

Das Magazin | Ausgabe 2022

# HOW TO *REAL ESTATE*



crowdhouse



## Ranking 2022

Top-20 C-Standorte  
der Deutschschweiz

## Wohnungsnot

Rekordhoher Rückgang bei  
den Leerwohnungsziffern

## Mietpreiserhöhungen

Das müssen Immobilienbesitzer  
dabei beachten

# «Hallo Deutschland!»

Ein Jahr im Zeichen von Expansion und Transformation

# Wir bringen zusammen, was zusammen gehört.

Die perfekte Rendite-Immobilie mit dem  
passenden Käufer. Und umgekehrt.



## EDITORIAL



Geschätzte Leserin, geschätzter Leser

Der Begriff der «Zeitenwende» ist in aller Munde. Das Jahr 2022 hat geopolitisch einiges ins Rollen gebracht und Zweifel sind durchaus angebracht, ob vieles von dem, was wir in den vergangenen Jahrzehnten als gesichert und selbstverständlich erachtet haben, jemals in derselben Form zurückkehren wird. Die Welt befindet sich im Wandel – und mit ihr auch die Finanz- und Immobilienmärkte. Inflation, Energiekrise und Zinswende sind Themen, die uns alle beschäftigen. Dabei scheint klar: In den letzten beiden Dekaden gab es kaum ein Jahr, das so viele Überraschungen für den Schweizer Immobilienmarkt bereit hielt, wie das Jahr 2022.

Wandel und Veränderung sind auch die grossen Themen dieser Ausgabe unseres Magazins. Beides sind Konstanten in der noch jungen Unternehmensgeschichte von Crowdhouse. Die letzten 12 Monate waren geprägt von der nach wie vor anhaltenden Transformation des Unternehmens vom Immobilien- zum Softwareunternehmen. Eine Transformation, die Mitte dieses Jahres ihren ersten Höhepunkt erreicht hat: Crowdhouse ist international. Die Expansion nach Deutschland ist ein bedeutender Schritt, der uns als Unternehmen im vergangenen Jahr gefordert und geprägt hat.

Das «How to Real Estate Magazin» erscheint dieses Jahr zum zweiten Mal. Bewährte wiederkehrende Formate wie das Crowdhouse Immobilien-Barometer oder das C-Lagen-Ranking bilden auch in diesem Jahr wichtige inhaltliche Kernpunkte. Es geht uns allerdings nicht nur darum, Sie über den aktuellen Stand von Crowdhouse und die Geschehnisse auf dem Schweizer Immobilienmarkt zu informieren. Als Unternehmen ist Crowdhouse das Resultat einer Summe an Gesprächen, Interaktionen und Begegnungen. Wir wünschen uns, dass wir durch diese Publikation einen Teil davon zum Leben erwecken können.

Ich möchte mich bei allen, die zu dieser Publikation beigetragen haben, herzlich bedanken: bei den zahlreichen Teilnehmern am Crowdhouse Immobilien-Barometer. Den vielen aufgeschlossenen Interviewpartnern. Bei unseren internen Analysten und Experten und dem hervorragend eingespielten Produktionsteam. Und vor allem bei Ihnen, für Ihr Interesse.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und einen erfolgreichen Jahresabschluss.



Michael Meier  
Director of Marketing & Communications



## INTERVIEW HIGHLIGHTS



### Christoph Zoller

Ihm gehörte die erste Liegenschaft, die 2015 auf Crowdhouse platziert wurde. Heute erinnert er sich gerne an diese historische Transaktion. Und erklärt, wieso er von Anfang an an den Erfolg der Plattform geglaubt hat. **Seite 58**



### Matthias Knuser

Der Raumleiter-CEO kennt die Schweizer Immobilien-Szene wie kein Zweiter. Für die Branche wünscht er sich bessere digitale Schnittstellen. Sein Fazit: Es mangelt nicht an Technologie, sondern an Anwendungen. **Seite 64**



### Francisco Fernandez

Der Crowdhouse-Aktionär ist einer der erfolgreichsten Unternehmer der Schweiz. Und er gibt weiterhin Gas. Wortwörtlich: Bei seinem neuesten Projekt DRIVEN dreht sich alles um seltene und schnelle Autos. **Seite 79**

# 16

**Wohnungsnot**  
Rekordhoher  
Rückgang bei den  
Leerwohnungsziffern



# 26

**Barometer 2022**  
Das beschäftigt  
Schweizer Immobilien-  
Eigentümer



# 38

**Die Top-20**  
Das sind die besten  
C-Standorte der  
Deutschschweiz



# 48

**Miteigentum**  
Erfolgreiche Exits und  
Refinanzierungen nach  
Ablauf der Haltedauer



## IMPRESSUM

### Ausgabe 2022

### Herausgeber

Crowdhouse AG  
Lerchenstrasse 24  
8045 Zürich  
medien@crowdhouse.ch  
+41 44 377 60 63

### Redaktion

Michael Meier (Leitung)  
Simón Basarte  
Aline Rotilio  
Gabriela Bruno

### Korrektorat

Lisa Braatz  
Annemarie Pohl

### Grafik und Gestaltung

Aline Rotilio  
Stefan Milojkovic  
Remo Stahl

### Druck

Spillmann Druck AG, Zürich

### Auflage

12'000 Exemplare

# 6

**Robert Plantak**  
Über Transformation  
und internationale  
Expansion



## INHALT

- 6 Crowdhouse international:** Robert Plantak über Transformation und Expansion
- 10 Kaufkraft und Schnelligkeit:** Wie Crowdhouse an attraktive Objekte gelangt
- 16 Rekordhohe Rückgänge:** Die Leerwohnungsziffer nimmt weiter deutlich ab
- 22 Silver Society:** Die Alterung der Gesellschaft beeinflusst den Immobilienmarkt
- 26 Immobilien-Barometer 2022:** Was Schweizer Eigentümer aktuell beschäftigt
- 34 Olivier Naegeli:** «Mit der Bauqualität ist es wie mit der Gesundheit»
- 38 Top-20:** Das sind die vielversprechendsten C-Standorte in der Deutschschweiz
- 42 Georges und Zheni Luks:** Zurich Sotheby's International Realty
- 44 Software-Business:** Magnus Hofer und Nils Michaelis im Interview
- 48 Miteigentum:** Geschichten über erfolgreiche Exits und Refinanzierungen
- 58 Christoph Zoller:** Erinnerungen an die allererste Crowdhouse-Liegenschaft
- 61 Mietpreiserhöhungen:** Das müssen Immobilienbesitzer dabei beachten
- 64 Matthias Knuser:** Über den Status Quo der Schweizer Immobilien-Digitalisierung
- 68 War for Talents:** Die Positionierung von Crowdhouse als Arbeitgeber
- 72 Raumpioniere:** Baulandmobilisierung als entscheidender Faktor
- 76 SVIZRA27:** Die Nordwestschweiz bewirbt sich für die nächste Landesausstellung
- 79 DRIVEN:** Das neueste Projekt des Erfolgsunternehmers Francisco Fernandez
- 82 Crowdhouse in Zahlen:** Ausgesuchte Kennzahlen über das Unternehmen

# «Deutschland war ein wichtiger erster Schritt»

*Der 26. Oktober ist immer ein spezieller Tag für Crowdhouse. An diesem Tag im Jahr 2015 ging crowdhouse.ch online. Seit diesem Moment sind 7 Jahre vergangen, die von Wachstum und Weiterentwicklung geprägt waren. Im grossen Jahresinterview spricht Crowdhouse CEO Robert Plantak über die Transformation seines Unternehmens, die wichtigsten Entwicklungen der letzten 12 Monate und die strategischen Hintergründe der internationalen Expansion, die in diesem Jahr begonnen hat.*

Robert Plantak  
CEO Crowdhouse



## Im Oktober 2015 ging crowdhouse.ch online. Das ist 7 Jahre her. Was ist heute anders als damals?

Zu viel, um alles aufzuzählen. Aber die Veränderungen zeigen sich bereits im Grundlegenden: Als crowdhouse.ch 2015 online ging, waren wir 4 Mitarbeiter. Heute sind wir knapp 160 Köpfe mehr. Wir sind von einem kleinen Büro in Wollishofen, bei dem unsere Küche gleichzeitig das Sitzungszimmer war, an unseren jetzigen Standort gezogen. Hier haben wir eine sensationelle Infrastruktur auf 5 Etagen mit ausreichend Platz an hervorragender Lage direkt beim Sihlcity.

## Das Unternehmen ist stark gewachsen – auch gemessen an der Anzahl Mitarbeiter. Welche Bereiche waren dafür massgebend?

Wir haben in den letzten Jahren viele Ressourcen in die Software-Entwicklung investiert. Dieses Team

macht in der Zwischenzeit fast 40% der gesamten Belegschaft aus. Daneben konnten wir die hauseigene Verwaltung und Bewirtschaftung aufstocken. Das Real Estate Asset Management umfasst heute fast 40 Personen. Diese zwei Bereiche waren massgeblich für das Mitarbeiterwachstum verantwortlich.

## Wenn Sie das letzte Jahr komprimieren – was war die zentrale Crowdhouse-Geschichte in den letzten 12 Monaten?

Mir kommen zwei Dinge in den Sinn: Zum einen haben wir die Software-Entwicklung in den letzten 12 Monaten noch konsequenter vorangetrieben. Die Transformation vom Immobilien- zum Software-Business ist ein fundamentaler und allgegenwärtiger Prozess mit weitreichenden Implikationen für das ganze Unternehmen. Und er bildet die Grundlage für den Schritt ins Ausland. Womit wir beim zweiten Punkt wären: Die Expansion nach

Deutschland zur Mitte des Jahres war ein grosser Meilenstein.

## Ein Meilenstein, von dem man im ersten Moment kaum etwas mitbekommen hat – der Release in Deutschland verlief ohne grosse Kommunikation.

Wir haben uns bewusst für einen «Silent Release» entschieden und keinen Wert auf Publicity gelegt. Uns war es in erster Linie wichtig,

in Deutschland eine technisch einwandfreie und in allen Belangen konforme Lösung einzuführen und diese reibungslos in das bereits bestehende Angebot zu integrieren. Die Bewerbung erfolgt in einem ersten Schritt über bestehende Kontakte und interne Kanäle. Die gleiche Strategie sind wir gefahren, als wir vor wenigen Jahren die Plattform für externe Verkäufer geöffnet haben – mit Erfolg.

## Können Sie diese Lösung beschreiben? Was genau bietet Crowdhouse in Deutschland an?

Den Online-Marktplatz für Rendite-Immobilien. Seit Mitte dieses Jahres können Eigentümer und Makler auch deutsche Rendite-Immobilien auf Crowdhouse zum Verkauf anbieten und unsere Plattform mit allen Funktionen für eine Transaktion nutzen. Die Expansion umfasst ausschliesslich Software- und Plattform-Komponenten. Es geht uns nicht darum, in Deutschland ein zusätzliches Immobiliengeschäft aufzubauen – weder mit Miteigentum noch mit einem anderen Modell.

## Was bedeutet diese Expansion im grösseren strategischen Kontext von Crowdhouse?

Deutschland war ein wichtiger erster kleiner Schritt, mit dem wir bereits wichtige Blaupausen für weitere Länder legen konnten. Schlussendlich wollen wir unseren Marktplatz für Rendite-Immobilien global ausweiten und diesen ins Zentrum eines vollumfänglichen Software-Angebots stellen. Wir bauen webbasierte Instrumente, welche sowohl professionelle als auch private Marktteilnehmer brauchen, um Transaktionen von Rendite-Immobilien endlich effizienter, transparenter und erfolgreicher abzuwickeln. Die internationale Erweiterung des

Marktplatzes spielt dabei eine wichtige Rolle.

## Wie kann sich dieser Marktplatz im internationalen Umfeld behaupten? Wie positioniert er sich?

Wir etablieren nicht einfach nur irgendeine weitere Inserate-Platt-

## «Nur verifizierte Interessenten» bedeutet im Umkehrschluss: Wer sein Käuferprofil nicht definiert, erhält keine Angebote?

Benutzer, die sich nicht verifizieren und ihr Käuferprofil nicht definiert haben, sehen diejenigen Angebote, bei denen die Veröffentlichung nicht eingeschränkt wurde – also nur solche Angebote, die alle ande-



form, sondern kreieren eine komplette Transaktionsmaschine und liefern dabei nicht nur das Schaufenster, sondern alle Instrumente, die es für die Durchführung einer Transaktion benötigt. Und das vollumfänglich für Käufer- und Verkäuferseite – von der Erstellung und Strukturierung von Angeboten über die Vermarktung und Sorgfaltsprüfung bis zur effektiven Eigentumsübertragung. Eine zentrale Rolle dabei spielt unser «Online-Off-Market»-Ansatz: Die Plattform ist so ausgerichtet, dass Angebote mittels Matching-Algorithmus jeweils nur einer möglichst kleinen Gruppe von verifizierten Interessenten unterbreitet werden. Dadurch kombinieren wir maximale gezielte Reichweite und minimale Visibilität.

ren auch sehen. Als Beispiel: Bei den meisten Immobilien, welche Crowdhouse selbst exklusiv im Mit- und Alleineigentum vermarktet, wird die Verbreitung bereits heute beschränkt. Der Grossteil dieser Angebote wird nur verifizierten Kaufinteressenten angezeigt.

## Wie gut passt das Setup von Crowdhouse nach Deutschland? Lässt es sich international 1:1 umsetzen?

Ich bin früher lange Zeit davon ausgegangen, dass die Schweiz bezüglich Digitalisierung des Immobilienmarkts hinterherhinkt. Seit ich mich ausführlich mit der Expansion von Crowdhouse beschäftige, bin

ich vom Gegenteil überzeugt. Wir gehören – trotz eher bescheidener Fortschritte im Bereich der Digitalisierung – zu den Vorreitern. Die Probleme, die wir heute in der Schweiz lösen, findet man ausnahmslos auch auf allen anderen Immobilienmärkten dieser Welt. Dementsprechend gut passt unser Setup – in Deutschland und auch überall sonst. Gesetzliche oder strukturelle Besonderheiten gibt es dabei auf jedem Markt. Das Grundprinzip ist allerdings überall das gleiche.



### Vom nationalen Crowdfunding-Anbieter zum internationalen Software-Unternehmen in wenigen Jahren. Wie sehr ist diese Veränderung in den Köpfen angekommen?

Der Veränderungsprozess, der stattfindet, ist enorm und es ist völlig logisch, dass sich die Transformation in der allgemeinen Wahrnehmung noch nicht in vollem Ausmass durchgesetzt hat – weder intern noch extern. Und das ist auch völlig in Ordnung. Wir haben viel Zeit und Energie investiert, um uns als führender Anbieter von Immobilien-Miteigentum in der Schweiz einen Namen zu machen und wir wollen

diese Herkunft in keinster Weise vernachlässigen.

### Das Immobilien-Miteigentum bleibt also auch in Zukunft ein wichtiger Faktor?

Natürlich! Wir haben in den vergangenen Jahren viel investiert und aufgebaut, um dieses Produkt so anbieten zu können, wie wir es heute tun. Viele erfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kümmern sich ausschliesslich um diesen Geschäftsbereich. Daran wird sich nichts ändern. Das Immobiliengeschäft in der Schweiz bleibt eine unserer wichtigsten Kernkompetenzen.

### Daneben will Crowdhouse in Zukunft mit Software Geld verdienen. Wie unterscheidet sich dieses Geschäftsmodell vom Kerngeschäft mit Schweizer Immobilien?

Mit Crowdhouse verdienen wir heute in erster Linie Geld durch die Vermittlung von Liegenschaften mittels Dienstleistungshonoraren und durch das Management unseres Portfolios. Das ist ein sehr traditionelles Geschäftsmodell. Das Modell im Bereich Software basiert auf monatlichen oder jährlichen Lizenz- und Nutzungsgebühren. Wir haben in den letzten 7 Jahren ein fantastisches System entwickelt, um Deals, Kunden und Transaktionen zu managen – ein System, von dem wir wissen, dass auch andere es gerne benutzen würden. Nun werden wir alles daran setzen, dieses System kontinuierlich weiterzuentwickeln, auf den Markt zu bringen und erfolgreich zu monetarisieren.

### Kommen wir am Schluss zurück

### zum Schweizer Immobilienmarkt. Viele Voraussetzungen haben sich geändert. Viele Marktbeobachter sprechen von einer Zeitenwende. Sie auch?

Die Ära der Negativzinsen ist vorbei und es ist gut und wichtig, dass wir diese geldpolitische Anomalie endlich hinter uns lassen. Ich bin allerdings kein Freund davon, bei solchen Entwicklungen sofort Extremszenarien aus der Schublade zu holen. Die Nationalbank hat im September den Leitzins einen halben Prozentpunkt über Null gesetzt und schon liest man in allen Medien über den garantierten bevorstehenden Untergang des Schweizer Immobilienmarkts. Das ist lächerlich.

### Sie sehen die Zukunft des Schweizer Immobilienmarkts relativ entspannt. Was macht Sie so zuversichtlich?

Die mittel- und langfristigen Voraussetzungen. Auf dem Markt herrscht nach wie vor ein massiver Nachfrageüberschuss und daran wird sich in Zukunft kaum etwas ändern. In der Schweiz gibt es kaum noch Baulandreserven und die Bautätigkeit ist nicht zuletzt aufgrund von steigenden Baukosten, Lieferengpässen, Fachkräftemangel und massivem Gegenwind bei Baueingaben deutlich rückläufig. Die Zuwanderung ist konstant, wir schreiten schnurstracks Richtung 10-Millionen-Schweiz und sehen uns heute mit extrem tiefen und schnell sinkenden Leerständen konfrontiert – und das bei voraussichtlich steigenden Mieten. Gleichzeitig ist der Markt durch die Lex Koller vom Einfluss ausländischer Grossinvestoren geschützt. Das alles sind extrem stabile Faktoren, die sich – im Gegensatz zum Zinsumfeld – nicht so schnell ändern werden.

# Es gibt etwas auf die Ohren!

Wir sprechen über Rendite-Immobilien – und alles, was Sie darüber wissen möchten.



DER PODCAST



Folge #43: Verkauf von Bauprojekten



Folge #42: Ende der Negativzinsen



Folge #41: Leerwohnungsziffer 2022



Folge #40: Matthias Knuser Raumgleiter



Folge #39: Fragestunde



Folge #38: Chinesisches Desaster

mehr anzeigen

Der **How to Real Estate Podcast** erscheint jede Woche neu. Jetzt Reinhören!



# «Schnelle Entscheidungen und viel Kaufkraft»

*Auf dem Online-Marktplatz von Crowdhouse finden Käuferinnen und Käufer nicht nur Liegenschaften, die direkt vom Eigentümer oder Makler angeboten werden, sondern auch exklusive Liegenschaften, bei denen Crowdhouse den Verkauf selbst übernimmt. Gabriela Bruno leitet das Real Estate Investment Management. Gemeinsam mit ihrem Team ist sie dafür verantwortlich, solche ausgewählte Liegenschaften zu finden und vertraglich zu sichern. Wir haben mit ihr über die aktuelle Marktlage und die Akquisitionstrategie von Crowdhouse gesprochen.*

*Gabriela Bruno  
Lead Real Estate Investment Management,  
Crowdhouse*



## **Der Schweizer Markt für Rendite-Immobilien gilt als ausgetrocknet. Wie anspruchsvoll ist es, gute Objekte zu akquirieren?**

Sehr anspruchsvoll. Daran hat sich in den letzten Jahren kaum etwas geändert. Wir befinden uns in einem Verkäufermarkt – die Nachfrage übersteigt das Angebot. Rendite-Immobilien waren auf dem Markt praktisch alternativlos. Nichtsdestotrotz gelingt es uns, die passenden Objekte für unsere Investorinnen und Investoren zu finden. Dabei hilft uns sicherlich auch der strategische Rahmen, in dem wir uns bewegen.

## **Wie sieht dieser strategische Rahmen aus? Und inwiefern hilft er bei der Akquisition?**

Wir konzentrieren uns nicht auf A-Lagen – unser Fokus liegt auf B- und C-Standorten und unsere Analyse ist darauf spezialisiert, das Potenzial solcher Standorte effizient und akkurat einzuschätzen. Die Volumen zwischen 5 und 12 Millionen bilden eine gewisse Nische – sie sind für Private in der Regel zu gross und für Institutionelle oft zu klein. Bei dieser Kombination aus Lageprofil und Volumen sind die Marktbedingungen weniger extrem und die Spielräume ein kleines bisschen grösser. Die Konkurrenz ist aber auch in diesen Segmenten gross.

## **Wie gelingt es Ihnen, sich in diesem Umfeld zu behaupten?**

Verkäufer von Liegenschaften in der angesprochenen Grössenordnung stehen oft vor einem Dilemma. Private Käufer sind entscheidungsfreudig und flexibel, haben aber nur selten die nötige Kaufkraft. Institutionelle Käufer besitzen zwar die nötige Kaufkraft – die Entscheidungswege sind allerdings langwierig und komplex. Wir können diese beiden Aspekte kombinieren: Wir besitzen die nötige Kaufkraft und entscheiden schnell und verbindlich. Das ist eine unserer grossen Stärken. Ausserdem sind wir bei noch nicht fertiggestellten Liegenschaften oft bereit, uns früh im Prozess zu verpflichten. Das gibt Entwicklern frühzeitige Sicherheit und finanziellen Spielraum.

## **Schnelle Entscheidungen sind essentiell. Wie schaffen Sie es, schneller als andere zu sein?**

Zwei Dinge helfen uns dabei: Zum einen operieren wir mit unserer eigenen Software, die genau auf unsere Bedürfnisse massgeschneidert ist und ständig weiterentwickelt wird. Das System erlaubt uns, Liegenschaften bereits mit wenigen Datenpunkten zu evaluieren und liefert uns in Echtzeit die nötigen Entscheidungsgrundlagen. Zum anderen ist unsere interne Organisation auf Geschwindigkeit ausgelegt. Der gesamte Prozess vom Erstkontakt bis zum Investmentkomitee ist ge-

nau definiert und wird laufend optimiert. In der Regel geben wir eine erste Rückmeldung innerhalb von 24 Stunden und ein konkretes Kaufangebot in weniger als 7 Tagen – vorausgesetzt, die nötigen Unterlagen liegen vor.

## **Auf Crowdhouse können Eigentümer ihre Immobilie auch selbständig verkaufen. Wieso entscheiden sich einige dennoch für einen exklusiven Verkauf durch Crowdhouse?**

Wenn wir den Verkauf eines Objekts exklusiv übernehmen, bringt das für

den Verkäufer zusätzliche Vorteile. Wir sichern in den meisten Fällen die vollständige Transaktion der Liegenschaft bis zu einem vereinbarten Zeitpunkt vertraglich zu und leisten entsprechende Anzahlungen. Gleichzeitig ist entsprechende Exklusivität auch ein Qualitätsmerkmal, denn wir sind bei der Auswahl sehr selektiv. Dadurch hat der Verkäufer eine grosse Transaktionssicherheit. Da wir als Verkäufer auftreten, ist die Diskretion vollumfänglich gewährt. Ausserdem entfällt für den Verkäufer der komplette Aufwand und er hat keine zusätzlichen Kosten.



### Inwiefern hat der jüngste Zinsentscheid der Nationalbank die Akquisitionssituation verändert? Kommen nun mehr Liegenschaften auf den Markt?

Nein. Der Markt für Rendite-Immobilien zeigt sich bis anhin von den Zinsentscheidungen der Schweizer Nationalbank völlig unbeeindruckt. Die Preise sind weiter gestiegen. Wir gehen nicht davon aus, dass aufgrund der neuen Situation viel mehr Objekte auf den Markt kommen. Es ist nicht davon auszugehen, dass nun viele Eigentümerinnen und Eigentümer damit beginnen, ihre Liegenschaften abzustossen. Das Angebot bleibt nach wie vor extrem knapp und Faktoren wie steigende Baukosten und Probleme bei den Lieferketten zementieren diese Ausgangslage.

### Als Online-Marktplatz verfügt Crowdhouse über eine grosse Datengrundlage. Helfen Ihnen diese Daten bei Akquisitionsentscheiden?

Unsere Datenbank umfasst über 50'000 verifizierte Käuferinnen und Käufer. Basierend auf deren individuellen Profilen erhalten wir ein sehr genaues Bild über deren spezifische Nachfrage. Gleichzeitig erfassen wir auch systematisch Daten aller Liegenschaften, die wir prüfen. Das hilft uns dabei, abschätzen zu können, wie gut wir gewisse Angebote auf unserem Marktplatz platzieren können und wo wir uns preislich bewegen müssen, um den entsprechenden Verkauf schnell und effizient abwickeln zu können.

### Sie konzentrieren sich bei der Akquisition auf Schweizer Rendite-Immobilien. Wie detailliert ist Ihre Akquisitionsstrategie definiert?

Wir schauen uns jede Liegenschaft an. Dank unseres effizienten Verfahrens ist das ohne grossen Aufwand möglich. Der Rahmen für unsere Strategie ist klar eingegrenzt. Allerdings akquirieren wir für unterschiedliche Business-Modelle. Liegenschaften für das Immobilien-Miteigentum und Liegenschaften für den Alleinkauf müssen mitunter unterschiedliche Anforderungen erfüllen. Dementsprechend breit sind die Anlagekriterien ausgelegt.

### Sie haben unterschiedliche Business-Modelle angesprochen. Inwiefern spielen diese für einen Verkäufer eine Rolle?

Sie spielen für den Verkäufer eigentlich kaum eine Rolle. Entscheidend ist die Frage, ob wir gewillt sind, ein Objekt exklusiv über unsere Plattform zu vermitteln und uns vertraglich mit der Verkäuferschaft einig werden können. Sofern dies der Fall ist, spielt es für den Verkäufer keine Rolle, ob sein Objekt schlussendlich im Mit- oder Alleineigentum weitervermittelt wird.

### Was müssen Verkäufer/innen beachten, falls sie einen Verkauf mit Crowdhouse in Erwägung ziehen?

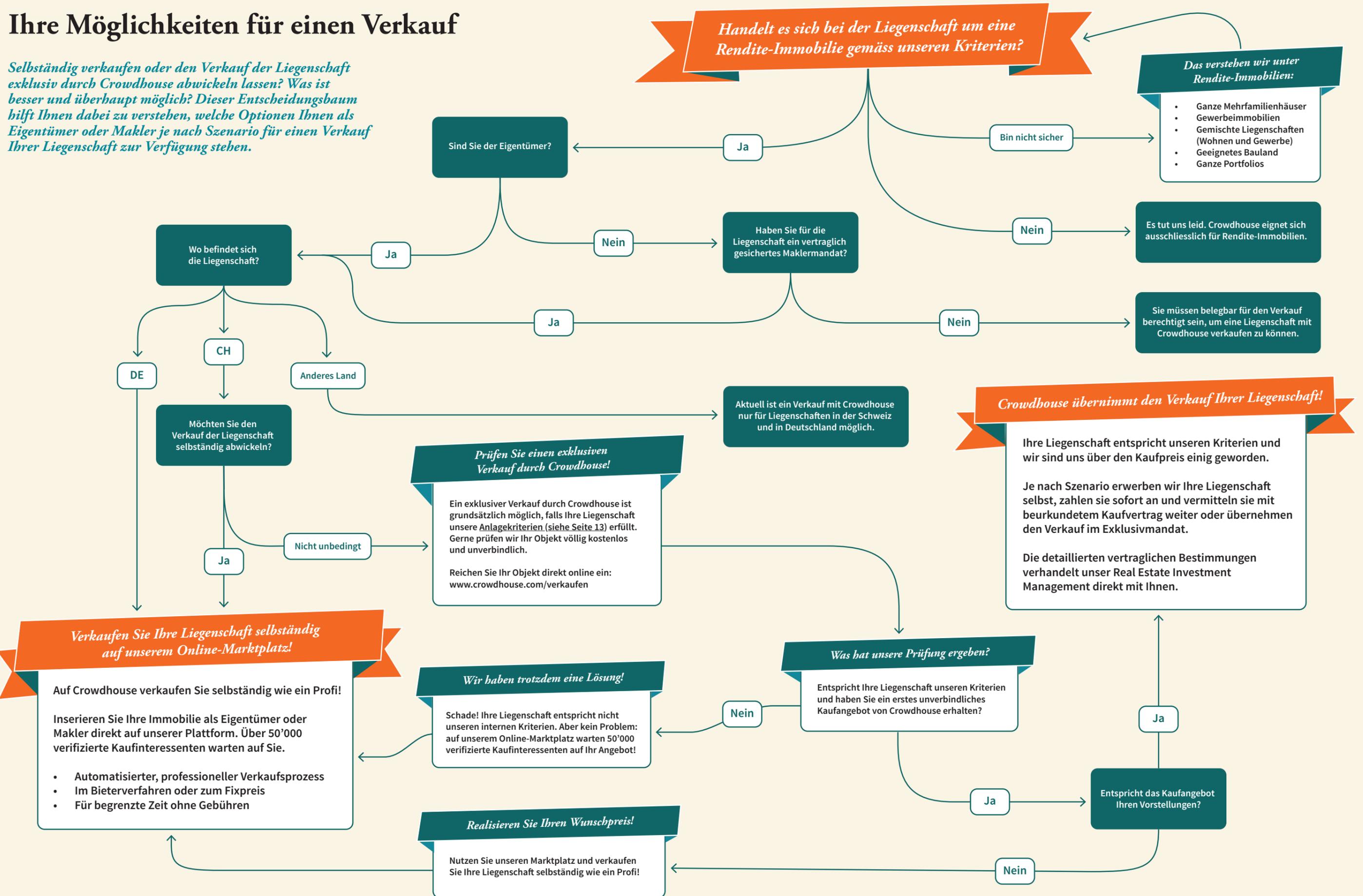
Grundsätzlich ist wichtig zu verstehen, dass unsere Erstprüfung in jedem Fall komplett kostenlos und unverbindlich ist. Je besser eine Liegenschaft dokumentiert ist, desto schneller und akkurater können wir eine entsprechende Rückmeldung geben. Besonders wichtig dabei sind ein aktueller Grundbuchauszug und ein Mieterspiegel, der die gesamte Einkommenseite adäquat abbildet.

# Anlagekriterien

<b>Objekttypen:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Mehrfamilienhäuser</li> <li> Gewerbe / Verkauf / Büro</li> <li> Geeignetes Bauland</li> <li> Ganze Portfolios</li> <li> Einfamilienhäuser</li> <li> Einzelne Wohnungen im Stockwerkeigentum</li> <li> Hotels und Ferienhäuser</li> <li> Luxusimmobilien und Villen</li> </ul>
<b>Objektarten:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Neubauten</li> <li> Bestandesliegenschaften</li> <li> Laufende Bauprojekte in allen Phasen</li> <li> Bewilligte Neubauprojekte</li> <li> Bauland mit und ohne Projekt</li> </ul>
<b>Zustand:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Guter bis sehr guter Zustand</li> <li> Anstehende Instandsetzungskosten akkurat eingepreist</li> </ul>
<b>Standort:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Fokus Deutschschweiz</li> <li> Restliche Schweiz in Ausnahmefällen</li> <li> Immobilien im Ausland</li> </ul>
<b>Lagequalität:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Alle Lagekategorien</li> <li> Besonderer Fokus auf B- und C-Lagen</li> </ul>
<b>Investitionsvolumen:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Ab CHF 2 Millionen</li> <li> Hauptfokus zwischen CHF 3 und 10 Millionen</li> </ul>
<b>Strategieausrichtung:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Core</li> <li> Core Plus</li> <li> Added Value</li> </ul>

# Ihre Möglichkeiten für einen Verkauf

Selbständig verkaufen oder den Verkauf der Liegenschaft exklusiv durch Crowdhouse abwickeln lassen? Was ist besser und überhaupt möglich? Dieser Entscheidungsbaum hilft Ihnen dabei zu verstehen, welche Optionen Ihnen als Eigentümer oder Makler je nach Szenario für einen Verkauf Ihrer Liegenschaft zur Verfügung stehen.



# Von Überangebot zu Wohnungsnot in 3 Jahren

Im «Immobilienmonitor Schweiz» vom September 2019 hatte die Credit Suisse die Leerstände in der Schweiz zum «chronischen Problem» erklärt. Allzu hartnäckig zeigte sich diese Chronik nicht. Nach nur 3 Jahren ist das ehemalige Überangebot an Mietwohnungen deutlich rückläufig. Die Leerwohnungsziffer verzeichnete 2022 den deutlichsten Rückgang der letzten 20 Jahre.

Per Stichtag vom 1. Juni 2022 standen in der Schweiz gemäss Bundesamt für Statistik 61'496 Wohnungen leer. Das sind rund 10'000 Wohnungen weniger als im Vorjahr, was einer Abnahme von markanten 13.8% entspricht. Die Leerwohnungsziffer sank von 1.54% im Jahr 2021 auf 1.31%.

## Deutlich weniger Bautätigkeit

Der wichtigste Grund für den starken Rückgang liegt auf der Angebotsseite. In den vergangenen zwei Jahren sind deutlich weniger Wohnungen baubewilligt worden als in den beiden Jahren davor. Verzögerungen durch Lieferengpässe und die starken Anstiege der Baupreise dürften den Rückgang temporär weiter verstärken. Gleichzeitig steht dem stockenden Angebot auf der Nachfrageseite eine nach wie vor solide und

### Entwicklung der Leerstände in den Grossregionen

	2021	2022	Entwicklung
Ostschweiz	1.74	1.42	-0.32
Nordwestschweiz	1.64	1.41	-0.23
Zentralschweiz	1.06	0.75	-0.31
Espace Mittelland	1.96	1.82	-0.14
Zürich	0.72	0.6	-0.12
Genferseeregion	1.4	1.13	-0.27
Tessin	2.83	2.49	-0.34
<b>Schweiz</b>	<b>1.54</b>	<b>1.31</b>	<b>-0.23</b>

hohe Zuwanderung gegenüber. Im Vergleich zum 1. Juni 2021 verringerte sich der Leerwohnungsbestand bei allen Wohnungskategorien. Bei den 3- und 4-Zimmer-Wohnungen waren innert Jahresfrist die grössten Rückgänge zu beobachten. Das spiegelt den Trend des pandemiebedingten Nachfragezuwachses nach grösseren Wohneinheiten wider. Gleichzeitig bleiben 3- und 4-Zimmer-Wohnungen diejenigen Wohnungskategorien, die am meisten angeboten wurden.

## Rückgang von Leerständen in allen 7 Grossregionen

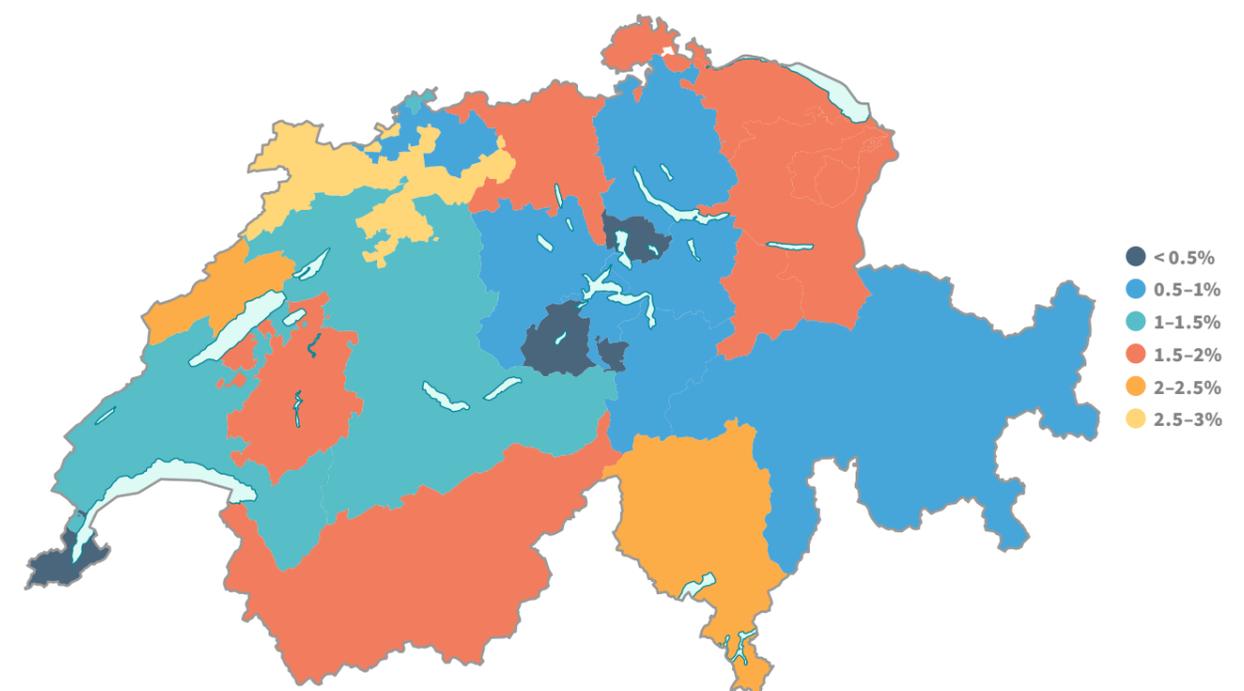
In allen sieben Grossregionen wurden am Stichtag weniger leerstehende Wohnungen zum Kauf oder zur Miete angeboten als noch ein Jahr zuvor. Die grössten Rückgänge der Leerstandsquoten im Vergleich zum Vorjahr wurden in den Grossregionen Tessin, Ostschweiz und Zentralschweiz beobachtet.

## Rückläufige Zahlen in 22 von 26 Kantonen

Gegenüber dem Jahr 2021 ist die Leerwohnungsziffer in 22 von 26 Kantonen gesunken, am deutlichsten in den Kantonen Appenzell Innerrhoden (0.92 Prozentpunkte) und Uri (0.89 Prozentpunkte). Nur in 4 Kantonen ist die Leerwohnungsziffer gestiegen, wobei sich der Anstieg in Basel, Schaffhausen und Glarus lediglich im Nachkommastellenbereich bemerkbar macht. Am deutlichsten angestiegen ist die Leerwohnungsziffer im Kanton Jura (0.4 Prozentpunkte).

## Solide Ausgangslage für Vermieter

Die Vermietbarkeit gilt als einer der Schlüsselfaktoren bei der Beurteilung von Rendite-Immobilien. Verändert diese Verschiebung von Überangebot zu Wohnungsnot nun die grundlegenden Spielregeln auf dem Markt? Genau diese Frage haben wir Sebastian Schwichtenberg gestellt. Er ist Chefanalyst bei Crowdhouse. Seine Einschätzungen finden Sie auf den nachfolgenden Seiten.



	2021	2022	Entwicklung
Zug	0.34%	0.33%	-0.01
Genf	0.51%	0.38%	-0.13
Obwalden	0.96%	0.48%	-0.48
Zürich	0.72%	0.60%	-0.12
Graubünden	0.87%	0.61%	-0.26
Schwyz	0.99%	0.72%	-0.27
Nidwalden	1.23%	0.76%	-0.47
Uri	1.74%	0.85%	-0.89
Luzern	1.23%	0.91%	-0.32
Basel-Land	0.97%	0.93%	-0.04
Waadt	1.35%	1.10%	-0.25
Basel-Stadt	1.10%	1.17%	+0.07
Bern	1.61%	1.48%	-0.13

	2021	2022	Entwicklung
Schaffhausen	1.59%	1.65%	+0.06
Appenzell I Rh.	2.59%	1.67%	-0.92
Aargau	2.10%	1.69%	-0.41
St. Gallen	2.05%	1.69%	-0.36
Thurgau	2.21%	1.70%	-0.51
Glarus	1.72%	1.73%	+0.01
Freiburg	1.80%	1.77%	-0.03
Appenzell A Rh.	2.05%	1.84%	-0.21
Wallis	2.29%	1.87%	-0.42
Neuenburg	2.36%	2.20%	-0.16
Tessin	2.83%	2.49%	-0.34
Solothurn	3.15%	2.66%	-0.49
Jura	2.56%	2.96%	+0.40

Aufsteigende Rangliste anhand der Leerwohnungsziffer 2022  
Quelle: Bundesamt für Statistik

# «Alles andere als überraschend»

*Die Diskussion um den Wohnungsleerstand in der Schweiz erfährt eine abrupte Trendwende. 2022 verspürte die Leerwohnungsziffer in der Schweiz den grössten Rückgang der letzten 20 Jahre. Die Vermietbarkeit von Rendite-Immobilien rückt angesichts dieser Entwicklungen in ein neues Licht. Wir haben mit Sebastian Schwichtenberg, Leiter Real Estate Analysis bei Crowdhouse, über die neue Ausgangslage gesprochen.*

Sebastian Schwichtenberg  
Lead Real Estate Analysis, Crowdhouse



**Vor 2 Jahren lautete das Schlagwort Leerstandsproblematik – heute ist es Wohnungsnot. Hat sich das Umfeld tatsächlich so stark verändert?**

Das Umfeld hat sich verändert. Gleichzeitig sind diese extrem positionierten Schlagworte nach wie vor unangebracht. Wir hatten vor 3 Jahren schweizweit keine akute Leerstandsproblematik und stehen heute auch nicht vor einer drastisch verschlimmerten Wohnungsnot. In der medialen Berichterstattung wird die tatsächliche Marktrealität nur bedingt widerspiegelt.

**In Zürich, Zug, Genf oder anderen Städten ist die Wohnungssuche extrem anspruchsvoll. Ist dort der Begriff der Wohnungsnot nicht angebracht?**

Natürlich ist es an solchen Makrolagen schwierig, eine Wohnung zu finden. Das ist aber kein neues Phänomen. Die Leerwohnungsziffern an diesen spezifischen Lagen haben sich in den letzten Jahren kaum

verändert. Wenn wir an solchen Lagen von Wohnungsnot sprechen, mag das gerechtfertigt sein – das hat allerdings kaum etwas mit der gesamtschweizerischen Entwicklung zu tun. Die gesamtschweizerische Leerwohnungsziffer 2022 ist im Vergleich mit vergangenen Jahren nicht aussergewöhnlich.

**Wie ist die aktuelle Leerwohnungsziffer historisch einzuordnen?**

Der aktuelle Wert liegt etwa so hoch wie 2016. Damals war Wohnungsnot kein mediales Thema. In den 2000er-Jahren lag die Leerwohnungsziffer beinahe konstant unter 1%. Angesichts dessen muss man die neueste Leerwohnungsziffer hinsichtlich ihrer

Wirkungskraft als Sensation relativieren. Was in diesem Jahr auffällt, ist die Deutlichkeit des Rückgangs.

**Es ist der deutlichste Rückgang seit 20 Jahren. Waren Sie davon überrascht?**

Nein, der starke Rückgang kam alles andere als überraschend. Bereits im letzten Jahr betrug der Rückgang fast 10%. Dieser Rückgang war damals tatsächlich deutlicher, als von den meisten Experten antizipiert. Dass sich der Trend in diesem Jahr ähnlich stark fortsetzt, war hingegen klar absehbar. Der Wert von 1.31% entspricht dem, was die meis-

ten Experten prognostiziert haben.

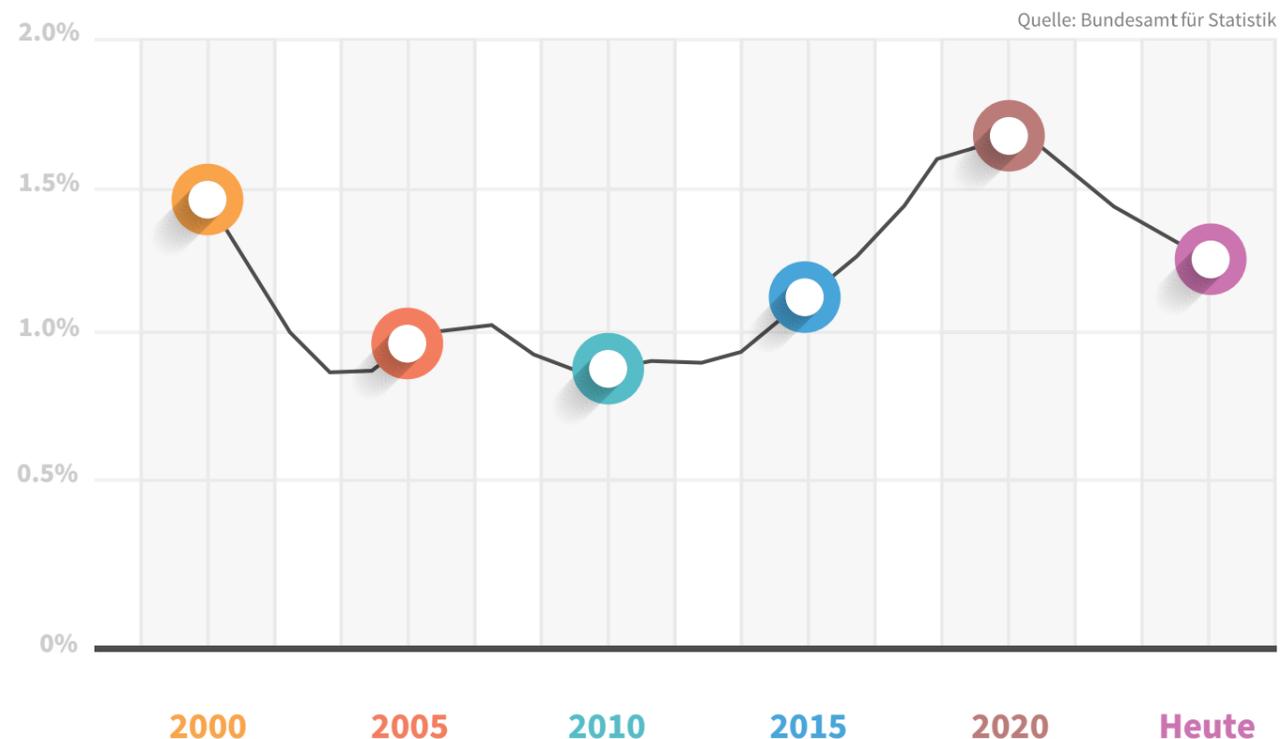
**Was hat die Prognosen einfacher gemacht?**

Die direkten Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Wohnungsmarkt waren im Vorjahr extrem schwierig abzuschätzen – ein Unsicherheitsfaktor, der verschwunden ist. Gleichzeitig haben wir im letzten Jahr gelernt, wie stark sich die Entwicklungen auf der Angebotsseite auf die Leerwohnungsziffer auswirken. Dementsprechend deutlich haben die Anzeichen in diesem Jahr auf einen hohen Rückgang schliessen lassen.

**Sie haben die Angebotsseite angesprochen. Welche Faktoren waren ausschlaggebend?**

In den letzten zwei Jahren wurden rund 4'800 Wohnungen weniger baubewilligt als in den vorherigen zwei Jahren. Bei vielen bewilligten Projekten handelt es sich um Ersatzneubauten durch die kein zusätzlicher Wohnraum entsteht. Diese Ausgangslage wird durch zusätzliche Faktoren noch intensiviert: Beschädigte Lieferketten sorgen für Verzögerungen bei Baufertigstellungen. Gleichzeitig blieb die Zuwanderung konstant hoch, während der demographische Wandel die Wohnungsnachfrage weiter verändert.

## Entwicklung Leerwohnungsziffer Schweiz 2020–2022



### **Welche Rolle spielt der demographische Wandel?**

Die Schweizer Bevölkerung wird immer älter, ist länger auf Wohnraum angewiesen und beansprucht mit zunehmendem Alter diejenigen Wohnungsgrössen, welche am wenigsten verfügbar sind – nämlich kleine Wohnungen mit 1- bis 2.5-Zimmern. Bei über der Hälfte der rund 60'000 leeren Wohnungen in der Schweiz handelt es sich um 3- bis 4-Zimmer-Wohnungen.

### **Das alles spricht nicht dafür, dass sich der Bestand an Leerwohnungen in den nächsten Jahren erholen wird?**

Davon gehe ich tatsächlich nicht aus. Steigende Baukosten stellen Entwickler aktuell vor riesige finanzielle und organisatorische Herausforderungen. Allein das spricht nicht dafür, dass die Angebotsseite in absehbarer Zeit einen Schub erhält. Und daneben gibt es noch weitere Herausforderungen.

### **Worauf spielen Sie an?**

Neben den Baukosten explodieren auch die Energie- und Lieferkosten. Abgesehen davon sind die Baulandreserven grundsätzlich knapp. Wer Bauprojekte plant, hat oft mit Einsparungen zu kämpfen. Diese führen zu Verzögerungen oder dazu, dass Bauherren ihre Pläne fallen lassen, wobei gerade in den angesprochenen städtischen Lagen diesbezüglich der Gegenwind am stärksten ist. Zu guter Letzt leidet auch die Baubranche unter Fachkräftemangel.

### **Was bedeutet die neue Entwicklung bei der Leerwohnungsziffer für Besitzer/innen von Rendite-Immobilien?**

Grundsätzlich haben die letzten Jahre deutlich gezeigt, dass Wohnangebot in der Schweiz nachhaltig auf eine solide Nachfrage trifft – unabhängig davon, ob die Leerwohnungsziffer nun einige Prozentpunkte höher oder tiefer liegt. Vor wenigen Jahren machten zahlreiche Berichte über angebliche «Geistersiedlungen» Schlagzeilen. Heute wissen wir, dass auch grosse Überbauungen an B- und C-Lagen in absehbarer Zeit vermietet werden können – nicht zuletzt auch dank der gestiegenen Nachfrage nach grösseren Wohnungen seit der Corona-Pandemie. An dieser langfristigen Ausgangslage dürfte sich in den kommenden Jahren kaum etwas ändern.

### **Heisst das, die Leerwohnungsziffer spielt bei der Beurteilung von Rendite-Immobilien zukünftig nur noch eine untergeordnete Rolle?**

Die Vermietungsstabilität vor Ort ist und bleibt ein wichtiger Faktor bei der Beurteilung von Rendite-Immobilien. Allerdings gibt es nach wie vor grosse regionale Unterschiede. Entscheidender als eine schweizweite Momentaufnahme bleibt die Entwicklung von Makro-Standorten über grössere Zeiträume, welche differenziert und kontextualisiert in einen Entscheidungsprozess eingebunden wird.

# Ihr innovativer, unabhängiger Immobilienberater

EY Real Estate Switzerland

Valuation | Transaction |  
Transformation | Strategy

Thomas Cabane | [thomas.cabane@ch.ey.com](mailto:thomas.cabane@ch.ey.com)  
Jan Wiki | [jan.wiki@ch.ey.com](mailto:jan.wiki@ch.ey.com)

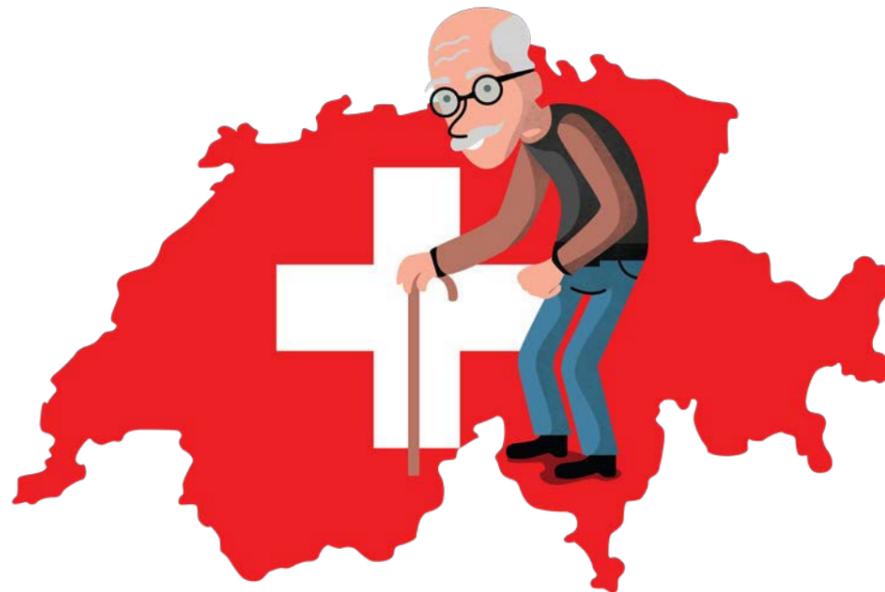
**EY**  
Building a better  
working world

# Die «Silver Society» prägt den Immobilienmarkt

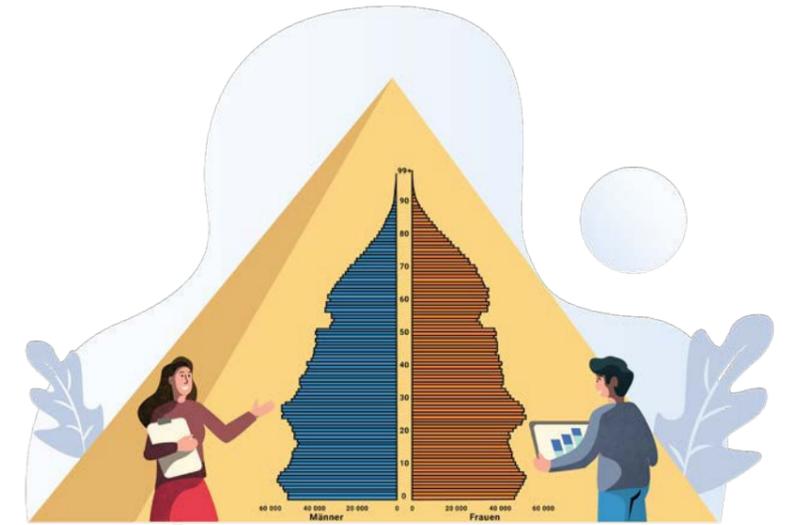
*Können Sie sich unter dem Begriff «Megatrend» etwas vorstellen? Megatrends sind globale Phänomene – Entwicklungen, welche mehrere Jahrzehnte dauern und Auswirkungen in allen gesellschaftlichen Bereichen haben. Einer der zentralen Megatrends ist die «Silver Society». Er bezieht sich auf den demographischen Wandel. Eine Perspektive mit entscheidender Bedeutung für die Immobilienmärkte.*

Der Begriff «Demographie» bezeichnet die Bevölkerungswissenschaft – und dabei ist eine Entwicklung allgegenwärtig: die weltweite Bevölkerung wird durchschnittlich immer älter. Insbesondere auch in der Schweiz. Es gibt Statistiken, die das eindrücklich belegen und prognostizieren können. Bekannt sind die «Alterspyramiden» – eine statistische Darstellung, welche die Anzahl Personen pro Alterskategorie anzeigt. Seit den 70er-Jahren wurde die «Pyramide» vielmehr zu einer Pfeilspitze. Und schaut man auf die Prognose bis 2050 stellt man fest: Aus der ehemaligen Pyramide wird eine Glühbirne.

Das sind eindrückliche Entwicklungen, die sich auch mit anderen Zahlen belegen lassen: eine Frau, die im Jahr 1981 geboren wurde, hatte bei der Geburt eine durchschnittliche Lebenserwartung von 79.2 Jahren. Bei einer Geburt im Jahr 2016 lag diese Erwartung bereits bei 85.3 Jahren. Bei Männern lag sie 1981 bei 72.4 Jahren – 2016 bei 81.5 Jahren. Heute leben etwa 1.6 Millionen Menschen in der Schweiz, die 65-jährig und älter sind. Bis 2045 wird diese Zahl auf 2.7 Millionen Menschen anwachsen.



1970



Heute



2050



Der Megatrend der «Silver Society» hat vielseitige Auswirkungen, beispielsweise auf die Altersvorsorge oder unser Gesundheitssystem – aber insbesondere auch auf das Wohnen. Vordergründig aufgrund einer einfachen Erkenntnis: Wer länger lebt, ist länger auf eine Wohnung angewiesen. Und wenn immer mehr Menschen länger auf eine Wohnung angewiesen sind, hat das offensichtlich Auswirkung auf die Nachfrage nach Wohnraum.



Das ist allerdings nicht der einzige Aspekt, den es dabei zu berücksichtigen gilt. Eine ganz entscheidende Rolle spielt die Belegungsdichte. Als Indikator gibt die Belegungsdichte an, wie viele Personen im Durchschnitt pro Haushalt leben. Je kleiner die Belegungsdichte, desto grösser der Bedarf an Wohnungen. Bei einer Belegungsdichte von 2 benötigen 100 Menschen 50 Wohnungen. Sinkt die Belegungsdichte auf 1,4, benötigt die gleiche Anzahl Personen über 70 Wohnungen.



Diese Belegungsdichte hat in der Schweiz seit 1970 deutlich abgenommen. Gesamtschweizerisch über alle Wohnungsgrössen betrachtet, betrug sie im Jahr 1979 2.9 Personen pro Haushalt. 50 Jahre später liegt der Wert bei 2.2. Die Belegungsdichte ist also seit längerer Zeit rückläufig. So weit, so gut. Aber was hat diese Entwicklung mit der Alterung der Bevölkerung zu tun? Ziemlich viel. Betrachtet man die Belegungsdichte pro Alterskategorie, stellt man fest: Ab einem Alter von 55 Jahren nimmt die Belegungsdichte in einem Mieterhaushalt stark ab. Das ist in etwa die Lebensphase, in der viele Kinder ausziehen und einen eigenen Haushalt gründen. Insbesondere bei Personen ab 75 Jahren ist der Anteil an Einpersonenhaushalten stark überdurchschnittlich.

Daneben spielt auch der Quadratmeterverbrauch pro Person eine wesentliche Rolle. Kleinere Haushaltsgrössen bedeuten im Umkehrschluss, dass die Anzahl Quadratmeter pro Person steigt. In der Praxis gestaltet sich das oft in etwa so: Stellen Sie sich einen Haushalt mit 2 Erwachsenen und 2 Kindern mit einer Wohnfläche von 120 m<sup>2</sup> vor. Sobald die Kinder ausziehen, steigt der Quadratmeterverbrauch pro Person in diesem Haushalt von 30 auf 60 m<sup>2</sup>. Bei den Altersgruppen ab 55 Jahren nimmt nicht nur die Belegungsdichte ab, sondern auch der Quadratmeterverbrauch pro Person zu.

Inwiefern ist all das wichtig für die Entwicklung des Immobilienmarkts? Die aktuellen Daten zeigen Folgendes: Je älter eine Person, desto wahrscheinlicher ist es, dass diese in einem Einpersonenhaushalt lebt – und das bei verhältnismässig grossem Quadratmeterverbrauch. Kombiniert man diese Ausgangslage mit dem generellen Trend, dass die Schweizer Bevölkerung immer älter wird, liegt die Auswirkung auf der Hand: Die «Silver Society» wird – neben dem allgemeinen Bevölkerungswachstum – massgeblich dafür verantwortlich sein, wie stark sich die Nachfrage nach Wohnraum in der Schweiz entwickeln wird.





# Immobilien- Barometer 2022

Was beschäftigt private Besitzerinnen und Besitzer von Schweizer Rendite-Immobilien? Genau diese Frage beantwortet seit 2021 das Crowdhouse Immobilien-Barometer. Auch in diesem Jahr hat Crowdhouse über 230 Eigentümerinnen und Eigentümer von Schweizer Rendite-Immobilien zu ihrer aktuellen Marktwahrnehmung befragt. Die Auswertung zeigt: Die Erwartungshaltung bezüglich der Preisentwicklung von Rendite-Immobilien ist nach wie vor stabil – allerdings verhaltener als noch vor einem Jahr. Dabei bereiten insbesondere die Themen Inflation, gestiegene Baupreise und zunehmende Zinsrisiken am meisten Sorgen.

Die Daten für das Immobilien-Barometer 2020 wurden im Juli 2022 durch das Research-Team von Crowdhouse erhoben. Alle Teilnehmer/innen sind Allein- oder Mit-eigentümer/innen von Schweizer Rendite-Immobilien. Wir haben die wichtigsten Ergebnisse zusammengefasst.

# PREISENTWICKLUNG



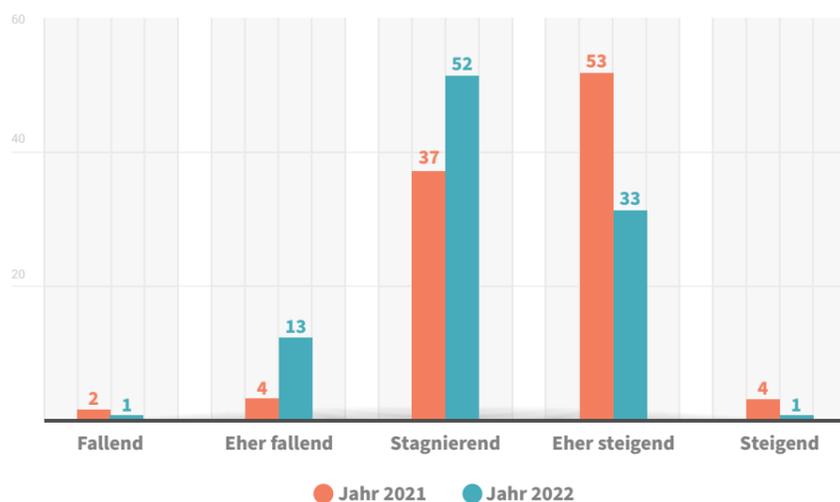
Wohin geht die Reise im Hinblick auf die Preise? So schätzen die Befragten die Preisentwicklungen für die nächsten 12 Monate ein.

## Kurzfristige Preisentwicklung

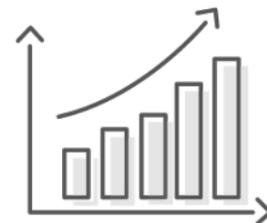
### Wie werden sich die Preise für Rendite-Immobilien in den nächsten 12 Monaten entwickeln?

Gegenüber der Befragung 2021 ist die Erwartungshaltung bezüglich der Preisentwicklung verhaltener. Der Anteil derjenigen, die eine eher

steigende Preisentwicklung erwarten, ist auf rund ein Drittel gesunken. Rund die Hälfte der Personen geht für die nächsten 12 Monate von einer Seitwärtsbewegung aus. Der Anteil derjenigen, die eine eher fallende Preisentwicklung antizipieren, stieg hingegen auf 14%.



# ZINSUMFELD

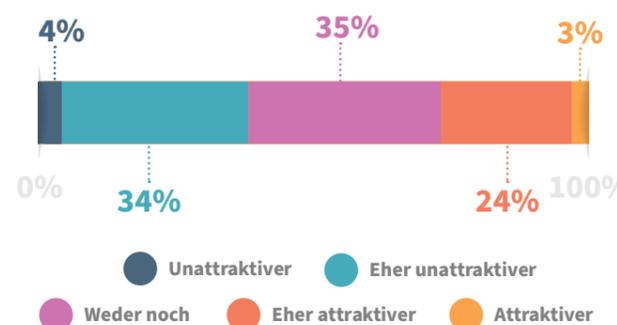
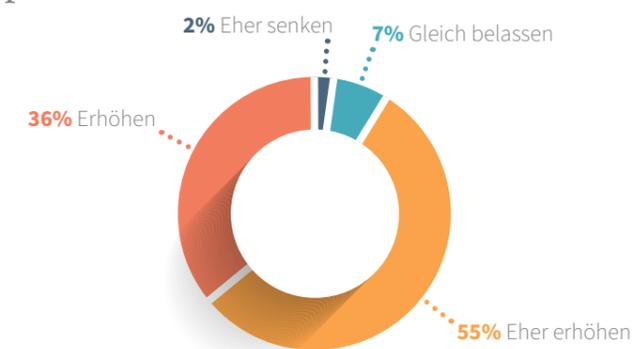


Die Schweizer Nationalbank hat in diesem Jahr die Leitzinsen bereits zweimal angehoben. Wie beurteilen die Befragten das neue Zinsumfeld?

## Erwartung Zinsentscheid September 2022

### Im September 2022 wird die Schweizer Nationalbank die Leitzinsen «...»?

Über 90 Prozent der Befragten haben zum Zeitpunkt der Befragung (Juli 2022) die Erhöhung der Leitzinsen durch die SNB am 22.09.2022 korrekt antizipiert. Wenige Personen sind im Juli davon ausgegangen, dass die SNB die Zinsen auf dem bisherigen Niveau belässt (7%) respektive tendenziell eher nach unten korrigiert (2%).



## Attraktivität im neuen Zinsumfeld

### Die aktuelle Zinssituation macht Rendite-Immobilien «...»?

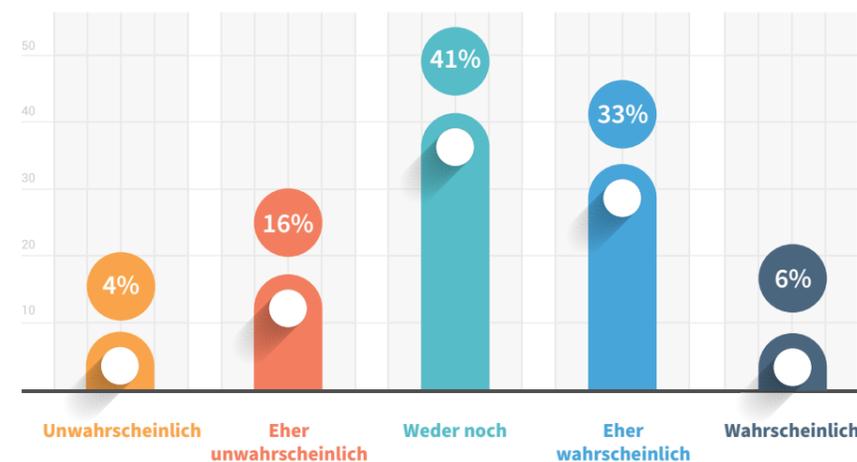
Für den grössten Teil der Befragten schmälert das aktuelle Zinsumfeld die Attraktivität von Rendite-Immobilien. Ähnlich viele Per-

sonen sehen keinen Einfluss des Zinsumfelds auf die Attraktivität der Anlageklasse. Eine Minderheit von 27% empfindet eine gesteigerte Attraktivität von Rendite-Immobilien im neuen Zinsumfeld.

## Wahrscheinlichkeit für weitere Investitionen

### Wie wahrscheinlich ist es für Sie, dass Sie im aktuellen Zinsumfeld weiterhin in Rendite-Immobilien investieren?

Rund 40% der Befragten geben an, dass das aktuelle Zinsumfeld keinen Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit von Investitionen im aktuellen Umfeld mit sich bringt. Weitere rund 40% erachten es als eher wahrscheinlich bis wahrscheinlich, dass sie auch im aktuellen Zinsumfeld in Rendite-Immobilien investieren. Für 20% der Befragten sind Investitionen in Rendite-Immobilien im aktuellen Zinsumfeld eher unwahrscheinlich bis unwahrscheinlich.



# MIETPREISENTWICKLUNG

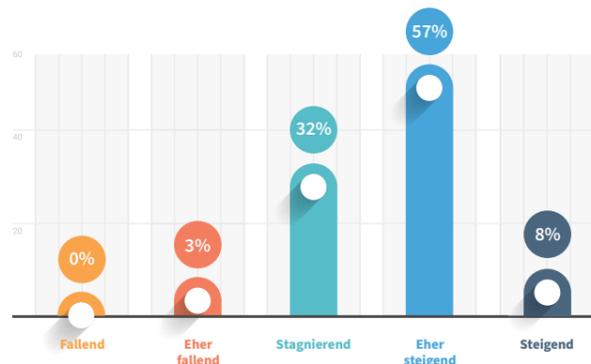


Wohnraum in der Schweiz wird knapp. Wie beurteilen die Befragten die Situation bezüglich der Mietzinsen im aktuellen Umfeld?

## Kurzfristige Mietpreisentwicklung

Wie werden sich die Mietpreise in den nächsten 12 Monaten entwickeln?

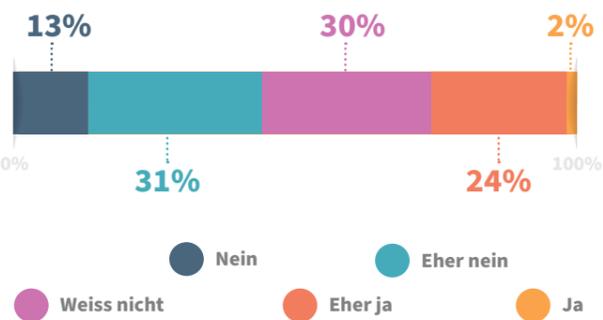
Über zwei Drittel der Befragten gehen davon aus, dass die Mietpreise in den nächsten 12 Monaten steigen werden. Ein weiteres knappes Drittel geht von stagnierenden Mietpreisen aus. 3% der Befragten vermuten, dass die Mietpreise in den nächsten 12 Monaten eher fallen werden.



## Intention zur Mietpreiserhöhung

Ziehen Sie als Eigentümer in den nächsten 12 Monaten Mietpreiserhöhungen in Betracht?

Obwohl die Mehrheit steigende Mietpreise erwartet, zieht die Mehrheit der Befragten (44%) eher keine Mietpreiserhöhungen in Betracht. 26% erachten Mietpreiserhöhungen im Bereich des Möglichen. 30% der Befragten sind sich unschlüssig.



# SORGEN



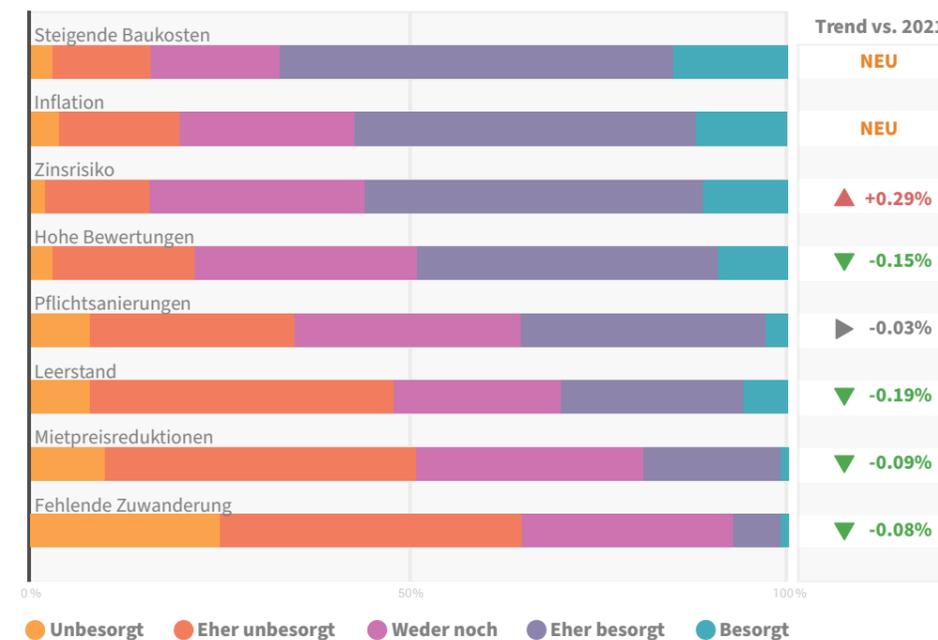
Wo ist die Anspannung am grössten? Welche Themen bereiten privaten Besitzern von Rendite-Immobilien aktuell am meisten Sorgen?

## Sorgenthemen

Welche Aspekte bereiten Ihnen aktuell Sorgen?

Mit steigenden Baukosten und Inflation führen zwei neue Themen das diesjährige Sorgenbarometer an. Deutlich erhöht gegenüber der Befragung 2021 haben sich auch die Sorgen bezüglich allfälliger Zinsrisiken (+0.29 Prozentpunkte). Bei den übrigen Themen hat die Besorgnis gegenüber der letztjährigen Umfrage abgenommen – am stärksten bei den Themen Leerstand (-0.19 Prozentpunkte) und hohe Bewertungen (-0.15 Prozentpunkte).

Bei den übrigen Themen hat die Besorgnis gegenüber der letztjährigen Umfrage abgenommen – am stärksten bei den Themen Leerstand (-0.19 Prozentpunkte) und hohe Bewertungen (-0.15 Prozentpunkte).



# STRATEGISCHE ASPEKTE

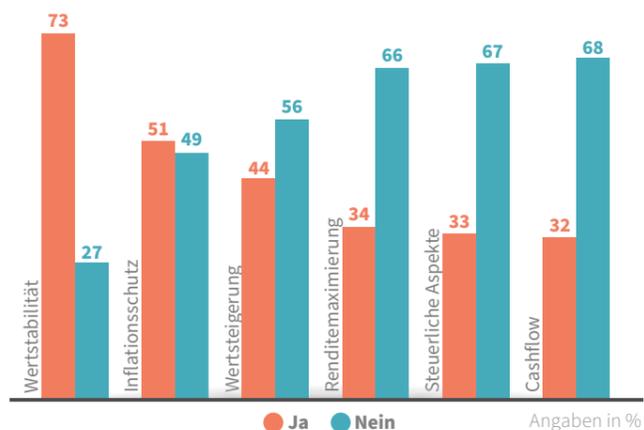
*Welche strategischen Überlegungen beeinflussen die Investitionsentscheide? Auf welche Faktoren wird besonders viel Wert gelegt?*



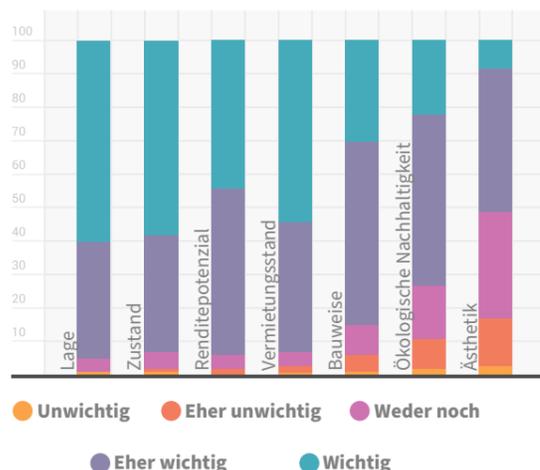
## Faktoren für Investitionsentscheide

**Sind folgende strategische Aspekte besonders wichtig bei direkten Immobilienanlagen?**

Der entscheidende strategische Faktor liegt für die Befragten in der Wertstabilität. Wertstabilität und Inflationsschutz sind die beiden Aspekte, die von einer Mehrheit der Befragten als besonders wichtig empfunden werden. Für 44% spielen potenzielle Wertsteigerungen eine wichtige Rolle. Renditemaximierung, steuerliche Aspekte und Cashflow sind für rund ein Drittel der Befragten wichtige Strategiefaktoren.



## Faktoren der Objektqualität



**Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte beim Erwerb einer Rendite-Immobilie?**

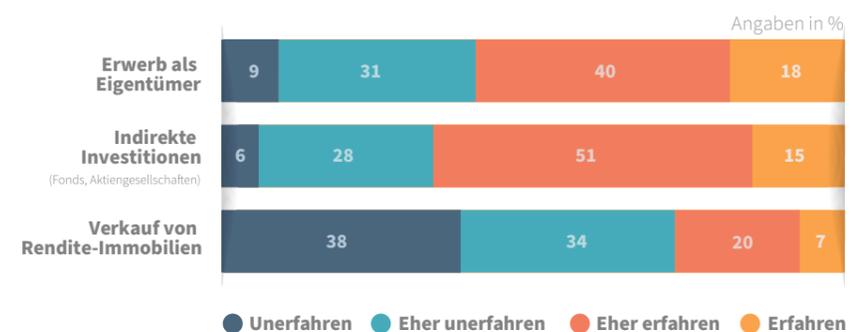
Lage, Zustand, Renditepotenzial und Vermietungsstand sind für über 90% der Befragten eher wichtig bis wichtig. Auch Bauweise und ökologische Nachhaltigkeit spielen für mehr als drei Viertel der Befragten eine eher wichtige bis wichtige Rolle. Die Gebäude-Ästhetik ist für rund die Hälfte der Befragten ein eher wichtiger bis wichtiger Faktor.

# ERFAHRUNG UND INTERESSE



*Ist jeder private Immobilienbesitzer ein Immobilienexperte? Und wie aktiv wird der Markt verfolgt? So schätzen sich die Personen selbst ein.*

## Erfahrung mit Kauf, Verkauf und Investition



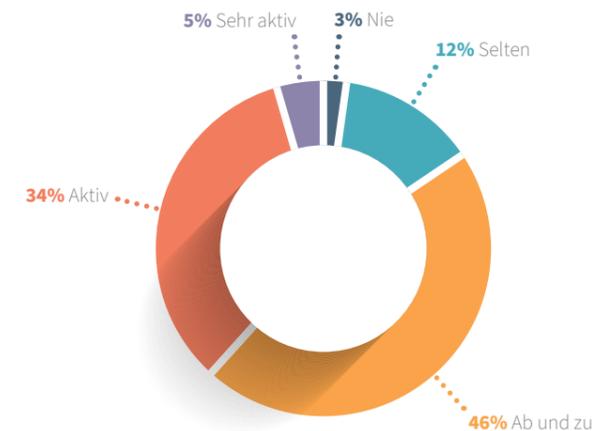
**Wie schätzen Sie Ihre Erfahrung bezüglich Kauf, Verkauf und Investition ein?**

Rund zwei Drittel der Befragten geben an, mit dem Kauf einer Immobilie und der Investition in ein Immobilien-Anlageprodukt erfahren zu sein. Geht es hingegen um den Verkauf, geben rund drei Viertel an, eher keine oder gar keine Erfahrungen zu haben.

## Interesse am Markt

**Wie intensiv wird der Markt beobachtet?**

Der Immobilienmarkt ist für den grössten Teil der privaten Besitzerinnen und Besitzer gelegentlich ein Thema. Rund 40% beschäftigten sich aktiv oder sehr aktiv mit dem Geschehen. Für einen kleinen Teil ist der Markt nur selten oder nie ein Thema, das sie aktiv verfolgen.



# «Mit der Bauqualität ist es wie mit der Gesundheit»

*Der Entscheid, ob eine Liegenschaft akquiriert wird oder nicht, wird bei Crowdhouse im Investmentkomitee getroffen. Mit seiner Arbeit als Bauherrenvertreter und Investment Quality Manager legt Olivier Naegeli dafür wichtige Entscheidungsgrundlagen. Wir haben mit ihm über seine tägliche Arbeit, Schweizer Bauqualität und seine Rolle bei der Objektakquisition gesprochen.*



Dipl. Arch ETH-NS-SIA Olivier Naegeli,  
Bauherrenvertreter & Investment Quality Manager,  
Crowdhouse

## Sie sind Bauherrenvertreter & Investment Quality Manager. Wie darf sich ein Laie Ihren Verantwortungsbereich vorstellen?

Ich bin dafür verantwortlich, die Qualität unserer Neuakquisitionen sicherzustellen – sowohl für Neubau- als auch für Bestandesobjekte. Das umfasst sowohl die termin- und kostengerechte Realisierung von Neubauobjekten als auch die Sicherstellung der Qualität für unsere Ansprüche bei Akquisitionen von bestehenden Liegenschaften.



## «Qualität» ist als Begriff schwer fassbar. Was versteht der Fachmann darunter?

Qualität ist eine abstrakte Bezeichnung, die sich bei Immobilien in zwei Definitionsebenen unterteilt: Auf der einen Seite gibt es die subjektive Wahrnehmung, die stark vom persönlichen Empfinden und emotionalen Faktoren sowie von ästhetischen Aspekten abhängig ist. Auf der anderen Seite gibt es die sachliche Definition von Qualität und diese bezieht sich auf Normen und Standards, beispielsweise vom Schweizerischen Ingenieur- und Architektenverein oder anderen Berufs- und Fachverbänden. Diese Massstäbe helfen, festzustellen, ob eine Bausubstanz diesen Anforderungen entspricht oder nicht.



## Bauqualität ist einer der Faktoren, die von Investoren bei der Objektbeurteilung am höchsten gewichtet werden. Zurecht?

Definitiv. Bei der Bauqualität ist es wie mit der Gesundheit. Man lernt sie erst dann richtig zu schätzen, wenn man sie nicht mehr hat. Bei Immobilien kann man Objekte in einer guten Qualität erwerben und wachsen oder man kann sie in schlechter Qualität erwerben und in der Folge Ressourcen im täglichen Betrieb absorbieren. Meine Arbeit ist es, entsprechende Bauqualität im Rahmen unserer professionellen Sorgfaltsprüfungen zu beurteilen.



## Woran orientieren Sie sich dabei?

In einem ersten Schritt wird geprüft, ob Naturgefahren bestehen. Wir haben in der Schweiz diesbezüglich klare Kartierungen. Befindet sich die Immobilie in einem Restrisiko-Gebiet, muss sichergestellt sein, dass die richtigen Massnahmen getroffen wurden. Andere Qualitätsfaktoren, die nicht die Naturgefahren betreffen, werden bei der Feststellung des Gebäudebestandes gründlich analysiert. Wir kennen die Lebensdauer von Bauteilen wie z. B. Fenstern, Geländern oder Heizungsanlagen und stellen im entsprechenden Fall fest, in welchem Zustand sich diese befinden.

## Naturgefahren spielen bei der Risikobeurteilung eine zentrale Rolle. Können Sie ein konkretes Praxisbeispiel geben?

Nehmen wir zum Beispiel Überschwemmung – Wasser im Keller als Resultat einer klassischen Naturgefahr. Ein nicht funktionierender Oberflächenabfluss kann gebietsweise unterschiedlich grossen Rück-

stau geben und für eine Immobilie fatal enden. Ich habe kürzlich eine Liegenschaft beurteilt, die in einem Restrisiko-Gebiet liegt. Wir haben kontrolliert, ob bei der Einstellhalle eine Anrampung und Schutzbleche bestehen, die verhindern, dass das Ablaufwasser in die Garage fliesst. Die Vorkehrungen waren vorhanden. Ich konnte bestätigen, dass die entsprechenden Risikominderungs-massnahmen getroffen wurden. Die Beurteilung eines Objekts anhand solcher Naturgefahren ist eine der zentralen Ausgangspunkte bei jedem Prüfungsprozess.

## Sie beurteilen sowohl Neubauten als auch Bestandesliegenschaften. Gibt es da Unterschiede bei der Qualitätsabklärung?

Es sind zwei unterschiedliche Fälle, die sich aber im selben Rahmen befinden, der anhand gesetzlicher und technischer Anforderungen, der jeweiligen Umgebung sowie der Naturgefahren definiert ist. Neubau- und Bestandesliegenschaften müssen diesen technischen, juristischen und gesellschaftlichen



Erwartungen genügen. Bei einem Neubauprojekt kann mein Handeln allerdings mehr bewirken, da ich bereits im Planungsprozess involviert bin und dadurch mehr Steueroptionen habe. Bei der Abnahme von Bestandesliegenschaften bin ich mehr als «Buchhalter» tätig, der Mängel dokumentiert, die anschliessend im Akquiseprozess berücksichtigt werden.

**Sind Sie bei jeder Liegenschaft selbst vor Ort? Wie läuft eine solche Besichtigung ab?**

Die Vorbereitung beginnt bei jeder Liegenschaft am Schreibtisch und ist für die weiteren Prozesse essentiell. In der Folge bin ich aber bei allen Liegenschaften, bei denen eine Akquisition in Betracht gezogen wird, selbst vor Ort. Eine Besichtigung dauert in etwa eine Stunde und beginnt bei den äusseren Gegebenheiten wie der Fassade und der Umgebung. Anschliessend wenden wir uns den Innenräumen, der gesamten Erschliessung sowie den Keller- und Technikräumen zu. Zudem schauen wir uns die Gebäudetechnik, die Elektro- und Heizanlagen und zu guter Letzt eine Auswahl an

Wohnungen an. Gerade bei uneinheitlichen Standards ist es wichtig, einen möglichst vollständigen Eindruck aller Wohneinheiten zu gewinnen.

**In Ihrer Rolle übernehmen Sie eine Kontrollfunktion. Wie gestaltet sich dabei die Zusammenarbeit mit den entsprechenden Eigentümerinnen und Eigentümern?**

Bei Crowdhouse habe ich sehr erfahrene und angenehme Projektpartner angetroffen. Generell wird meine Arbeit aus Sicht der Erstellerseite, die eigentlich nicht unbedingt ein Kontrollinteresse hat, sehr positiv beurteilt. Die Ernsthaftigkeit unserer Interessen und die Professionalität, mit welcher wir Objekte beurteilen und bewerten, wird geschätzt und der sachliche und fachliche Austausch ist eine Bereicherung. Gerade bei Neubauprojekten hilft es der Eigentümerschaft, das Objekt so fertigzustellen, dass es bei der Eigentumsübertragung Freude macht. Damit legen wir die Basis für eine langfristig positive Geschäftsbeziehung.

**Mit Ihrer Arbeit legen Sie Entscheidungsgrundlagen für Kaufentscheide. Wie genau fliessen Ihre Beurteilungen in einen Akquisitionsprozess ein?**

Die Formate für die Berichterstattung sind standardisiert. Das Resultat meiner Arbeit ist eine Dokumentation in Form eines schriftlichen Reports, bei dem die festgestellten Aspekte in verschiedene Themengruppen unterteilt und als Risiken beschrieben und bewertet werden. Dabei gebe ich keine definitiven Empfehlungen ab. Ich bin am Ende nicht der Entscheidungsträger, übernehme aber mit meiner beratenden Funktion eine wesentliche Rolle in einer professionellen und systematischen Sorgfaltsprüfung im Sinne unserer Käufer und Investoren.

**Die Schweiz ist bekannt für Präzision, Pünktlichkeit und Qualitätsbewusstsein. Gelten diese Merkmale auch für die Schweizer Baubranche?**

Im Vergleich zum Rest der Welt hat die Schweiz einen äusserst hohen Qualitätsstandard. Es gibt sehr wenige Länder, in welchen die Bauqualität gleich gut oder besser ist und bis heute übernimmt die Schweiz bei der Qualität in der Bauproduktion eine Vorreiterrolle. Ein Garant dafür sind die viel beklagten Vorschriften und Standards. Sie sind nicht überall beliebt – aber sie helfen uns schlussendlich, die bestehende Qualität nachhaltig zu bewahren.



Professionalität von der Idee bis zur Ausführung.



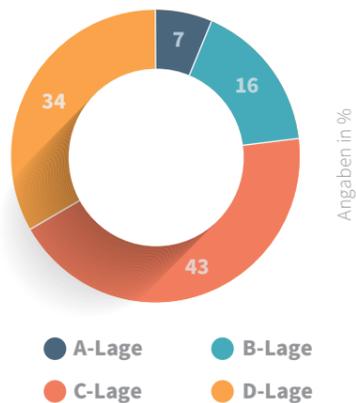
**ROLF ZÜRCHER**  
raum bad küche

Rolf Zürcher AG | Industriestrasse 1 | 8808 Pfäffikon SZ  
055 415 53 53 | info@rolfzuercher.ch | www.rolfzuercher.ch

# Die vielversprechendsten C-Standorte der Deutschschweiz

Das Analyse-Team von Crowdhouse kürt jedes Jahr die Top-20 der Deutschschweizer C-Standorte und stellt sich dabei die Frage, welche Standorte sich in den letzten 5 Jahren überdurchschnittlich positiv entwickelt haben. Für das Ranking 2022 wurden alle 918 Deutschschweizer Gemeinden berücksichtigt, welche gemäss der systematischen Lagebeurteilung von Crowdhouse als C-Standorte klassifiziert sind.

In der Schweiz gibt es Stand 01.01.2022 insgesamt 2'148 Gemeinden. Gemäss einer systematischen Lagebeurteilung von Crowdhouse, welche auf dem standardisierten Klassifikationssystem von Wüest Partner beruht, lassen sich diese Gemeinden in sogenannte A-, B-, C- und D-Lagen unterteilen. 23% der Gemeinden verteilen sich auf die Topkategorien der A- und B-Lagen. 34% sind als unattraktive D-Lagen klassifiziert. Mit 43% bilden C-Lagen das grosse Mittelfeld.



Genau auf dieses grosse Mittelfeld konzentriert sich das jährliche Crowdhouse-Ranking. Im Zentrum der Bewertung steht die Frage, welche dieser Deutschschwei-

zer C-Standorte anhand der aktuellen Momentaufnahme Potenzial zeigen, um sich zukünftig in eine B-Lage zu entwickeln. Gabriela Bruno, Lead Real Estate Investment bei Crowdhouse, hat die Grundlagen für das Ranking mit dem Analyse-Team von Crowdhouse entwickelt und erklärt den Ansatz folgendermassen: «Es geht uns nicht darum, zu identifizieren, welche Gemeinden sich auf verhältnismässig gutem C-Lagen-Niveau stabilisieren, sondern um signifikante positive Entwicklungen bei Schlüsselindikatoren.»

Für die Erstellung des qualifizierten Rankings wurden Kriterien festgelegt, anhand derer die Qualität der Standorte objektiv mess- und vergleichbar ist. Dabei spielen insbesondere zwei Faktoren eine entscheidende Rolle: Die Entwicklung der Leerstände und der Mietpreise. Beide Parameter sind im 5-Jahres-Delta ausführlich dokumentiert und können für den direkten Vergleich herangezogen werden. Um die Aussagekraft zu stärken und prozentuale Ausreisser auszublenden, wurden bei der Erhebung lediglich Gemeinden mit mehr als 4'000 Einwohnern berücksichtigt.

Die nachfolgende Liste beruht auf einer datenbasierten Erhebung von Crowdhouse. Die Qualitätsbeurteilung beruht auf 5 Faktoren. Für die Entwicklung der Leerwohnungsziffer sowie der Mietpreise über die letzten 5 Jahre, für die Einwohnerzahl sowie die aktuelle Leerwohnungsziffer wurden je nach Tendenz jeweils zwischen 1 und 3 Punkte vergeben. Zusätzlich wurde das von Wüest Partner erstellte Makro-Lagen-Rating von 2021 hinzugezogen. Die Multiplikation aller 5 Faktoren ergibt am Ende eine Gesamtpunktzahl, anhand derer die Standorte gelistet werden.

## Bekannte Standorte aus dem Portfolio

Einige Standorte aus der nachfolgenden Liste dürften Crowdhouse-Beobachtern durchaus ein Begriff sein. Über die Plattform wurden schon mehrere Liegenschaften in Wartau, Grabs, Zurzach oder Diessenhofen vermittelt. C-Lagen mit entsprechendem Potenzial werden auch in Zukunft eine wichtige Rolle in der Akquisitionsstrategie von Crowdhouse spielen.



## Frutigen

Kanton: **Bern**  
 Einwohner: **6'967**  
 Marktrating: **2.9**  
 Leerstandsziiffer 2022: **0.4%**



### Entwicklungen im 5-Jahres-Delta:

Mietpreise: **+15.1%**      Leerstände: **-44.7%**



## Bad Zurzach

Kanton: **Aargau**  
 Einwohner: **7'637**  
 Marktrating: **3.2**  
 Leerstandsziiffer 2022: **2.2%**



### Entwicklungen im 5-Jahres-Delta:

Mietpreise: **+6%**      Leerstände: **-34%**



## Willisau

Kanton: **Luzern**  
 Einwohner: **8'910**  
 Marktrating: **2.8**  
 Leerstandsziiffer 2022: **0.2%**



### Entwicklungen im 5-Jahres-Delta:

Mietpreise: **+0.6%**      Leerstände: **-83%**



### Mels

Kanton: **St. Gallen**  
 Einwohner: **8'716**  
 Marktrating: **2.8**  
 Leerstandsnummer 2022: **0.3%**



#### Entwicklungen im 5-Jahres-Delta:

Mietpreise: **+3.7%**      Leerstände: **-72%**



### Grabs

Kanton: **St. Gallen**  
 Einwohner: **7'220**  
 Marktrating: **3.1**  
 Leerstandsnummer 2022: **1.0%**



#### Entwicklungen im 5-Jahres-Delta:

Mietpreise: **+6.5%**      Leerstände: **-47%**



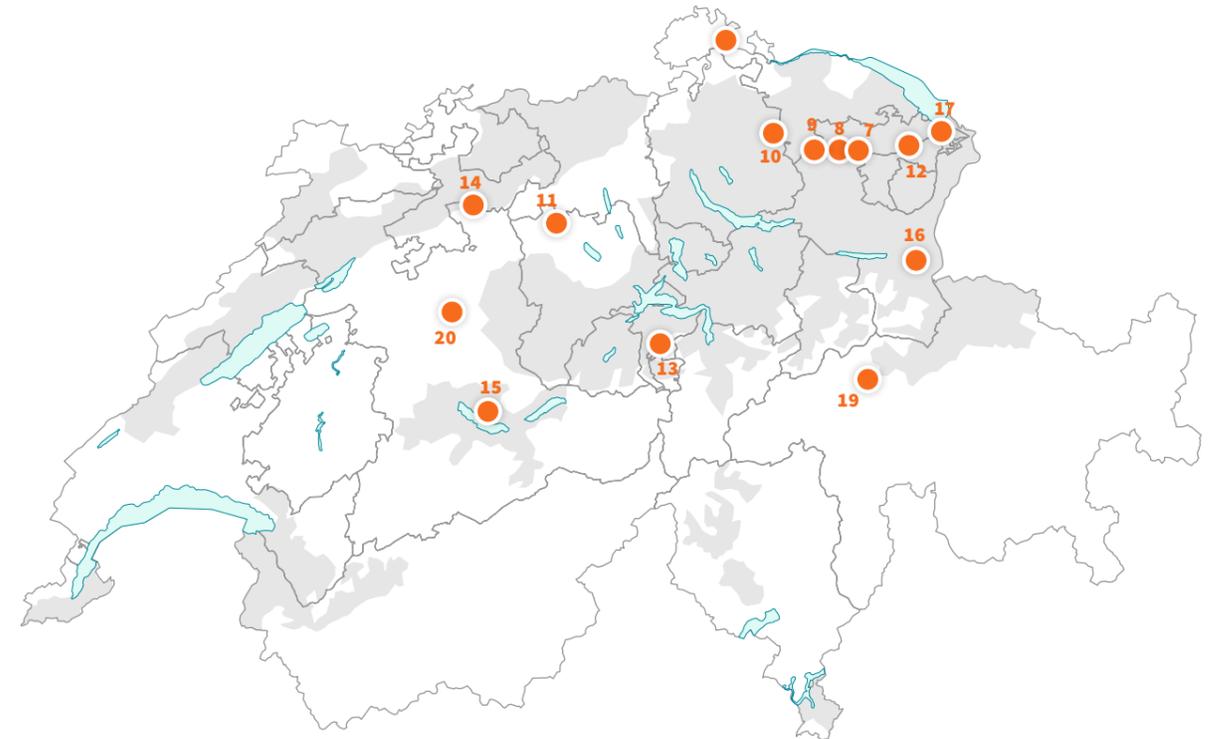
### Eschenbach

Kanton: **St. Gallen**  
 Einwohner: **9'614**  
 Marktrating: **3.3**  
 Leerstandsnummer 2022: **0.3%**



#### Entwicklungen im 5-Jahres-Delta:

Mietpreise: **+2.1%**      Leerstände: **-58%**



#### Entwicklungen im 5-Jahres-Delta:

7. Flawil (SG)	Einwohner: 10'510	Marktrating: 3.3	Leerwohnungsnummer 2022: 2.4%	Mietpreise: +1.7%	Leerstände: -39%
8. Oberuzwil (SG)	Einwohner: 6'491	Marktrating: 3.2	Leerwohnungsnummer 2022: 0.1%	Mietpreise: +2.5%	Leerstände: -76%
9. Kirchberg (SG)	Einwohner: 9'241	Marktrating: 2.9	Leerwohnungsnummer 2022: 1.5%	Mietpreise: +2.7%	Leerstände: -44%
10. Wängi (TG)	Einwohner: 4'766	Marktrating: 3.3	Leerwohnungsnummer 2022: 1.0%	Mietpreise: +7.5%	Leerstände: -41%
11. Dagmersellen (LU)	Einwohner: 5'680	Marktrating: 3.2	Leerwohnungsnummer 2022: 0.4%	Mietpreise: +5.5%	Leerstände: -39%
12. Teufen (AR)	Einwohner: 6'364	Marktrating: 3.2	Leerwohnungsnummer 2022: 1.6%	Mietpreise: +5.2%	Leerstände: -40%
13. Engelberg (OW)	Einwohner: 4'194	Marktrating: 3.1	Leerwohnungsnummer 2022: 0.5%	Mietpreise: +7.9%	Leerstände: -43%
14. Niederbipp (BE)	Einwohner: 5'097	Marktrating: 3.0	Leerwohnungsnummer 2022: 1.5%	Mietpreise: +8.9%	Leerstände: -53%
15. Sigriswil (BE)	Einwohner: 4'847	Marktrating: 2.9	Leerwohnungsnummer 2022: 1.2%	Mietpreise: +8.3%	Leerstände: -37%
16. Wartau (SG)	Einwohner: 5'296	Marktrating: 2.7	Leerwohnungsnummer 2022: 0.5%	Mietpreise: +6.3%	Leerstände: -50%
17. Heiden (AR)	Einwohner: 4'188	Marktrating: 2.7	Leerwohnungsnummer 2022: 1.3%	Mietpreise: +9.0%	Leerstände: -45%
18. Diessenhofen (TG)	Einwohner: 4'085	Marktrating: 3.3	Leerwohnungsnummer 2022: 2.4%	Mietpreise: +10.8%	Leerstände: -26%
19. Ilanz/Glion (GR)	Einwohner: 4'797	Marktrating: 3.2	Leerwohnungsnummer 2022: 0.3%	Mietpreise: +1.5%	Leerstände: -79%
20. Grosshöchstetten (BE)	Einwohner: 4'143	Marktrating: 3.0	Leerwohnungsnummer 2022: 0.7%	Mietpreise: +3.3%	Leerstände: -78%

Die bereitgestellten Informationen sind nicht als persönliche Empfehlung aufzufassen und berücksichtigen weder die Anlageziele noch die Anlagestrategien oder die finanzielle Situation oder Bedürfnisse einer bestimmten Person. Die Informationen stellen weder ein Angebot noch eine Aufforderung zum Abschluss einer finanziellen Transaktion irgendeiner Art dar. Crowdhouse gibt keine Gewähr hinsichtlich des Inhalts und der Vollständigkeit der Informationen und lehnt jede Haftung für Verluste ab, die sich aus der Verwendung der Informationen ergeben. Die Informationen sind nur zum Zeitpunkt ihrer Erstellung aktuell und können sich jederzeit ohne Vorankündigung ändern. Ohne schriftliche Genehmigung von Crowdhouse dürfen diese Informationen weder vervielfältigt noch an Dritte verteilt beziehungsweise weitergegeben werden. Im Zusammenhang mit Immobilienanlagen bestehen diverse Risiken (u. a. Abhängigkeit von konjunkturellen Entwicklungen, Bewertungsrisiko, Marktrisiko bezüglich Mieterträgen, Zinsentwicklung, begrenzte Liquidität im Immobilienmarkt, Risiken im Zusammenhang mit der Erstellung, Instandsetzung und -haltung von Liegenschaften). Eine nicht abschliessende Aufzählung solcher Risiken kann unter [www.crowdhouse.ch/risikohinweise](http://www.crowdhouse.ch/risikohinweise) abgerufen werden. Es wird empfohlen, sich vor jeder Investition in Immobilienanlagen von einem Finanz- und/oder Steuerexperten beraten zu lassen.

# «Bei Rendite-Immobilien setzen wir gezielt auf Kooperationen»

*Wenn es um die Vermittlung von Schweizer Luxusimmobilien geht, führt kein Weg an Zurich Sotheby's International Realty vorbei. Die renommierte Agentur vermittelt exklusive Wohnobjekte im oberen Preissegment. Daneben spielen auch Rendite-Immobilien eine immer wichtigere Rolle. Wir haben mit Georges und Zheni Luks über Unterschiede bei der Vermittlung von Luxus- und Rendite-Immobilien, den Vorteil von Kooperationen und die Zusammenarbeit mit Crowdhouse gesprochen.*

Georges Luks,  
CEO & Chairman  
Zurich Sotheby's International Realty



Dr. iur. Zheni Luks,  
CAS REIM Legal & Transactions  
Zurich Sotheby's International Realty

## Beim Namen Zurich Sotheby's International Realty denkt man in erster Linie an schöne Villen und Luxusimmobilien. Welche Rolle spielen für Sie klassische Rendite-Immobilien?

Wir bauen den Bereich gezielt auf. Die Nachfrage nach Mehrfamilienhäusern, gemischten Liegenschaften, Hotels, Gewerbeobjekten und entsprechendem Bauland hat bei unseren Klienten in den letzten Jahren zugenommen. Der Kauf und Verkauf solcher Objekte gewinnt zusehends an Bedeutung und wir verstehen uns als kompetenten Partner, um solche Objekte erfolgreich zu vermitteln.

## Welche Unterschiede gegenüber der klassischen Vermittlung von selbstgenutztem Wohneigentum stellen Sie dabei fest?

Die Entscheidungswege bei Rendite-Immobilien sind um einiges kürzer. Aus Maklersicht ist das ein essentieller Vorteil. Dazu kommt, dass die Kriterien für den Kauf einer Rendite-Immobilie oftmals weit aus klarer sind. Objektive Aspekte wie die Investitionssumme oder die zu erwartende Rendite sind bekannt, was einen Vertragsabschluss signifikant

erleichtert. Bei Wohneigentum für die private Nutzung spielen subjektive und emotionale Kriterien eine viel entscheidendere Rolle.

## Welche Strategien verfolgen Sie, um in beiden Geschäftsfeldern erfolgreich zu sein?

Eigenheimkäufer und Investoren haben völlig unterschiedliche Bedürfnisse. Die internen Vermittlungsprozesse für diese beiden Teilbereiche sind deshalb komplett voneinander getrennt. Die Kompetenzen unserer Makler für klassische Wohnimmobilien sind prinzipiell anders als diejenigen unserer Makler für Rendite-Immobilien. Die Art und Weise, wie man die jeweiligen Kundensegmente bearbeitet, ist für den Erfolg ausschlaggebend. Gleichzeitig setzen wir im Bereich von Rendite-Immobilien gezielt auf Kooperationen.



## Inwiefern können Ihnen entsprechende Kooperationen weiterhelfen?

Möchte man neben dem Kerngeschäft den Bereich Rendite-Immobilien aufbauen und vorantreiben, ist dies mit bestehenden Ressourcen praktisch unmöglich. Der komplette Aufbau eines Ökosystems ist extrem aufwändig und erfordert viel Know-how im B2B-Bereich. Einer der einfachsten und effizientesten Wege, um unser Wachstum in diesem Bereich zu beschleunigen, ist, auf das Netzwerk und die Fachkenntnisse von renommierten Partnern im Bereich Rendite-Immobilien zurückzugreifen.

## Dabei arbeiten Sie unter anderem mit Crowdhouse zusammen?

Ja. Wir haben uns bereits 2020 intensiv und aktiv um eine Kooperation mit Crowdhouse im Bereich von Rendite-Immobilien bemüht. Wir sind froh, dass wir mit Crowdhouse einen Partner gefunden haben, der fundierte Kenntnisse hat und über eine funktionierende Plattform und ein umfassendes Netzwerk verfügt.

## Haben Sie ein konkretes Beispiel für die Zusammenarbeit?

Eine Liegenschaft in Zurzach im Kanton Aargau, bestehend aus Wohnungen, Studios und Einzelzim-



mern in der Grössenordnung von CHF 5 Millionen. Wir haben die Liegenschaft selbstständig auf Crowdhouse platziert und in der Folge erfolgreich verkauft.

## Wieso haben Sie sich dazu entschieden, die Liegenschaft über die Crowdhouse-Plattform zu verkaufen?

Crowdhouse bietet grösstmögliche Diskretion in Kombination mit möglichst effizienter und zielgerichteter Reichweite. Die Datenbank bei Crowdhouse besteht ausschliesslich aus seriösen und individuell verifizierten Investoren – das ist einmalig. Obschon Angebote online gestellt werden, bleibt dadurch der Off-Market-Charakter erhalten. Die Anonymität ist gewährleistet, was gerade für die Eigentümer von Rendite-Immobilien ein wichtiger Faktor ist. Dazu kommt, dass bereits während des Verkaufsprozesses wesentliche Aspekte und Bedürfnisse optimal abgeklärt werden können.

## Wenn es um die Vermittlung einer Rendite-Immobilie geht, fehlt vielen Maklern die entsprechende Erfahrung. Welche Tipps können Sie in solchen Fällen geben?

Rendite-Immobilien sind komplex



– es bedarf umfassender Kenntnisse. Für eigenständige Makler oder Maklerunternehmen, die charakteristisch nicht in dieser Sparte tätig sind, besteht die Gefahr eines Reputationschadens, wenn man ohne entsprechenden Sachverstand agiert. Gerade weil es wesentliche Unterschiede bei der Vermittlung gibt, lohnt sich in vielen Fällen die Veräusserung einer Rendite-Immobilie über die Crowdhouse-Plattform. Nicht zuletzt als Differenzierungsmerkmal, das die eigene Kompetenz unterstreicht.

## Wir leben in turbulenten Zeiten. Inwiefern hat sich die Nachfrage nach Wohneigentum auf dem Schweizer Immobilienmarkt in den letzten Jahren seit der Corona-Pandemie entwickelt?

Im hochpreisigen Segment ist das zentrale Element nach wie vor die Aussergewöhnlichkeit. Eigenschaften wie ein Blick auf den See oder eine spezielle Lage sind Aspekte, die nach wie vor durchweg gefragt sind. Dabei haben aber auch im Luxussegment viele Käuferinnen und Käufer die Vorteile von ausserstädtischen Lagen kennen und lieben gelernt. Faktoren, welche die Wohnqualität verbessern, rücken stärker in den Fokus. Wünsche nach grösseren Aussenflächen oder mehr Quadratmetern lassen sich – wenn überhaupt – strukturbedingt oftmals nur fernab der grossen Stadtzentren realisieren.

# «Die Probleme, die wir in der Schweiz lösen, gibt es auf allen anderen Märkten auch»

*Crowdhouse befindet sich in einem umfassenden Transformationsprozess und entwickelt sich vom Immobilien- zum Softwareunternehmen. Eine Schlüsselrolle in diesem Prozess übernimmt dabei die Softwareentwicklung. Magnus Hofer und Nils Michaelis sind Teil des Führungsteams, welches die entsprechenden Abteilungen in diesem Prozess betreut. Was bedeutet der Transformationsprozess für das Unternehmen, die Teams und für die beiden persönlich? Diese und weitere Fragen haben wir ihnen gestellt.*



**Magnus Hofer**  
Director of Product,  
Crowdhouse

**Sie beide sind Teil der Crowdhouse-Geschäftsleitung. Ganz zu Beginn: Wie würden Sie Ihre Rolle beschreiben? Worin liegt Ihre Verantwortung?**

**Magnus Hofer:** Als Director of Product bin ich dafür verantwortlich, dass wir die richtigen Probleme mit unserer Software lösen. Es geht darum, sicherzustellen, dass wir die richtigen Dinge bauen, die schlussendlich für unsere Kunden und unser Geschäftsmodell einen Mehrwert bringen.

**Nils Michaelis:** Wenn ich bei Magnus anknüpfe, dann könnte man sagen: Er evaluiert mit seinem Team, was wir genau entwickeln, und unsere Aufgabe liegt darin, eine gute technische Umsetzung zu finden und die entsprechenden Ressourcen zur Verfügung zu stellen.

**Crowdhouse befindet sich in einem Transformationsprozess vom Immobilien- zum Softwareunternehmen. Ihr Arbeitsbereich rückt in den Fokus. Was bedeutet diese Transformation für Sie und Ihre Teams?**

**Magnus Hofer:** Die ursprüngliche Ausgangslage hat sich verändert. Bis Ende 2019 haben wir Software entwickelt, die von Crowdhouse selbst genutzt wurde. Mit der Öffnung unseres Marktplatzes hat sich das massgeblich geändert. Unser Fokus liegt nicht mehr ausschliesslich darauf, unser internes Immobilien-Business zu unterstützen. Der Blick richtet sich nach aussen. Die Frage lautet: Wie können Drittparteien unse-



**Nils Michaelis**  
Director of Technology,  
Crowdhouse

re Software für ihr Geschäftsmodell nutzen und profitieren?

**Nils Michaelis:** Die Struktur der Abteilung war bis jetzt auf das interne Business ausgelegt. Mit neuen Produkten muss sowohl die Produkt- als auch die technische Architektur überdacht werden. Das stellt uns vor neue Fragen: Wie haben alle Teams eine klar messbare Mission? Wie erreichen wir möglichst wenig Abhängigkeiten zwischen den Teams? Wie greift auf der Plattform alles ineinander? Und wie können wir die Organisation auf das geplante Wachstum vorbereiten?

**Crowdhouse ist in den letzten 7 Jahren kontinuierlich gewachsen. Welchen Anteil hatten Ihre Teams bei diesem personellen Wachstum?**

**Magnus Hofer:** Crowdhouse hat seit Beginn sehr viel in die Softwareentwicklung investiert. Unsere Teams sind wesentlich für das personelle Wachstum verantwortlich. Als ich begonnen habe, waren wir

10 Leute. In der Zwischenzeit ist das gesamte Product-Team auf über 50 Personen angewachsen. Mit dieser Entwicklung haben sich auch Prozesse skaliert und Herangehensweisen weiterentwickelt.

**Nils Michaelis:** Ich bin zu einem Zeitpunkt zu Crowdhouse gestossen, als wir bereits sehr breit aufgestellt und professionell unterwegs waren. Gerade im Bereich der Softwareentwicklung ist es schwierig, gute Fachkräfte mit einem passenden Mindset zu finden. Darum ist es entscheidend, auf dem Arbeitsmarkt als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Unsere moderne und auf Produktentwicklung ausgelegte Unternehmenskultur ist ein entscheidender Faktor für uns.

**Die Software ist nicht mehr länger nur unterstützender Faktor. Sie wird zum Produkt und damit zum entscheidenden Erfolgsfaktor. Erzeugt das zusätzlichen Druck?**

**Magnus Hofer:** Es erzeugt positiven Druck. In erster Linie ist der Transformationsprozess extrem motivierend. Wir bewegen uns hier wieder zurück in eine «Start-Up-Situation», bei der die Entwicklung des Geschäftsmodells ein wesentlicher Teil des ganzen Aufbauprozesses ist. Das ist eine Herausforderung. Aber auch eine Situation, in der ich mich persönlich extrem wohlfühle.

**Nils Michaelis:** Ich nehme das Ganze nicht wirklich als Druck wahr, sondern eher als Fokus auf das Wesentliche. Natürlich ist uns bewusst, dass dieser Transformationsprozess neue Anforderungen mit sich bringt, an denen wir gemessen werden. Auch monetär. Für mich ist das eine inspirierende Ausgangslage. Es ist eine riesige Chance, um als Gesamt-

organisation ein völlig neues Level erreichen zu können.

**Wenn wir von Software als Produkt sprechen – wovon sprechen wir genau? Was ist Ihre Vision? Welche Probleme soll das Produkt lösen?**

**Magnus Hofer:** Ein wesentlicher Bestandteil ist unser Marktplatz. Diesen wollen wir international etablieren und zum weltweit grössten und lösungsorientiertesten Marktplatz für Rendite-Immobilien weiterentwickeln. Es geht aber nicht ausschliesslich um den Marktplatz. Im Zentrum steht eine vollumfängliche Lösung, die den End-to-End-Prozess mit vielen technischen Zusatzlösungen abdeckt.

**Nils Michaelis:** Es geht um eine Vielzahl an Software-Komponenten, die spezifische Probleme im Zusammenhang mit der ganzen Transaktion von Rendite-Immobilien lösen. Beispielsweise im Bereich der Marktwertermittlung, der Sorgfaltsprüfung, des Deal- und Kunden-Managements, der Vermarktung oder der Eigentumsübertragung. Wir bieten technische Lösungen an, welche Marktakteuren in allen Bereichen dabei helfen sollen, ihre Transaktionen schnell, effizient und erfolgreich durchzuführen.

**Sie kennen die Nutzerbedürfnisse Ihrer internen Nutzer sehr genau. Lassen sich diese 1:1 auf die Bedürfnisse der zukünftigen Softwarenutzer übertragen?**

**Magnus Hofer:** Wir haben uns in den letzten Jahren intensiv mit anderen internationalen Immobilienmärkten beschäftigt. Die dortigen Marktakteure kämpfen mit sehr ähnlichen Problemen wie diejenigen,

die wir aktuell für den Schweizer Markt lösen. Wir sind davon überzeugt, dass die Lösungen, welche Crowdhouse auf dem Immobilienmarkt erfolgreich machen, auch für andere enorm nützlich sind.

**Nils Michaelis:** Es gibt das alte Sprichwort: «Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler.» Dementsprechend muss man schon gut evaluieren, inwiefern man interne Lösungen auf einem internationalen Markt ausrollen kann. Aber grundsätzlich stimme ich Magnus zu: Der interne Erfolg von Anwendungen ist ein extrem starkes Indiz. Die Frage ist, wie wir Ideen mit externen Benutzern frühzeitig testen und damit verifizieren können, was funktioniert und was nicht. Das ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Arbeit.



**Crowdhouse hat sich ursprünglich als Anbieter für Immobilien-Crowdinvesting positioniert. Wie kam es zur Idee, den Fokus auf das Softwareangebot zu richten?**

**Magnus Hofer:** Sie war immer ein wesentlicher Teil der Vision, wobei der Fokus am Anfang eben auf Crowdhouse als Hauptnutzer lag. Schlussendlich ist es eine logische Konsequenz unserer Mission, den Immobilienmarkt voranzutreiben und neue Industriestandards zu setzen. Ein wichtiger erster Schritt war die Öffnung der Plattform für Drittparteien. Nun tauchen wir in eine neue Phase ein.

**Nils Michaelis:** Dabei spielt auch die Prozessstruktur eine Rolle. Diese ist im Software-Business bei weitem nicht so komplex und vernetzt wie in der Immobilienbranche und dementsprechend grösser sind die Opportunitäten. Natürlich müssen wir uns auch bei Software mit den lokalen Gegebenheiten und Gesetzgebungen auseinandersetzen, aber im Prinzip können wir den Core Value unserer Plattform praktisch endlos skalieren. Mit der Expansion nach Deutschland haben wir das Fundament gelegt und einen Weg eingeschlagen, den wir operativ einfach umsetzen können.

# The Podcast about Product Management and Software Engineering



We're in constant search for better ways of shaping the product development culture and helping others to do the same.

New Episode  
Every Week



-  #1: Product development and personal growth
-  #2: Psych safety
-  #3: How to feedback
-  #4: Retros

[load more](#)



Product  
Culture

**Nils Michaelis**  
Director of Technology, Crowdhouse AG

**Magnus Hofer**  
Director of Product, Crowdhouse AG



# Erfolgreiche Exits und Refinanzierungen

*2015 ist Crowdhouse mit dem Immobilien-Miteigentum an den Start gegangen, um den Schweizer Markt für Rendite-Immobilien nachhaltig transparenter, effizienter und zugänglicher zu machen. Im letzten Jahr wurden die ersten Investitionszyklen durchlaufen – und auch in diesem Jahr stehen weitere Miteigentümerschaften vor der Entscheidung: Verkaufen oder Refinanzieren?*

Alle Miteigentums-Liegenschaften wurden in den ersten Jahren bei Crowdhouse mit Festhypotheken finanziert. Die angedachten Haltedauern für diese Liegenschaften richten sich nach der Laufzeit dieser Hypotheken und bewegen sich zwischen 5 und 10 Jahren. Für mehrere Liegenschaften lief die ursprüngliche Haltedauer im Jahr 2022 aus.

Dementsprechend ist das Jahr 2022 für viele Miteigentümerschaften ein Jahr der Entscheidung. Es liegt an ihnen, ob sie ihre Liegenschaft verkaufen oder mittels einer neuen Hypothek refinanzieren und weiterhin halten möchten. Dabei werden sie von Crowdhouse kommunikativ eng begleitet – vom Anfang des Prozesses, rund 7 Monate

vor Ablauf der Hypothek, über die Durchführung einer Miteigentümersammlung, an welcher der Entscheid gefällt wird, bis zur Nachbearbeitung nach dem erfolgten Verkauf beziehungsweise der Refinanzierung.

Je nach Entscheidung leitet Crowdhouse sämtliche notwendigen Schritte ein und informiert die Miteigentümer regelmässig über den aktuellen Stand. Diese müssen abgesehen von der Abstimmung nichts unternehmen. Crowdhouse kümmert sich vollumfänglich um den Verkauf der Liegenschaft beziehungsweise den Abschluss der neuen Hypothek. Alle relevanten Dokumente wie der Kaufvertrag beziehungsweise der neue Hypothekarvertrag werden online im Benutzerkonto zur Verfügung gestellt.



## Mehrfamilienhaus mit 12 Wohnungen in Altstätten, SG

Die konstante Weiterentwicklung verschiedener Projekte in der Stadt Altstätten macht die Gemeinde zu einem attraktiven Wohnort im Rheintal. Sie ist verkehrstechnisch bestens an die Region angebunden. Das markante Mehrfamilienhaus mit insgesamt 12 Wohnungen konnte Crowdhouse aufgrund des jungen Baujahres in einem neuwertigen Zustand erwerben. Die Miteigentümerschaft hat sich nach Ende der Hypothekarlaufzeit von 5 Jahren für eine Refinanzierung entschieden und konnte dabei von einem tiefen Zins profitieren.

**REFINANZIERT**

Anzahl Miteigentümer: **26**  
Gekauft am: **27.10.2016**  
Refinanziert am: **29.10.2021**  
Alter Hypothekzinssatz: **0.72%**  
Neuer Hypothekzinssatz: **0.60%**



## Mehrfamilienhaus mit 9 Wohnungen in Zürich, ZH

Zentral in Zürich Altstetten und doch an ruhiger Lage befindet sich dieses Mehrfamilienhaus, welches Crowdhouse im November 2016 erworben hat. Die kernsanierte Liegenschaft mit 6 Wohnungen und einem Atelier zeigt sich in einem neuwertigen Zustand und hat während der Laufzeit bemerkenswert performt. Die Miteigentümerschaft hat sich für eine Refinanzierung entschieden, wobei die Zinskosten zu Gunsten der Eigentümerschaft gesenkt werden konnten.

Anzahl Miteigentümer: **18**  
 Gekauft am: **16.11.2016**  
 Refinanziert am: **15.11.2021**  
 Alter Hypothekarzinsatz: **0.76%**  
 Neuer Hypothekarzinsatz: **0.70%**

**REFINANZIERT**

## Mehrfamilienhaus mit 12 Wohnungen in Zürich, ZH

Stadtliegenschaften sind äusserst selten auf dem Markt. Die zentrale Lage dieser kernsanierten Liegenschaft, direkt beim Albisriederplatz, bietet den Mietern das gesamte Infrastrukturangebot der Limmatstadt. Das Gebäude erstreckt sich über 6 Etagen und verfügt über 12 Wohnungen und ein eingemietetes Gewerbe. Das im Jahr 2016 erworbene Mehrfamilienhaus wurde nach Ende der Hypotheklaufzeit erfolgreich verkauft.

**VERKAUFT**

Anzahl Miteigentümer: **23**  
 Gekauft am: **15.12.2016**  
 Verkauft am: **16.12.2021**



## Mehrfamilienhaus mit 12 Wohnungen in Aarberg, BE

Ein attraktives Mehrfamilienhaus im Berner Seeland, zentral zwischen Biel und der Landeshauptstadt. Die Liegenschaft mit 12 Wohnungen und überdurchschnittlichem Ausbaustandard zeichnet sich durch ihren neuwertigen Zustand und die optimale Lage mit kurzen Distanzen zu umliegenden Städten aus. Aufgrund der konstant hohen Vermietbarkeit hat sich die Miteigentümerschaft für eine Refinanzierung entschieden.

**REFINANZIERT**

Anzahl Miteigentümer: **20**  
Gekauft am: **14.02.2017**  
Refinanziert am: **31.01.2022**  
Alter Hypothekenzinssatz: **0.78%**  
Neuer Hypothekenzinssatz: **0.57%**



## Mehrfamilienhaus mit 18 Wohnungen in Othmarsingen, AG

Die sehr gefragte Wohngemeinde Othmarsingen ist seit 2015 um mehr als 15% gewachsen – dieses Wachstum ist dreimal höher als in der Gesamtschweiz und unterstreicht die Attraktivität der Lage der Liegenschaft. Das moderne Mehrfamilienhaus in hochwertiger Massivbauweise konnte Crowdhouse im Frühjahr 2022 erfolgreich verkaufen. Aufgrund des jungen Baujahres geniessen die Mieter alle Vorzüge von zeitgemässen Wohnungen in einer starken Wirtschaftsregion im Aargau.

**VERKAUFT**

Anzahl Miteigentümer: **22**  
Gekauft am: **03.02.2017**  
Verkauft am: **14.02.2022**





## Mehrfamilienhaus mit 6 Wohnungen in Thayngen, SH

Diese Liegenschaft liegt in der Gemeinde Thayngen, mitten im Grünen und doch ausgezeichnet vernetzt. Das Objekt wurde vor wenigen Jahren kernsaniert, wobei die Hälfte der Wohnungen komplett neu erstellt wurde. Die langfristig bewährte Vermietbarkeit und die optimale Mikrolage dieser Immobilie waren essentielle Faktoren für einen erfolgreichen Verkauf nach Ende der Hypothekarlaufzeit.

Anzahl Miteigentümer: **11**  
Gekauft am: **05.08.2016**  
Verkauft am: **28.03.2022**

**VERKAUFT**

## Mehrfamilienhaus mit 5 Wohnungen in St. Gallen, SG

Westlich des St. Galler Stadtzentrums, im Quartier Lachen, befindet sich diese im Jahr 2017 erworbene Stadtliegenschaft. Nach 5-jähriger Hypothekarlaufzeit wurde die Immobilie erfolgreich an die neue Eigentümerschaft verkauft und übertragen. Die sanierte Liegenschaft mit Altbau-Charme besticht durch ihre hervorragende Lage im Naherholungsgebiet und die unmittelbare Stadtnähe, gepaart mit der stetig wachsenden Bevölkerung St. Gallens.

**VERKAUFT**

Anzahl Miteigentümer: **35**  
Gekauft am: **31.08.2017**  
Verkauft am: **27.07.2022**





## Mehrfamilienhaus mit 9 Wohnungen in St. Gallen, SG

Diese Liegenschaft liegt im St. Galler Stadtteil St. Fiden und verfügt über 9 lichtdurchflutete Wohnungen. Die einzelnen Wohneinheiten der erst kürzlich kernsanierten Liegenschaft überzeugen durch moderne Küchenausstattungen, Parkettböden sowie eine hervorragende Mikrolage, mitten im bedeutendsten Wirtschaftszentrum der Ostschweiz. Die Kantonshauptstadt verzeichnet etwa gleich viele Einwohner wie Arbeitsplätze und profitiert von zahlreichen renommierten Unternehmen und einem grossen Angebot an Bildungs- und Forschungseinrichtungen. Das vollvermietete Mehrfamilienhaus konnte im Herbst dieses Jahres im Alleineigentum an die neue Eigentümerschaft übertragen werden.

Anzahl Miteigentümer: 17  
Gekauft am: 27.09.2017  
Verkauft am: 13.10.2022

**VERKAUFT**

# Der Traum vom Eigenheim

*Drei von vier Schweizer Familien träumen vom Eigenheim. Für viele ist es die wichtigste Investition ihres Lebens. Swiss Life zeigt auf, wie dieser Traum verwirklicht werden kann.*

[www.swisslife.ch/eigenheim](http://www.swisslife.ch/eigenheim)



Die Hälfte aller Häuserbauer erfüllt sich ihren Wohntraum im Alter zwischen 30 und 35 Jahren. Durchschnittlich investieren sie dafür 212 000 Franken Eigenkapital. In jedem zweiten Fall unterstützen Verwandte die Finanzierung. Dies zeigt eine repräsentative Studie von Swiss Life zum Thema Familie und Wohnen.

### Wohneigentum mit Freizügigkeitsgeldern finanzieren?

Um sich Wohneigentum leisten zu können, sparen Schweizer im Durchschnitt acht Jahre. Wenn es so weit ist, finanziert die Mehrheit ihr Wohnobjekt mit einer Hypothek und mit Eigenkapital. Fehlt das Geld, muss man den Traum vom Eigenheim nicht gleich aufgeben. Eine Teilfinanzierung ist nämlich auch über Freizügigkeitsgelder möglich. Hier gilt es jedoch einiges zu beachten. Die Finanzierung ist nur für selbstbewohntes Wohneigentum möglich.

Für das Ferienhaus in Spanien ist ein Vorbezug nicht zulässig. Der Vorbezug wird im Grundbuchamt vermerkt. Bei Verkauf des Hauses fließt der Vorbezug in die 2. Säule zurück. Vorbehalten bleibt die Investition in ein neues, selbstbewohntes Eigenheim.

### Vorbezug oder Verpfändung?

Wer sich für einen Vorbezug aus der beruflichen Vorsorge entscheidet, muss sich auch der Risiken bewusst sein. Ein Vorbezug reduziert die Vorsorgeleistungen bei der Pensionierung und im Risikofall. Unvorhergesehene Ereignisse wie Invalidität können die Tragfähigkeit der Hypothek nach der Pensionierung beeinträchtigen. Um vollen Versicherungsschutz zu geniessen, ist deshalb eine persönliche Beratung unerlässlich.

Eine Alternative zum Vorbezug bietet die Verpfändung der Vorsorgegelder aus der Säule 3a. Das hat einen entscheidenden Vorteil: Durch die Verpfändung der Police bleibt der gewählte Vorsorgeplan unberührt. Das Geld «arbeitet» also weiter und es fallen auch keine Steuern auf den Kapitalbezug an.

### Vom Hausraum zum Traumhaus – mit Hypotheken von Swiss Life

Keine Frage: Die Wunschimmobilie sollte auf einem soliden finanziellen Fundament stehen. Dies gilt insbesondere im aktuellen Umfeld. In diesem Jahr sind die Zinsen nach mehreren Jahren wieder gestiegen – so auch die Hypothekenzinsen. Ist damit der Traum vom Eigenheim ausgeträumt? Die Antwort ist ganz einfach: Nein. Es ist aber zentral, sich eine professionelle Fachperson an die Seite zu holen. Die Beraterinnen und Berater der Swiss Life Generalagentur in Ihrer Nähe erarbeiten mit Ihnen eine individuelle Finanzierungsstrategie.

### Zahlreiche Hypothekenangebote – eine Plattform: SwissFEX

Schon gewusst? Swiss Life verfügt nicht nur über eigene Hypotheken, sondern ist auch Teil der unabhängigen Hypothekenplattform SwissFEX. Die Plattform vereint eine Vielzahl an Hypothekenangeboten diverser Anbieter und ermöglicht eine grosse Auswahl sowie direkte Vergleiche in Echtzeit. Das schafft Transparenz und eine gute Übersicht darüber, welche Banken und Finanzinstitute welche Hypotheken zu welchen Konditionen anbieten. Dadurch finden Berater und Kunde gemeinsam die individuell beste Lösung – für ein selbstbestimmtes Leben in den eigenen vier Wänden.

Welche Art der Finanzierung ist für Sie die richtige? Lassen Sie sich beraten. Vereinbaren Sie einen persönlichen Beratungstermin. Die Vorsorgespezialistinnen und -spezialisten der Swiss Life-Generalagenturen in Ihrer Nähe stehen Ihnen bei Fragen gerne zur Verfügung.

## Der Expertenratschlag

Damit der Wohntraum nicht zum Alptraum wird:

- **Richtiges Objekt wählen:**  
*Prüfen Sie genau den Raumbedarf, den Standort und das Objekt.*
- **Fragen zur Finanzierung:**  
*Habe ich das Eigenkapital? Lohnt sich ein Vorbezug/ eine Verpfändung aus der 2. Säule und der Säule 3a?*
- **Risiken im Blick behalten:**  
*Brauche ich eine Risikoversicherung? Reichen meine Rücklagen aus?*
- **Intelligent amortisieren:**  
*Direkt oder indirekt amortisieren? Lohnt sich ein Anbieterwechsel?*

Swiss Life  
Generalagentur St. Gallen  
Breitfeldstr. 13, 9015 St. Gallen  
Telefon 071 228 60 70  
[ga.stgallen@swisslife.ch](mailto:ga.stgallen@swisslife.ch)  
[www.swisslife.ch/stgallen](http://www.swisslife.ch/stgallen)



**PUBLIREPORTAGE**

SwissLife



# «Ein kleines Stück Schweizer Immobiliengeschichte»

*Christoph Zoller ist Inhaber und Geschäftsführer der Zoller Investment AG im sanktgallischen Mörschwil und ihn verbindet eine ganz besondere Geschichte mit Crowdhouse. Ihm gehörte die allererste Liegenschaft, die 2015 auf Crowdhouse publiziert wurde. Wie hat er Crowdhouse zum damaligen Zeitpunkt wahrgenommen und was hat ihn davon überzeugt, einen damals völlig neuartigen Verkaufskanal auszuprobieren? Wir durften mit ihm über diese «historische» Transaktion sprechen.*

Christoph Zoller,  
Inhaber und Geschäftsführer  
Zoller Investment



**Sie haben 2015 ein kleines Stück Schweizer Immobiliengeschichte mitgeschrieben. War Ihnen das damals bewusst?**

(Lacht) Ganz so absehbar war der grosse Erfolg von Crowdhouse damals vielleicht noch nicht, aber ich kann mich noch gut an die Geschichte erinnern. Die Miteigentums-Idee hat mir von Anfang an sehr gut gefallen und ich bin nicht überrascht, dass sich das Modell in der Zwischenzeit am Markt etablieren konnte.

**Der Verkauf der ersten Crowdhouse-Liegenschaft liegt einige Jahre zurück. Haben Sie als ehemaliger Eigentümer heute noch einen Bezug zu dieser Immobilie?**

Ja, durchaus. Die Liegenschaft liegt bei uns in der Nähe und ich fahre auch ab und an daran vorbei. Sie ist eine schöne Erinnerung daran, dass wir einen kleinen, aber entscheidenden Beitrag zur Erfolgsgeschichte von Crowdhouse beitragen konnten – was uns auch ein wenig stolz macht.

**Wie sind Sie damals auf die Idee gekommen, Ihre Liegenschaft via Crowdhouse zu verkaufen?**

Wir sind über ein Zeitungsinserat auf Crowdhouse aufmerksam geworden. Das Konzept hat unsere Neugier geweckt und wir haben uns in der Folge entschieden, Kontakt aufzunehmen. Damals bestand Crowdhouse aus den Gründern und ein paar Mitarbeitern. Wir haben uns zu einem Gespräch getroffen und schnell gemerkt, dass wir auf einer Linie sind. Danach geriet der Transaktionsprozess relativ zügig ins Rollen.

**Können Sie sich noch erinnern, wie dieser Prozess ablief?**

Grundsätzlich wahrscheinlich kaum anders als heute. Wir haben umgehend einen Termin für die Be-

sichtigung abgemacht und konnten uns in der Folge schnell über die vertraglichen Rahmenbedingungen einig werden. Daraufhin hat Crowdhouse das Objekt auf der Plattform platziert, die nötigen Investoren gefunden und sich folglich um die Eigentumsübertragung gekümmert. Das Angebot war im November 2015 online. Im Februar 2016 war die komplette Eigentumsübertragung abgeschlossen.

**War Ihre Liegenschaft besonders prädestiniert für das Modell Crowdhouse?**

Das müsste man die Analysten bei Crowdhouse fragen, aber ich denke schon, dass sie alle wichtigen Kriterien erfüllte. Wir haben die Liegenschaft selbst gebaut und 2014 fertiggestellt – es handelte sich um einen Neubau ohne Renovationsstau. Die Liegenschaft befindet sich in der Stadt St. Gallen an attraktiver Makro- und Mikrolage und sie war bereits vollvermietet. Wir konnten uns auf einen guten Marktpreis einigen und das Volumen lag in einem für Crowdhouse damals machbaren Rahmen.

**Crowdhouse hatte damals noch keinen Track-Record. Hatten Sie zu diesem Zeitpunkt keine Bedenken bezüglich möglicher Risiken?**

Wir waren in der glücklichen Position, dass wir nicht gezwungen waren, zu verkaufen. Für uns war klar, dass eine Transaktion zu dem mit Crowdhouse vereinbarten Fixpreis absolut zufriedenstellend wäre – diese Sicherheit hätten wir beispielsweise nicht gehabt, wenn wir selbst ein Bieterverfahren lanciert hätten. Entscheidend war aber vor allem das gute Gefühl, das wir nach dem ersten Gespräch hatten.



**Das Miteigentums-Modell war damals noch völlig neu und unbekannt. Man konnte nicht abschätzen, ob das Modell auf genügend Anklang stossen wird.**

Das stimmt, aber mir hat das Konzept sofort eingeleuchtet und ich habe an den Erfolg geglaubt. Gleichzeitig gab es für uns keine Nachteile: Für uns als Verkäufer bedeutete ein Verkauf im Miteigentum keinen Mehraufwand – der Transaktionsaufwand wurde komplett von Crowdhouse übernommen. Dazu kam eine Garantie in Form einer Anzahlung. Diese wäre uns vertraglich auch dann zugestanden, wenn die Transaktion der Liegenschaft nicht zustande gekommen wäre.

**Der Markt war schon damals ein Verkäufermarkt. Als Verkäufer hatte man in der Regel Optionen. Womit konnte Crowdhouse überzeugen?**

Die einfache Kommunikation mit nur einer Ansprechperson war zeitsparend und transparent. Die Verhandlungen waren effizient und die Entscheidungswege kurz. Alle vertraglichen Verbindungen wurden zu jeder Zeit eingehalten. Uns war klar, dass wir auf eine innovative Firma gestossen sind, mit der wir kooperieren möchten.

**Der Erfolg hat beiden Parteien recht gegeben. Haben Sie anschliessend noch einmal mit Crowdhouse zusammengearbeitet?**

Ja. Wir konnten neben der ersten Liegenschaft in St. Gallen auch eine Liegenschaft im Kanton Schaffhausen über Crowdhouse erfolgreich an eine Miteigentümerschaft verkaufen.

**Von der Vergangenheit in die Gegenwart: Wie hat sich der Markt seit damals verändert? Und wie beurteilen Sie die Zukunft?**

Die Preise für Immobilien sind in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Es wird heute zunehmend schwieriger, an guten Lagen günstiges Bauland zu erwerben. Die Grundstücke werden vermehrt teurer eingekauft, was sich schlussendlich auf den Preis der fertiggestellten Immobilie auswirkt. Aus bautechnischer Sicht entwickelt sich der Markt erfreulicherweise weiter und wächst nach wie vor. Bei der Bautätigkeit spielen die Teuerung und Lieferkettenprobleme eine immer entscheidendere Rolle. Das stellt die Entwickler vor finanzielle und organisatorische Herausforderungen. Das wirkt sich direkt auf das Angebot aus. Nicht zuletzt deshalb bin ich zuversichtlich, dass sich die Preise stabil entwickeln und der Markt für Investoren attraktiv bleibt.



# Wie viel ist Ihr Mehrfamilienhaus wert?



Der Crowdhouse Preis-Schätzer gibt Ihnen die Antwort! Ermitteln Sie den Marktwert Ihres Mehrfamilienhauses mit wenigen Klicks:

[www.crowdhouse.com/marktwert](http://www.crowdhouse.com/marktwert)

- ✔ Sofortige Online-Schätzung
- ✔ Keine Weitergabe Ihrer Daten
- ✔ Für Häuser ab 3 Wohnungen
- ✔ Kostenlos und unverbindlich



# Mietzinserhöhungen

*Die Inflation ist Tatsache – auch in der Schweiz. Obschon die Teuerung in der Schweiz gegenüber dem Euroraum oder den Vereinigten Staaten im Jahr 2022 verhältnismässig gering ausfällt, müssen Konsumenten auch hierzulande tiefer in die Tasche greifen. Viele Besitzer von Rendite-Immobilien stellen sich angesichts dieser Ausgangslage die Frage, ob und wann es angebracht ist, bestehende Mietzinsen zu erhöhen.*

Falls Sie sich als Vermieter für eine Mietzinserhöhung entscheiden, kann dies weitreichende Folgen haben. Wir zeigen Ihnen in diesem Artikel auf, was Sie bei der Erhöhung der Mietzinsen unbedingt beachten müssen und wie eine Mietzinserhöhung formell aussehen soll.

## Grundsätzliche Rahmenbedingungen

Das Mietrecht regelt die Rechte und Pflichten zwischen Vermieter und Mieter und schafft die Rahmenbedingungen für eine allfällige Mietzinserhöhung. Diese rechtlichen Grundlagen müssen Sie als Vermieter zwingend einhalten. Generell sind bei Mietzinserhöhungen folgende Rahmenbedingungen zu beachten: Mietzinserhöhungen können nur bei unbefristeten Mietverhältnissen angewendet werden. Sie können immer nur auf den nächstmöglichen Kündigungstermin erfolgen und müssen den Mietern mindestens 10 Tage vor Beginn der ordentlichen Kündigungsfrist mitgeteilt werden. Die Mitteilung muss stets mit einem vom jeweiligen Kanton ausgestellten Formular erfolgen und ist begründungspflichtig. Es muss klar formuliert werden, welche Gründe zur Erhöhung des Mietzinses geführt haben. Ist die Anhebung der Mietzinsen aus mehreren Gründen angestrebt, so müssen die Gründe einzeln beziffert und erklärt werden. Anschliessend haben die Mieter eine Frist von 30 Tagen, in der die Erhöhung angefochten werden kann, falls diese aus Sicht der Mieterschaft inhaltlich für unberechtigt gehalten wird. Nach Ablauf der Frist ist die Mieterhöhung auf den nächstmöglichen Kündigungstermin wirksam.

## Welche Formulare werden benötigt

Die Mietzinserhöhung wird von jedem Kanton einzeln gehandhabt, weshalb Sie als Vermieter das entsprechende Formular vom jeweiligen Kanton beziehen müssen. Mietzinserhöhungen, die über einen anderen Weg als über

das vom Kanton genehmigte Formular an die Mieterschaft kommuniziert werden, sind nichtig. Im Formular, welches für jede Wohneinheit einzeln auszustellen ist, sind neben der Verordnung über Miete und Pacht von Wohn- und Geschäftsräumen die folgenden Punkte angegeben: Die Höhe des bisherigen Mietzinses sowie die bisherige Belastung für Nebenkosten, der neu gesetzte Mietzins und die Nebenkostenbelastung für den Mieter, der Zeitpunkt, an dem die Anhebung des Mietzinses in Kraft treten soll und die Begründung für die Erhöhung. Zudem müssen Sie angeben, ob Sie als Vermieter Förderungsbeiträge für die wertmehrende Verbesserung erhalten haben.

Von Gesetzes wegen nicht zulässig sind Mietzinserhöhungen ohne zeitgleiche Zustellung des amtlichen Formulars, die Zustellung eines neuen Mietvertrages, die Mitteilung einer Mietzinserhöhung mit gleichzeitiger Androhung der Kündigung oder aber eine Mietzinserhöhung ohne jegliche Begründung – in all diesen Fällen ist die angestrebte Anhebung der Mietzinsen wirkungslos.

## Wann ist eine Mietpreisanpassung überhaupt möglich

Im Schweizer Mietrecht sind die verschiedenen Gründe für eine allfällige Anhebung des Mietzinses festgehalten. Die Mietpreisanpassung kann auf Grundlage des Referenzzinssatzes, aufgrund von Mehrleistungen oder Kostensteigerungen des Vermieters, Anpassungen des Mietzinses an die Teuerung oder an Orts- und Quartierüblichkeit oder aber aufgrund einer angestrebten angemessenen Rendite erfolgen. Die nachfolgenden Beweggründe sollten Sie im Detail darüber informieren, wann Sie eine geplante Mietpreisanpassung in Erwägung ziehen können und welche Voraussetzungen für Sie als Vermieter gelten.

### Referenzzinssatz

Die Anhebung des Referenzzinssatzes durch das Bundesamt für Wohnungswesen ist vermutlich die bedeutendste Kostensteigerung, die sich auf den effektiven Mietzins auswirkt. Dieser hypothekarische Referenzzinssatz gilt als Grundlage für die gesetzlich legitime Höhe der Mietzinsen für Geschäfts- und Wohnräume und wird vierteljährlich erhoben und publiziert. Er stützt sich auf den von Schweizer Banken durchschnittlichen Zinssatz für Hypothekarforderungen. Vermieter können theoretisch immer dann, wenn sich der Referenzzinssatz erhöht, den Mietzins anheben. Wird der Referenzzinssatz vom Bundesamt für Wohnungswesen gesenkt, heisst das im Umkehrschluss, dass Mieter eine Mietzinsreduktion einfordern können.

### Mehrleistungen des Vermieters

Investiert ein Vermieter durch Mehrleistungen in eine bestehende Liegenschaft und deren Wohnungen oder Gewerbeflächen, so hat er grundsätzlich das Recht, für die wertvermehrende Investition eine Erhöhung der Mietzinsen anzustreben. Das Mietrecht sieht als Mehrleistungen die Vergrösserung der Mietsache, zusätzliche Nebenleistungen, Investitionen für wertvermehrende Verbesserungen wie z. B. den Einbau eines Geschirrspülers, umfassende Überholungen sowie energetische Verbesserungen vor.

### Kostensteigerung des Vermieters

Hierbei geht es in erster Linie um periodisch wiederkehrende Liegenschaftskosten wie beispielsweise Liegenschaftssteuern, Versicherungsprämien oder auch Verwaltungskosten, die Sie als Vermieter tragen. Steigen diese Kosten, können Sie laut Rechtsprechung die Mietzinserhöhung in die Wege leiten. Hierbei ist zu beachten, dass die Höhe der Mietzinsanpassung bislang nicht durchgängig gleich geregelt ist. Falls es zu einer Anfechtung seitens Mieterschaft kommt, liegt die Nachweispflicht für die Kostensteigerung bei Ihnen als Vermieter.

### Mietzinsanpassung an die Teuerung

Grundsätzlich darf der Mietzins zu maximal 40% der allgemeinen Teuerung angepasst werden, wobei die Teuerungsentwicklung seit der letzten Mietzinsfestlegung massgebend ist. Referenz hierfür ist der Landesindex der Konsumentenpreise, der monatlich vom Bundesamt für Statistik errechnet wird. Wenn Sie also als Vermieter eine Teuerung belegen können, ist es möglich, einen gewissen Prozentsatz der Teuerungsrate für eine Mietzinserhöhung geltend zu machen. Steigt der Index

### Anpassung an die Teuerung

Grundsätzlich darf der Mietzins zu maximal 40% der allgemeinen Teuerung angepasst werden.

### Orts- und Quartierüblichkeit

In gewissen Fällen besteht die Möglichkeit, die Mietzinsen der Orts- und Quartierüblichkeit anzupassen.

### Referenzzinssatz

Vermieter können theoretisch immer dann, wenn sich der Referenzzinssatz erhöht, den Mietzins anheben.



### Mehrleistungen des Vermieters

Für wertvermehrende Investitionen kann eine Erhöhung des Mietzinses angestrebt werden.

### Kostensteigerungen

Bei steigenden, periodisch wiederkehrenden Kosten können Sie eine Mietzinserhöhung in die Wege leiten.

### Angemessene Rendite

Das Recht sieht eine Anhebung der Mietzinsen vor, falls Sie die Kosten mit Ihren Einnahmen nicht tragen können.

in der relevanten Zeit beispielsweise um 10%, können Sie den Mietzins theoretisch um 4% anheben.

### Mietzinsanpassung an Orts- und Quartierüblichkeit

In gewissen Fällen haben Sie als Vermieter die Möglichkeit, die Mietzinsen aufgrund einer Anpassung an Orts- und Quartierüblichkeit anzuheben. In der Praxis ist der Grund hierfür allerdings nicht immer leicht zu belegen und hängt von verschiedenen Faktoren ab. Für die Eruiierung der orts- und quartierüblichen Mietzinsen sind Wohn- oder Geschäftsräume relevant, die nach Standort, Grösse, Ausbaustandard, Zustand und Bauperiode mit der Immobilie und deren Wohnungen oder Gewerbeflächen vergleichbar sind. Die Anpassung ist gemäss Bundesgericht allerdings nur dann zulässig, wenn sich die Verhältnisse in einem statistisch relevanten Zeitraum verändert haben. Zudem müssen nach Mietbeginn oder nach der letzten Mietzinsanpassung mindestens sechs Jahre vergangen sein, um die Anhebung der Mietzinsen durchsetzen zu können. Nicht zuletzt liegt es bei Ihnen als Vermieter mindestens fünf vergleichbare Objekte vorzulegen, um die Orts- und Quartierüblichkeit zu beweisen.

### Mietzinsanpassung aufgrund einer angestrebten angemessenen Rendite

Für Sie als Vermieter kann es vorkommen, dass Sie mit den Einnahmen aus Mietzinsen Ihre Kosten für die Verzinsung der Hypotheken, für das eigene investierte Kapital oder die laufenden Unterhaltskosten der Immobilie nicht mehr tragen können. In diesem Fall sieht das Mietrecht die Möglichkeit für eine Anhebung der Mietzinsen vor. Der Grund für die Erhöhung der Mietzinsen kann aber nur dann geltend gemacht werden, wenn dies bei Abschluss des Vertrags mittels Vorbehaltes im Mietvertrag vereinbart wurde oder ein Ausnahmegrund vorliegt. Dies könnte beispielsweise nach einem Verkauf der Liegenschaft der Fall sein. Hierbei gilt es aber zu beachten, dass die Mietpreisanpassung nichtig ist, wenn zu Beginn ein offensichtlich zu hoher Kaufpreis bezahlt wurde.

Mietpreisanpassungen sind ein heikles und emotionales Thema und sollten aus Sicht der Vermieter gut geplant sein. Die Schweiz gilt als Land von Mietern, weshalb die Mietausgaben für die Mehrheit der Bevölkerung den grössten Kostenpunkt im Haushaltsbudget ausmacht. Bereits kleine finanzielle Anpassungen in Bezug auf die Mietzinsen können bei der Mieterschaft einiges bewirken. Neben dem hohen administrativen Aufwand, der die Mietzinsanpassung mit sich bringt, sollte Ihnen als Vermieter auch bewusst sein, dass neben den Einnahmen aus Mieterträgen auch das Verhältnis zu Ihren Mieterinnen und Mietern ein essentieller Faktor für eine erfolgreiche Vermietung ist.

# «Wir müssen über Prozesse sprechen»

## Raumgleiter ist seit über 20 Jahren Pionier im Bereich der Immobilien-Digitalisierung. Wie hat sich das Unternehmen in diesem Umfeld gewandelt?

Als wir vor 20 Jahren als klassische Architekturvisualisierer gestartet sind, war dieses Thema völlig neu. Man konnte in Welten eintauchen, die sonst eigentlich niemand erlebbar machen konnte. Heute sprechen wir vielmehr über Prozesse, Vermarktung und Visions-Kommunikation. Alleinstehend ist das Visualisierungsbusiness fast nicht mehr möglich – auch aufgrund von zunehmendem Druck aus dem Ausland.

## Sie kennen die Branche in- und auswendig. Welche Note würden Sie der Schweizer Immobilien-Landschaft im Fach «Digitalisierung» geben?

Wenn es darum geht, wie sich die Branche selbst im Bereich Digitalisierung vermarktet, zücke ich ohne zu zögern eine

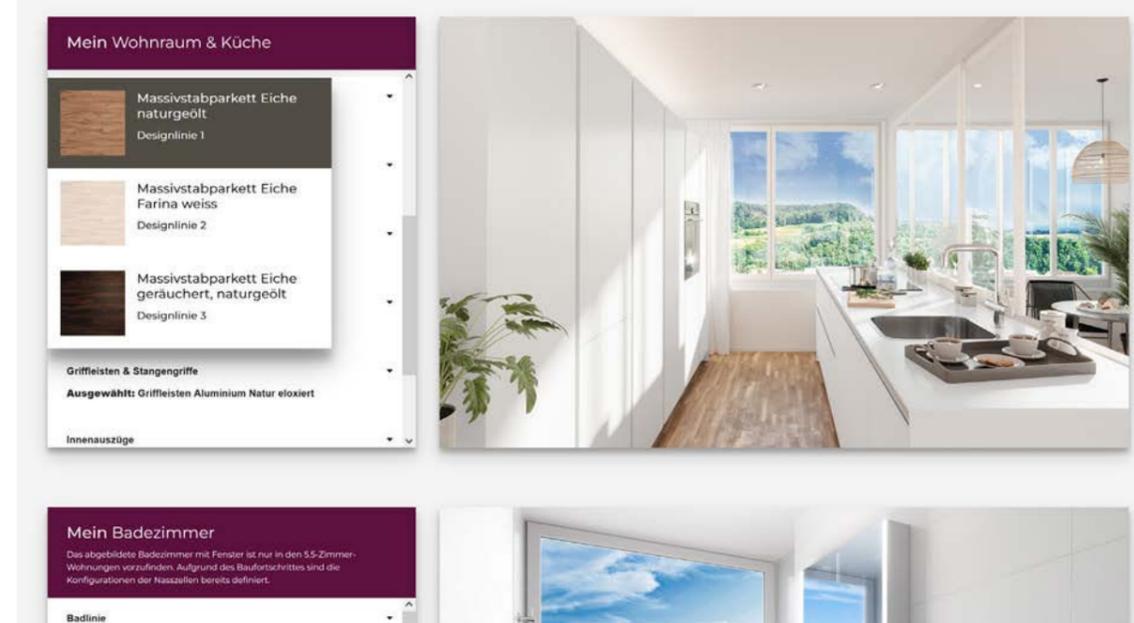
*Die Firma Raumgleiter ist ein Pionier im Bereich der digitalen Immobilien-Lösungen. Das Unternehmen schafft es, den ganzen Immobilienzyklus digital abzubilden und Menschen mit ganzheitlichen Visualisierungen bei der Entscheidungsfindung zum Thema Immobilien zu unterstützen. Für CEO Matthias Knuser ist klar: Das Potenzial für die gesamte Branche ist gross. Der Handlungsbedarf auch. Wir haben mit ihm über die Digitalisierung der Schweizer Immobilien-Landschaft gesprochen.*

Matthias Knuser,  
CEO Raumgleiter

6. Anders sieht es aus, wenn man etwas genauer unter die Haube schaut. Dann ist die Perspektive eine andere.

## Es gibt zahlreiche Proptechs, die sich technologischen Fortschritt auf die Fahne geschrieben haben. Wo harzt es?

Die Branche krankt nicht an Technologie, sondern an Anwendungen. Es gibt in der Schweiz rund 370 Immobilien-Start-ups – in etwa so viele wie in Deutschland, bei einem Bruchteil der Grösse. Diese Unternehmen kreieren dutzende Insellösungen, von denen viele schlussendlich keinen Anwendungsfall finden. Das Potenzial, das wir ausschöpfen müssen, liegt in den Schnittstellen.



## Fehlt der Branche mitunter der nötige Innovationsdruck?

Der Schweizer Immobilienmarkt profitierte in den letzten 20 Jahren mit Sicherheit von einem extrem attraktiven Umfeld, bei dem kontinuierlich steigende Preise dafür gesorgt haben, dass Marktteilnehmer rentabel wirtschaften konnten, ohne dass sie dabei gezwungen waren, den Status Quo in Frage zu stellen. Der unterschwellige Tenor lautete vielerorts: «Bis jetzt läuft es ja». Vielleicht hat es sich die Branche tatsächlich zu bequem gemacht.

## Was braucht es, damit sich das ändert?

Das Marktumfeld verändert sich. Faktoren wie die Energiekrise, glo-

bale Unsicherheit, Inflation oder steigende Zinsen beeinflussen die Marktdynamik – und eine veränderte Dynamik kann eine Initialzündung für Effizienzsteigerung sein. Unabhängig davon müssen aber vor allem konkrete Nutzerbedürfnisse in den Fokus rücken. Und hier nützt Technologie allein nichts. Wir müssen zwingend über Prozesse sprechen.

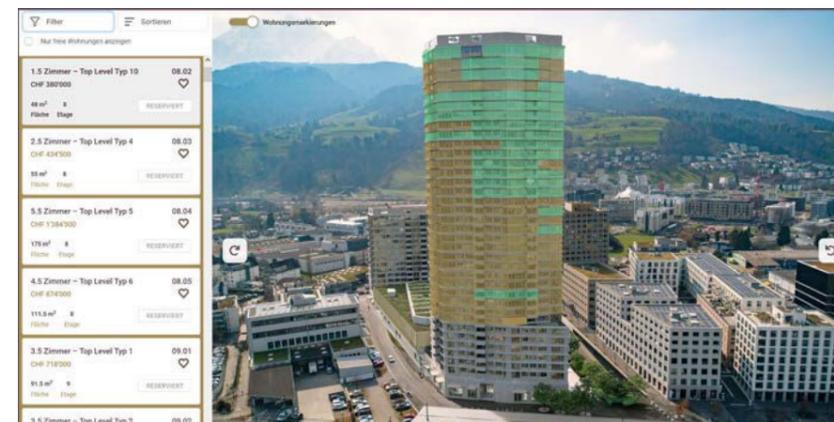
## Wo müsste man Ihrer Ansicht nach den Hebel ansetzen?

Wir sind zu oft in der «alten» Welt unterwegs und handeln nach dem Prinzip «Technologie sucht Kunde». Richtig spannend wird es, wenn unsere Innovationskraft darauf abzielt, Prozesse zu ändern und effizienter zu machen. Anstatt überall digita-

le Layer zu implementieren, sollten wir uns öfter die Frage stellen, wo wir mit unserer Technologie Dinge komplett anders machen können. Aus technischer Sicht fehlen dafür aktuell die Standards. Wir benötigen sinnvolle, abgestimmte und dokumentierte Schnittstellen für nahtlose Zusammenführungen.

## Sie haben die Nutzerbedürfnisse angesprochen. Wie sehen diese Bedürfnisse aus? Und welche Rolle spielen sie?

Es gibt unterschiedliche Nutzergruppen. Auf der einen Seite Endnutzer wie Käufer oder Mieter – auf der anderen Seite interne Nutzer, beispielsweise Bauherren oder Asset Manager. Beim Endnutzer finden digitale Lösungen seit langem riesigen Anklang. Als Beispiel: Eigentumswohnungen werden heute komplett am Bildschirm konfiguriert und bestellt. Bei den internen Nutzern findet das Umdenken gerade erst statt. Dieses Umdenken funktioniert über wirtschaftlichen Druck, wenn interne Nutzer dank digitaler Lösungen Zeit und Aufwand sparen können und sich die Zahl der Ansprechpartner reduziert – womit sich der Kreis wieder schliesst.





### Inwiefern?

Für diese Ersparnisse benötigt es eben mehr als nur Technologie. Interne Nutzer sind bei der Umsetzung eines Projekts auf eine Vielzahl an Tools angewiesen. Jedes einzelne Programm deckt jedoch nur einen Bruchteil des gesamten Prozesses ab. Viele verschiedene Tools bedeuten hohe Kosten und viel Koordinationsaufwand. Wenn wir interne Nutzer nachhaltig begeistern und als Kunden gewinnen möchten, müssen wir die Vielzahl an Insellösungen zu funktionierenden Ökosystemen zusammenführen.

### Der Schlüssel liegt in der Kollaboration?

Davon bin ich überzeugt. Und wir machen bei Raumgleiter diesbezüglich viele positive Erfahrungen. Es gibt bereits heute viele Bauherren, Asset Manager und andere interne Benutzer, die Technologien nicht mehr einfach nur konsumieren, sondern Innovation aktiv mitdenken und vorantreiben. Davon wünsche ich mir noch viel mehr. Gleichzeitig muss diese Denkweise bereits in der Ausbildung aktiv vermittelt werden. Als Beispiel: Hochbauzeichner werden heutzutage nach wie vor mit Papier und Lineal ausgebildet. Ich bin davon überzeugt, dass wir mit zeitgemässen Ausbildungen den Anforderungen einer digitalen Zukunft viel besser gerecht werden könnten.

# Attika. Bungalow. Chalet.

Wir kennen das Immobilien-ABC. Aber nicht nur das.  
Wir verstehen auch das gesamte Finanz-Alphabet.

Mehr auf [regiobank.ch](https://regiobank.ch)

**regiobank**

# «Ein Top-Arbeitgeber zwischen Start-up und Grossunternehmen»

*In der Schweiz herrscht Fachkräftemangel. Das Rekrutieren von guten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist für Schweizer Unternehmen seit längerem eine Herausforderung – und wird zunehmend zu einer Schlüsselkompetenz für nachhaltigen Erfolg. Als Head of Talent verantwortet Helin Mermer die Rekrutierung bei Crowdhouse. Wir haben sie gefragt, wie Crowdhouse den «War for Talents» meistert und sich als Arbeitgeber auf dem Markt positioniert.*

Helin Mermer  
Head of Talent, Crowdhouse



**Der «War for Talents» hat sich als Begriff etabliert. Ist zwischen den Unternehmen tatsächlich ein Krieg um Talente ausgebrochen?**

Ich denke, der Begriff ist durchaus passend. Die Zeiten, in denen es gereicht hat, einfach ein Jobangebot online zu stellen, damit gute Bewerberinnen und Bewerber vor der Tür Schlange stehen, sind definitiv vorbei. Gerade bei Schlüsselpositionen hat sich der Spiess gedreht. Unternehmen bewerben sich heute bei potenziellen Kandidatinnen und Kandidaten – nicht mehr umgekehrt.

**Sie gehen heute von sich aus auf Personen aus der entsprechenden Zielgruppe zu?**

Ja. Aktives Sourcing und proaktive Kontaktaufnahme mit Personen, die nicht offensichtlich auf Stellensuche sind, machen heute einen wesentlichen Bestandteil jeder Rekrutierungsstrategie aus. Das Ganze ist mit erheblichem Aufwand verbunden, aber in der Zwischenzeit unerlässlich geworden.

**Inwieweit verschiebt das die Machtverhältnisse im Rekrutierungsprozess? Sind sich solche Kandidatinnen und Kandidaten ihrer verbesserten Verhandlungsposition bewusst?**

Durchaus. Schlussendlich wirkt hier das einfache Spiel zwischen Angebot und Nachfrage. Gute Kandidatinnen und Kandidaten haben in der Regel mehrere Optionen und sind sich dessen auch bewusst. Die Frage ist: Wonach suchen sie genau? Und inwiefern können wir als Unternehmen diesen Anforderungen gerecht werden?

**Die Anforderungen an den Arbeitgeber steigen. Wonach suchen gute Kandidatinnen und Kandidaten? Was sind ihre Erwartungen?**

Dafür gibt es keine pauschale Antwort. Es ist abhängig von der Person und der Branche. Als Unternehmen können wir den Fokus auf Kernfaktoren legen. Wir sind davon überzeugt, dass Kultur, Purpose, persönliche Entwicklung und die Stärkung der Handlungskompetenz Aspekte sind, die für den nachhaltigen Mitarbeitererfolg enorm wichtig sind. Entsprechend möchten wir uns auf dem Markt als Arbeitgeber positionieren – mit den Besonderheiten, die uns eben ausmachen.

**Wie sieht diese Positionierung konkret aus?**

Als mittelgrosses Unternehmen positionieren wir uns zwischen Start-ups und etablierten Grossunternehmen. Genau in dieser Nische sehen wir uns als Top-Arbeitgeber, der einzelne Vorteile aus anderen Arbeitsumfeldern kombinieren kann. Konkret bedeutet das: Wir bieten Sicherheit und Kontinuität, ohne dabei in verkrusteten Corporate-Strukturen gefangen zu sein. Wir legen sowohl Wert auf Erfolg als auch auf die Art und Weise, wie wir diese Ergebnisse erreichen. Und wir etablieren effiziente Arbeitsstrukturen mit Handlungs- und Entwicklungsspielräumen.

**Das tönt nach theoretischen Idealen. Können Sie das anhand von Beispielen veranschaulichen?**

Nehmen wir als Beispiel die Ambivalenz zwischen Start-up und Grossunternehmen. Wer ein dynamisches Arbeitsumfeld möchte, findet dies bei einem klassischen Start-Up – auf Kosten von Planungssicherheit und Struktur. Wer Wert auf Kontinuität legt, findet das bei einem Grossunternehmen, vermisst dabei aber mitunter Agilität und Flexibilität. Wir bieten einen attraktiven Mittelweg. Crowdhouse ist als junges Unternehmen bereits etabliert und seit mehreren Jahren erfolgreich und operiert dabei in einem Umfeld, in welchem Dinge tagtäglich aktiv verändert werden müssen.





### Welche Rolle spielen dabei Löhne? Kann man gute Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter «kaufen»?

Wenn wir von einem «Krieg um Talente» sprechen, dann sind monetäre Anreize definitiv «Waffen», die aktiv eingesetzt werden. Es gibt Unternehmen, die Talente gezielt mit monetären Anreizen anwerben. Nach dem Prinzip: «Koste es, was es wolle». Die Nachhaltigkeit davon ist zweifelhaft, denn wer einen Job primär wegen der Bezahlung wechselt, wird das Gleiche wieder tun, sobald ein noch besseres Angebot auf dem Tisch liegt. Uns ist es wichtig, dass wir attraktive Löhne im oberen Quantil zahlen, ohne dass sie uns dadurch als Arbeitgeber definieren.

### Die Schweiz hat zwei Corona-Jahre hinter sich. Hat die Pandemie den Arbeitsmarkt verändert?

Insbesondere zwei Auswirkungen sind bemerkenswert. Erstens: Home Office hat sich etabliert. Es ist nicht nur salonfähig geworden, sondern hat sich als Arbeitsweise manifestiert. Daran wird sich nichts mehr ändern. Wer als Arbeitgeber in den letzten zwei Jahren keine entsprechenden Modelle implementiert hat, wird es schwer haben, sich zu behaupten. Zweitens: Die Schweiz hat in den letzten zwei Krisenjahren ihre ökonomische und sozialpolitische Stabilität unter Beweis gestellt und dadurch als Wohn- und Arbeitsort enorm an Attraktivität gewonnen. Angesichts des ohnehin schon akuten Fachkräftemangels ist das eine wichtige Voraussetzung.

### Sie haben die Bedeutung von Kultur angesprochen. Wie geht man als Unternehmen dieses Thema an? Wie setzt man Kultur um?

Diese Frage beschäftigt wohl Unternehmensberater auf der ganzen Welt. Und es gibt keine einfache Antwort. Man kann Kultur definieren und sich genau überlegen, auf was man Wert legt und für was man stehen möchte. Das alles ist schön und gut und wichtig. Kultur kümmert sich allerdings nicht um Definitionen. Kultur entsteht im Handeln – im Miteinander. Dabei spielt das Bewusstsein eine entscheidende Rolle. Wir versuchen als Unternehmen, Kultur als etwas Gestaltbares in das Bewusstsein unserer Mitarbeiter zu rücken. Das funktioniert, indem man kulturelle Prinzipien aktiv vorlebt und einfordert und das Thema in den Teams offen reflektiert.

### Viele Unternehmen werben mit sogenannten «Fringe Benefits» – Lohnnebenleistungen, welche die Attraktivität erhöhen sollen. Crowdhouse auch?

Ja. Wir bieten unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sehr viele und mitunter auch spezielle solcher Leistungen an. Dabei ging es uns aber nie darum, einfach aus Prinzip möglichst viele solcher Angebote zu schaffen, um damit aktiv werben zu können. Die meisten dieser Angebote wurden durch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst initiiert und angestoßen. Sie sind gewissermaßen ein direktes Produkt unserer Unternehmenskultur und werden dementsprechend auch genutzt und geschätzt.

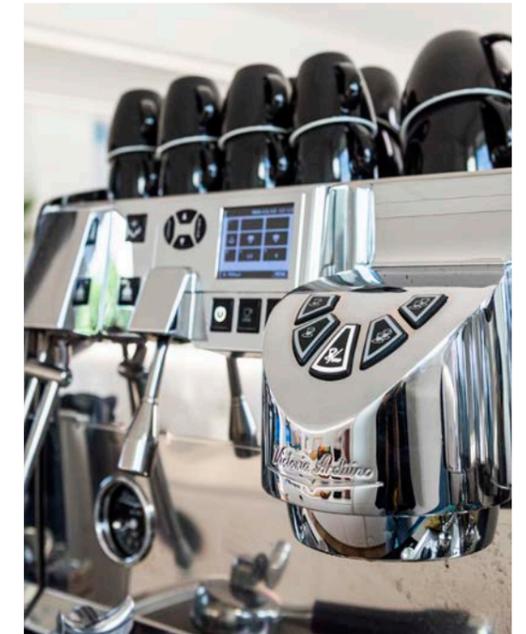
### Was genau bieten Sie an?

Um nur einige Beispiele zu nennen: Wir haben Partnerschaften mit zwei grossen Kantinen in der Umgebung und übernehmen dort die Kosten für das Mittagessen. In unserem Crowdhouse Café steht eine erstklassige Kaffeemaschine von Victoria Arduino, bei der selbst Profi-Baristas die Fassung verlieren würden. Wir haben ein exzellent eingerichtetes Gym und Duscmöglichkeiten im Keller. Unser Aufnahmestudio steht allen für private Podcast- oder Filmproduktionen zur Verfügung. Und an heissen Tagen fährt einmal pro Tag der Eiswaagen durchs Büro.



### Das Unternehmensprofil ist das eine. Die Eigenschaften der Kandidatinnen und Kandidaten das andere. Was muss man mitbringen, um bei Crowdhouse glücklich zu werden?

Wir kümmern uns um komplexe Probleme. Die Lust daran, solche zu lösen, ist essenziell. Es geht bei Crowdhouse nicht darum, einen Status Quo zu verwalten. Wir suchen Leute, die disruptiv sind und neue Dinge erschaffen möchten. Experimentieren und Ausprobieren ist tief in unserer DNA verankert. Crowdhouse ist ein Unternehmen für Personen, die Herausforderungen lieben und gewillt sind, täglich neue Dinge zu lernen.



# «Baulandmobilisierung wird der entscheidende Faktor für die Schweizer Bauwirtschaft»

*Christoph Giger und Atilla Färber haben 2020 das Unternehmen Raumpioniere gemeinsam mit Tamás Kiss gegründet. Das Start-up bietet eine umfassende Softwarelösung für intelligente Potenzialanalysen auf Knopfdruck. Wir haben bei den beiden Raumpionieren nachgefragt, was ihre Lösung kann, wie sie entstanden ist und wieso Verdichtung und Optimierung von Bauland in der Schweiz immer wichtiger werden.*

**Ihr habt Raumpioniere vor gut 2 Jahren gegründet. Was habt ihr euch damals vorgenommen?**

**Christoph Giger:** Als Gründer haben wir alle einen Bezug zu Architektur – kommen aber aus unterschiedlichen Teilbereichen. Wir wollten nicht einfach noch ein weiteres Architekturbüro gründen, sondern unsere Synergien nutzen und den Blick auf das grosse Ganze richten.

**Atilla Färber:** Für uns war von Anfang an klar, dass wir nicht nur im «normalen» Bereich der Architektur etwas schaffen wollen. Wir haben uns von Beginn an das Ziel gesetzt, etwas zu bewegen und neu zu denken und ein innovatives Produkt zu entwickeln.

**Wobei wir bereits mitten im Thema sind. Was genau ist euer Kernprodukt?**

**Atilla Färber:** Wir haben einen neuartigen Potenzialrechner für Schweizer Immobilien



**Atilla Färber,**  
Gründer Raumpioniere

entwickelt. Unser Online-Tool liefert mit wenigen Mausklicks für jede Schweizer Adresse eine umfassende Analyse bezüglich des vorhandenen Entwicklungspotenzials.

**Christoph Giger:** Zuerst erfahren die Benutzer einige Eckdaten der Immobilie – z. B. Parzellennummer oder Baujahr. Anschliessend berechnet das Tool die Ausnützungsreserve in Quadrat- oder Kubikmetern. Darüber hinaus werden auch noch andere relevante Faktoren wie eventuelle Sanierungsarbeiten oder die allgemeine Bautätigkeit im Umfeld berücksichtigt. Aus all den einzelnen Parametern kalkuliert das Tool einen sogenannten «Verdichtungs-Score». Je höher der Verdichtungs-Score, desto mehr



**Christoph Giger,**  
Gründer Raumpioniere

sollte sich die Eigentümerschaft mit der Thematik Verdichtung auseinandersetzen.

**Ihr habt Architektur studiert. Nun entwickelt ihr Softwarelösungen. Was hat euch zu dieser Idee geführt?**

**Christoph Giger:** Jedes Architekturbüro ist auf Klienten angewiesen. Wir haben für uns selbst überlegt, wie dabei eine effiziente Akquisestrategie aussehen müsste. Viele Architekturbüros wollen ihre Klienten nicht einfach nur über klassische Wettbewerbe erreichen.

**Atilla Färber:** Wir haben uns die Frage gestellt: Was ist der «Big Relevant Change» in der Bauwirtschaft? Und wir haben für uns die Antwort gefunden: Besonders relevant sind die Verdichtung und die Optimierung von Bauland. Also haben wir uns überlegt, wie wir mit einem Online-Tool in diesem Bereich für potenzielle Interessenten Mehrwert schaffen können.

**Ihr habt also eine Marketingstrategie zum Produkt gemacht?**

**Atilla Färber:** Ja, so könnte man das sagen. Wir wollten einen mehrwertstiftenden Kontaktgenerator schaffen, um so früh mit Eigentümerinnen und Eigentümern ins Gespräch zu kommen. Dadurch haben wir einen Grundstein für unser jetziges Geschäftsmodell gelegt.

**Christoph Giger:** Wir haben relativ schnell gemerkt: Hey, wenn dieses Konzept für Architekten funktioniert, dann funktioniert es wahrscheinlich auch für andere Akteure auf dem Immobilienmarkt – und lässt sich dementsprechend vermarkten.

**Ihr vermarktet euer Produkt als Potenzialrechner. «Potenzial» ist ein blumiger Begriff, der bei Immobilien gerne und oft verwendet wird. Was bedeutet «Potenzial» im rationalen, berechenbaren Sinn?**

**Christoph Giger:** Grundsätzlich ist die Schweiz in Bezug auf die Parzellierung sehr stark reguliert. Alles, was die bauliche Dichtung angeht, wird von den Behörden streng kontrolliert. Die Gesetzgebung gibt beispielsweise genau vor, wie viel und wie hoch man bauen und wie viel Wohnfläche man realisieren darf – das ist über die sogenannte Ausnützungsziffer definiert.

**Atilla Färber:** Früher hatte man oft den Luxus, dass man nicht immer an die Grenze dieser Ausnützung gegangen ist. Eigentümerinnen und Eigentümer haben die gesetzlich vorgegebene Ausnützung oftmals nicht komplett konsumiert. Bei vielen Einfamilienhäusern, die in den 70er- und 80er-Jahren gebaut wur-

den, wäre theoretisch ein viel höheres Volumen an Nutzfläche möglich gewesen. Wir sprechen bei solchen Objekten deshalb gerne von «versteckten Mehrfamilienhäusern».

**Ihr habt euch auf das Thema Verdichtung und Optimierung von Bauland fokussiert. Wieso spielt dieses Thema eine so wesentliche Rolle?**

**Atilla Färber:** Wir haben in der Schweiz einen Gebäudepark von ca. 2.5 Millionen Liegenschaften, wovon rund eine Million Einfamilienhäuser sind. Etwa die Hälfte dieser Einfamilienhäuser wird «nur» von 1–2 Personen bewohnt. Wir haben in einer Studie über fünf Schweizer Agglomerationsgemeinden ausgerechnet, dass bereits innerhalb dieser fünf Gemeinden bei Parzellen mit Einfamilienhäusern mit Baujahr 1980 und älter, zusätzlicher Wohnraum für über 40'000 Personen realisierbar wäre.

**Christoph Giger:** Die Aussicht auf eine «11-Millionen-Schweiz» ist Realität. Bis 2050 wird die Schweizer Bevölkerung gemäss Prognosen um 25% wachsen. Das sind je nach Szenario rund 2 Millionen Menschen mehr als heute. Einzelne Gemeinden kommen bereits heute vermehrt unter Druck, um mit den vorhandenen Baulandreserven genügend Wohnraum für kommende Generationen zu bieten.

**Die Schweiz wird früher oder später also nicht darum herumkommen, die vorhandenen Potenziale auszuschöpfen?**

**Atilla Färber:** Nein, ganz sicher nicht – die Zahlen sprechen eine eindeutige Sprache. Angesichts der

## Intelligente Potenzialanalysen. Für alle Liegenschaften. Auf Knopfdruck.

Mit unseren Analyse-Tools ermittelst du auf Knopfdruck das Entwicklungspotenzial von Parzellen und Liegenschaften. Somit erkennst du mögliche Verdichtungspotenziale schnell, einfach und in no time.



Potenzialanalysen für Grundstücke und Liegenschaften aller Art - mit den Raumpionieren bequem auf Knopfdruck.

sinkenden Leerwohnungsziffer herrscht bereits heute an manchen Orten akute Wohnungsnot. Gleichzeitig sind die Baugesuche seit Jahren rückläufig. Und, ganz entscheidend, wir haben einen Bevölkerungszuwachs: allein im ersten Halbjahr 2022 sind rund 35'000 zusätzliche Personen in die Schweiz gezogen.

**Christoph Giger:** Wir müssen Wohnformen finden, welche hohe Wohnqualität bieten und gleichzeitig für mehrere Parteien funktionieren. Und wir müssen der Bevölkerung aufzeigen, was sinnvolle Verdichtung bedeutet und wie geeignete Möglichkeiten aussehen. Jeder Quadratmeter Bauland im Bestand schützt einen Quadratmeter unserer einmaligen Landschaft.

### Wieso tun wir uns in der Schweiz damit so schwer?

**Atilla Färber:** Schauen wir uns zum Beispiel den Kanton St. Gallen an. Dort besitzen private Eigentümerinnen und Eigentümer rund 40% der totalen Siedlungsreserven, wovon ca. 50% aufgrund von ablehnender Haltung für eine Verdichtung blockiert sind. Das verdeutlicht eindrucksvoll, welche Bedeutung dem Verständnis von Eigentümerinteressen zukommt, um wirkungsvolle Strategien zur Innenverdichtung erarbeiten und umsetzen zu können.

**Christoph Giger:** Für private Eigentümerinnen und Eigentümer ist die ganze Thematik nur schwer durchschaubar. Die bauliche Dichte wird auf kommunaler Ebene definiert. Es gibt in der Schweiz rund 2'200 Gemeinden, die dieses Thema individuell handhaben. Das macht das ohnehin schon komplizierte Thema der Verdichtung noch komplizierter. Bei vielen privaten Eigentümerinnen und Eigentümern herrscht grosses Unwissen und es gibt nur wenige Hilfsmittel, die hier unterstützen.

### Welche Rolle soll Raumpioniere bei dieser ganzen Entwicklung spielen?

**Christoph Giger:** Wir sehen uns als Beschleuniger, der die Verdichtung in der Schweiz vorantreibt. Als neutrale Partei können wir Eigentümerinnen und Eigentümer aufklären und wichtige Informationen liefern. Diese Grundlage ist enorm entscheidend.

**Atilla Färber:** Dabei können wir aber auch den Behörden helfen, die in den kommenden Jahren mit Sicherheit immer stärker unter Druck geraten werden, mehr Wohnraum zur Verfügung zu stellen. Und letztlich geht es uns auch um den Schutz unserer Landschaft – es würde uns glücklich machen, wenn wir mit unseren Lösungen einen Beitrag zum Stopp der Zersiedelung leisten können.

# BACKBONE

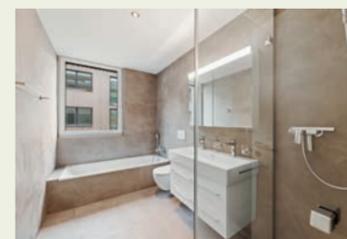
HÄLT  
CROWDHOUSE  
DEN RÜCKEN FREI



Backbone bietet alle Arten von Immobilienvisualisierungen aus einer Hand an.

Das bedeutet, dass auch Sie Fotos, Videos, Stagings, virtuelle Touren, Renderings, Drohnenaufnahmen und Grundrisse über [app.bkbn.com](https://app.bkbn.com) bestellen können.

Wir freuen uns den Erfolg von **Crowdhouse** aktiv mitgestalten zu können



# Lasst uns die Zukunft der Schweiz gestalten!

*Svizra27, das Projekt für die nächste Landesausstellung in der Nordwestschweiz, nimmt konkrete Formen an. An zehn Standorten soll das Thema «Mensch – Arbeit – Zusammenhalt» vom Publikum erlebt, neu gedacht und entwickelt werden. Mit dabei: Starke Partner aus der Wirtschaft. Auch Crowdhouse unterstützt das Projekt als Pionier.*

## SVIZRA 27

«Svizra27 wird gemeinsam mit Akteuren aus der Bevölkerung, der Politik, der Wissenschaft und der Wirtschaft entwickelt», erklärt Fabienne Hoelzel ihre Vision für die kommende Landesausstellung. Seit Januar 2022 ist sie zusammen mit Claudia Meier fester Bestandteil des Svizra27-Projekts. Die beiden Architektinnen sind als Siegerinnen aus dem grossen Wettbewerb hervorgegangen, bei dem die Umsetzung für die nächste Landesausstellung gesucht wurde. Hoelzel und Meier haben mit ihrem interdisziplinären Team aus Städteplanern, Architektinnen, Game- und Kommunikationsdesignern den Nerv der Zeit getroffen. Jetzt entwickeln sie im Rahmen der auf zwei Jahre angelegten Machbarkeitsstudie das Feinkonzept für eine Landesausstellung der besonderen Art.

### In neun «Kapseln» durch Raum und Zeit

Wer nun denkt, es werden Pavillons geplant, in denen die Besucherinnen und Besucher eine Ausstellung im klassischen Sinne erleben, liegt falsch. Den beiden Gestalterinnen schwebt ein ganz anderes Konzept vor. Ihr Projekt soll als grosses, interaktives Spiel verstanden werden. Die Besucherinnen und Besucher können an den Ausstellungsorten Erfahrungen und Eindrücke sammeln, visuell und haptisch – vor Ort, aber auch im virtuellen Raum. Svizra27 will emotio-



Sie haben als interdisziplinäres Team den Wettbewerb zur Umsetzung von Svizra27 gewonnen (v.l.): Christian Weber, Florian Faller, Fabienne Hoelzel, Claudia Meier, Michael Becker, Natalia Schmidt.

nal berühren, zum Ausprobieren und zum Nachdenken animieren. Die Menschen sollen miteinander im Dialog stehen und damit zu aktiven Bausteinen des Ganzen werden. Jeder Ausstellungsort (insgesamt werden es acht) ist als sogenannte «Raumzeitkapsel» konzipiert und widmet sich einem übergeordneten Thema, wie Ernährung, Landwirtschaft, Nächstenliebe oder Life Sciences.

### Jetzt wird die Planung konkret

Für diese «Raumzeitkapseln» werden nun acht Standorte in den Nordwestschweizer Kantonen AG, BL, JU und SO ausgesucht. Die Idee ist es, durch die Themen- wie auch die Ortswahl die verschiedenen Facetten

der Nordwestschweiz sichtbar und erlebbar zu machen. Ein Austragungsort, der bereits stark im Fokus steht, ist die Stadt Basel. Sie nimmt einen besonderen Platz als «Forum» und Konzentrationspunkt der Ausstellung ein. Die anderen neun Stationen werden an einem der Flüsse Aare, Birs, Doubs oder Rhein liegen und sowohl in ländlichem wie auch in urban erschlossenem Gebiet vertreten sein.

### Auf ganzer Linie überzeugt

Um zu gewinnen, hat das Team rund um Fabienne Hoelzel und Claudia Meier eine hochkarätig besetzte Jury überzeugen müssen. «Die spielerische Umsetzung hat uns sehr überzeugt», sagte Doris Leuthard anlässlich der Siegerehrung im November 2021. Auch Architekt Pierre de Meuron, ebenfalls Mitglied des Juryrates, ist überzeugt, dass mit diesem Projekt viele Facetten einer Landesausstellung optimal umgesetzt werden können. Ihn habe besonders die Vision des Siegerprojekts überzeugt und wie all die Fragen, die uns als Gesellschaft umtreiben, tiefgründig, aber auch anregend thematisiert würden. Tatsächlich ist der Lust- und Freudefaktor des Grossereignisses Svizra27 wichtiger Bestandteil der Arbeit, die dem Siegerteam jetzt noch bevorsteht.



Die Landkarte von Svizra27 zeigt die Grundidee: Verspielt, aber doch im realen Alltag, mit Standort in der Nordwestschweiz, aber als Repräsentation der ganzen Schweiz.



Freuen sich über die Wahl des Siegerprojekts für Svizra27 an der Medienkonferenz vom 15. November 2021 (v.l.): Aargauer Regierungsrat und Präsident der Nordwestschweizer Regierungskonferenz Dr. Markus Dieth; Doris Leuthard, alt Bundesrätin und Mitglied des Juryrates; Roland Brack, Unternehmer und Mitglied des Präsidiums von Svizra27; Otto Suhner, Unternehmer.

### Grosse Unterstützung aus der Wirtschaft

Rund vier Millionen Franken soll die Machbarkeitsstudie in den Jahren 2022 und 2023 kosten – und nur gerade einen Monat nach der Präsentation des Siegerprojekts konnte die Finanzierung bereits gesichert werden. Dies vor allem dank einer breiten Unterstützung aus der Wirtschaft. Namhafte Unternehmen tragen als «Pioniere» die Hälfte der Kosten. Die andere Hälfte wird aus den Swisslos-Fonds der fünf Nordwestschweizer Kantone finanziert. Als «Pionier» dabei ist unter anderem Crowdhouse. Michael Meier, Director Marketing & Communications von Crowdhouse, erklärt: «Nirgendwo sind wir so aktiv wie in der Nordwestschweiz. Das Leben in der Region prägt unser Schaffen. Deshalb unterstützen wir Svizra27.» Weitere Pioniere sind die AMAG Gruppe, die Baloise Group, BRACK.CH, die HEBA Food Holding AG, die Kantonalbanken Aargau, Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Jura, Planzer, Primeo Energie und Swisscom.

### Braucht es heutzutage noch eine Landesausstellung?

Diese Frage wird dem Projektteam häufig gestellt. Elisabeth Schneider-Schneiter, Nationalrätin Basel-Landschaft, sagt dazu: «Ich denke, wir brauchen gerade jetzt wieder eine Landesausstellung für unsere Schweiz! Die letzten beiden Jahre haben wir uns alle isoliert. Die Pandemie hat Gräben zwischen die Menschen gerissen und das Beieinandersein – im physischen wie auch im übertragenen Sinne – schwer gemacht. Jetzt ein grosses Ereignis zu planen, das uns alle näher zusammenbringt, finde ich genau richtig.»

«Mensch – Arbeit – Zusammenhalt»: Diese drei Begriffe spannen den Bogen über viele Fragen, die wir im Alltag vielleicht allzu schnell vergessen. Svizra27 will uns als Gesellschaft Anstoss und Gelegenheit geben, über sie zu diskutieren. Im vollen Ernst, aber auch spielerisch, mit Freude und Fantasie.



## Gemeinsam etwas aufbauen: mit der Immobilienbank.

Die LUKB begleitet Investoren bei Immobilienprojekten von der Idee bis hin zur Realisierung. Die Kombination von Immobilienexpertise und Finanzierungskompetenz generieren für die Investoren Mehrwert, ganz nach unserem bewährten Prinzip: Verstehen. Lösen. Empfehlen. [lukb.ch/immobilienbank](http://lukb.ch/immobilienbank)



*Francisco Fernandez ist einer der erfolgreichsten Unternehmer der Schweiz. Der Avaloq-Gründer ist Aktionär bei Crowdhouse und als Investor bei einer breiten Palette an vielversprechenden Unternehmen engagiert. Eines seiner neuesten Projekte ist DRIVEN.world – eine Plattform für Fahrzeug-Enthusiasten & Sammler von exklusiven, schönen und seltenen Fahrzeugen, die er zusammen mit Robert Plantak und Ardian Gjeloshi dieses Jahr lanciert hat. Welche Vision hinter der Plattform steckt und was DRIVEN mit Immobilien und Crowdhouse zu tun hat, hat er uns im Interview verraten.*



Francisco Fernandez  
Serial Entrepreneur, Gründer DRIVEN

**Bei Crowdhouse geht es um Immobilien. Bei DRIVEN um Fahrzeuge. Zwei völlig unterschiedliche Welten?**

Das mag auf den ersten Blick vielleicht so scheinen. «Immobilien» und «Automobile» – unbeweglich und selbstbewegend – sind als Begriffspaar Gegensätze. Wenn man es sich aber genauer anschaut, entdeckt man viele Gemeinsamkeiten.

**Zum Beispiel?**

Als Assetklasse sind sich Immobilien und Sammlerautos sehr ähnlich. Beides sind extrem gefragte Non-Reproducible Assets, die als Sachwerte eine extreme Wertbeständigkeit aufweisen. Die einzelnen Märkte sind beide unzugänglich, intransparent und funktionieren grösstenteils analog und die Abhängigkeit von Intermediären und Drittparteien ist gross. Gleichzeitig sind sowohl Immobilien als auch Fahrzeuge prädestiniert, um mit Hilfe von Technologie in ein neues Zeitalter gebracht zu werden.

**Sprechen wir über DRIVEN. Wo setzt die Plattform an? Was ist DRIVEN?**

In einem ersten Schritt ist DRIVEN eine webbasierte Software für Fahrzeug-Sammler, welche das Collection Management revolutioniert. Mit DRIVEN können Sammler ihren gesamten Fahrzeugbestand zentral organisieren, dokumentieren und verwalten. Es ist eine digitale Garage, in welcher alle Daten und Dokumente zu allen Fahrzeugen zentral gespeichert, angereichert und bearbeitet werden können – von technischen Basisinformationen bis zu wertvollen Zusatzinformationen wie Transaktionshistorien oder Rennperformances. All das komplett online, mit höchsten Sicherheitsstandards und mit grosser Authentizität: Die Identität jedes Eigentümers und die Echtheit jedes Fahrzeugs wird von der Plattform verifiziert.

**Die Plattform richtet sich also an eine relativ überschaubare Zielgruppe von vermögenden Autosammlern?**

Mit der aktuellen Beta-Version richten wir uns in erster Linie an diese Zielgruppe. Das Collection Management ist allerdings nur der Ausgangspunkt. Die Vision für DRIVEN ist um ein Vielfaches grösser. Mit der Plattform werden wir alle Auto-Enthusiasten begeistern – vom professionellen Sammler über den eingefleischten Fan bis zum Car-Spotter.

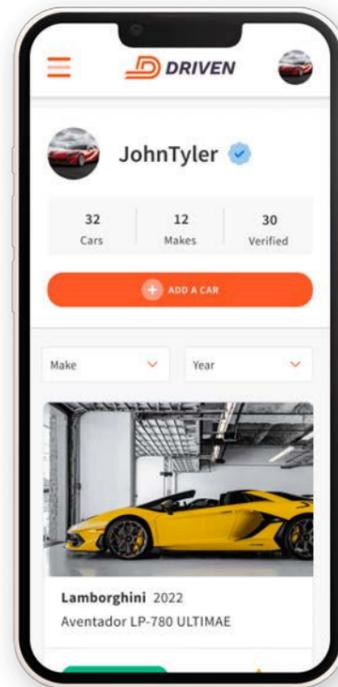
**Können Sie die Vision bereits konkretisieren?**

Mit DRIVEN bauen wir das führende soziale Netzwerk für Fahrzeug-Enthusiasten auf der ganzen Welt und setzen dabei bei ganz unterschiedlichen Bedürfnissen an. DRIVEN wird ein Peer-to-Peer-Marktplatz, der Besitzerinnen und Besitzer zusammenführt und den Handel mit Fahrzeugen radikal vereinfacht. Als

Social-Media-Plattform konzentrieren wir hochwertigen, authentischen und exklusiven Content an einem dedizierten Ort und offerieren der Community dadurch einen völlig neuen und einzigartigen Weg, eigene Inhalte zu teilen und sich auszutauschen. Vor allem glauben wir aber an den Einfluss von Web 3.0 im Bereich von Sammlerfahrzeugen. Dank DRIVEN soll in naher Zukunft jeder Fahrzeugbesitzer die Möglichkeit erhalten, sein Fahrzeug auf die Blockchain und ins Metaverse zu transferieren.

**Autos auf der Blockchain. Das wirft zwei Fragen auf: Wie und wozu?**

Jedes Auto auf DRIVEN ist anhand der individuellen Fahrzeug-Identifizierungsnummer verifiziert und DRIVEN bildet darauf basierend das Fahrzeug einmalig und unwiderruflich als sogenannten Base NFT auf der Ethereum-Blockchain ab. Das eröffnet zwei wesentliche Möglich-



keiten: Der Base NFT dient als eine Art Dataroom und speichert alle wesentlichen Informationen zum Fahrzeug dezentral und wird dadurch zur Grundlage für komplett digitale Transaktionen auf der Block-

chain. Gleichzeitig ist dieser Base NFT auch Ausgangslage für die Erstellung von authentischen Collectible NFTs – digitale Sammlerstücke, die über die Blockchain mit echten Fahrzeugen verknüpft sind.

**NFTs sind in aller Munde – die wenigsten können sich etwas darunter vorstellen. Was genau kann man sich unter solchen digitalen Sammlerstücken vorstellen?**

Der Fantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt: Fotos, Videos, gezeichnete Kunstwerke, Audioaufnahmen von Motorgeräuschen, digitale Repräsentationen des Fahrzeugs in einem Videospiel, 3D-Modelle – grundsätzlich jede Form von graphischer, audiovisueller oder sonstiger künstlerischer Umsetzung. Das Entscheidende ist: Bei DRIVEN stehen diese NFTs in direkter und verifizierter Relation zu einem echten Fahrzeug. Und das verleiht ihnen als Sammlerstücke einen einzigartigen

Reiz und Mehrwert.

**Wie weit ist das Projekt fortgeschritten?**

Aktuell sind wir mit einer Beta-Version online. Interessierte Sammler können ihre Fahrzeuge bereits heute hochladen, managen und verifizieren lassen. Das Collection-Management-System wird zurzeit intensiv getestet und optimiert. Die weiteren Schritte folgen in Etappen, die aktuell geplant und konkretisiert werden.

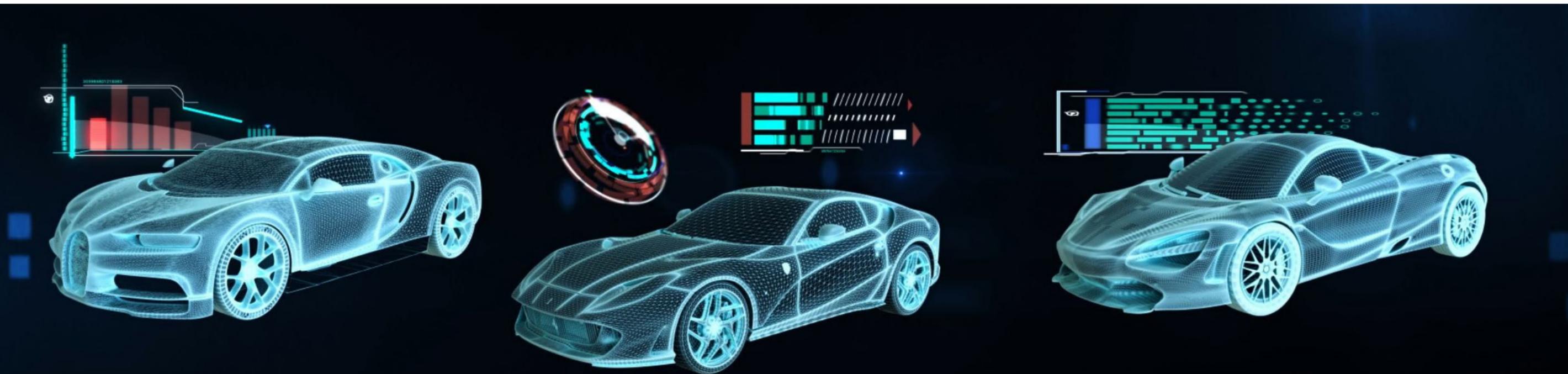
**Sie sprechen von «wir». Wer steckt hinter der Plattform?**

Ich habe das Projekt gemeinsam mit den beiden Crowdhouse-Gründern Robert Plantak und Ardian Gjeloshi ins Leben gerufen. Die Koordination der Entwicklung übernehmen erfahrene Produktspezialisten, die unter anderem auch für Crowdhouse tätig sind. Die effektive

operative Umsetzung erfolgt durch ein komplett unabhängiges Team mit 12 Personen.

**Sie selbst haben einen grossen Bezug zu Autos. Wie stark bringen Sie sich selbst bei der Umsetzung ein?**

Es ist kein Geheimnis, dass das Sammeln von Autos eine meiner grössten Leidenschaften ist – und DRIVEN ist nicht das einzige Unternehmen, an dem ich beteiligt bin, welches mit Autos zu tun hat. Als aktiver Sammler nutze ich DRIVEN selbst für mein Collection Management. Damit kann ich dem Team aus erster Hand wertvolle Rückmeldungen geben. Die Kombination aus meiner persönlichen Erfahrung als Autosammler und der Expertise der Crowdhouse-Gründer im Bereich der digitalen Produktentwicklung ist sehr konstruktiv und macht enorm viel Spass – nicht zuletzt, weil das Thema Auto bei mir eine absolute Herzensangelegenheit ist.



# Crowdhouse in Zahlen

Stand September 2022

PORTFOLIO MITEIGENTUM

## Investments

**1'460**

Anzahl Miteigentümer

**510 Mio.**

Total investiertes Kapital in CHF

**350'000**

Durchschnittlich investiertes Kapital pro Miteigentümer in CHF

**140'000**

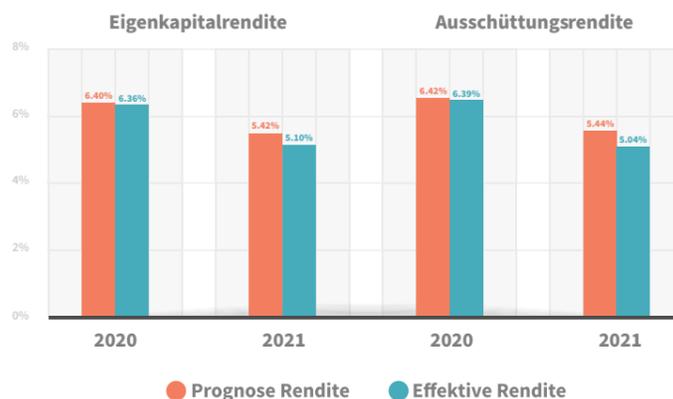
Durchschnittliche Höhe pro Investment in CHF



## Prognosen und effektive Renditen

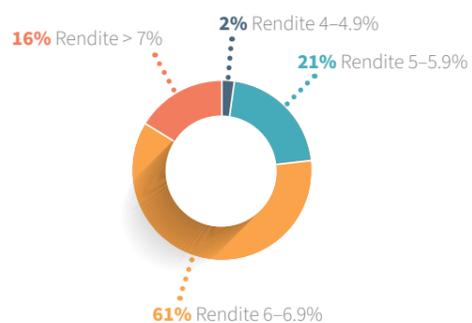
Sowohl 2020 als auch 2021 lagen – bezogen auf das gesamte Portfolio – die durchschnittlichen Eigenkapitalrenditen im Rahmen der durchschnittlichen Prognosen. Die durchschnittliche Ausschüttungsrendite entwickelte sich konstant und lag erneut nur wenige Prozentpunkte unter der durchschnittlichen Prognose.

	Eigenkapitalrendite		Ausschüttungsrendite	
	Prognose	Effektive	Prognose	Effektive
2020	6.40%	6.36%	5.42%	5.10%
2021	6.42%	6.39%	5.44%	5.04%



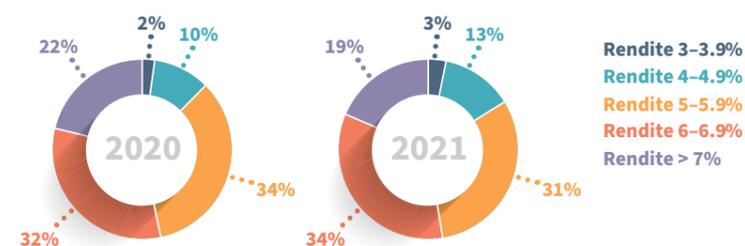
## Verteilung Prognosen

Bei rund zwei Dritteln aller Miteigentums-Liegenschaften bewegt sich die Renditeprognose zwischen 6 und 6.9%. Die Rendite-Prognosen korrelieren direkt mit den entsprechenden Lagekategorien der einzelnen Liegenschaften.



## Verteilung effektive Renditen 2020 / 2021

Im Jahr 2021 lagen die Eigenkapitalrenditen für 84% aller Liegenschaften über 5%. Bei rund zwei Dritteln aller Liegenschaften lag die Eigenkapitalrendite zwischen 5 und 6.9%. Gegenüber dem Vorjahr 2020 ergaben sich hinsichtlich der Verteilung der einzelnen Liegenschaften auf die oben genannten Rendite-Zielbänder nur geringfügige Änderungen gegenüber dem Vorjahr.



## Verteilung auf Lagekategorien

Wie gut ist die Lagequalität der Miteigentums-Liegenschaften von Crowdhouse? Nachfolgend sehen Sie, wie sich die Gesamtzahl der Liegenschaften prozentual auf das von Wüest Partner entwickelte, standardisierte Klassifikationssystem für die Beurteilung von Standorten verteilt.



### Skala Makrolagenrating

4.6-5.0	Exzellent
4.2-4.5	Sehr gut
3.8-4.1	Gut
3.4-3.7	Überdurchschnittlich
3.0-3.3	Durchschnittlich
2.6-2.9	Unterdurchschnittlich
2.2-2.5	Mässig

### Skala Mikrolagenrating

5.0	Exzellent
4.5	Sehr gut
4.0	Gut
3.5	Leicht überdurchschnittlich
3.0	Durchschnittlich
2.5	Leicht unterdurchschnittlich
2.0	Mässig



VERWALTUNG

**4'306**

Betreute Einheiten

**97.6%**

Vermietungsstand<sup>1</sup>

**820'000**

Bis heute zurückgelegte Kilometer für die Vermarktung

**1'147**

Neuvermietungen seit Januar 2021

<sup>1</sup> bezieht sich auf Wohneinheiten, bei denen Crowdhouse als Verwaltung in uneingeschränktem Rahmen operieren kann und bei denen Leerstand mit einer Einbusse an Mieteinnahmen einhergeht.

Crowdhouse

Anzahl Mitarbeiter/innen:	<b>155</b>
Davon Frauen:	<b>32%</b>
Davon Männer:	<b>68%</b>
Nationalitäten:	<b>30</b>
Durchschnittsalter:	<b>30.23 Jahre</b>

Einheiten

Anzahl Liegenschaften:	<b>181</b>
Anzahl Einheiten:	<b>4'306</b>
Wohnen:	<b>1'776</b>
Gewerbe:	<b>63</b>
Parkplätze:	<b>2'306</b>
Sonstiges:	<b>161</b>

Vermietung

Leerstandsquote <sup>1</sup> :	<b>2.4%</b>
Neuvermietungen 2022:	<b>508</b>
Neuvermietungen 2021:	<b>639</b>

MITARBEITER



**SPILLMANN DRUCK AG**  
OFFSET DIGITAL BESCHRIFTUNG

www.spillmanndruckag.ch  
044 401 44 66  
info@spillmanndruckag.ch



Mailings

Professionell durchgeführte Mailingaktionen sind der Schlüssel zu mehr Kunden und zu höheren Verkaufszahlen. Dabei kommt es nicht nur auf die kreative Idee und werbewirksame Textgestaltung, sondern ebenso auf die drucktechnisch perfekte

Umsetzung und pünktliche Lieferung an. Mit unserem Mailingservice bieten wir Ihnen die komplette Lösung vom Druck über die Personalisierung bis zum Couvertieren – alles wird inhouse erledigt!

Plakate

Auf einem Grossformat-Digitaldrucker produzieren wir kleine oder Strassen-Plakate bis F200 oder F12. Ebenso Banner, Roll Up's, Tapeten, Stickers, Bodenbeschriftungen gehören bei uns zum Alltag. Und dies bis zu einer Rollenbreite von 160cm!

**Ihr Druckprofi in Zürich!**



Broschüren

Die perfekte Broschüre um die einzelnen Immobilien jeweils besser kennenzulernen und sich einen Überblick zu verschaffen.

Unsere Stärken

- Mailings
- Broschüren
- Flyer
- Briefschaften
- DRC
- Visitenkarten
- Fensterbeschriftung
- Fahrzeugbeschriftung
- Banner
- Roll Ups
- Plakate
- Stickers

# Wir bringen zusammen, was zusammen gehört.

Die perfekte Rendite-Immobilie mit dem  
passenden Käufer. Und umgekehrt.

