar dieses Jahres die Marke von 40000 Dollar geknackt. Laut Luca Calanni sei deswegen zu vermuten, dass die Anleger in diesem Jahr ein erhöhtes Interesse an Token-Assets zeigen werden. Der grösste Vorteil, den Token-Assets derzeit bieten, besteht laut dem Fachmann darin, dass Immobilien-Token-Produkte bereits auf dem Markt existieren. «So können Anleger eine Vorstellung davon bekommen, wie der Markt nach einer Massenakzeptanz aussehen wird.» Ebenfalls dürfte sich die Tatsache positiv auf die Etablierung von Token-Produkten auswirken, dass die FINMA schon 2018 zu den ersten Regulierungsbehörden weltweit gehörte,

welche Schritte zur Regulierung von ICOs unternahm. Damit nahm die Schweiz von Beginn an eine führende Position in der globalen Landschaft der Kryptoregulierung ein und sorgt seither für ein angemessenes Mass an rechtlicher Klarheit hinsichtlich der Ausgabe und Verteilung von Token als öffentliches Angebot.

Weitere Informationen unter www.calanni-estate.com

CEC

Calanni Estate Consulting AG

Über die Calanni Estate Consulting AG (CEC)

Bildung und Anlegerschutz sind wichtige Elemente des Ökosystems. Daher arbeitet das Team von CEC, zusammen mit PropTech Academy Schweiz intensiv daran, mehr Lösungen bereitzustellen, um die Transparenz in der digitalen Immobilienbranche zu erhöhen. Investoren, die mit ihrer Zeit und ihrem Geld Risiken eingehen, verdienen einen nahtlosen Entdeckungsprozess, der sich mit den zuverlässigsten und vertrauenswürdigsten Beratern für digitale Immobilien auf der ganzen Welt verbindet. CEC bietet eine Unternehmensberatung für Blockchain- und digitale Immobilienprojekte in jeder Phase an, die Unterstützung von erfahrenen Fachleuten in den Bereichen Technologie, Unternehmertum, Geschäftsbetrieb und Marketing suchen.

« Die steigende Nachfrage neuer Investoren nach einem besseren Zugang sowie von bestehenden Investoren nach mehr Liquidität gibt Impulse für die Umgestaltung der Immobilieninvestitionslandschaft.

«Die digitale Transformation ist eine Frage des Überlebens»

Die Digitalisierung verändert auch die Immobilienbranche. Philipp Büchi, Senior Manager und Head of Real Estate der AWK Group AG, erklärt im Interview, worauf es in Zukunft ankommt.



Philipp Büchi

Senior Manager und Head of Real Estate
AWK Group AG

Herr Philipp Büchi, die Digitalisierung macht auch vor der Immobilienbranche nicht halt. Was bedeutet das für die Unternehmen in dieser Branche?
In vielen anderen Branchen ist die Digitalisierung tatsächlich weit fortgeschrittener als in der Bau- und Immobilienbranche.

Die Digitalisierung verändert unsere Wirtschaft und Gesellschaft in mehreren Dimensionen. Gerade die Bedürfnisse der Kunden entwickeln sich weiter; Mehrwert, Transparenz, Reaktionszeiten und Informationsbedürfnis sind die Stichwörter dafür. Zudem sorgen Innovation, Effizienz und Vernetzung dafür, dass sich die Vielfalt der Angebote laufend vergrössert.

Wenn wir von der Digitalisierung sprechen, sehen wir drei Handlungsfelder in denen Wirkung erzielt werden soll:

- Die Digitalisierung der internen Prozesse (bspw. im Bauprozess, im Verkauf oder in der Beschaffung von Immobilien)

- Die Digitalisierung der Schnittstelle zum Kunden oder des Kundenerlebnisses (beispielsweise über Kundenportale und Apps)

- Neue digitale Services und Geschäftsmodelle (beispielsweise pay-per-use oder «predictive maintenance», IoT Geschäftsmodelle, Minimierung Intermediäre)

Viele Unternehmen fokussieren sich vor allem auf die internen Prozesse. Das Potenzial neuer, digitaler Geschäftsmodelle und Kundenerlebnisse wird noch zu wenig genutzt. Es geht nicht nur darum, bestehende Dienstleistungen effizienter und günstiger zu gestalten, sondern vor allem durch Innovation die Punkte 2 und 3 zu fördern. So kann man sich von der Konkurrenz abheben, wirkliche Kundenerlebnisse schaffen und neue Dienstleistungen anbieten.

Was genau muss eine Firma unternehmen oder verändern, um die Vorteile der Digitalisierung zu nutzen und sich im Konkurrenzkampf zu bewähren?

Die Erarbeitung einer Vision mit zugehörigem Zielbild im Bereich Digitalisierung, dies im Einklang mit der Unternehmensstrategie, sind grundlegend für die Fokussierung und eine laufende Priorisierung der Massnahmen in den identifizierten Handlungsfeldern. Das Zielbild ermöglicht damit, die Kräfte und Ressourcen effizient und fokussiert einzusetzen. Dabei sollte den beiden Aspekten Optimierung und Innovation gleichermassen Aufmerksamkeit geschenkt werden.

Ebenso wichtig ist die laufende Analyse, welche Technologien das Geschäft künftig stark beeinflussen oder sogar

gefährden könnten. Der rechtzeitige Entscheid, welche Technologien sinnvoll und rasch in das bestehende Geschäftsmodell zu integrieren sind, kann entscheidende Wettbewerbsvorteile am Markt generieren.

Ist diese Veränderung oder Transformation auch sinnvoll für kleine Firmen und überhaupt bezahlbar?

Die Immobilienbranche besteht vor allem aus kleineren und mittleren Unternehmen. Gerade hier sind nur beschränkte Ressourcen vorhanden und deshalb ist der fokussierte Einsatz dieser elementar. Dies gelingt nur durch Ausrichtung der Projekte an einer klar definierten Digitalstrategie. Ziel dabei muss sein, sich von der Masse abzuheben, Alleinstellungsmerkmale zu schaffen, effizienter zu werden und den Kunden ins Zentrum zu stellen, um seine Bedürfnisse optimal zufriedenzustellen.

Als Beispiel bietet die Digitalisierung der Kundenschnittstelle sicher grosses Potenzial. Mit sofortiger Kundenwirkung in mehreren Dimensionen: erhöhte Transparenz, einfachere und schnellere Kommunikationswege, direkter Zugriff des Kunden auf die eigenen Daten. Und nicht zu vernachlässigen das Potenzial der internen Prozessoptimierung (Rechnung und Vertragliches, Abwicklung Mieteranliegen, Einbindung Dritte etc.). In Kombination mit IoT und Integration der Leittechnik kann sogar die Awareness in Bezug auf die ökologischen Aspekte gefördert sowie die Ökobilanz optimiert werden. Die Transformation ist keine Kosten- sondern eine Frage des Überlebens!

Was unterscheidet die Digitalstrategie von der strategischen Planung des Unternehmens?

Eine Digitalstrategie sollte nicht wie die strategische Planung auf fünf Jahre hinaus entwickelt werden. Dafür verändern sich die Kundenbedürfnisse und Technologien zu schnell. Natürlich braucht es langfristige Visionen und Ziele – die Auswahl digitaler Projekte muss jedoch agil auf eine Frist von 12 bis 18 Monaten ausgerichtet sein. Dabei steht nicht die Technologie, sondern der Kunde und seine Bedürfnisse im Mittelpunkt.

Ein Blick in die Zukunft: Wie wird die Digitalisierung die Immobilienbranche in den nächsten Jahren verändern?

Grundsätzlich: Eine Immobilie ist immer noch ein fester gebauter Wert und kann an sich nicht digitalisiert werden. Hingegen tragen viele Dienstleistungen, die durch die Digitalisierung möglich werden, je länger je mehr zur Optimierung des Wohn- und Arbeiterlebnisses bei. Künftig werden sich vermehrt Ökosysteme entlang der verschiedenen Customer Journeys bilden. Ein Anbieter muss deshalb mehr Gewicht auf die End-to-End-Prozesse legen und wird sich kaum mehr in einer Nische halten können.

Schliesslich: Daten und neue Technologien werden immer wichtiger – sei es beim Planungs- und Bauprozess (BIM) oder auch bei der späteren Bewirtschaftung der Immobilie (beispielsweise FM, Kundenschnittstelle Vermietung / Verkauf, vollständige Digitalisierung des Handänderungsprozesses). Insofern gilt auch für Immobilienunternehmen eine klare Tendenz in Richtung Data Driven Companies.

Weitere Informationen: www.awk.ch

ANZEIGE

Zufriedenheit heisst, mit dem Leben im Reinen zu sein.

Fakt ist, dass wir alles dafür tun, unsere Kunden zufrieden zu stellen. Für ihre Investitionen in Immobilienprojekte bedeutet das, nachhaltigen Mehrwert zu erzielen. Wie hier in Andelfingen. Mitten im Grünen entstehen drei Mehrfamilienhäuser, die im Minergie-standard gebaut, mit Erdsondenwärme beheizt und durch eine PV-Anlage mit Strom versorgt werden. Nicht zuletzt trägt auch das geplante E-Mobility-Konzept zur reinen Zufriedenheit bei.

Überzeugen Sie sich selbst und vertrauen Sie auf unseren wertvollen Erfahrungsschatz – ein Invest in die Zukunft.

Andelfingen, Wohnüberbauung «Freiweisen»

mettler2invest

Wir erden Ideen.

Mettler2Invest AG

Nachhaltige
Projektentwicklung

www.mettler2invest.ch
_St. Gallen _Zürich _Basel

Weitere Informationen zum Projekt finden Sie unter freiweisen.ch

Das Tool, mit dem alle am gleichen Strang ziehen

Zeit ist Geld, vor allem in der Baubranche. Und da Bauprojekte viel Material und Personal benötigen, sind eine vorausschauende Planung sowie eine reibungslose Kommunikation und Zusammenarbeit unabdingbar. Doch gerade Letzteres ist in der Praxis oft schwierig, da ein Grossteil der Belegschaft auf der Baustelle mobil unterwegs ist. Hier bietet die Beekeeper-Plattform eine ideale Lösung: Dank ihr sind alle Projektbeteiligten immer auf dem neusten Stand – und die Bedienung der App geht dank moderner Aufmachung sowie hoher Nutzerfreundlichkeit einfach von der Hand.

Eigentlich hätten am Folgetag die Badezimmerfliesen in den Mietwohnungen verlegt werden sollen. Doch schon am Vorabend wird klar: Der Lieferant hinkt mit den Bestellungen hinterher, die Badezimmer müssen warten. Solche und ähnliche Situationen spielen sich tagtäglich auf Schweizer Baustellen ab. Und wenn sie eintreten, muss die Bauführerschaft agil reagieren können – und ihren Teams neue Aufgaben zuweisen. «Doch bisher stellte das Reorganisieren von Bauvorhaben in solchen Momenten einen logistischen und administrativen Albtraum dar», weiss Mila Nussbaumer, Country Managerin Schweiz bei Beekeeper. Denn obschon es zahlreiche Softwares zur internen Kommunikation gibt, haben die meisten einen entscheidenden Mangel: «Sie eignen sich nur bedingt dazu, auch Aussendienstmitarbeitende im kommunikativen Loop zu halten», betont Nussbaumer. Beekeeper schlägt hier mit seiner Plattform bewusst einen anderen Weg ein: «Wir konzentrieren wir uns u.a. auf die Einbindung von gewerblichen Mitarbeitern und neben der Kommunikation auch auf die Digitalisierung von operativen Prozessen», erklärt Nussbaumer. Gerade Bauunternehmen, die vergleichsweise viele Mitarbeitende ohne fixen Arbeitsplatz beschäftigen, profitieren merklich davon, da sie durch die App jeden einzelnen Mitarbeiter erreichen können, unabhängig von der Baustelle oder der Position.

Doch was zeichnet die Beekeeper-Plattform konkret aus? «Wir haben unsere Lösung wirklich an den Bedürfnissen der Bauunternehmen und ihrer Belegschaft ausgerichtet.» Mila Nussbaumer nennt ein Beispiel: Viele gewerbliche Mitarbeiter, die auf Baustellen tätig sind, verfügen über keine eigene E-Mail-Adresse – besitzen

aber ein Smartphone. Darum ist für die Registrierung und Anmeldung auf der Beekeeper-App keine E-Mail notwendig, das Ganze funktioniert auf Wunsch auch durch das Scannen eines QR-Codes.

Der Vorteil des Vertrauens

Die Beekeeper-Entwickler haben Bedienung und Funktionalität ihrer Anwendung bewusst an derjenigen von Social-Media-Plattformen angelehnt. Das hat seinen guten Grund: «Mit diesen Plattformen sind die meisten Leute bereits vertraut, was die Chance erhöht, dass sie unsere App auch im geschäftlichen Kontext nutzen», sagt Nussbaumer. Beekeeper bietet auf seiner Plattform u.a. eine Chatfunktion an. Doch das Hauptkommunikationsmittel sind zweifelsohne die sogenannten «Streams». Diese funktionieren wie ein persönlicher Newsfeed: Das heisst in den Streams können nicht nur Updates, Videos und Bilder gepostet, sondern auch Dokumente mit Kolleginnen und Kollegen geteilt werden. Als Arbeitgeber kann man zudem festlegen, wer auf welche Streams Zugriff hat: Während bspw. nur bestimmte Teammitglieder einen spezifischen Baustellen Stream benötigen, sollten sinnvollerweise alle Mitarbeitende Teil des «Covid-Streams» sein, auf dem die neusten Corona-Sicherheitsmassnahmen upgedated werden. Ein weiterer wichtiger Teil der App ist ihr operativer Part: Mit Checklisten, Schichtplänen, Formularen und einer Dokumentenbibliothek wird die Zusammenarbeit noch effizienter und produktiver.

Aber nicht nur «Information», sondern auch «Interaktion» wird bei Beekeeper grossgeschrieben: Alle Beiträge in den Streams können geliked, kommentiert und,

je nach Berechtigung, weitergeleitet werden. Darüber hinaus lassen sich auch Umfragen anfertigen und für wichtige Beiträge Lesebestätigungen anfordern. «Wir schaffen dadurch einen Austausch zwischen den Baustellen sowie eine einfache und spassige, mit der ein Unternehmen sicherstellen kann, dass immer alle auf dem gleichen Stand sind – auch diejenigen, die an der Front sind.»

Auch etwas fürs Auge

Natürlich macht Funktionalität für sich genommen noch keine gute Plattform aus – auch das Design muss stimmen. Mila Nussbaumer: «Wir haben darum nicht nur auf eine schlanke und ansprechende Gestaltung der Benutzeroberfläche geachtet – unsere Kunden können diese sogar selber gestalten, sprich mit ihren Unternehmensfarben versehen und die Aufmachung und Anordnung an das Unternehmen und die Bedürfnisse anpassen.»

Ob ein Kundenunternehmen Interesse an einem individuellen Branding hat und welche konkreten Funktionalitäten es Branding hat, welche konkreten Funktionalitäten es benötigt und welche Prozesse digitalisiert werden sollen, wird im Rahmen eines ersten Beratungsgesprächs eruiert. Dabei werden auch wichtige Kernfragen erläutert, wie etwa mit welchen konkreten Herausforderungen der Betrieb konfrontiert ist, wie viele Standorte er hat und wie die Kommunikation im Unternehmen bisher funktionierte. «Unsere zentrale Absicht besteht immer darin, mit Beekeeper zu einem echten «Wir-Gefühl» in der Kundenfirma beizutragen», betont Nussbaumer.

Wenn richtige Lösung gefunden wurde, geht es an die Implementierung. «Unser Team ist in der Schweiz ansässig und unsere Customer-Success-Manager stellen sicher, dass wir unsere Lösung erfolgreich im jeweiligen Kunden-Betrieb einführen.» Beekeeper bietet vier unterschiedliche Modelle, die sich sowohl preislich als auch im Leistungsumfang unterscheiden und individuell anpassbar sind. Natürlich erfüllen alle Beekeeper-Anwendungen die höchsten Datenschutzrichtlinien und sind sowohl DSGVO-konform als auch ISO-zertifiziert. Alle Daten werden in Schweizer Datacentern abgespeichert.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beekeeper.io



Über Beekeeper

Beekeeper wurde im Jahr 2012 von den beiden ETH-Absolventen Flavio Pfaffhauser (MSc in Computer Science) und Cristian Grossmann (PhD in Engineering) gegründet. Die Anwendung verbindet operative Systeme mit Kommunikationskanälen auf einer sicheren Plattform. Mobil oder über die Web-Version verbindet und erreicht Beekeeper damit alle Mitarbeiter in Echtzeit und unterstützt sie sowohl in fachlichen als auch koordinativen Aufgaben.

Neuer Innovationsansatz für Stockwerkeigentümersammlungen – Effizienz unter einem Dach

«Die Zukunft der Immobilienbranche zu gestalten, kann bedeuten, etwas zu verbessern, zu beschleunigen oder günstiger zu machen. Manchmal bedeutet es, Probleme auf noch nie dagewesene Weise zu lösen», erklärt der CEO von Huperty, Stefan Kästli.



Stefan Kästli

Stefan Kästli, weshalb lohnt es sich, STWE-Versammlungen digital durchzuführen?

In der aktuellen Covidkrise ist es zunehmend schwieriger geworden, Stockwerkeigentümersammlungen, kurz STWE-Versammlung, durchzuführen. Dies stellt nicht nur viele Verwaltungen vor grosse Herausforderungen, sondern auch Eigentümer. Das Abstimmungstool von Huperty trägt den technischen sowie benutzungsbezogenen Anforderungen Rechnung und erlaubt allen Parteien, intuitiv und sicher über anstehende Traktanden abzustimmen. Wir bieten den Eigentümern sowie Bewirtschaftern zusätzlich die Möglichkeit, die Versammlung ohne persönlichen Kontakt zeitlich unabhängig bequem von zu Hause aus abzuhalten.

Gibt es die Möglichkeit, die Vollmacht zu übertragen?

Absolut. Auch nach der Covidkrise kann es immer wieder vorkommen, dass ein Eigentümer bei einer Versammlung nicht anwesend sein kann. Huperty ermöglicht es, entweder vor der Live-Abstimmung abzustimmen oder Vollmachten an Nachbarn oder Dritte zu erteilen. Dank des ausgeklügelten App-Votings werden die Vorabstimmungen direkt mit den Stimmen der Live-Abstimmung addiert und ausgewertet, womit der Aufwand für den Versammlungsleiter deutlich reduziert wird. Der

Eigentümer kann seinerseits dank der App oder via Web auf vergangene, laufende oder künftige Versammlungen zugreifen und behält stets den Überblick.

Wie sieht es mit Einladungen und Dokumenten aus?

Die Immobilienverwaltung profitiert von der Möglichkeit, vor der Versammlung Traktanden, Quoren und Stimmen digital zu verwalten sowie Einladungen mittels QR-Codes zu versenden und sorgt dadurch für ein nachhaltiges und papierloses Arbeiten. Auch die Nachbearbeitung erfolgt nun vollständig digital und reduziert den Arbeitsaufwand enorm. Nach einer Versammlung wird ein automatisch generiertes Protokoll

mit den entsprechenden Informationen sowie den Abstimmungsergebnissen generiert und an die Eigentümer versendet.

Sie sprechen von mehr Arbeitseffizienz. Wie sieht dies für den Bewirtschafter aus?

Bei Huperty sind die Standard-Prozesse in der Bewirtschaftung bereits hinterlegt und können dank des intelligenten Prozessmotors flexibel für jeden Kunden individualisiert werden. Dank der Plattform werden alle Anfragen gebündelt und zentralisiert. Der Bewirtschafter profitiert von Schnittstellenkompatibilität, verbesserter Kommunikation für einen reibungslosen Ablauf

sowie mehr Transparenz. Mit Huperty erhält man eine Plattform mit einer Vielzahl von Lösungen, die von den Kunden selbst zusammengestellt werden. Inselfösungen gehören der Vergangenheit an.

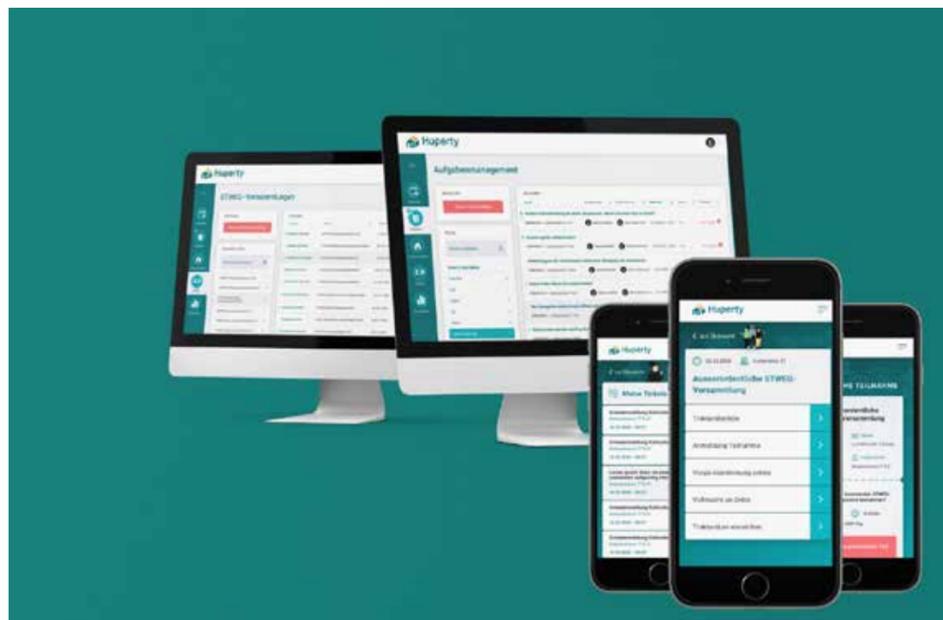
Was steckt hinter Ihrem Motto

«Mit dem Kunden, für den Kunden»?

Das Ziel von Huperty ist es, sicherzustellen, dass alle beteiligten Parteien einen echten Nutzen aus der digitalen Lösung erhalten und diese auch erkennen können. Huperty verbindet dieses Ziel mit der aktiven Einbindung seiner Kunden und ermutigt alle Beteiligten, einen wertvollen Beitrag zur Digitalisierung zu leisten. Jegliche Prozesse, Dokumente sowie Textbausteine können auf individuelle Bedürfnisse angepasst werden. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt.

Abschlussfrage: Welche Vision verfolgt Huperty?

Mit der Vision, ein vernetztes, übergreifendes Ökosystem im Bereich Immobilienmanagement zu schaffen, setzt sich Huperty für die Bereitstellung digitaler sowie automatisierter Lösungen ein, um damit maximale Effizienz zu erreichen. Zusammenfassend ist Huperty eine Cloud-basierte Plattform für die Interaktion zwischen der Immobilienverwaltung und allen involvierten Parteien. Hauptaugenmerk liegt dabei nicht nur auf der Kommunikation, sondern auf der Digitalisierung und Automatisierung von Prozessen entlang des gesamten Bewirtschaftungszyklus.



Huperty AG
Seebacherstrasse 4
8052 Zürich
www.huperty.ch





Der lange Weg zur nachhaltigen Bauwirtschaft

Aufgrund des Klimawandels und der Ressourcenknappheit gerät die Bauindustrie immer mehr in den Fokus. Die Schweiz baut aber noch mehrheitlich konventionell. Allerdings sind die Instrumente und Konzepte für nachhaltiges Bauen vorhanden, sodass die Bauindustrie ihre Verantwortung wahrnehmen kann.

TEXT KEVIN MEIER

Laut dem Bundesamt für Umwelt BAFU sind in der Schweiz 3200 Millionen Tonnen Baumaterial verbaut und jedes Jahr kommen etwa 63 Millionen Tonnen dazu. Hinzu kommt, dass 84 Prozent der gesamten Schweizer Abfallmenge aus der Bauindustrie stammen, wie Swiss Prime Site 2020 schrieb. Die Umweltbelastung im Baubereich ist also hoch.

Das BAFU berechnet einen Wert von 57 Billionen Umweltbelastungspunkten für diesen Bereich alleine. Zum Vergleich: Carbotech geht davon aus, dass 1000 Umweltbelastungspunkte in etwa 24 Kilometern Zugfahrt in einem SBB-Regionalzug entsprechen. Der Baubereich ist nach dieser Rechnung äquivalent zu etwa 1,3 Billionen Zugkilometern. Marianne Stähler, Geschäftsführerin des Vereins eco-bau, ist sich jedoch sicher: «Das Baugewerbe ist sich der Thematik bewusst.»

CO₂ im Vordergrund

Materialeinsatz und Abfallmengen sind nur zwei von mehreren Indikatoren, aufgrund derer man die Umweltbelastung berechnen kann. Einer der wichtigsten ist aber der CO₂-Ausstoss. Zum einen wird CO₂ bei der Herstellung von Baumaterialien emittiert: Beispielsweise bei der Zementherstellung gehen Schätzungen von etwa acht Prozent der globalen CO₂-Emissionen aus. Die Zahl mag zwar klein wirken, das Ausmass wird aber bewusst, wenn man weiss, dass Deutschland 2,2 Prozent der globalen CO₂-Emissionen ausstösst. Vor allem in Relation zur

CO₂-Thematik sei sich das Baugewerbe der Dringlichkeit eines Umdenkens bewusst. Stähler betont, dass eine radikale Senkung des CO₂-Ausstosses sehr dringend sei. Die Herausforderung liege nicht unbedingt an Wissenslücken oder aktivem Widerstand, sondern darin, wie man das Dringlichkeitsbewusstsein in Handlungen ummünzt.

Nicht nur umdenken, sondern handeln

Derzeit wird in der Schweiz noch mehrheitlich konventionell gebaut. Zwischen Denken und Handeln besteht also noch eine Lücke. «Das Umdenken muss in einer Umhandlung münden», sagt auch Stähler. Hinsichtlich einer Veränderung der Handlungsweisen stecke man noch in den Anfängen. Dennoch sieht Stähler wachsendes Interesse im Zuge der Klimadebatte und der CO₂-Gesetze – vor allem wenn es um Indikatoren wie CO₂ und graue Energie geht. Ein Teil des Problems bei der Einführung von mehr Nachhaltigkeit im Baugewerbe sind unterschiedliche Auffassungen über deren Dringlichkeit. Die einen sehen es als eine Transformation des Baugewerbes, während andere einen radikalen Bruch mit konventionellen Denkweisen fordern. Dennoch sollte man eines nicht aus den Augen verlieren: «Wir müssen irgendwo anfangen und nicht auf die perfekte Lösung warten. Es geht um die Wirkung», hebt Stähler hervor.

Recycling ist nur ein Teil des Ganzen

Innerhalb des Themas einer nachhaltigen Bauwirtschaft nimmt Recycling und Wiederverwertung auch einen

gewissen Raum ein. Häufig denkt man dabei primär an das Ende des Lebenszyklus eines Produktes. Eigentlich müsste man hier aber beim Design des Produktes ansetzen. In dieser Phase sollte man schon daran denken, wie man die Lebensdauer eines Materials verlängern und wie man es wiederverwenden oder recyceln kann. Der Kreislauf lässt sich nur schliessen, wenn man bereits am Anfang an das Ende denkt und das Produkt dementsprechend plant. Stähler weist aber darauf hin, dass intelligentes Design unbedingt den «eingebauten Zustand» mitdenken muss. Eine Verklebung sei zwar einfacher, aber das Produkt kann nur noch schwierig oder gar nicht mehr herausgeholt werden. «Deswegen erlaubt der Minergie-Eco-Standard auch keinen Bauschaum, nicht nur aus gesundheitlichen Gründen, sondern auch, weil alles verklebt wird», erklärt Stähler.

Innovation und das Bauwesen

Es braucht ein Umdenken in der Bauindustrie, weg von der arbeitsteiligen «Gewerke-Sicht» hin zur kundenorientierten Denkweise. So wie es in den anderen Branchen schon länger der Fall ist. Das gehört mit zur Transformation, die auch die vielen Normen und Vorgaben erfüllen muss. Laut Stähler ist das auch ein Problem der Bauindustrie: «Es gibt wenig Raum für Innovation, denn es ist Aufwand und braucht Durchsetzungswille, der erste zu sein, der ein neues Material «ausprobiert.» Nichtsdestotrotz hat sich die Baubranche in den letzten Jahrzehnten revolutioniert, insbesondere durch den

Holzbau. Den Schwierigkeiten zum Trotz hat sich dieser etabliert. «Es war ein langer Weg, aber man hat gemerkt, dass man anders denken und kombinieren kann», erläutert Stähler. Zudem werde auch an einem grüneren Beton mit neuartigen Zementen und Zuschlagstoffen sowie alternative Rohstoffe für die Herstellung geforscht. Wenn hier Revolutionen im gleichen Ausmass auf uns zukommen, dann habe die Baubranche laut Stähler einen sehr grossen Schritt Richtung Senkung des CO₂-Ausstosses und Umweltbelastung geschafft.

Bestehende Bauten nicht vergessen

Beim Thema ökologische Nachhaltigkeit in der Bauindustrie werden häufig Neubauten in den Mittelpunkt gerückt. Allerdings sollte man mehr über bestehende Bauten sprechen. Denn laut BAFU hat der Betrieb der Bauten eine höhere Auswirkung auf die Umwelt als deren Bau an sich. Energetische Sanierungen haben deshalb ein hohes Potenzial die Nachhaltigkeit zu verbessern, wie die Wüest Partner AG im Auftrag des BAFU in einer Marktstudie im Juni 2020 herausgefunden hat. «So wenig wie möglich rückbauen, so viel wie möglich sanieren», stimmt Stähler zu. Die Herausforderung bestehe darin, das Gebäude und die verbauten Materialien genau zu kennen. Nur dann kann man auf die gewünschte Wirkung hinarbeiten. «Es gibt Instrumente und Nachschlagwerke, die als Entscheidungsgrundlagen helfen, dahingehen eine Wirkung zu erzielen», versichert Stähler.

BRANDREPORT CONSENS FACILITY MANAGEMENT AG

Gebüdescanning – digitales Werkzeug mit vielen Möglichkeiten

360°-Laserscanning ist für Bauherren, Architekten und Denkmalpfleger zum unentbehrlichen Hilfsmittel geworden. Die Berner Firma Consens Facility Management AG hat in der praktischen Anwendung grosse Erfahrung.

Für ein älteres Einfamilienhaus, das erweitert werden soll, sind keine Pläne mehr vorhanden. Ein Geschäftshaus muss gemäss kantonalen Vorschriften erdbebensicher gemacht werden. Eine denkmalgeschützte Liegenschaft steht zur Sanierung an. Für Arbeiten dieser Art braucht es Daten, die möglicherweise nicht mehr oder nur noch unvollständig vorhanden sind: Die Unterlagen sind verschwunden, Wände,

Böden und Decken manuell fehlerhaft ausgemessen, Details, die oft den Charme von Altbauten ausmachen – Fassadenverzierungen, Simse, Beschläge – mit Fotos nur ungenügend dokumentiert. Werden diese und andere Gebäudedaten nun digital mit Laserscannern erfasst, kommt man der Realisierung solcher Projekte einen entscheidenden Schritt näher.

Was 3D-Laserscanning kann

Laserscanning, wie es von der Berner Firma Consens Facility Management AG angeboten wird, erfasst ein Gebäude oder eine Fassade mit Millionen oder gar Milliarden von Punkten, die zu einem virtuellen Modell, einer sogenannten Punktwolke, zusammengesetzt werden. Die bisher üblichen aufwendigen Gebäudeaufnahmen mit den traditionellen Werkzeugen Doppelmeter und Distometer werden durch diese neue Methode ersetzt.

Die vom Laserscanner generierten Punktwolken erfassen die geometrischen Informationen eines Objekts detailgetreu und können mittels CAD-Software weiterverarbeitet werden. So entsteht ein leicht zu

vermessender virtueller Raum, der die anstehenden Arbeiten – Sanierung, Renovierung, Umbau – unterstützt und sich nicht zuletzt auch in wirtschaftlicher Hinsicht lohnt: Die durch Gebäudescanning generierten Daten können in allen Phasen eines Projekts verwendet werden, neue Messungen werden überflüssig.

Fünf Jahre Erfahrung

In den vergangenen fünf Jahren hat die Consens Facility Management AG in der Erfassung von Innen- und Aussenräumen mit Gebäudescanning viel Erfahrung gesammelt. Flächen und Volumen komplizierter und zum Teil sehr grosser Gebäude wurden exakt aufgenommen und die resultierenden Punktwolken nach den Bedürfnissen der jeweiligen Kunden in dreidimensionale Modelle verwandelt.

Nach Bedarf wurden daraus als Spezialität des Unternehmens auch Architekturpläne – sowohl Übersichtspläne als auch Detailpläne – erstellt. Auftraggeber waren unter anderem verschiedene Gemeinden, Städte, Pensionskassen sowie weitere namhafte Institutionen. Die vielen Kunden aus der Privatwirtschaft und der

öffentlichen Hand zeugen von der grossen Expertise, die sich Consens Facility Management AG auf dem Gebiet des Gebäudescanning erarbeitet hat.

CONSENS AG
Facility Management

Digital für die Zukunft gerüstet

Consens Facility Management AG

Talgut-Zentrum 25
3063 Ittigen-Bern
Tel. 031 925 84 74
mail@consensfm.ch

burkhalterag.ch/consens/das-gebaeude-scanning



Schnitt durch ein Geschäftshaus.
Von der Punktwolke zum 3D Modell.

Fassaden dämmen mit Recyclingglas

Dass die Wiederverwertung von Altglas ökologisch sinnvoll ist, ist seit Jahrzehnten allgemein bekannt. Dass sich aber mit Glaswolle aus recykliertem Glas Fassaden mit Bestwerten dämmen lassen, das verdanken wir den beiden Schweizer Firmen Saint-Gobain Weber und Saint-Gobain Isover. Als Resultat gemeinsamer Forschung und Entwicklung haben sie die revolutionäre Systemdämmplatte Marmoran MW-Eco 034 aus über 80 Prozent Recyclingglas auf den Markt gebracht.

Effizient und äusserst umweltfreundlich setzt die Systemdämmplatte Marmoran MW-Eco heute den Massstab für verputzte Aussenwärmedämmungen (VAWD) – in Neubauten ebenso wie bei der energetischen Sanierung bestehender Gebäude. Dies dank erstklassiger Dämmwirkung kombiniert mit hervorragenden Brand- und Schallschutzeigenschaften sowie vielen ökologischen Vorteilen.

Ressourcenschonend und umweltfreundlich

Die Mineralfaser-Systemdämmplatte Marmoran MW-Eco 034 wird im waadtländischen Broyetal bei Saint-Gobain Isover AG ressourcenschonend aus rund 80 Prozent Recyclingglas hergestellt. Dies geschieht auf modernsten Anlagen ausschliesslich mit Strom aus Wasserkraft. Die Glaswolle weist eine hochkomplexe und detailliert gesteuerte Faserstruktur auf, aufgrund derer sie sich – ohne falsche Bescheidenheit – als die edelste Mineralwolle der Welt betiteln darf. Die Marmoran MW-Eco 034 ist dadurch viel leichter als herkömmliche Mineralwolle-Dämmungen. Auch das wirkt sich positiv auf ihre ökologischen Vorteile aus. Bei der grauen Energie weist sie zwischen 18 und 83 Prozent geringere Werte als andere Mineralwolle-Dämmungen aus. Als Schweizer Produkt sind zudem die Transportwege vom Werk in Lucens zur Baustelle kurz, was die CO₂-Belastung der Atmosphäre weiter entlastet.

All dies wird durch den Verein Eco-Bau bestätigt. Marmoran MW-Eco 034 erreicht dort die höchste Stufe der Produktzertifizierung (Eco 1) und eignet sich darum sehr gut für Bauten nach Minergie-Eco-Standard. Durch ihre erstklassige Wirkung kompensieren Dämmstoffe aus Glaswolle den Energieaufwand bei der Produktion in der Regel schon ein Jahr nach dem Einbau um etwa das Doppelte.

Leichter und handlicher

Herkömmliche Mineralfaserplatten aus Steinwolle haben – neben vielen Vorteilen – auch einen wesentlichen Nachteil: Sie sind ziemlich schwer. Zusammen mit dem Klebemörtel wiegt ein Steinwolle-Dämmpaket mit einer Stärke von 200 mm gut und gerne schon mal 19 kg pro Platte. Dieses dann über Kopf zwischen Gerüst und Aussenwand anzubringen macht wirklich keinen Spass!

Dank des geringen Eigengewichts der Glaswolle wiegt ein Dämmpaket Marmoran MW-Eco 034 mit 200 mm Dicke hingegen gerade mal 14,4 kg. Das wirkt sich positiv auf den Energieeinsatz zur und auf der Baustelle aus. Auch die Montage geht leichter, schneller und rückschonender von der Hand.

Wirkungsvolle Dämmsysteme mit Garantie

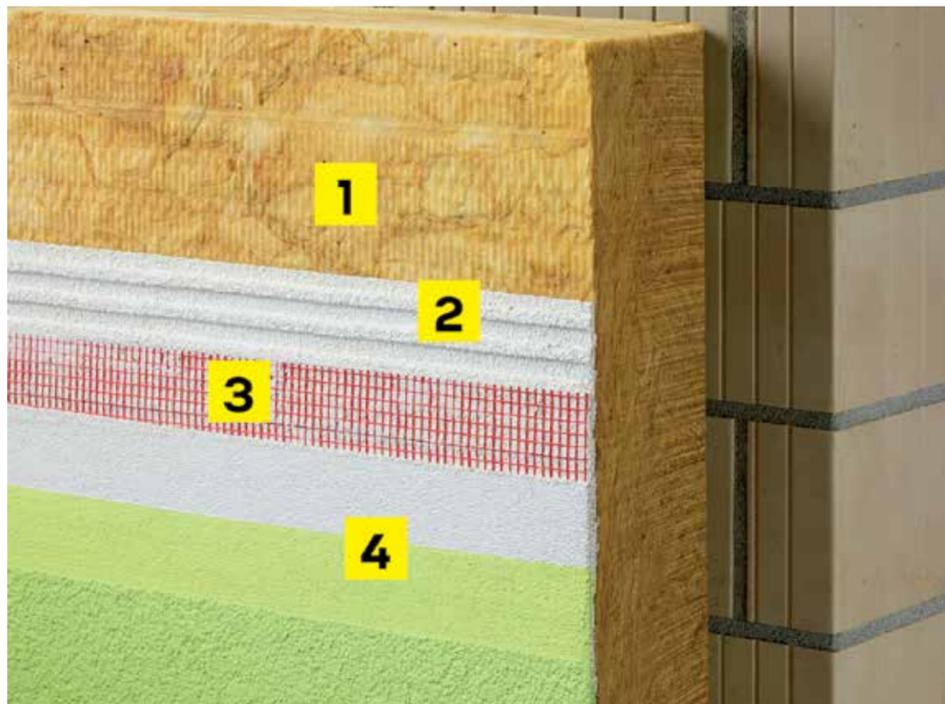
Die neuartige Dämmplatte wird in verputzten Aussenwärmedämmsystemen von Marmoran eingesetzt – neben dem System Marmoran MW-Eco 034 auch in den Marmoran Robusto Systemen für spezielle Anforderungen sowie im Marmoran Ceramo System für mineralische Fassaden. Verputzte Aussenwärmedämmungen mit dieser Dämmplatte erzielen einen Spitzen-Lambda wert von 0,034 W/mK. Bei Tests der EMPA in Dübendorf resultierten ausserdem hervorragende Schalldämmwerte. Weil die Glaswolleplatte nicht brennt, bietet sie auch einen erstklassigen Brandschutz und ist in der Brandverhaltensgruppe RF1 – kein Brandbeitrag – klassifiziert.

Die MW-Eco 034 Dämmplatte wird direkt auf das Mauerwerk geklebt, mit einem Systemmörtel sowie mit einer Armierung belegt und abschliessend mit

Grund- und Deckputzen von Marmoran vollendet. Alle Komponenten beruhen auf über 40-jähriger Erfahrung und werden im Schweizer Werk von Saint-Gobain Weber AG in Volketswil hergestellt. Sie sind

so perfekt aufeinander abgestimmt, dass der Hersteller eine umfassende Systemgarantie gewährt.

Weitere Informationen: www.ch.weber



Systemaufbau Marmoran MW-Eco 034:

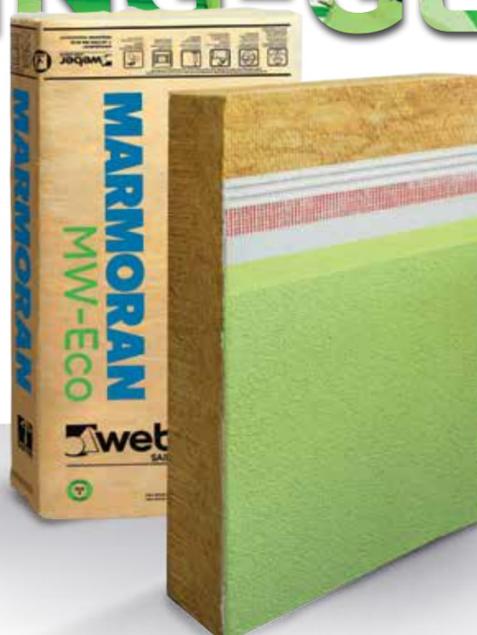
1. Marmoran MW-Eco 034 Glaswolle, 2. Marmoran ISO-Leicht- Combimörtel KK71
3. Marmoran Armierungsgitter Standard PLUS rot KA60, 4. Marmoran -Deckputze nach Wahl

UMWELTFREUNDLICH FASSADEN DÄMMEN MIT SCHWEIZER RECYCLING-GLAS.

Die revolutionäre Schweizer Mineralfaser-Dämmplatte aus 80% Recyclingglas für verputzte Aussenwärmedämmsysteme von MARMORAN:

- Lambda 0.034 W/mK
- Brandverhaltensgruppe RF1
- Erstklassiger Schallschutz

Weitere Informationen auf www.ch.weber



Bau- und Immobilienbranche: Quo vadis?

Roman H. Bolliger über die aktuelle Branchenlage, zukünftige Immo-Trends und wie man sich gerade jetzt richtig positioniert.

INTERVIEW SMA BILD RND PHOTOGRAPHY GMBH

Nicht erst seit Ausbruch der Coronapandemie befindet sich die Schweizer Immobilienbranche im Wandel oder nicht?

Nein, die Schweizer Immobilienbranche ist schon seit längerem im Umbruch. Begonnen hat dieser mit der Entstehung von neuen börsenkotierten Immobiliengesellschaften. Bewertung, Transaktion und Management wurden in der Folge stark professionalisiert. Heute befindet sich unsere Branche erneut in einem starken Wandel, diesmal getrieben von neuen Technologien, allen voran von der Digitalisierung.

Welche Herausforderungen sehen Sie für die nächsten Jahre?

Während in der Industrie und im Banking in den letzten Jahren die Margen stark unter Druck gekommen sind, verharrten sie in der Immobilienindustrie noch auf mehr oder weniger komfortablem Niveau. Das blieb nicht unbemerkt und hat dazu geführt, dass neue Marktplayer und neue Technologien in den Immobilienmarkt drängen und für eine höhere Wettbewerbsintensität sorgen. Die Herausforderung für etablierte Immobilienunternehmen besteht zurzeit darin, Innovationen umzusetzen, Leistungen auszubauen und gleichzeitig Kosten zu senken.

Wie stark sind Prozesse und Traditionen vom Wandel betroffen?

Immobilienleistungen verfügen traditionsgemäss über eine breite Angebotspalette und sind meist stark vertikal integriert. So bieten etwa Architekten oder Immobilienhändler oft zahlreiche Dienstleistungen aus einer Hand an. Heute müssen sich Immobilienexperten jeglicher Ausrichtung daran gewöhnen, ihre Wertschöpfungskette mit anderen zu teilen. Neue Anbieter mit fokussierten Dienstleistungen sind oftmals schneller, günstiger und leistungsfähiger, was zu einer stärkeren Arbeitsteilung führt.

Früher gab es viele Handshake-Deals. Wie läuft das im Corona-Zeitalter?

Handshake-Deals gibt es schon lange nicht mehr, dafür sind die gesetzlichen Rahmenbedingungen von Immobilientransaktionen viel zu eng. Was aber viele in der aktuellen Situation schmerzlich vermissen, ist das persönliche Networking. Immobilienleistungen sind auf Informationen aus dem Innersten des Marktes und funktionierende informelle Beziehungen angewiesen. Da Networking über digitale Kanäle mehr schlecht als recht funktioniert, freut sich die Immobilien-Community auf die Zeit nach Corona, in der ein persönlicher Austausch und Handshakes wieder möglich sein werden.

Wie positioniert man sich clever, um in diesem Jahr richtig durchzustarten?

Es geht darum, bei seinen Geschäftspartnern nicht in Vergessenheit zu geraten. Den Kopf in den Sand zu stecken und zu warten, bis die Krise vorbei ist, wäre ein schlechter Ratschlag. Vielmehr sollte man Plattformen und institutionalisierte Netzwerke nutzen, um seine Positionierung im Markt zu markieren und zu verteidigen.

“ Den Kopf in den Sand zu stecken und zu warten, bis die Krise vorbei ist, wäre ein schlechter Ratschlag.

Was gab für Sie den Ausschlag, Immobilienexperte zu werden?

Bereits meine Eltern waren im Immobiliengeschäft tätig. Auf der Suche nach meinem eigenen Weg wurde ich



zum Marketingspezialisten und konnte dies bei Unilever, einem internationalen Konzern mit enormer Marketingkompetenz, einige Jahre ausleben. Meine Immobilieneigenen liessen sich aber bereits im Doktorandenstudium schlecht unterdrücken. So habe ich meine Dissertation zum Thema Immobilienmarketing geschrieben. Diese Disziplin hat mich seither in meinem ganzen Werdegang begleitet, auch während meinen Stationen als Immobilienentwickler, -vermarkter und -bewirtschafter. Diesen Erfahrungen habe ich es zu verdanken, dass ich die Bedürfnisse und Sorgen meiner Kunden in meiner heutigen Position als professioneller Netzwerkbetreiber verstehe.

Wie hat sich Ihr Job in den letzten 20 Jahren verändert?

Als ich mit meinem Branchenkollegen Ruhstaller zusammen das Buch zum Thema Immobilienmarketing geschrieben habe, wussten viele in der Branche nicht, worum es dabei geht. Heute, rund 16 Jahre und sieben Buchaktualisierungen später, ist die Immobilienbranche auch im Marketing professioneller geworden. Es ist aber nach wie vor ein starkes Gefälle vorhanden; etwa zwischen Konsumgütermarketing und Immobilienmarketing. Dies hat vor allem damit zu tun, dass es der Immobilienbranche auch ohne grosse Marketinganstrengungen lange gut ging. Dies dürfte sich aber mit der bereits beschriebenen wachsenden Wettbewerbsintensität bald ändern.

Sie sind CEO von Swiss Circle. Was können Sie mit dieser Dachorganisation konkret bewegen?

Unsere Netzwerke Swiss Circle, SwissPropTech und alaCasa.ch verfolgen vier Ziele: Erstens sorgen sie für Transparenz im Immobilienmarkt, indem sie Plattformen für Unternehmen, Experten und Projekte betreiben. Zweitens stärken unsere Netzwerke die Wahrnehmung unserer Mitglieder auf dem Markt und unterstützen sie bei deren Positionierung. Drittens vermitteln wir mit Branchenkongressen und Expertendiskussionen wertvolles Knowhow. Viertens stellen wir unseren Mitgliedern effiziente Plattformen für die Pflege und den Ausbau ihres persönlichen Netzwerks zur Verfügung. Dazu gehören Messen, Kongresse und Networkingevents. In den letzten Monaten haben wir unsere Onlineangebote stark ausgebaut, was unsere Kunden positiv aufgenommen haben. Trotzdem freuen wir uns sehr auf die Zeit nach Corona, wenn wir unseren Leitsatz «You can't e-mail a handshake» wieder voll zur Geltung bringen können.

Wie steht eigentlich der Schweizer Immobilienmarkt im internationalen Vergleich dar?

Im internationalen Vergleich hat unser Immobilienmarkt aus verschiedenen Gründen eine Sonderstellung. So ist die Schweiz etwa ein vergleichsweise langweiliger Markt mit wenig Volatilität. Das kommt Investoren mit langfristigem Zeithorizont und hohem Risikobewusstsein zwar entgegen. Für transaktionsorientierte

“ Neue Technologien, allen voran die Digitalisierung, haben jungen Innovatoren die Türe zum Immobilienmarkt geöffnet.

Dienstleister sind aber volatile Immobilien-Hotspots wie etwa der Londoner Immobilienmarkt interessanter. Hinzu kommt, dass sich der Schweizer Markt zum Teil bewusst abschottet, wie etwa die Beschränkungen für internationale Investoren im Wohnimmobiliensegment zeigt. Aber auch die starke Stellung und Finanzkraft einheimischer institutioneller Investoren erschwert den Eintritt in den Schweizer Immobilienmarkt. Unsere föderalistischen Strukturen und Mehrsprachigkeit sind weitere Hürden, die internationale Player oftmals von einem Markteintritt abhalten.

Wie wichtig ist der persönliche Kontakt bei Bauvorhaben?

Immobiliengeschäfte erfordern vertiefte Marktkenntnisse und vertrauenswürdige Partnerschaften. Dazu sind persönliche Kontakte notwendig und kaum zu ersetzen. Trotzdem mussten wir in den letzten Monaten auf digitale Kanäle ausweichen, was erfreulicherweise recht gut geklappt hat. In Gesprächen mit unseren Kunden höre ich aber, dass man sein altes Leben möglichst bald wieder zurückhaben möchte; der persönliche Austausch fehle schmerzlich. Für die Zukunft sehe ich ein Nebeneinander von persönlichen und digitalen Kanälen, weshalb wir unsere Onlineplattform für Immobilienexperten auch weiter ausbauen werden.

Wie können sich junge Startup-Unternehmen im Immobilienmarkt gegen «Branchen-Dinosaurier» behaupten?

Die Immobilienbranche wurde zwar spät, aber trotzdem heftig von der Innovationswelle erfasst. Neue Technologien, allen voran die Digitalisierung, haben jungen Innovatoren die Türe zum Immobilienmarkt geöffnet. Startups greifen die Wertschöpfungsketten der etablierten Immobilienfirmen an und fordern Teile des Marktes für sich; trotz wenig Branchenerfahrung und geringer Grösse mit beträchtlichem Erfolg. Der Grund, weshalb sich Startups gegenüber den Grossen und Etablierten behaupten können, liegt zum einen in ihrer Flexibilität. Diese hängt nicht ausschliesslich mit ihren kleinen, agilen Strukturen zusammen, sondern auch mit der Fähigkeit, alte Wahrheiten in Frage zu stellen und unbeschwert nach neuen Lösungen zu suchen. Zum andern verfügen Startups über einen technologischen Vorsprung, was sie für etablierte Immobilienakteure zu willkommenen Partnern macht.

Trotzdem reagieren noch immer viele «alten Hasen» abweisend und sehen Startups als gefährliche Konkurrenten, die man in die Schranken weisen muss.

Besser und erfolgsversprechender wäre aber bestimmt eine partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Alt- und Jungunternehmen, wofür sich auch unser Netzwerk SwissPropTech engagiert.

Dr. Roman H. Bolliger betreibt die Netzwerkplattformen Swiss Circle, SwissPropTech und alaCasa.ch und ist Organisator von Messen, Kongressen und Events. Daneben gibt er seine Erfahrung als Buchautor, Dozent, Berater und Verwaltungsrat weiter.



Der Immobilienmarkt wird neu aufgemischt

MoneyPark, der grösste unabhängige Hypothekenspezialist in der Schweiz, sorgt für Durchblick im Immobilienmarkt. Neu nicht nur bei Hypotheken, sondern auch bei der Bewertung, der Suche, dem Kauf und dem Verkauf von Immobilien. Im Fokus steht dabei immer die individuelle und persönliche Beratung der Kundinnen und Kunden.

TEXT SMA

MoneyPark zählt zu den Erfolgsgeschichten auf dem Finanzplatz Schweiz. Gegründet 2012, mischte das erste bankunabhängige Fintech-Unternehmen den Hypothekenmarkt auf und hat sich heute als grösster unabhängiger Spezialist etabliert. Es verfügt im Bereich Immobilienfinanzierung über ein Partnernetzwerk von über 150 Banken, Versicherungen und Pensionskassen und vermittelt jährlich ein Hypothekenvolumen von mehr als 3 Milliarden Franken. MoneyPark ist mit mehr als 20 Filialen in allen Landesteilen vertreten und beschäftigt über 300 Mitarbeitende.

Mehr als ein Makler

Nun ist MoneyPark auch ins Immobiliengeschäft eingestiegen und begleitet seine Kundinnen und Kunden zusätzlich zur reinen Finanzierung auch beim Kauf und Verkauf von Immobilien. Als Finanzierungs- und Technologiespezialist hat das Unternehmen dabei einen grossen Vorteil: Es kann sämtliche Expertisen rund um die Immobilie an einem Ort bündeln und technologisch neue Wege gehen. «Wir sind für unsere Kundinnen und Kunden der Ansprechpartner, wenn es um ihre Immobilie geht. Wir kümmern uns nicht nur um die Kaufabwicklung, sondern auch um die Finanzierung, die Vorsorge und einen allfälligen Verkauf einer Erstliegenschaft», sagt Stefan Heitmann, Gründer und CEO von MoneyPark. Denn gerade der gleichzeitige Verkauf und Neukauf ist aufwändig und komplex und benötigt die Fachkompetenz eines Experten, der sämtliche Unsicherheiten im Kauf- und Verkaufsprozess sowie der Finanzierung beseitigen kann.

Ein Beispiel aus der Praxis

Diese Erfahrung hat auch Claudia Moser gemacht. Nach ihrer Scheidung hat sie sich schweren Herzens entschieden, das Familienhaus zu verkaufen, um in eine kleinere Eigentumswohnung zu ziehen. «Der Verkauf oder Kauf einer Liegenschaft ist sehr emotional und für viele eine Herzensangelegenheit. Wir sehen uns deshalb nicht als klassischen Makler, sondern möchten den Kunden maximale Informationen und Transparenz bieten und unsere Kundinnen und Kunden individuell und persönlich in jeder Phase begleiten», betont Stefan Heitmann. Dabei öffnet MoneyPark den Kunden völlig neue Daten- und Informationswelten und definiert mit dem Kunden so gemeinsam die beste Strategie zur Erreichung der Ziele. Denn diese können sehr unterschiedlich ausfallen: Einige möchten so rasch als möglich verkaufen oder den bestmöglichen Preis erzielen, andere wünschen sich vor allem einen passenden Nachbesitzer. Wiederum andere möchten den Verkauf nicht öffentlich durchführen, wofür sie durch MoneyPark auf eine grosse interne Datenbank aus bereits finanziierungsgeprüften Käufern zugreifen können.

Auch für Claudia Moser war der Verkauf ein grosser Schritt: «Der ganze Hausverkauf war emotionaler, als ich zuerst dachte. Es war mir wichtig, dass das Haus künftig von einer Familie bewohnt wird und eine weitere Generation darin gross werden kann», erzählt sie. Ausserdem stand sie vor der Herausforderung, den Verkauf des Hauses und den Kauf ihrer neuen Eigentumswohnung möglichst zeitgleich abzuwickeln, um die Doppelbelastung nicht allzu lange tragen zu müssen. Dabei stellten sich komplexe Fragen: Wer ist alles zu involvieren? Welche Reihenfolge ist die richtige? Wie kann alles gut aufeinander abgestimmt werden, und wie lässt sich der richtige Käufer finden? «Ich habe mich entschieden, die Beantwortung dieser Fragen MoneyPark zu überlassen. Und ich wurde nicht enttäuscht: Meine Beraterin hat es ermöglicht, eine Überbrückungsfinanzierung sicherzustellen und beide Transaktionen – Kauf und Verkauf – parallel abzuwickeln. Sie hat mir die ganze Arbeit abgenommen und mich kompetent in jeder Phase begleitet. Das war eine grosse Erleichterung», erzählt Claudia Moser. Und schlussendlich ist ihr Wunsch in Erfüllung gegangen: Heute wohnt eine junge Familie in ihrem ehemaligen Haus.

Persönliche Bedürfnisse berücksichtigt

Die Dienstleistungen von MoneyPark haben Claudia Moser überzeugt. «Ich war sehr zufrieden mit meiner

Beraterin. Sie war stets an meiner Seite und hat mir durch ihre Objektivität und Neutralität vieles leichter gemacht. Sie hat mich jederzeit auf dem Laufenden gehalten und mich in alle Entscheidungen miteinbezogen. Ich habe auch die verschiedenen Angebote der Käufer erhalten und konnte selbst entscheiden, an wen ich das Haus verkaufen möchte. Seitens MoneyPark kam keinerlei Druck, es an den Meistbietenden zu verkaufen – für sie stand stets die professionelle Beratung und die Berücksichtigung meiner Bedürfnisse im Vordergrund.» Zu wissen, dass sich MoneyPark um alles kümmert, gab Claudia Moser die nötige Zeit, diesen Schritt zu verarbeiten und erleichterte ihr das Abschiednehmen von ihrem Haus.

Mehr Durchblick dank Daten

Genau das ist es, was MoneyPark bewirken will: Den Menschen den Kauf und Verkauf ihrer Wohnobjekte möglich zu machen und zu erleichtern. Seit der Gründung ist es das erklärte Ziel, den Immobilienmarkt kundenfreundlicher zu machen. Mehr Informationen und Transparenz sollen den Kunden mehr Entscheidungs- und Durchsetzungskraft verschaffen. Dies ist MoneyPark im Hypothekemarkt bereits erfolgreich gelungen. «Wir können unseren Kunden einfach und unabhängig den ganzen Hypothekemarkt und die gesamte Breite der individuellen Möglichkeiten zugänglich

machen und so aus über 150 Finanzierungsgebern das optimale Angebot finden», sagt Stefan Heitmann. Dasselbe Ziel verfolgt MoneyPark mit den neuen Dienstleistungen im Immobilienbereich. «Wir möchten auch hier ein völlig neues, datenbasiertes Kundenerlebnis schaffen und dadurch den Kauf und Verkauf von Immobilien vereinfachen. Mit diesem Angebot kommt mehr Bewegung in den Markt und es können noch mehr Wohnräume erfüllt werden», ist Stefan Heitmann überzeugt.

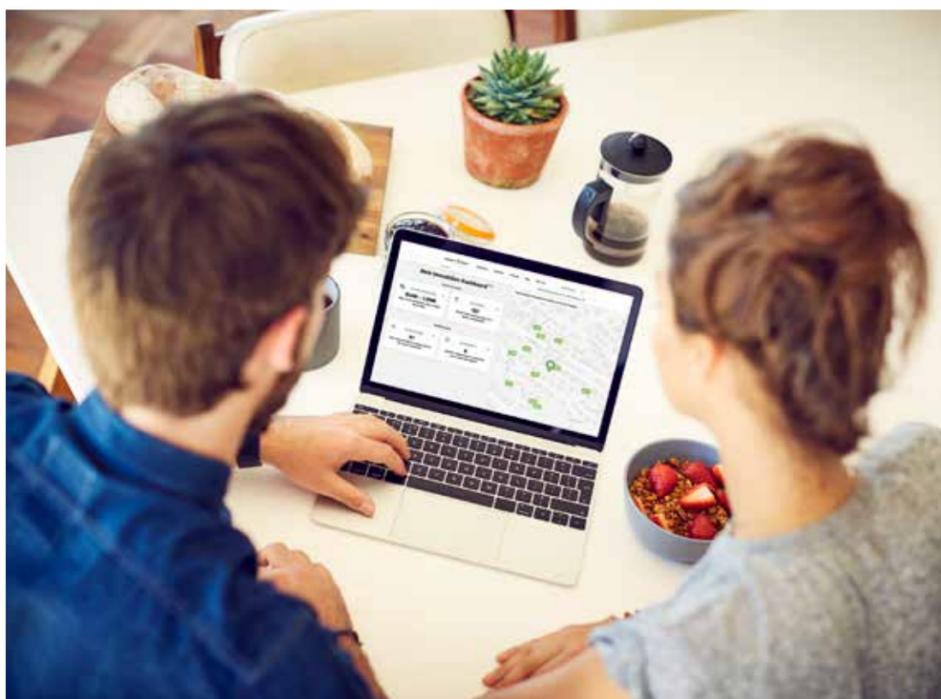
MoneyPark geht es in erster Linie darum, Immobilienbesitzer sowie Suchende mit relevanten Informationen und Wertentwicklungen bestmöglich zu unterstützen. Dabei ist die Kombination von Daten-Technologie und unabhängigen Hypothekar- und Immobilienexperten, welche die Kunden bei jedem Schritt persönlich unterstützen, einmalig im Schweizer Markt. Die eigens entwickelte Immobilien-Plattform von MoneyPark schafft mit ihrer hohen Informationsdichte Transparenz und hilft dabei, Kauf- oder Verkaufsentscheide fundierter zu fällen und leichter umzusetzen.

Kostenlose Objektbewertung und -informationen

Wer sich überlegt, ein Haus oder eine Eigentumswohnung zu verkaufen, kann sich in einem ersten Schritt auf der öffentlich zugänglichen und kostenlosen Plattform einfach und schnell über den aktuellen Marktwert informieren. Die Daten zeigen zudem, wie sich der Wert der Immobilie in den vergangenen Jahren entwickelt hat, welche Bauvorhaben es in der Umgebung gibt und wie es um Angebot und Nachfrage in der Region steht. Für diese detaillierte Charakterisierung nutzt MoneyPark eine grosse Menge an Daten zu vergangenen Immobilien-Transaktionen in der entsprechenden Region, aber auch Daten aus geographischen Informationssystemen. Ausserdem ermöglicht die Plattform den Zugang zu finanzierungsgeprüften Interessenten – also Käufern, die bereits über eine zugesicherte Finanzierung verfügen und sich die Immobilie dadurch sicher leisten können. Dies vereinfacht die Suche nach potenziellen Käufern und ermöglicht eine realitätsnahe Einschätzung des Marktes. Besteht der Bedarf nach einer persönlich durchgeführten Objektbewertung oder verfestigt sich der Wunsch, die Immobilie zu verkaufen, unterstützen die Immobilienexperten von MoneyPark und begleiten die Verkäufer durch den gesamten Prozess.

www.moneypark.ch

MONEY  **PARK**



Der Nutzen von Innovationen wird noch zu wenig vermittelt und erkannt

Im Vergleich zum digitalen Wandel in anderen Branchen wie FinTech oder LegalTech ist PropTech noch weniger bekannt. «Fokus» hat mit dem PropTech-Pionier Mario Facchinetti über Innovation und Digitalisierung in der Immobilienbranche gesprochen.

INTERVIEW KEVIN MEIER



Mario Facchinetti

Herr Mario Facchinetti, wie viel Potenzial steckt in der Schweiz für PropTech?

Diese Entwicklung hat in Europa vor vier Jahren begonnen. Während diesem Zeitraum sind in der Schweiz über 250 Firmen in diesem Bereich entstanden, weltweit etwa 7 000. Das zeigt, was für eine geballte Ladung Innovation auf diese Branche zukommt. Allerdings musste man feststellen, dass der Wandel doch nicht so schnell vonstatten geht, wie von Start-up-Investoren anfangs erhofft. Das Potenzial auf Seiten der PropTechs ist aber durchaus vorhanden. Die Schwierigkeiten bestehen in der Adaption in den Markt, die Innovation erst ermöglicht. Da sind wir noch schwach auf der Brust. Um diese Adaption zu erleichtern, müssten dem Thema Innovation von etablierter Seite mehr Ressourcen zugesprochen werden. Leider absorbiert das Tagesgeschäft jedoch so stark, dass dieses Thema zu schnell zurückgestellt wird. Die Gründer haben oftmals einen technologischen Hintergrund und ihre Stärken liegen nicht im Marketing und Vertrieb. Dies führt dazu, dass nur spärlich kommuniziert und verkauft wird. Ich sehe vor

allem bei ökologischen Nachhaltigkeitsthemen noch einiges an Kommunikationspotenzial, welches derzeit nicht ausgeschöpft wird.

Wie ist der Ist-Zustand von PropTech in der Schweiz? In welcher Phase befindet sich die Szene?

Es ist eine junge Szene. Die ältesten Firmen sind vielleicht fünf, sechs Jahre im Geschäft. Nichtsdestotrotz würde ich sagen, dass die Gründungswelle seit ein- bis zwei Jahren etwas abflacht und nur noch wenige neue Geschäftsmodelle auf den Markt kommen. Interessanterweise werden immer noch viele PropTech-Unternehmen gegründet, aber der Wow-Effekt flacht ab. Es sind jetzt vor allem Nachfolger, die aus der ersten Welle Start-ups gelernt haben und eigene Spezifikationen auf den Markt bringen. In der Schweiz sind wir also in der Wachstums- und Konsolidierungsphase angekommen. Wie sich die Coronakrise konkret auf die Branche auswirken wird, weiss man noch nicht. Jedenfalls ist es weder vor noch während der Krise zu einer grossen Konkurswelle gekommen. Das könnte auch an der Schweizer Mentalität liegen: Man beisst lieber durch, anstatt sich einzugestehen, dass etwas nicht funktioniert.

Ausserdem kann man seit etwa zwei Jahren auch eine Professionalisierung feststellen, vor allem in Bezug auf Investoren und Start-up-Gründer. Die grossen Unternehmen haben in der Zwischenzeit auch Innovationsverantwortliche eingestellt. Wie intensiv sich diese mit Innovationsthemen auseinandersetzen, ist aber eine andere Frage. Grundsätzlich ist es wichtig zu erkennen, dass es neue Kompetenzen braucht, um sich zielführend

mit neuen Technologien und Geschäftsmodellen auseinandersetzen zu können. Immobilienfachleute bringen diese nur beschränkt mit. Man sollte sich entsprechend nicht zu schade sein, sich in diesem Bereich weiterzubilden oder externe Hilfe beizuziehen.

Wo bestehen denn noch Hindernisse für Innovation und Digitalisierung?

Die Schwierigkeiten liegen nicht an den erkannten Problemen oder der Qualität neuer Produkte und Dienstleistungen, welche diese Probleme an der Wurzel beseitigen. Das allgemeine Bewusstsein, dass Innovationen wichtig sind, ist vorhanden. Dennoch fehlt es an Verständnis und Akzeptanz wie man erfolgreich mit solchen, oftmals jungen Firmen zusammenarbeitet. Meiner Einschätzung nach sind wir in einer sehr heiklen Phase. Sollte es nicht gelingen, Kollaborationsprojekte voranzutreiben, laufen wir Gefahr, dass viele Technologieunternehmen die nächsten zwei Jahre nicht überstehen. Somit würden wir die aufgebaute Innovationstätigkeit der letzten vier Jahre abtrotzen und das Feld ausländischen Firmen überlassen. Dann hätten wir auch die Revolution der Immobilienwirtschaft verpasst und uns in Abhängigkeit von globalen Technologiefirmen begeben. Im Bereich der Gebäudevisualisierung sind wir bereits auf bestem Weg dahin.

Muss man für PropTech in- und ausserhalb der Branche noch sensibilisieren?

Ganz klar, ja. FinTech ist zum Beispiel um einiges bekannter. Es wird aber immer mehr über PropTech gesprochen und die Publikationen und Events zum Thema nehmen zu. Dementsprechend dringt es auch immer

öfter zur Gesellschaft als Ganzes durch. Zu berücksichtigen ist natürlich, dass PropTech vor allem ein B2B-Markt ist. B2C-Start-ups sind immer populärer unterwegs als reine B2B-Lösungen.

Welche Innovationen sollte man derzeit im Auge behalten?

Man sollte die Innovationen beachten, die erlauben, die Menschen wieder dort einzusetzen, wo sie mit Menschen in Kontakt kommen. Entsprechend sind Lösungen interessant, die den Mitarbeitenden die dafür nötige Zeit verschaffen. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Nachhaltigkeit. Technologische Innovationen können helfen, ESG-Vorgaben schneller zu erreichen.

Was raten Sie der Branche und Immobilienbesitzenden in Bezug auf PropTech?

Man muss wach bleiben und die Entwicklungen nicht nur noch beobachten, sondern sofort anfangen, Erfahrung im Umgang mit dem Thema zu sammeln. Man sollte die Komplexität von Innovationen nicht unterschätzen. In einem Unternehmen sind Ressourcen wie Zeit und Budget zur Verfügung zu stellen, um sich eingehender mit Innovationsthemen zu befassen. Es sollte die Frage gestellt werden, wo man effizienter werden und zugleich eine ökologische und gesellschaftliche Wirkung erzielen kann. Dies nicht mit dem Ziel, Arbeitsplätze abzubauen, sondern Menschen dort einzusetzen, wofür sie gemacht sind – dem Kontakt mit anderen Menschen! Man sollte sich immer im Klaren sein, dass der digitale Wandel exponentiell vonstatten geht und deshalb Zuwarten keine gute Idee ist. Denn in Zukunft kann es schwierig sein, Verpasstes aufzuholen.

BRANDREPORT OFFICE LAB

Corona als Katalysator für innovative Arbeitskonzepte

Homeoffice ist nicht nur ein Covid-Hype, sondern avanciert zu einem nachhaltigen Bedürfnis der Mitarbeitenden. Firmen werden ihre Büroflächen reduzieren und ihr Angebot anpassen müssen – das künftige Arbeitskonzept beinhaltet vermehrt hybride Lösungen mit zusätzlich Homeoffice und Coworking Spaces. Thi Quyen Truong, Chief Business Development Officer & Marketing von Office LAB, erzählt mehr darüber.

Frau Thi Quyen Truong, inwiefern können Immobilienbesitzer von einer Zusammenarbeit mit Anbietern wie Office LAB profitieren?

Firmen stellen sich zwangsläufig die Frage, wie viel Büroraum sie tatsächlich noch brauchen. Da leere Büroräume hohe Kosten verursachen, führt dies zu Leerständen. Vermieter und Investoren müssen also für ihre Mietparteien neue Nutzungskonzepte finden und auch auf kurzfristige Veränderungen der Flächenbedürfnisse eingehen können. Hier kommen Coworking-Space-Modelle ins Spiel: Sie eignen sich besser für kleinteilige Mietparteien und bieten auch bei ineffizienten Grundrissen Lösungen für Single Tenants. In Coworking Spaces binden sich Mieter und Vermieter nicht an fixe, langjährige Vertragslaufzeiten, sondern können

die Bürofläche je nach Geschäftsverlauf erweitern oder reduzieren ohne mit nachteiligen Vertragsstrafen zu rechnen. Die Mietparteien erhalten dadurch mehr Flexibilität und Bindung zum Eigentümer. Coworking-Betreiber etablieren sich so zudem zunehmend als wichtige Ankermieter von Geschäftsimmobilen.

Welche Chancen ergeben sich für Unternehmen und deren Belegschaft ihre Flächenbedürfnisse mit Coworking Spaces «as a Third Space» zu ergänzen?

Coworking ist nicht nur eine Alternative zu Homeoffice, sondern unterstützt vor allem Performance Culture: Innovation braucht kreative Zonen, wo sich Teams physisch austauschen und in unterschiedlichen

Methoden ihre Projekte vorantreiben können. Für Mitarbeitende ergeben sich durch die neue Arbeitsform zudem mehr Freiheit und Flexibilität. Flexible Work verlangt aber ein Umdenken von Unternehmen und Mitarbeitenden. Die Situation mit Covid öffnete die Akzeptanz hierfür und führte zu positiver Haltung bezüglich Flexibilisierung und Digitalisierung. Coworking as a Third Space ist bereits ein stark diskutiertes Thema in den Unternehmen, um hohe Kosten von leeren Büroflächen zu vermeiden.

Was macht die Coworking Spaces von Office LAB aus?

Wir bewegen uns auf professionellem Niveau und bieten den Coworkern Räume in hohem Ausbaustandard mit

hochwertiger Infrastruktur und Technik an. In unseren «Flat Fee Angeboten» haben die Coworker planbare Kosten und mit keinen Überraschungen zu rechnen: Egal, wie oft und an welchem Standort ein Meetingraum genutzt wird – der Preis ist im Monatsabo inkludiert. Weitere Vorteile sind auch unsere Standortvielfalt sowie das breite Netzwerk und die starke Community für Wissensaustausch, welche sich durch die Coworking Spaces ergeben. Die Nutzung von Coworking Spaces kann also puncto Performance, Innovation und auch Networking einen veritablen Boost für das eigene Unternehmen darstellen.

Weiterführende Informationen:
officelab.ch

INTERVIEW PATRIK BIBERSTEIN



COVID SAFE WORKPLACE
For a better work and a better day!



Jetzt!
Tapetenwechsel
für nur CHF 220
pro Monat!

officelab.ch/covid-safe-workplace

More than an office



Trotz Digitalisierung: Der persönliche Kontakt bleibt in der Immobilienwelt zentral

Die digitalen Technologien verändern die Art und Weise, wie Dienstleistungen heute erbracht werden. Auch aus dem Immobiliensektor sind die technischen Hilfsmittel nicht mehr wegzudenken. Doch gerade in dieser Branche zeigt sich, dass das persönliche Vertrauensverhältnis zwischen Käufer, Verkäufer und Immobilienfachperson durch nichts ersetzt werden kann. Exemplarisch dafür steht Engel & Völkers: Dort kombiniert man digitales Know-how mit Kundennähe und Immobilien-Fachwissen.

TEXT SMA

In der heutigen digitalen Ära lassen sich praktisch alle Güter online kaufen, verkaufen und handeln. Auch Immobilien stellen dabei keine Ausnahme dar. Dementsprechend findet im Immobiliensektor eine Verlagerung von Prozessen und Dienstleistungen in die digitale Sphäre statt. Doch bei genauerer Betrachtung zeigt sich, dass die Marktteilnehmer unterschiedlich damit umgehen: Während manche Makler ausschliesslich auf Portale setzen, schlagen andere Anbieter bewusst alternative Wege ein. Dazu gehört auch Engel & Völkers in der Region Zürich und Zug. «Wir möchten ein Zeichen setzen», betont Claudia Schmidpeter, Geschäftsführerin von Engel & Völkers Limmattal. «Denn obschon auch wir der Ansicht sind, dass sich viele unserer Prozesse digitalisieren lassen, wollen wir gleichzeitig nicht den persönlichen Umgang mit unseren Kundinnen und Kunden zurückstellen.» Dies gelte auch in Corona-Zeiten, natürlich unter stetiger Einhaltung geltender Sicherheitsbestimmungen.

Doch warum setzt Engel & Völkers so sehr auf das Persönliche? Unter anderem deshalb, weil viele Immobilientransaktionen ein massgeschneidertes Konzept erfordern. «Und mit standardisierten digitalen Prozessen lassen sich solche Mandate nicht zum angestrebten Erfolg führen», erklären Vivien Engler und Salome Schuler, die Geschäftsführerinnen von Engel & Völkers Freienbach. Zum Beispiel erwarten manche Kundinnen und Kunden besondere Diskretion oder ihr Objekt setzt spezialisiertes Marktwissen voraus. Zudem schätzen gerade in heutigen Zeiten viele Klienten den zwischenmenschlichen Kontakt sehr. «In all diesen und weiteren Fällen stehen wir den Leuten mit Rat und Tat zur Seite – und zwar von Angesicht zu Angesicht.» Das gelte sowohl für Wohn-, Geschäfts- als auch Anlage-Immobilien. In sämtlichen Feldern verfügt Engel & Völkers über ausgewiesene Expertise.

Neue Möglichkeiten sinnvoll einsetzen

Für Kerstin und Axel Kühn, die gemeinsam Engel & Völkers Paradeplatz leiten, eignen sich digitale Services hervorragend für die Abwicklung von administrativen und wiederkehrenden Prozessen. Die Eigentümer-App von Engel & Völkers kann ebenfalls viele Aktivitäten in Echtzeit abbilden. «Wenn man diese Tools gezielt nutzt, entsteht echter Mehrwert für alle Beteiligten», so Kerstin Kühn. Und Axel Kühn ergänzt: «Doch wie gesagt vergessen wir dabei den persönlichen Kontakt nicht, denn der Kauf oder Verkauf eines Hauses weist immer auch eine emotionale Komponente auf.» Oft handle es sich dabei um einschneidende Momente im Leben der Kundinnen und Kunden. Nicht selten spielen auch Schicksalsschläge eine Rolle. Daher gehöre es zu den Aufgaben von Immobilienmaklerinnen und -Maklern, die Menschen genau dort abzuholen, wo sie sich wohlfühlen und Unterstützung benötigen. Entscheidend dafür sei natürlich das Zusammenbringen von passenden Käufern und Verkäufern. Das präzise Match-Making sei ein wesentlicher Faktor, der Engel & Völkers auszeichnet.

Spezialfälle? Kein Problem!

Niki Thomet, Geschäftsführer von Engel & Völkers für die Region Zimmerberg, erachtet den persönlichen Kontakt insbesondere dann als überaus wichtig, wenn es sich bei der Kauf- oder Verkaufsabwicklung um einen Fall «ausserhalb der Norm» handelt. Das kann bspw. den Verkauf eines Luxusobjektes betreffen, das ein eher exklusives Klientel anspricht. Weil die Zielgruppe für ein solches Objekt sehr klein und spezifisch ist, muss man sich unter anderem darüber Gedanken machen, über welche Kanäle man diese Immobilien sinnvollerweise vermarktet. Zudem ist in diesen Fällen Diskretion äusserst wichtig. «Und da ist der persönliche Kontakt für die Vertrauensbildung durch nichts zu ersetzen.»

Ein anderes Beispiel ist der Umgang mit Expats, die in vielen Regionen der Schweiz sehr präsent sind. «Da muss man nicht nur über ein Team verfügen, das fließend Englisch spricht, sondern auch auf Leute zählen können, die im interkulturellen Umgang erfahren und versiert sind», erklärt Niki Thomet. Diese Internationalität sowie die ausgewiesene Beratungskompetenz sei eine grosse Stärke von Engel & Völkers in der Region Zürich und Zug. Gleichzeitig sind die Beraterinnen und Berater aber stark lokal verankert und kennen daher den Immobilienmarkt vor Ort bestens.

Wissen trifft auf Leidenschaft

Die Mitarbeitenden von Engel & Völkers sind Immobilienfachleute mit Branchenerfahrung, die schon verschiedene Marktveränderungen hautnah miterlebt haben. Vor allem aber handelt es sich bei ihnen um Personen mit einer grossen Passion für ihren Beruf, welche die Kundenbedürfnisse ins Zentrum ihres

Handelns stellen. «Und wir fördern diese Leidenschaft und Kompetenz», sagt Lars Keller, Geschäftsführer Engel & Völkers Zürichberg und Goldküste, «indem wir unseren Teams Weiterbildungen und Schulungen in unterschiedlichen Bereichen ermöglichen.» So bleibe man auch fachlich immer auf dem neusten Stand und sei deshalb beispielsweise auch in der Lage, Kundinnen und Kunden fundiert zum Thema «Nachhaltigkeit» zu beraten. «Die Erläuterung wo, wie und wann ökologische Sanierungen sinnvoll sind, ist Teil unserer Beratung, dabei decken wir Themen ab wie beispielsweise die Anbringung von Auflade-Anschlüsse für E-Autos bei Neubauten oder die Aufwertung bestehender Objekte mit Solarzellen und nachhaltigen Heizsystemen. Das wichtigste im Verkauf ist und bleibt aber das Engagement und die Leidenschaft für eine Immobilie, die unsere Eigentümer und Suchkunden täglich zu spüren bekommen», ergänzt Andrea Keller, Geschäftsführerin von Engel & Völkers Zürich Nord.

So präsentiert sich die Immobilienlage in der Region Zürich und Zug

1. Linkes Zürichsee-Ufer: Charmant und international

Die Region ist sehr beliebt bei Expats, gleichzeitig herrscht Angebotsknappheit an Wohneigentum. Das führt zu stabil hohen Preisen – und bedingt ganzheitliche Beratung beim Kauf und Verkauf.

2. Zürichsee-Freienbach: Nicht nur steuerlich attraktiv

Der Kanton Schwyz ist u.a. aufgrund der tiefen Steuern sehr beliebt. Häuser, Grundstücke und Wohnungen erfreuen sich grosser Nachfrage, wodurch die Preise gestützt werden.

3. Zürich Goldküste: Eine Region voller Facetten

Am rechten Zürichseeufer wohnen viele nationale und internationale Fachkräfte und Unternehmer. Aufgrund der hohen Nachfrage und des stagnierenden Angebots ist weiterhin mit steigenden Preisen zu rechnen.

4. Stadt Zürich: Noch immer das pulsierende Zentrum der Schweiz

Der urbane Immobilienmarkt hat sich nach langen Jahren des kontinuierlichen Aufschwungs auf hohem Niveau stabilisiert. Die Preise bleiben damit stabil und befinden sich im Hochpreis-Segment.

5. Zug: Der internationale Business-Hub

Die internationale Steueroase am Zugersee ist bei Expats und Schweizern gleichermaßen gefragt. Die Nachfrage für Kauf/Miete übersteigt bei weitem die Nachfrage, die Preise verharren weiterhin auf Top-Niveau.

6. Zürich Nord: Stadtnah und preislich attraktiv

Die Region ausserhalb der Stadt wird immer attraktiver. Nicht nur durch schöne Wohnlagen und die gute Anbindung an die Stadt, sondern vor allem auch durch die immer noch bezahlbaren Preise für familiengerechten Wohnraum. Allerdings geht die Tendenz der Preise je nach Region und Stadtnähe auch in dieser Region eher in Richtung leicht bis stark steigend.



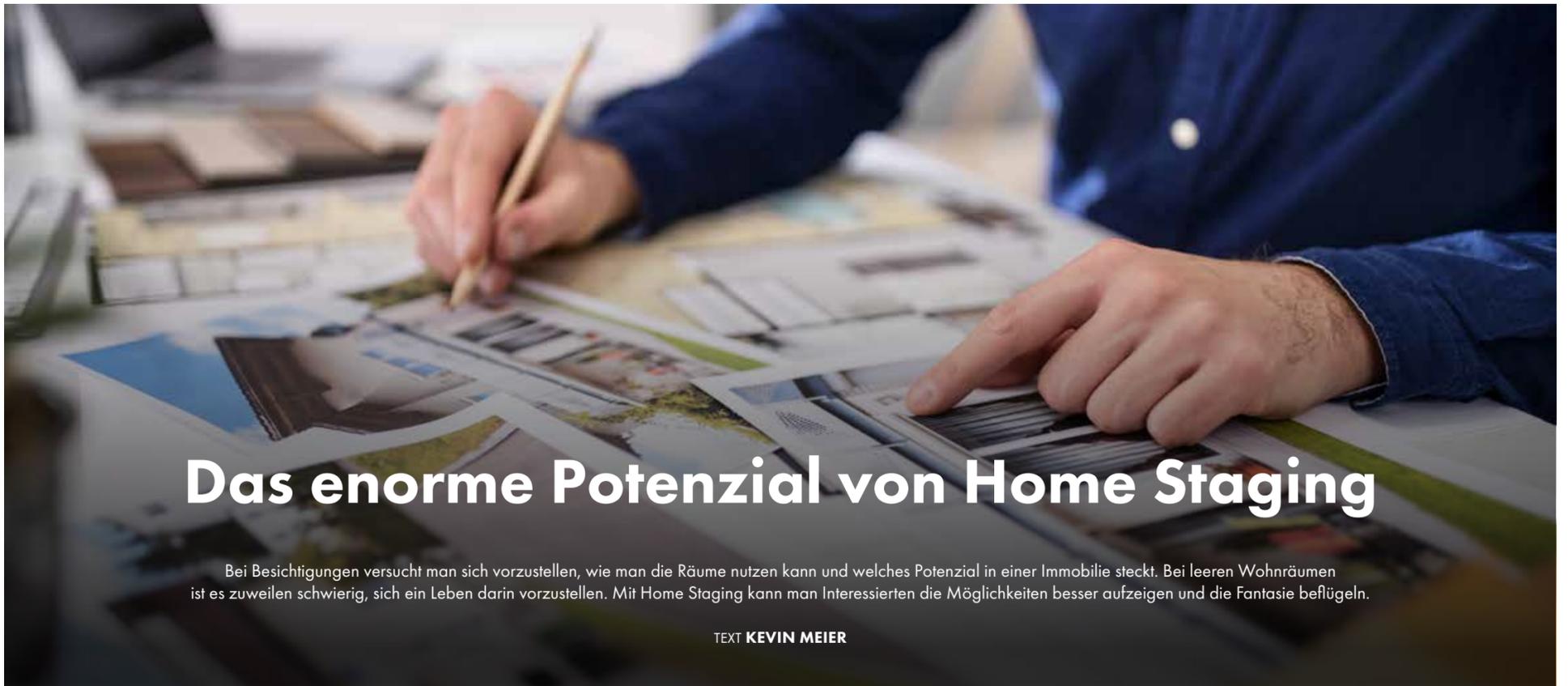
ENGEL & VÖLKERS

Commercial

Commercial-Objekte – also Wohn- und Gewerbeliegenschaften, die für attraktive Mieterträge sorgen – verzeichnen in Zürich und Zug eine hohe Nachfrage und die Preise für Mehrfamilienhäuser steigen weiter. Von den steigenden Kaufpreisen profitieren viele EigentümerInnen am Markt und entscheiden sich für einen gewinnbringenden Verkauf.

Sie möchten mehr erfahren? Engel & Völkers Greater Zurich Region ist Ihr Ansprechpartner zu allen Immobilien-Anliegen:

Webseite: engelvoelkers.com/gzr
Tel: 0800 555 777
gzr@engelvoelkers.com



Das enorme Potenzial von Home Staging

Bei Besichtigungen versucht man sich vorzustellen, wie man die Räume nutzen kann und welches Potenzial in einer Immobilie steckt. Bei leeren Wohnräumen ist es zuweilen schwierig, sich ein Leben darin vorzustellen. Mit Home Staging kann man Interessierten die Möglichkeiten besser aufzeigen und die Fantasie beflügeln.

TEXT KEVIN MEIER

Die Technik des Home Stagings wird in den USA bereits seit den 1970er-Jahren eingesetzt. In Schweden und Deutschland hat sich das Vorgehen mittlerweile ebenso etabliert. Der Begriff sei aber in der Schweiz noch erklärungsbedürftig, sagt die unabhängige Home Stagerin Stefanie Hitz. Gemeint ist mit dem Begriff die professionelle Präsentation eines Immobilienobjekts. Durch den Einsatz von Möbeln, Accessoires, Licht- und Farbkonzepten werden Wohnungen und Häuser optimal in Szene gesetzt. Egal ob Alt- oder Neubau: Für den ersten Eindruck gibt es nur eine Chance. Das Ziel ist, bei den Interessenten Emotionen zu wecken und ein heimeliges Gefühl hervorzurufen. So lässt sich darstellen, welches Potenzial im Objekt steckt, was die Verkaufszeit verringert und den Umsatz steigert.

Auch Privatpersonen profitieren

Home Staging mag zwar ähnlich wie Innenarchitektur klingen, ist aber im Grundsatz etwas anderes. Hitz erklärt: «Es ist für die Vermarktung gedacht.» Die komplette Einrichtung des Objekts ist nicht das Ziel. «Die Wohnungen werden «nur» zu etwa 80 Prozent eingerichtet», unterscheidet die Expertin. Wenn es vorrangig um Platzverhältnisse geht, können teilweise auch Kartonmöbel zum Einsatz kommen. Laut Hitz können auch Privatpersonen mit einfachen Tipps ihre Wohnung erfolgreicher potenziellen Abnehmern präsentieren: «Entrümpeln, putzen und entpersönalisieren.» Zudem sollten auch Haustiermöbel und

-gegenstände während der Besichtigung im Keller verstaut werden. «Schliesslich möchte die potenzielle Kundschaft ein neues Leben beginnen, kein altes übernehmen», so Hitz.

Aufmöbeln für alle Objekte

Jede Art von Immobilienobjekt kann von Home Staging profitieren. Von alten Häusern bis zu Neubauwohnungen lässt sich jeder Raum an die Zielgruppe anpassen. Ebenso können Musterwohnungen in das beste Licht gerückt werden. Abseits von privaten Wohnflächen, kann man mittels Home Staging auch Büro- und Gewerbeflächen auf eine Besichtigung vorbereiten. Vor allem bei grossen Räumen hilft Bürostaging dabei, die Anzahl Arbeitsplätze, die Raumverhältnisse und dessen Aufteilung aufzuzeigen. So können sich Interessierte ein besseres Bild der Gewerbefläche und deren Möglichkeiten machen.

Die virtuelle Welt hält Einzug

Wie in allen Branchen macht sich die Digitalisierung auch im Home Staging bemerkbar. Beispielsweise können Bilder der Objekte digital bearbeitet werden, um so die gewünschte Wirkung zu erzielen. Für Profis ist es ein leichtes, Möbel und Einrichtungen massstabgetreu in ein Bild einzufügen. Die Möglichkeiten werden auch auf diese Weise auf hervorragenden Bildern ersichtlich. Hitz mahnt aber, dass die Interessenten natürlich trotzdem noch eine Besichtigung vor Ort wünschen: «Wenn man dann eine leere Wohnung

betritt, wird man leider enttäuscht.» Eine andere Option ist es, ein reales Home Staging vor Ort zu machen und dieses auf digitalem Weg zugänglich zu machen. Immobilienvideos und Drohnenaufnahmen können einen guten ersten Eindruck vermitteln. Mit VR und Besichtigungsrobotern können die Objekte auch in einem 360-Grad-Rundgang besichtigt werden. Gerade in Zeiten der Coronapandemie und im Falle, dass die Immobilie weit weg von den Interessenten liegt, kann eine Besichtigung dieser Art eine Alternative zu Reisen bieten. Dennoch kann auch ein 360-Grad-Rundgang den Eindruck der realen Immobilie nicht ersetzen. «Wer ein Haus kauft, will bestimmt mindestens einmal selbst drin gewesen sein», erklärt die Home Stagerin.

Neue Fokuspunkte

Während Technologien die Immobilienbranche ergänzen, scheint die Krise auch einen Einfluss auf die Bedürfnisse der Kundschaft selbst zu haben. Hitz beobachtet, dass Objekte auf dem Land derzeit sehr gefragt seien. Zudem verlangen Homeoffice und etwaige Quarantänefälle nach mehr Platz im eigenen Zuhause. Ebenso haben aus denselben Gründen Balkone und Terrassen an Bedeutung gewonnen. «Momentan baue ich beim Home Staging immer eine Homeoffice-Ecke ein – auch wenn der Platz dafür oft beschränkt ist», erläutert Hitz. Schliesslich möchte man den Interessenten zeigen, dass auch bei wenig Platz Telearbeit möglich ist.

Professionelles Home Staging

Im Home Staging geht es um die professionelle Inszenierung einer Immobilie mit den passenden Mitteln. Wie bei jeder Art von Vermarktung wird hier auch oft mit Zielgruppen gearbeitet. Je spezifischer diese definiert wird, desto zielgerichteter kann man eine Wohnung oder ein Haus inszenieren. Da ist oft der Vorwurf der Kundentäuschung nicht weit. Diesen Vorwurf entkräftet Hitz entschieden: «Home Stager setzen Fokuspunkte, aber verstecken keine Mängel.» Im Gegenteil, viele Home-Staging-Anbieter übernehmen kleinere Renovationsarbeiten, um den gewünschten Effekt zu erzielen. Die Suche nach professionellen Home Stagern wird beispielsweise durch Verbände erleichtert, weiss Hitz: «Durch die strengen Zugangsbedingungen sowie Kontrolle der Arbeit, wird der Spreu vom Weizen getrennt.» Unlauteren Methoden und unseriösen Anbietern kann man so vorbeugen.

Der Durchbruch kommt noch

Anders als in den USA und Teilen Europas ist das Home Staging in der Schweiz noch nicht sehr verbreitet. Die Effizienz des Home Stagings ist hier noch nicht in das Bewusstsein der Immobilieninhabenden gedrungen. «Wenn man sich die Fotos auf Immobilienportalen ansieht, dann erkennt man noch einiges an Potenzial», summiert Hitz. Auf dem Schweizer Immobilienmarkt sei das Potenzial noch beinahe unendlich. Deswegen ist es auch ein Wunsch von Hitz, dass die Immobilienbranche die Vorteile des Home Stagings anerkennt.

BRANDREPORT PANOSWISS

Immobilienmarketing auf der Überholspur

Wer sich gut präsentiert, verkauft sich auch gut! Das bedeutet schnellere Verkaufszyklen und höhere Erträge. Digital ist dies auf einfachste Art und Weise zu erreichen.

Computergenerierte 360°-Rundgänge von Immobilien, welche noch gar nicht existieren, Möblierung von leeren Wohnungen und Häusern mittels eines virtuellen Home Stagings, virtuell begehbare Bauobjekte zur Dokumentation des Baufortschritts ... Panoswiss unterstützt seine Kunden mit kosteneffektiven Visualisierungen, welche den Erfolg und Arbeitsablauf bei der Vermarktung von Objekten

für Verkauf und Vermietung wesentlich verbessern sowie vereinfachen.

Spätestens seit Corona wird ein virtueller 360°-Rundgang bei einer Immobilie erwartet. Egal, ob in der Freizeit zu Hause oder in der Pause am Arbeitsplatz, wer sein künftiges Daheim sucht, will dieses direkt auf dem persönlichen digitalen Gerät besichtigen. Er will

Angebote vergleichen und sie mit seinem Umfeld besprechen. Ohne Einschränkung von Zeit oder Entfernung trifft er hier seine Vorauswahl und setzt Prioritäten für die persönliche Besichtigung.

Computergenerierte Visualisierungen während der Planungs- und Bauphase

Der Interessent muss sich nicht auf eine Beschreibung und wenige Visualisierungsbilder verlassen, sondern kann mit einem real wirkenden 360°-Rundgang die Immobilie direkt begehen. So werden Musterwohnungen gezeigt, bevor auch nur ein Stein auf dem anderen steht. Die Praxis beweist, dass auf diese Weise bei Bauabschluss der grösste Teil oder gar die ganze Immobilie verkauft respektive vermietet wurde.

Fotografische 360°-Rundgänge und virtuelles Home Staging bei bestehenden Immobilien

Optimale Präsentation bedeutet nicht leere Räume, sondern ein visuell attraktives Ambiente zu zeigen. Hier fühlt man sich wohl und wird in seiner Vorstellungskraft stimuliert. Das gilt für einzelne Standbilder wie auch für einen 360°-Rundgang, welche zu einem Bruchteil der Kosten einer realen Mustereinrichtung erstellt werden.

Weniger Aufwand und schnellerer Erfolg

Mit ansprechendem und interaktivem Präsentationsmaterial lässt sich das Objekt für den Betrachter nicht nur an die Spitze der breiten Masse an Angeboten setzen, sondern verringert auch den eigenen Arbeitsaufwand. Denn kommt der Besucher nach der virtuellen Besichtigung auch real zum Anbieter, hat er Interesse am Objekt. Gerade auch in der Zeit von Social Distancing konzentrieren sich damit direkte Kontakte auf Verkaufsgespräche, die von Beginn an Erfolgsaussichten bieten. Aber auch nach dem persönlichen Termin kann die Immobilie immer wieder online besichtigt werden.

Weniger Aufwand und schnellerer Erfolg

Panoswiss bietet eine umfangreiche Palette an Dienstleistungen, welche die Marketingarbeit wesentlich verbessern. Für die Kunden bedeutet dies kein Aufwand, sondern eine Investition in ihren Erfolg.



Biophilic Design – natürlich gesunde Räume

Die Natur als Vorbild – überall nutzen wir natürliche Elemente, um unser Leben zu verbessern. In der Raumgestaltung dominieren dagegen oft kalte Materialien wie Beton, Stahl und Glas. Gleichzeitig strömen viele in die Natur, um sich zu erholen. Es ist Zeit, übliche Bauweisen zu hinterfragen und alternative Möglichkeiten aufzuzeigen.

Die Gesundheit zählt zu den wertvollsten Dingen in unserem Leben. Wer fit und vital sein möchte, treibt Sport, ernährt sich reichhaltig und sorgt für regelmässige Erholung. Beim Innenausbau geht der gesundheitliche Aspekt jedoch oft vergessen – obwohl wir uns durchschnittlich 90 Prozent unserer Zeit drinnen aufhalten.

Problemfelder und Auswirkungen

Schlechtes Raumklima – z.B. eine Luftfeuchtigkeit unter 40 Prozent – führt zu trockenen Schleimhäuten, hat negative Wirkungen auf Augen und Atemwege, kann Hautirritationen und Atemwegserkrankungen auslösen. Durch Studien wurde erwiesen, dass Viren bei trockener Luft länger in der Raumluft schweben und so länger ansteckend sind. Die Folgen sind mehr Krankheitsfälle und höhere Gesundheitskosten.

Am Arbeitsplatz – speziell im Grossraumbüro, neuerdings auch im Homeoffice – sind die akustischen Bedingungen oft nicht optimal. Lärm führt zu Konzentrationsschwierigkeiten und Stress. Eine angenehme Raumakustik ist die Grundlage für eine gesunde, kreative und produktive Atmosphäre. Die durchschnittliche Temperatur in unseren Wohnräumen ist innert weniger Jahre von 21°C auf nahezu 23°C gestiegen. Durch die Bauweise mit kalten Materialien wird oft ein gewisses Unbehagen empfunden, das durch eine höhere Temperatur ausgeglichen wird. Nachhaltig ist diese Lösung jedoch nicht, die steigenden Heizaufwände sorgen für eine erhebliche Umweltbelastung.

Die Natur als Problemlöser

Das Konzept «Biophilic Design» steht für eine nachhaltige Bauweise, die sich mehr an der Natur orientiert und gezielt die damit verbundenen positiven Auswirkungen

auf uns Menschen nutzt. Unser Befinden wird durch Farben, Geräusche und andere Sinneswahrnehmungen direkt beeinflusst. «Beim Innenausbau können diese Einflussfaktoren aktiv gestaltet und so eine optimale Umgebung zum Arbeiten oder Wohnen geschaffen werden.», erklärt Patrick Hangartner, CEO der raumwerke AG. In diesem Zusammenhang belegen diverse Studien positive Auswirkungen unter anderem auf Gesundheit, Wohlbefinden, Kreativität und Produktivität sowie Reduktion von Stress und Fehlzeiten.

Natürliche Eigenschaften

Werden Materialien aus der Natur im Innenausbau sinnvoll eingesetzt, erfüllen sie ästhetische wie auch funktionale Anforderungen und schaffen zudem ein positives und gesundheitsförderndes Klima. Moos beispielsweise kann sehr viel Wasser speichern und wieder an die Umwelt abgeben. Es absorbiert ebenso viel Schall wie übliche Akustikprodukte auf Erdölbasis, nur umweltfreundlicher. Echtes Moos in Innenräumen wirkt also ausgleichend auf das Raumklima, sorgt für eine bessere Akustik im Raum und unterstützt eine behagliche Atmosphäre. Das nachhaltig geerntete Moos braucht neben einer gesunden Raumfeuchte keinerlei Pflege.

Ähnliche Eigenschaften bringen auch die ebenfalls nachwachsenden Rohstoffe Kork und Holz mit. Die Vielseitigkeit von Holz ist allgemein bekannt, aber auch Kork gibt es mittlerweile in unzähligen Designs, Formen und Farben. Beide Materialien verbessern das Raumklima und sorgen durch die warme Oberfläche für ein angenehmes Raumgefühl. Echte Pflanzen unterstützen ein gesundes Klima zusätzlich. Sie sorgen für eine natürliche Luftbefeuchtung und binden Schadstoffe aus

der Luft. Ein System mit normierten Töpfchen macht den Einsatz einfach und reduziert den Pflegeaufwand.

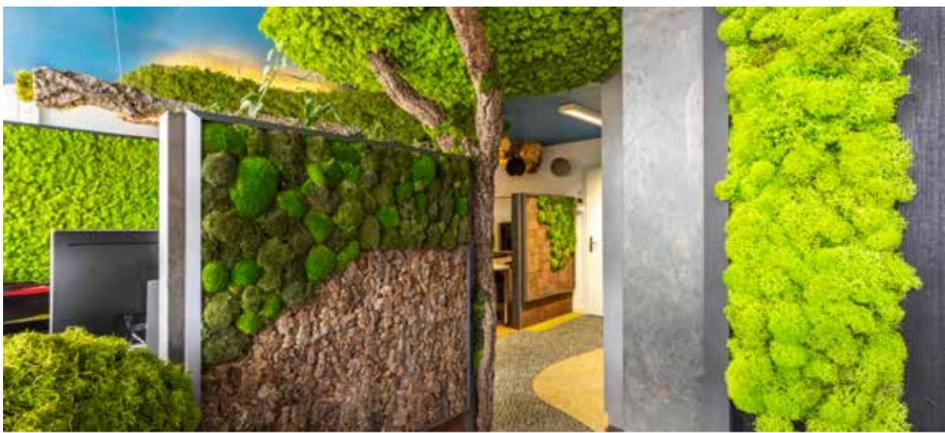
Nachhaltige Lösungen

Die raumwerke AG hat sich unter der Marke «Natur im Raum» auf Konzeption, Gestaltung und Umsetzung von natürlich gesunden Räumen spezialisiert. «Wichtig ist, die bestehenden Räume zu analysieren sowie Ziele und Bedürfnisse gemeinsam zu definieren. Auf dieser Grundlage erarbeiten wir anschliessend ein Konzept», erklärt Patrick Hangartner die Vorgehensweise seines Teams. Eigene Innenarchitekten übernehmen die Gestaltung, umgesetzt werden die Projekte in der eigenen Schreinerei. Möglich wird das umfangreiche Angebot durch enge Partnerschaften beispielsweise mit Meyer Orchideen, dem grössten Orchideenproduzenten der Schweiz.

«Nach Fachreferaten oder Gesprächen mit Kunden merken wir immer wieder, wie elementar es ist, die Materialien zu spüren und mit allen Sinnen wahrzunehmen. Dazu laden wir jeweils gerne in unsere «Natur im Raum Erlebniswelt» ein», schliesst Patrick Hangartner ab. Die raumwerke AG bietet kostenlos eine Erstberatung mit Kurzanalyse.



Impressionen & Beratung
www.raumwerke.ch



NIEDERER KRAFT FREY BRANDREPORT

«Der Immobilienmarkt in der Schweiz bleibt sicher noch länger attraktiv»

Als Leiter des Real Estate Teams bei Niederer Kraft Frey erlebt Andreas F. Vögeli die Auswirkungen der Coronakrise auf die Immobilienbranche hautnah mit. «Fokus» sprach mit dem führenden Immobilienanwalt der Schweiz über aktuelle Herausforderungen und was die Zukunft diesbezüglich bereithalten wird.



Andreas F. Vögeli

Herr Andreas F. Vögeli, die Coronapandemie hat die Welt fest im Griff – welches sind die dringendsten Auswirkungen auf die Immobilienwelt?

Die Immobilienwelt ist vielfältig und damit sind es auch die Auswirkungen. Immobilieninvestoren werden sich beispielsweise vermehrt die Frage stellen, wo nachhaltige Mieterträge am ehesten möglich sind, welche Geschäftsmodelle resilient sind und dann festlegen, welche Konzepte sie bei Bestandesliegenschaften weiterverfolgen. Homeoffice-Konzepte könnten unsere Lebensform langfristig verändern, aber das Büro nicht grundsätzlich in Frage stellen.

Weiter zeichnet sich ab, dass es bei gewissen Büroimmobilien eine Bedarfs- und Nutzungsänderung geben

wird. Im Bereich Handel werden sich neue Konzepte und damit kreative Nutzungen etablieren und im Bereich Wohnen werden Wohnungsgrössen und Grundrisse eine Überprüfung erfahren. Ein Trend hin zum Erwerb von Privatimmobilien ausserhalb der Stadtgrenzen, wenn möglich mit Umschwung, ist erkennbar. Diese Trends werden sicher auch einen Einfluss auf die Mietzinse und die Immobilienpreise haben.

Die ausserordentliche Lage hat auch im Wohn- und Mietrecht neue Fragen aufgeworfen. Welche Anliegen sind am dringendsten?

Nachdem der Bundesrat am 16. März 2020 in einer ausserordentlichen Sitzung die Massnahmen zum Schutz der Bevölkerung weiter verschärft und beschlossen hat, den Grossteil der Läden, alle Restaurants, Bars sowie Unterhaltungs- und Freizeitbetriebe zu schliessen, waren Vermieter und Mieter dieser Betriebe mit einer Situation konfrontiert, welche sie bislang schlicht nicht kannten. Schnell stellte sich unter den Juristen die Frage, ob die vom Bundesrat angeordnete Schliessung einen sogenannten Mangel im Sinne der Artikel 259a Abs. 1 und 259d OR an der Mietsache darstellt oder nicht und damit, ob die Mietzinszahlungen weiterhin geschuldet sind, diese verhältnismässig herabgesetzt oder gar nicht bezahlt werden müssen.

Der Bundesrat hat davon abgesehen, in die privatrechtlichen Beziehungen zwischen Mietern und Vermietern einzugreifen und am 8. April 2020 die Betroffenen eindringlich dazu aufgerufen, im Dialog konstruktive und pragmatische Lösungen zu finden. Nicht nur Immobilieninvestoren, sondern auch einzelne Kantone suchten daher bereits in dieser Zeit Lösungen, welche vor allem die kleineren Geschäftsmieter bereits während der Schliessung oder kurz danach bei den Mietzinsen entlasten könnten.

Im Sommer griff dann das Parlament des Bundes ein und sprach sich für einen teilweisen Mietzinsentlass aus. Beide Räte beauftragten den Bundesrat, einen entsprechenden Gesetzesentwurf – das Covid-19-Geschäftsmietegesetz – auszuarbeiten. Dieses hätte in der praktischen Umsetzung sicher auch noch einige Fragen aufgeworfen. Hierzu kam es aber nicht, da Ende 2020 weder der Nationalrat noch der Ständerat auf die Gesetzesvorlage eintraten. Damit dürfte es mit Ausnahme der kantonalen Regelungen keine weiteren staatlichen Eingriffe in die Geschäftsmietverhältnisse mehr geben. Ein Entscheid des Bundesgerichts zur wichtigsten, aber auch umstrittensten Frage, ob der Mietzins während der staatlich angeordneten Zwangsschliessung vollumfänglich geschuldet ist, dürfte noch länger nicht vorliegen. Je nach Ausgangslage empfiehlt es sich, hier nicht den Prozessweg zu beschreiten, sondern zeitnah eine einvernehmliche Lösung zu finden.

Ein Blick in die Praxis: Was hat Ihre Klientinnen und Klienten 2020 am meisten beschäftigt? Wie konnte ihnen geholfen werden?

Das vergangene Jahr war geprägt durch rechtliche Fragestellungen im Zusammenhang mit der Coronapandemie. Dabei ging es nicht nur um die vorhin erwähnten Miet- und Pachtzinsdiskussionen, sondern auch um die

Auswirkungen auf verschiedene Hotelprojekte und die Nachtragsforderungen von Unternehmern bei laufenden Bauvorhaben. Im Fokus stand dabei eine oft komplexe rechtliche Beratung mit dem Ziel, den Beteiligten die Möglichkeit zu nachhaltigen Investments zu geben, indem neue Regelungen aufgrund der Pandemie gefunden werden mussten. Trotz des zeitweisen hohen Wertverlustes von Immobilienaktien und -fonds, die man in den Kursen gesehen hat, haben wir im Transaktionsgeschäft keinen massiven Rückgang festgestellt. Dieses befindet sich entgegen der Trends im Ausland nach wie vor auf einem hohen Niveau.

Wie beurteilen Sie die mittel- bis langfristige Entwicklung des Immobilienmarktes?

Der Immobilienmarkt in der Schweiz bleibt aufgrund der tiefen Zinsen sicher noch länger attraktiv – sowohl für professionelle als auch für private Kapitalanleger. Aufgrund der Transaktionskosten und der im Vergleich zu anderen Anlagen eingeschränkten Handelbarkeit sollten Privatanleger genau prüfen, ob sich eine Direktanlage in eine Immobilie lohnt. Auf jeden Fall empfehle ich allen Investoren, sich bei einer Immobilientransaktion professionell beraten zu lassen. Sowohl beim Kauf als auch beim Verkauf einer Immobilie oder eines Portfolios ist es unabdingbar, eine Due Diligence durchzuführen, da die Fallstricke vielfältig sind. Somit ist es effizient und effektiv, hier einen auf Immobilienrecht spezialisierten Anwalt für die rechtlichen Themen beizuziehen.

Weiterführende Informationen nkf.ch

INTERVIEW LARS MEIER

« Das vergangene Jahr war geprägt durch rechtliche Fragestellungen im Zusammenhang mit der Coronapandemie.

NIEDERER KRAFT FREY

Von der Idee bis zum Traumbad

Richner sieht sich in erster Linie als Experte, der aktiv Lösungen entwickelt und den Prozess von A bis Z betreut und optimiert. Neben dieser Expertenrolle ist das Unternehmen auch Lieferant von Sanitärprodukten, Badmöbeln, Boden- und Wandbelägen sowie Logistiker.



Wer für eine Eigentumswohnung oder für ein Haus ein neues Bad plant, muss es sorgfältig tun und vor allem auch auf die Zukunft ausgerichtet: Ein Badezimmer bleibt durchschnittlich 15 bis 20 Jahre unverändert.

Damit der Eigentümer, die Eigentümerin die richtige Wahl trifft, beginnt der Prozess bereits in der ersten Phase, wenn zusammen mit dem Architekten und dem Sanitärinstallateur ein erster Vorschlag bzw. die Grundausswahl für die Verkaufsunterlagen ausgearbeitet wird. Hier geht es darum, im Rahmen des Budgets ein möglichst wertiges Badezimmer zusammenzustellen, immer abgestimmt mit der technischen Machbarkeit. Ästhetik, Funktionalität stehen hier im Vordergrund und auch, die kreativen Ideen der Architekten und der Bauherren umzusetzen sowie das Design und den Look der Wohnung aufzunehmen.

Jedes Badezimmer einzigartig

Auf dieser Basis haben dann die Käuferinnen und Käufer die Möglichkeit, ihr ganz individuelles Badezimmer auszuwählen – ein einzigartiges Bad also, das ganz nach deren Vorlieben gestaltet ist. Dabei werden Ideen

aufgenommen und im Rahmen des möglichen umgesetzt – massgeschneidert und nicht von der Stange. In der Ausstellung haben die zukünftigen Eigentümer die Möglichkeit, das Badezimmer auch haptisch zu erleben und auszuprobieren. In dieser Phase ist Richner sozusagen das Bindeglied zwischen dem Generalunternehmer und dem Sanitärinstallateur – denn letztlich müssen die Kundenwünsche ja auch umsetzbar sein.

Alles aus einer Hand

Haben sich die zukünftigen Eigentümer für eine Ausführung entschieden, startet Richner den Bestellungsprozess. Viele Produkte werden individuell hergestellt, deshalb sind auch Sondermasse und -anfertigungen ohne weiteres möglich. Der Vorteil dabei ist, dass alles aus einer Hand kommt und dabei verschiedene Marken und Lieferanten koordiniert werden können. Dieser ganze Service ist für den Kunden übrigens kostenlos.

In der Endphase kümmert sich Richner um die Logistik. Der Anspruch dabei: Es wird dafür gesorgt, dass alle Elemente zur richtigen Zeit am richtigen Ort angeliefert werden. Dabei werden die Lieferungen mit dem

Baufortschritt und den Montageplänen des Sanitärinstallateurs abgestimmt.

24 Ausstellungen in der Schweiz

75 Prozent der Schweizer und Schweizerinnen erreichen eine der Ausstellung von Richner in rund 20 Minuten – zwölf in der deutschen Schweiz, neun in der Westschweiz und zwei im Tessin. Das Sortiment im Innenausbau umfasst auf 35 000 m² rund 72 000 Artikel von 720 verschiedenen Lieferanten. In diesen Ausstellungen wird eine breite Palette an modernen und exklusiven Produkten für Bad, Küche und Garten sowie Böden mit Platten, Wandplatten und Holz präsentiert. Damit soll Kundinnen und Kunden ermöglicht werden, realitätsgetreue Bade- und Küchenwelten zu erleben und sinnlich zu erfahren und ihnen so zu persönlichen Wohlfühlloosen zu verhelfen.

In Zukunft auch digital

Das neue Badezimmer bereits sehen, bevor es gebaut ist: Dieses Erlebnis wird für die Kunden und Kundinnen im neuen «Future Showroom» möglich sein, der diesen Frühling in Zürich eröffnet wird. Indem die physische

mit der digitalen Welt verschmolzen wird, kann sie dreidimensional wahrgenommen werden.

Ein Verbund von Spezialisten

Richner gehört zum Unternehmen Building Materials Suisse (BMS), in dem verschiedene Marken und Spezialisten im Baumaterialhandel unter einem Dache vereint sind. Diese Markenwelt umfasst die Unternehmen Baubedarf, Richner, Gétaz Miauton, und Regusci Reco – viele darunter haben bereits Schweizer Baugeschichte geschrieben.

Mehr als 200 Mitarbeitende im Aussendienst und über 100 Geschäftsführende in den Filialen machen BMS zu einem wichtigen Mit-Unternehmen für die Bauwirtschaft. Trotz der Grösse sind die verschiedenen Unternehmen lokal verankert und kennen die meisten Kunden persönlich. So sind sie off- und online eine kompetente Anlaufstelle für fachkundige Beratung im Baumaterialhandel.

Weitere Informationen:

www.bmsuisse.ch



Drei Fragen an Gian Reto Cantieni, Business Unit Director Innenausbau



Gian Reto Cantieni

Im Rahmen der Digitalisierung redet man auch von «Smart Home», also von Haushalten, in denen Geräte untereinander kommunizieren und von einem App aus gesteuert werden können. Wie verändert diese Technologie das Badezimmer der Zukunft?

Durch die Integration von «Smart-Home»-Elementen ist es auch im Badezimmer möglich, via App oder Sprachassistent beispielsweise die Beleuchtung oder die Heizung zu steuern. Sie können also unabhängig von Ihrem Standort das Badezimmer wärmen, wann immer Sie dies benötigen. Die Technologie kann so den persönlichen Komfort erhöhen und gezielt Energie sparen.

Dann kann man also schon bald von unterwegs aus das Badewasser in der bevorzugten Temperatur einlaufen lassen?

Ja, verschiedene Hersteller im gehobenen Preis-Segment bieten das bereits an. Digitale Bedienelemente an Wanne oder Dusche und eine entsprechende App machen es möglich.

Wie wichtig ist den Schweizerinnen und Schweizern bei der Auswahl des Badezimmers die Energieeffizienz? Kann in Zukunft auch die Ökobilanz verbessert werden? Wenn ja, wie?

Komfort, Funktionalität, Optik und Energieeffizienz sind Aspekte, die bei der Planung des Badezimmers wichtig sind. Mit der Auswahl der Produkte und bewusstem Verhalten im Alltag, kann die Energieeffizienz verbessert werden. Moderne Brausen und Armaturen begrenzen den Wasserdurchfluss automatisch, so dass man weniger Wasser pro Minute verbraucht. Waschtischmischer mit Kaltwasserstart unterstützen dabei, den Verbrauch von Warmwasser zu reduzieren. Energiesparende Beleuchtung und das richtige Heizsystem spielen ebenfalls eine wichtige Rolle.

Gemeinnützigkeit als Anlagestrategie

Gemeinnützige Immobilien und preiswerte Wohnliegenschaften sind eine sinnvolle Anlagealternative zu traditionellen Renditeimmobilien oder anderen Anlageklassen. Jürg Capol, Geschäftsführer der Utilita Anlagestiftung für gemeinnützige Immobilien, erklärt im Interview, weshalb.



Bella Vista, Neuchâtel



Jürg Capol
Geschäftsführer der Utilita

Herr Jürg Capol, das Versprechen Ihrer Stiftung lautet «Mehr als Investieren». Was bedeutet dieses «Mehr» für die Anleger?

Die Anlagestrategie der Utilita Anlagestiftung für gemeinnützige Immobilien deckt zwei Grundbedürfnisse der sozialen Sicherheit ab, nämlich die Altersvorsorge und bezahlbares Wohnen. Das bedeutet, dass mit unserer Anlage nicht nur die Renten für Pensionskassen sichergestellt werden, sondern auch, dass wir preiswerten Wohnraum schaffen. Das erzeugt sinnvolle Synergien, also einen gesellschaftlichen Mehrwert zu Gunsten des Allgemeinwohls.

Und gleichzeitig ist es Teil Ihrer Strategie, den Bewohnerinnen und Bewohnern ein lebenswertes und selbstverwaltetes Zuhause zu bieten?

Das ist richtig. Wohnen als Grundbedürfnis ist kein Konsumgut, sondern der private beziehungsweise der halbprivate Raum, in dem ein grosser Teil unseres Lebens stattfindet. Unser Ziel ist es, den Bewohnerinnen und Bewohnern das Umfeld zu bieten, sich unter einem gemeinsamen Dach gesellschaftlich und generationenübergreifend zu integrieren. Dazu gehören beispielsweise die Förderung des Austausches mit den Nachbarn und ein gewisser Grad von Selbstbestimmung. Das erreichen wir bei unseren Neubauprojekten durch die Gründung einer Bewohnervereinigung und einer Charta, die Prinzipien des Zusammenlebens und der Nachhaltigkeit vorschlägt.

Ihre Anlagestrategie fokussiert sich auf die Förderung von preiswertem und gemeinnützigem Wohnraum – wie grenzt sich dieser von traditionellen Renditeimmobilien ab?

Das Interessante an Immobilien ist, dass es sich dabei sowohl um ein Produkt des Grundbedürfnisses, aber auch um ein Produkt des normalen Gebrauches oder sogar des Luxus handelt. Je nach Gebrauch und Ausrichtung gehören sie anderen wirtschaftlichen Gesetzmässigkeiten. Die Immobilien im preiswerten beziehungsweise gemeinnützigem Segment zeichnen sich durch tiefere Volatilität und potenziell tiefere Leerstände aus, da sie

im Grunde der Spekulation entzogen sind. Das bedeutet tiefere Risiken.

Es muss noch erwähnt werden, dass das gemeinnützige Segment nicht allen Anlegern offensteht. Daher können wir als Utilita zusätzliche Anlagemöglichkeiten offerieren in einem Segment, das mehr auf Netto-Cashflow als auf Wertänderungsrenditen ausgerichtet ist. Somit bieten wir unseren Anlegern, den Pensionskassen, einen Diversifikationseffekt zu normalen Schweizer Immobilien.

Ist dabei auch Nachhaltigkeit ein Kriterium?

Absolut. Wir waren uns 2017 bei der Gründung der Anlagestiftung bewusst, dass wir eine Chance haben, ein neues Portfolio im Hinblick auf sozialen Effekt, umwelttechnische Belangen und Wirtschaftlichkeit aufzubauen. Das sind die drei Pfeiler der Nachhaltigkeit. Bis heute ist uns das gut gelungen. Per Abschluss des letzten Geschäftsjahres erfüllten in Bezug auf Energieeffizienz zwei Drittel des Portfolios den Minergiestandard oder sogar höher. Oder anders ausgedrückt: Drei Viertel der Liegenschaften werden mit erneuerbaren Energien versorgt. Nur zwei Prozent werden noch mit Öl beheizt.

Sie wenden wo immer möglich die sogenannten ESG-Kriterien an, um die Nachhaltigkeit für die Anleger transparenter und messbarer gestalten. Worum handelt es sich da genau?

ESG-Kriterien, also Prinzipien, die in den Bereichen Environment, Social und Governance angewendet werden, gelten als Standard für verantwortungsvolle Investitionen weltweit. Im Bereich Immobilieninvestitionen tut man sich im Markt mit der Messbarkeit dieser Kriterien noch etwas schwer. Deshalb wenden wir bei der Utilita zurzeit noch unsere eigenen Zielsetzungen an. Diese werden bei unseren Entscheidungsprozessen, wie beispielsweise der Akquisition von Liegenschaften und Projekten, immer mit einbezogen. Um diese Stossrichtung zu unterstreichen, sind wir Mitglied der Vereinigung Swiss Sustainable Finance.

Gibt es dafür ein aktuelles Beispiel, ein Projekt, in das Sie gerade investiert haben?

Im März werden wir in der Region Genf den Bau einer Liegenschaft mit sehr hoher Energieeffizienz (THPE entspricht Minergie P) mit 38 Wohnungen anbieten. Von diesen sind 50 Prozent gemeinnützig beziehungsweise subventionierbar; die andere Hälfte solche mit auf 25 Jahre kontrollierten Mieten.

Der Marktwert der Liegenschaft liegt bei ca. 25,5 Mio. Franken. Sie wird eine nachhaltige Bruttorendite

von ca. 4,5 Prozent erzeugen, bei Mieten, die klar unter dem Markt liegen. Die Erstvermietung ist erfolgreich unterwegs und schon beinahe abgeschlossen.

Parallel haben wir noch andere ähnliche Projekte in Ausführung.

Interessant für Anleger ist letztlich die Rendite. Ist es von diesem Aspekt her nicht interessanter, in Luxusimmobilien oder andere Anlageklassen zu investieren?

Wie das erwähnte Beispiel zeigt, kann auch im gemeinnützigem Wohnungsbau eine gute Rendite erzielt werden. Bei zwar tieferen Erträgen müssen die Investitionskosten tiefer gehalten werden – entweder beim Grundstück oder/und mit einer optimierten Bauweise.

Gemäss BFS wird in den nächsten zehn Jahren der Anteil der Menschen im Alter ab 65 Jahren um nahezu 30 Prozent zunehmen. Welche Auswirkungen hat das auf den Immobilienmarkt generell und speziell auf den gemeinnützigem Wohnraum?

Das BFS schätzte in den vergangenen Jahren ebenfalls, dass rund 15 Prozent der Haushalte Mühe haben, die Mieten zu bezahlen. Dabei sind die Haushalte, die rein auf die Altersrenten abstellen, nicht eingerechnet. Dieser Anteil wächst und wird sicher zusätzlich die Nachfrage nach preiswertem und gemeinnützigem Wohnraum verstärken. Der Bedarf nach neuen Modellen in diesem Bereich wird sich ebenfalls verstärken. Die Utilita hat ihre Anlagestrategie darauf ausgelegt, dass Investitionen auch in Alterswohnungen mit Dienstleistungen, die unter gemeinnützigem Prinzipien betrieben werden, möglich sind. Aktuell haben wir ein Projekt in Zusammenarbeit mit einem Altersheim und einer Gemeinde in Entwicklung.

Ein Blick in die Zukunft: Wie entwickelt sich in den nächsten 20 Jahren der Immobilienmarkt und insbesondere der preiswerte, gemeinnützige Wohnraum – auch im Hinblick auf die 10-Millionen-Schweiz?

Ein Blick in die Zukunft ist immer schwierig. Man sieht jedoch, dass das Wertewachstum im Immobilienmarkt stark durch Wertänderungsrenditen getrieben ist, also durch Diskontfaktoren, die eine grosse Hebelwirkung haben. Ändert sich das systemische Umfeld, was früher oder später passieren wird, kann es rasch zu einschneidenden Wertkorrekturen kommen. Das preiswerte und gemeinnützige Segment ist von dieser Volatilität weniger betroffen, da die Diskontfaktoren auch kontrollierte Kosten, Erträge oder öffentliche Auflagen abbilden

und sich so stabiler verhalten. Daher ist eine Anlage in diesem Segment eine gute Diversifikation zu normalen Immobilien. Sovieel zum allgemeinen Immobilienmarkt.

Nun zum preiswerten und gemeinnützigem Immobilienmarkt: Aktuell sind nicht ganz 5 Prozent des Immobilienmarktes als gemeinnützig zu bezeichnen. In den letzten Jahren wurden in verschiedenen Städten Wohnförderungsmassnahmen beschlossen und hochgesteckte wohnpolitische Ziele gesetzt, die weit über den 5 Prozent liegen. Da die Nachfrage stärker als das Angebot ist, sollte dieser Anteil auch wachsen. Dieses schweizweite Wachstum kann jedoch nicht durch bestehende lokale gemeinnützige und eigenkapitalschwache Bauträger, wie Genossenschaften, alleine gesichert werden. Die Utilita hat sich deshalb zum Ziel gesetzt, diese sich öffnende Lücke zu füllen. Wir arbeiten auch bei mehreren Projekten eng mit Genossenschaften und Verbänden zusammen, da wir ja das gleiche Ziel von preiswertem und gemeinnützigem Wohnraum verfolgen. Wir sind eine Alternative zu herkömmlichen Förderungsmechanismen und eine sinnvolle Ergänzung zu Genossenschaften.

Welches Wachstum strebt die Utilita an, mit welchen Zielen?

Die Utilita hat in ihrem rund dreijährigen Bestehen ein gesamtschweizerisches Portfolio aufgebaut und ein durchschnittliches Wachstum von jährlich rund 50 Millionen Franken erreicht. Dieses Wachstum haben wir ebenfalls mit einer jährlichen Kapitalerhöhung, dank unseren mittlerweile 30 Anlegern, finanzieren können. Wir sind ebenfalls in Vorbereitung der diesjährigen Kapitalerhöhung, die noch in diesem Halbjahr stattfinden sollte.

Qualitativ werden wir die Zusammenarbeit mit anderen gemeinnützigem Bauträgern, insbesondere Genossenschaften, verstärken. Dies zum Beispiel bei Co-Entwicklungen und/oder im Abschluss von Gesamtmietverträgen mit Genossenschaften, um Synergien zu erzeugen. Gleichzeitig werden wir die Entwicklung von Alterswohnungen in Zusammenarbeit mit Gemeinden und Altersheimen verstärken. Da die Utilita Liegenschaften entwickelt, baut und betreibt, aber auch kauft, sind wir stets auch auf Suche von passenden Bestandesliegenschaften.

www.utilita.ch

utilita

Energieeffizientes Sanieren für die Umwelt

Eine energiebewusste und nachhaltige Sanierung geht mit Vorteilen für Immobilienbesitzer und die Umwelt einher. «Fokus» hat sich mit einem Experten darüber unterhalten.

TEXT FATIMA DI PANE

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit steigt auch bei Immobilienbesitzern. Viele wollen ihren Teil dazu beitragen, wenn es darum geht, die Umwelt zu schützen. Dazu gehört ein bewusster Umgang mit Ressourcen und die Vermeidung von Energieverschwendung. Um zu erkennen, wo Energie verschwendet wird, müssen Immobilienbesitzer ihr Gebäude individuell analysieren. Jedes Gebäude ist anders, daher gibt es kaum allgemeingültige Lösungen.

Strategisch vorgehen

Eine Sanierung kann den Energieverbrauch massiv optimieren. Diese muss jedoch überlegt vonstatten gehen. «Hausbesitzer sollten eine Strategie zur Sanierung aufstellen, und sich überlegen, welche kurzfristigen und langfristigen Ziele erreicht werden sollen. Dies ist der erste Schritt», sagt Daniel Huber, Architekt, Baubiologe und Berater bei Casafair. «Einzelne kleine Massnahmen unkoordiniert auszuführen, kann später zu Überraschungen und unnötigen Mehrkosten führen.»

Ein Beispiel: Es macht wenig Sinn, zuerst die Fenster zu wechseln und ein paar Jahre später das Gebäude zu dämmen. Die dann nötige Leibungsdämmung hätte Einfluss auf die Fenstergrösse. Diese müssten eventuell dadurch ersetzt werden, obwohl die Lebensdauer der Fenster noch nicht erreicht ist. «Es gibt an einem Gebäude viele Anschlussdetails und Schnittstellen, denen man sich bewusst sein sollte, um die Arbeiten ökologisch und ökonomisch sinnvoll ausführen zu können», sagt Daniel Huber.

Überlegt dämmen

Ein Startpunkt, um Energieverschwendung zu vermeiden, ist oftmals die Dämmung. «Viele ältere Gebäude

sind undicht und verlieren dabei in der Heizsaison viel Energie», sagt Daniel Huber. «Ausserdem ist die Oberflächentemperatur der umgebenden Materialien entscheidend für die Behaglichkeit im Raum. Sind die umgebenden Materialien wesentlich kälter als die Innenlufttemperatur, kann das zusätzlich einen unangenehmen Luftzug erzeugen. Zudem ist es möglich, dass die warme Innenluft an den kalten Aussenwänden kondensiert und zu Schimmel führt. Selbst wenn ein solcher Raum auf 23 °C geheizt wird, sind die dadurch eher stärkeren Luftbewegungen unbehaglich.» Als Konsequenz wird noch mehr geheizt.

Die einfachsten und kostengünstigsten Dämmmassnahmen befinden sich im Innern des Hauses. Beispielsweise lässt sich eine Decke zu einem kalten Keller dämmen, wenn die Raumhöhe ausreichend ist. Dasselbe gilt für den Estrichboden. Dieser kann auch mit einfachen Mitteln gedämmt werden. «Das sind relativ preiswerte Massnahmen, die schon einen positiven Effekt haben», sagt Daniel Huber.

Nachwachsende Naturdämmstoffe

Es gibt verschiedene Dämmungsarten, nicht jede ist gleich nachhaltig. «Dämmungen aus nachwachsenden Rohstoffen ergeben vor allem Sinn», so Daniel Huber. Zu diesen Naturdämmstoffen gehören unter anderem Holzfaser, Holzwole und Kork.

«Teils sind natürliche Dämmstoffe etwas teurer. Das liegt auch daran, dass sie weniger verbreitet sind, jedoch haben sie neben der Dämmleistung, je nach Produkt, auch zusätzliche für das Raumklima relevante Eigenschaften, wie zum Beispiel Feuchtigkeitsregulation und Dampfdiffusion», erklärt Daniel Huber. Diese Eigenschaften

helfen auch effektiv bei der Vermeidung von Schimmel in Innenräumen.

«Je länger je mehr sind auch in unseren Breitengraden nicht nur die Dämmwirkung im Winter, sondern auch der Wärmeschutz im Sommer wichtig», so Daniel Huber. Dabei kann die meist grössere Masse der natürlichen Dämmmaterialien punkten. Sie helfen im Sommer das Gebäude kühl zu halten, da sie die Hitze von aussen absorbieren. Das Raumklima bleibt also auch im Sommer angenehm.

Bessere Dämmung, weniger Heizung

Ebenfalls sollte darauf geachtet werden, zuerst den Energieverbrauch des Gebäudes zu optimieren und sich erst dann der Heizung zu widmen. «Ein besser gedämmtes Gebäude braucht weniger Energie und demnach eine kleinere Heizung. Das sollte man nicht umgekehrt machen, sonst ist im Nachhinein die vorher erneuerte Heizung nicht nur teurer gewesen, sondern auch überdimensioniert und somit weniger effizient», erklärt Daniel Huber. Wer mit Radiatoren heizt, sollte zudem ein Heizkörperthermostatventile montieren, damit lässt sich die Temperatur in unterschiedlichen Räumen individuell einstellen und automatisch konstant halten. «Das ist eine einfache, wirkungsvolle Massnahme und doch gibt es immer noch Gebäude, in denen diese Temperaturregler fehlen», meint Daniel Huber.

Fördergelder und steuerliche Vorteile

Wer sein Haus energiebewusst saniert, kann mitunter auf Fördergelder hoffen. Verschiedene Förderprogramme unterstützen energetische Massnahmen. Auf der Webseite energiefranken.ch gelangt man durch

die Eingabe der Postleitzahl zu einer Liste möglicher Förderprogramme.

Energetische Sanierungen können auch von den Steuern abgezogen werden und schaffen so steuerliche Vorteile. «Es kann jedoch jährlich nur eine begrenzte, vom eigenen Einkommen abhängige Summe abgezogen werden», warnt Daniel Huber. «Daher ergibt es manchmal mehr Sinn, Sanierungen steuerlich über mehrere Jahre zu verteilen.» Auch zu diesem Zweck ist eine langfristige Sanierungsstrategie unumgänglich.

Veraltetes wird abgerissen

Hand aufs Herz: Gibt es finanzielle Vorteile bei einer energetischen Sanierung mit Augenmerk auf Nachhaltigkeit? «Natürlich kann man damit die Energieeffizienz steigern», sagt Daniel Huber, «aber der finanzielle Vorteil wird nicht massiv ausfallen.» Dies liegt daran, dass diese Massnahmen kosten, trotz Förderbeiträgen. Wer eine energetische Sanierung ins Auge fasst, sollte dies nicht rein aus finanziellen Anreizen angehen. «Man kann den Nutzen für die Umwelt nur schwer monetär beziffern, trotzdem ist es wichtig unsere Lebensgrundlage zu schützen», sagt Daniel Huber. Auch ergebe es langfristig gesehen Sinn, dass ein Gebäude mit gut erhaltener Struktur erhalten bleibt. «Was nicht renoviert wird, wird irgendwann abgerissen. Damit wird ebenfalls Energie vernichtet.»

Auch ein positives Wohnklima voller Behaglichkeit spült nicht mehr Geld in die Tasche. Aber es sorgt für positive Emotionen und ein besseres Lebensgefühl in den eigenen vier Wänden. Dies, und der Schutz unserer Erde, sollte im Vordergrund stehen.

BRANDREPORT RIGIPS

Der ideale Baustoff für eine nachhaltige Zukunft

Rigips leistet mit seinen innovativen Trockenbausystemen einen wichtigen Beitrag in der Schweizer Baubranche. Der natürliche Baustoff Gips ermöglicht sowohl modernes als auch nachhaltiges Bauen.

Nachhaltig und ökologisch optimierte Bauten helfen dabei, Ressourcen zu schonen und somit die Umweltbelastungen zu senken. Man will Mensch und Klima schützen. Und doch steigt die Nachfrage nach Gebäuden, die eine grösstmögliche Flexibilität hinsichtlich Nutzung, Umnutzung und Veränderung der Raumdimensionen bieten. Auch die hohen Anforderungen an den Raumkomfort sollen stets gewährleistet werden.

Bereits seit Jahrtausenden wird Gips als vielseitiger natürlicher Baustoff geschätzt. Rigips setzt heute mit den innovativen Alba und Rigips-Trockenbausystemen diese Tradition fort.



Maximale Planungs- und Nutzungsflexibilität

Die Wahl des richtigen Baustoffs für den Innenausbau ist für die Sicherstellung eines gesunden Raumklimas entscheidend. Aus baubiologischer Sicht sind dabei fünf Faktoren massgebend: Temperatur, Feuchtigkeit, Elektroklimate, Ruhe und Luft. Werden diese fünf Aspekte bei der Planung und dem Ausbau berücksichtigt und ausgewogen gestaltet, bleiben Räume frei von störenden Umwelteinflüssen. Die Gipsbauplatten von Rigips tragen dazu bei, diese Anforderungen zu erfüllen.

Auch was Flexibilität anbelangt, sind die Rigips-Trockenbausysteme eine gute Wahl. Die Bauweise mit möglichst wenig tragenden Elementen ermöglicht bei der Erstellung der Immobilie, aber auch innerhalb der bestehenden Gebäudehülle, maximale Flexibilität, mit geringem Kosten- und Zeitaufwand.

Ressourcen schonen

Immer mehr Investierende und Bauleute haben zudem erkannt, dass energiesparende und umweltschonende Bauten auch wirtschaftlich Sinn machen – bei der Finanzierung, im Betrieb und nicht zuletzt für die langfristige Werterhaltung. Darum fordern sie von den



Bauschaffenden die Einhaltung und Erfüllung gängiger Zertifizierungsstandards wie Minergie oder Minergie-ECO. Gips-Trockenbausysteme von Rigips tragen massgeblich zur Erfüllung dieser Zertifizierungssysteme bei.

Der Transport und die Verarbeitung der leichten Gips-Trockenbausysteme von Rigips benötigen wesentlich weniger Energie und Wasser als der Massivbau. Zudem will Rigips bei der Herstellung, Anwendung und dem Rückbau seiner Gipsplatten Ressourcen schonen, natürliche Lebensräume erhalten und diese nicht zusätzlich schädigen. Dadurch erfüllen die Rigips-Systeme die grundlegenden Bewertungskriterien von Minergie-ECO: Sie

sind energieeffizient und komfortabel, bauökologisch sinnvoll und baubiologisch wertvoll.

Made in Switzerland

Gips ist zudem einer der wenigen Rohstoffe, der auch in der Schweiz in grossen Mengen vorhanden ist. Das Bewirtschaften des Rigips Steinbruchs in Granges VS erfolgt nach strengen Vorschriften und behördlich genehmigten Plänen. Dabei wird viel Wert auf eine energieeffiziente Produktion gelegt.

Der Steinbruch wird anschliessend in Zusammenarbeit mit Naturschutzorganisationen, Gemeinden und Kantonen renaturiert, um Raum für Tiere und Pflanzen zu bieten und die Artenvielfalt zu fördern.

Die Rigips AG ist führende Produzentin und Anbieterin von Gips-Trockenbausystemen in der Schweiz.

Weitere Informationen unter rigips.ch



Nicht die Immobilie dient als attraktive Anlage – sondern ihre Finanzierung

Seit Jahren geniessen Immobilien in der Schweiz einen hervorragenden Ruf als stabile und gleichzeitig renditeversprechende Anlagemöglichkeit. Doch gerade für Privatinvestoren kann das mittlerweile enorm hohe Preisniveau zu einem Hemmschuh werden. Nun etabliert sich in der Schweiz zunehmend eine Anlageform, die im Ausland als Alternative zum klassischen Immobilienfonds bereits rege genutzt wird. Der Clou dabei: Man investiert nicht in die Immobilien an sich, sondern in deren Finanzierung. Wie das funktioniert und welche Vorteile sich daraus ergeben, wollten wir von zwei Experten von Property One Investors AG wissen.

Interview mit Kevin Hinder, Co-Founder und CEO und Claudio Dalla Corte, Partner und Head Immobilien Family Office der Property One Investors AG

TEXT SMA

Kevin Hinder, Claudio Dalla Corte, der Immobiliensektor in der Schweiz ist stabil und erfreut sich bei Anlegern generell grosser Beliebtheit. Wie beurteilen Sie die aktuelle Marktsituation?

Kevin Hinder: Es ist grundsätzlich korrekt, dass der Schweizer Immobiliensektor in der Vergangenheit eine hohe Attraktivität für Anleger aufweisen konnte. Allerdings muss man die Situation nun differenzierter betrachten, denn diese Stabilität hat auch eine Kehrseite: Gerade Direktinvestitionen in hoch bewertete Immobilien generieren heute nur tiefe Renditen – und sind daher generell nicht mehr ganz so attraktiv wie in der Vergangenheit. Dies auch, weil dabei ein Klumpenrisiko für die Investorinnen und Investoren entsteht. Einerseits deshalb und andererseits, weil die Kreditvergabe durch die traditionellen Finanzinstitute aufgrund von Regularien deutlich restriktiver geworden ist, nimmt die Nachfrage nach alternativen Anlage- und Finanzierungsmöglichkeiten zu.

Claudio Dalla Corte: Exakt, und da kommen Marktteilnehmer wie wir ins Spiel. Unser Angebot in diesem Segment trägt den Namen «ONE Real Estate Debt Fund». Der Fonds stellt eine attraktive Alternative zu gängigen Investmentlösungen im Immobiliensektor dar. Das Besondere dabei: Wir bieten Anlegern die Möglichkeit, sich an einem diversifizierten Immobilienkreditportfolio, sprich Hypotheken (grundpfandgesichert), zu beteiligen.

Wie generieren Sie diese Kreditsummen, die als Investment dienen?

Claudio Dalla Corte: Die Anlagen unseres Fonds erfolgen in Kredite, die an professionelle Akteure am Schweizer Immobilienmarkt vergeben werden. Die gewährten Kredite stehen dabei immer in Verbindung mit einem Grundstück und/oder einer Liegenschaft, die als Sicherheit dient. Dadurch ist unser Fonds in der Lage, durch die selektive Finanzierung von erstklassigen Wohn- und Gewerbeimmobilien sowie Promotionen attraktive Renditen zu erwirtschaften.

Traditionellerweise werden derartige Kredite ja von Banken vergeben. Warum sollten sich professionellen Akteure diesbezüglich an alternative Anbieter wie Property One wenden?

Kevin Hinder: Vor allem deshalb, weil die bereits angebotenen strengeren Regularien dazu geführt haben, dass Banken zunehmend Zurückhaltung bei der Kapitalleihe üben. Dies wiederum bewirkt, dass vor allem kleinere und mittlere Immobilienentwickler immer mehr Schwierigkeiten haben, eine Finanzierung von den traditionellen Instituten zu erhalten. Gleichzeitig reduzieren die hohen Eigenkapitalanforderungen an Immobilieninvestoren und Projektentwickler deren wirtschaftliche Aktivität. Diese veränderte Ausgangslage ermöglicht es versierten Anbietern wie uns, diese Lücke zu schliessen. Der ONE Real Estate Debt Fund ist unsere Antwort darauf. Dabei muss betont werden, dass wir als alternativer Anbieter

keineswegs über ein höheres Risikoprofil als die Banken verfügen – vielmehr bedienen wir den Marktbereich, der aufgrund der strukturellen Veränderungen von den Banken nicht mehr abgedeckt wird. Wir sind in der Lage dies zu tun, da «Immobilien» einen zentralen Teil unserer Unternehmens-DNA sind und wir uns dementsprechend auf eine tiefgreifende Marktkenntnis stützen können. Unsere Immobilien-Expertise kombinieren wir mit unserem Finanzmarkt-Know-how und setzen es zum Nutzen der Anlegerinnen und Anleger ein. Diesen Anspruch konnten wir vergangenen Dezember noch untermauern: Die Property One Investors AG, der Immobilien Investment Management Bereich der Property One Gruppe, wurde von der FINMA als Verwalter von Kollektivvermögen zugelassen.

Die Vorteile für die Kreditnehmer liegen also auf der Hand. Doch welche konkreten Vorzüge ergeben sich für Investorinnen und Investoren?

Claudio Dalla Corte: Für sie stellen die risikobereinigten Renditen von Kreditfonds eine attraktive Alternative zu traditionellen Immobilien-Investitionen dar. Gerade für Privatanlegerinnen und -anleger erschliesst sich so die Möglichkeit, in eine innovative Immobilien-Anlage zu investieren – die sich finanziell auch tragen lässt. Denn das Preisniveau bei «klassischen» Produkten im Immobiliensektor ist sehr hoch. Indem unsere Kundinnen und Kunden nun aber dank unseres Fonds nicht in die Objekte an sich, sondern in deren Finanzierung investieren, erhalten sie Zugang zu einer Anlageklasse, die sonst fast



Kevin Hinder
Co-Founder, CEO,
Property One Investors AG



Claudio Dalla Corte
Partner, Head Immobilien Family Office,
Property One Investors AG

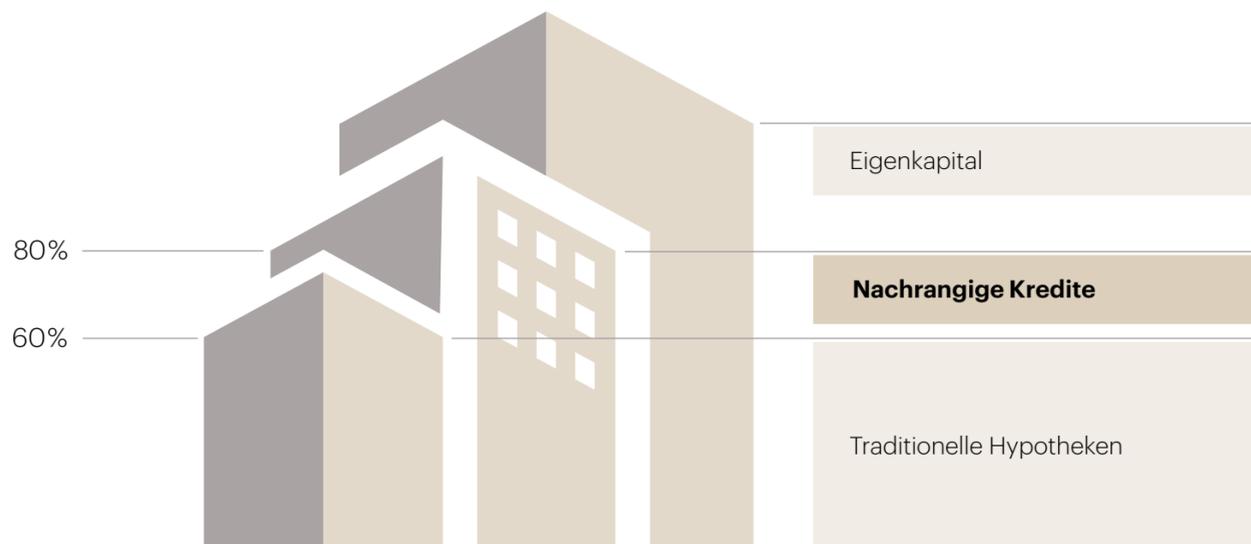
nur institutionellen Akteuren vorbehalten war. Hinzu kommen dann die diversen weiteren Vorteile, die ein Investment im Immobilienbereich mit sich bringt – wie beispielsweise die attraktive Verzinsung in einem Umfeld von Negativzinsen, die geringe Korrelation zu den Kapitalmärkten sowie das attraktive Risiko-Rendite-Profil.

Wie lässt sich die Sicherheit hypothekarisch gesicherter Kredite garantieren?

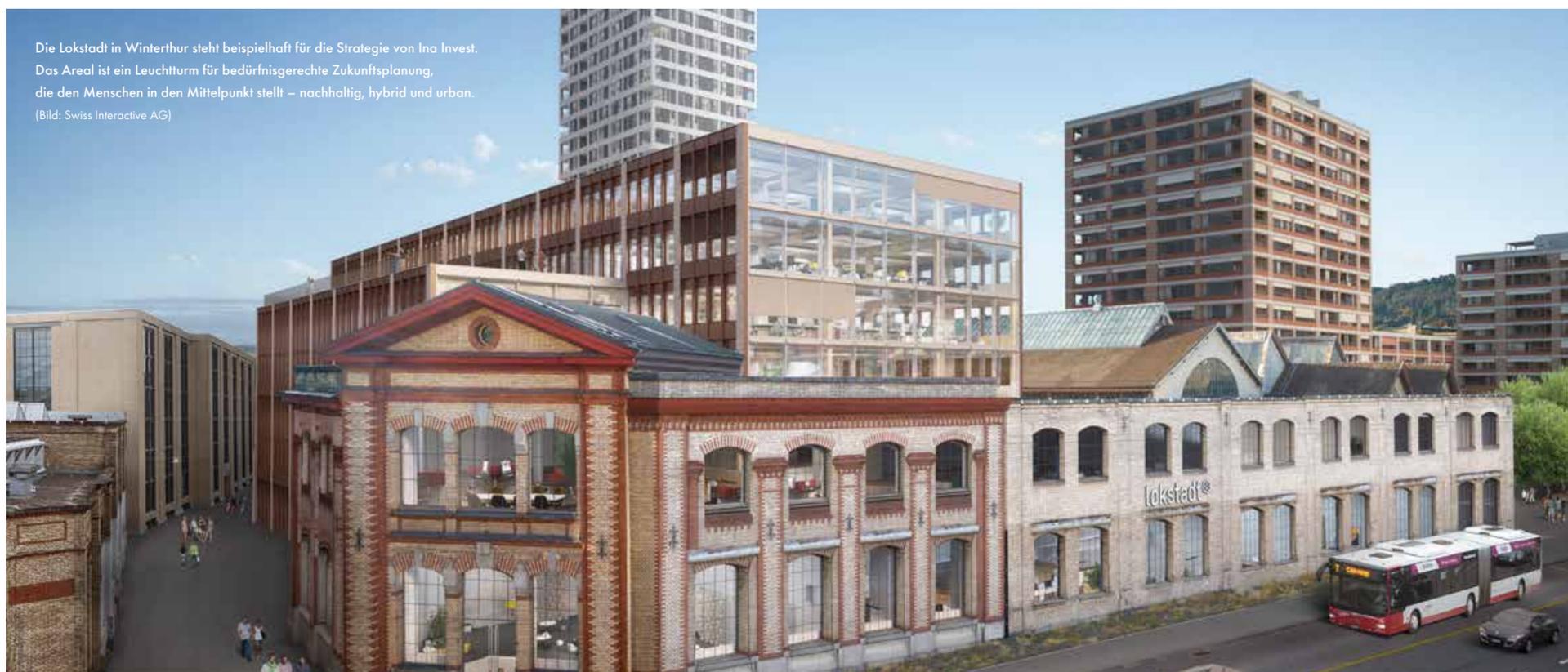
Kevin Hinder: Auch hier kommt uns unser Immobilien-Know-how sowie unser weitreichendes Netzwerk zugute: Wir setzen bei der Vergabe von Krediten auf strenge Auswahlkriterien und nutzen einen mehrstufigen Prozess, bei dem wir das Anliegen zusammen mit unseren Partnerunternehmen aus allen Perspektiven betrachten und prüfen. Teil dieses Prozesses sind unter anderem Bonitätsprüfungen und Überwachungen des Kreditnehmers sowie die nachhaltige Bewertung der Sicherheit/Immobilie nach anerkannten Standards.

Weitere Informationen: finance.propertyone.ch

Investition in nachrangige Kredite/Hypotheken für Immobilien in der Schweiz



Die Lokstadt in Winterthur steht beispielhaft für die Strategie von Ina Invest. Das Areal ist ein Leuchtturm für bedürfnisgerechte Zukunftsplanung, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt – nachhaltig, hybrid und urban. (Bild: Swiss Interactive AG)



Das nachhaltigste Immobilienportfolio der Schweiz – eine Anlage, die sich mehrfach lohnt

Der Umweltschutz geniesst eine immer höhere Aufmerksamkeit. Eine tragende Rolle kommt dabei dem Immobiliensektor zu. Denn der Einsatz nachhaltiger Technologien, Methoden und Baustoffe birgt ein gewaltiges Emissions-Einsparpotenzial. Dank Ina Invest lohnt sich Nachhaltigkeit im Immobiliensektor aber auch finanziell: Wer in das nachhaltigste Immobilienportfolio der Schweiz investiert, profitiert von einer enormen Wertschöpfung. Und gestaltet hochwertigen, nachhaltigen und verantwortungsbewussten Wohn-, Arbeits- und Lebensraum mit, der für heutige wie zukünftige Generationen Bestand hat.

INTERVIEW SMA

Die Art und Weise, wie Menschen den gebauten Raum nutzen, verändert sich. Das ist auch nötig, schliesslich verursacht der hiesige Gebäudepark fast ein Viertel der gesamten nationalen Treibhausgasemissionen. Und obschon man im Vergleich zu den 1990er-Jahren enorme Emissions-Einsparungen verzeichnen konnte (ganze 33 Prozent), betonen Fachleute unisono: Nur wenn wir auf erneuerbare Energien und nachhaltige Technologien setzen, kann der Immobiliensektor zu einer Entschärfung des Klimawandels beitragen.

Aber nicht nur Fachleute und Politik verlangen nach «grünere» Wohn- und Arbeitslösungen: Auch die Nutzerinnen und Nutzer möchten in umweltfreundlichen Immobilien und Arealen wohnen, arbeiten und leben. Für Marc Pointet, CEO von Ina Invest, ist daher klar: Nachhaltigen sowie hybriden Gebäude- und Siedlungslösungen gehört die Zukunft. «Fokus Bau und Immobilien» sprach mit Pointet darüber, wie Ina Invest diese Entwicklung mitgestaltet und vorantreibt – und sie für Anlegerinnen und Anleger nutzbar macht.

Herr Pointet, vergangenen Juni ist Ina Invest an die Schweizer Börse gegangen. Wofür steht das Unternehmen?

Wir sind ein Schweizer Immobilienunternehmen, das den Menschen und seine Umwelt in den Mittelpunkt

stellt. Und das ist für uns nicht einfach eine wohlklingende Phrase, sondern erklärte Mission: Wir sind überzeugt, dass Immobilien nur dann langfristig profitabel sein können, wenn sie in der Entwicklung, in der Realisation und im Betrieb konsequent auf die Ansprüche heutiger sowie zukünftiger Generationen ausgerichtet sind – und gleichzeitig höchsten ökologischen Prinzipien folgen.

Was braucht es, um die Ansprüche zukünftiger Generationen zu erfüllen?

Wir setzen dabei ganz auf «Inavation» – das heisst für uns mutig und anders zu sein, weiterzudenken, eine klare Haltung zu haben und Nachhaltigkeit zu leben. So wollen wir in der Immobilienbranche neue, starke Akzente setzen und das nachhaltigste Immobilienportfolio der Schweiz halten und kontinuierlich weiterentwickeln. Wir glauben, dazu braucht es disruptive Ansätze, und wir müssen alte Mauern einreissen, auch im wahrsten Sinne des Wortes. Für die Stadt- und Immobilienentwicklung haben wir eine klare Vision: Hybride Immobilien werden dominieren.

Was verstehen Sie unter hybriden Immobilien?

Eine hybride und somit nachhaltige Immobilie muss unterschiedliche Nutzungen ermöglichen – beispielsweise Wohnen und Gewerbe vereint in einer Liegenschaft – damit Wohnen, Arbeiten und Freizeit in einer vielfältigen und inspirierenden Form zusammenkommen. So entstehen Objekte und Areale, die flexibel, agil und damit langfristig nutzbar sind und in denen die Menschen gerne leben. Hybride Immobilien sollen auch Menschen verschiedener Generationen und Einkommensklassen zusammenbringen. Damit wollen wir die soziale Durchmischung in den Städten aktiv mitgestalten.

Was macht Ina Invest für Investoren besonders attraktiv?

Immobilien gehören seit vielen Jahren zu einer gefragten Anlageklasse, unter anderem aufgrund der hohen Sicherheit und stabilen Wertentwicklung. Unsere Anleger

investieren zudem in erstklassige Immobilienprojekte mit einem diversifizierten regionalen Fussabdruck und einem wohlbalancierten Nutzungsmix. Die Qualität unseres Portfolios ist ausgezeichnet: Eine unabhängige Bewertung beurteilt 95 Prozent unserer Immobilien als «Top-Liegenschaften». Darüber hinaus zeichnen wir uns durch eine schlanke operative Struktur aus – daraus resultiert insgesamt ein ausgewogenes, kontinuierlich abnehmendes Risikoprofil und sehr vielversprechende Perspektiven für unsere Investoren. Der hohe Entwicklungsanteil in unserem Portfolio macht Ina Invest zu einer besonders attraktiven Investitionsmöglichkeit.

Was bedeutet ein hoher Entwicklungsanteil für Ina Invest und ihre Investoren?

Ina Invest hält ein fast 100-prozentiges Development-Portfolio und wird auch in Zukunft eine überdurchschnittliche Entwicklungsquote beibehalten. Das bedeutet einerseits, dass alle Immobilien nach modernsten Bau- und Nachhaltigkeitsstandards neu erstellt oder umgebaut werden und unser gesamtes Portfolio von Anfang an strikte an höchsten ökologischen Prinzipien ausgerichtet wird – anders als ein bestehender Gebäudepark, der nur mit massiven Investitionen entlang nachhaltiger Kriterien neu positioniert werden könnte. Andererseits können unsere Anlegerinnen und Anleger schon früh in die Wertschöpfungskette investieren – und damit von einer enormen Wertsteigerung profitieren. Zur Veranschaulichung: Aktuell weist unser Portfolio einen Marktwert von über 300 Millionen Franken auf. In den nächsten Jahren, nach Fertigstellung aller Gebäude, wird dieser Wert auf 1,1 Milliarden Franken anwachsen. Bereits 2027 wird dieser Wert voraussichtlich die zwei Milliarden-Grenze knacken. Die erwartete Eigenkapitalrendite der Ina Invest AG liegt nach der Anlaufphase bei überdurchschnittlichen sechs bis acht Prozent.

Doch die Coronapandemie könnte auch der Immobilienbranche einen Dämpfer verpassen.

Unsere Branche muss die Entwicklung der Pandemie sicherlich im Auge behalten. Doch Immobilien als

Anlagen werden auch künftig wichtig bleiben und eher noch an Relevanz gewinnen. Ina Invest kommt dabei unser sehr breit diversifiziertes Portfolio zugute: 50 Prozent setzen sich aus Wohnbauten zusammen, nur 30 Prozent machen kommerzielle und Bürobauten aus – die von einer negativen Covid-19-Entwicklung kurzfristig am ehesten betroffen wären. Wir sind daher für alle Szenarien gut gewappnet und stabil aufgestellt. Die Angebote verteilen sich über die Städte Zürich, Winterthur, Baar, Basel, Neuchâtel, Lausanne und Genf.

Weitere Informationen unter www.ina-invest.com/investoren



Ina Invest ist ein neues Schweizer Immobilienunternehmen, das aus dem Spin-off der Hälfte des Entwicklungsportfolios von Implemia hervorgegangen ist. Ina Invest wird das bestehende Portfolio entwickeln, um Bestandsimmobilien aufzubauen, aber auch weiterhin Akquisitionen tätigen, um eine überdurchschnittliche Entwicklungsquote aufrechtzuerhalten. Die Immobilien in der ganzen Schweiz sind von hoher Standortqualität und weisen einen differenzierten Nutzungsmix mit Fokus auf Wohnliegenschaften auf. Ina Invest plant, weiter in ihr Portfolio zu investieren und zu wachsen. Durch die transparente Kooperation mit Implemia profitiert Ina Invest von der Expertise des führenden Schweizer Baudienstleisters. In der Entwicklung und Bewirtschaftung ihres Portfolios wird Ina Invest dank eines holistischen Einbezugs der Nachhaltigkeit über alle Phasen der Wertschöpfungskette hinweg höchste Nachhaltigkeitsstandards erfüllen.

Kontakt für interessierte Anlegerinnen und Anleger

Marc Pointet, CEO

T +41 44 552 97 17

investors@ina-invest.com

www.ina-invest.com/investoren

“Anlegerinnen und Anleger können bei Ina Invest schon früh in die Wertschöpfungskette investieren – und damit von einer enormen Wertsteigerung profitieren.

- MARC POINTET, CEO VON INA INVEST

