

Aus der Branche

Einfach und luxuriös in die digitale Zukunft

dst. · Das Küssnachter Maklerunternehmen **Ginesta** wagt zum 75-Jahr-Jubiläum den Sprung über die Grenze und vermittelt nun Immobilien im Ausland über eine eigene Einheit. Eingebunden ist die Firma in mehrere Netzwerke: **The Leading Real Estate Companies of The World** und deren Luxury Portfolio, den britischen Anbieter **Knight Frank**, der wiederum mit **Douglas Elliman** kooperiert, sowie den amerikanischen Luxusmakler **Brown Harris Stevens**. Neben dem Sitz in Küssnacht verfügt Ginesta in der Schweiz mit Filialen in Horgen, Chur und St. Moritz über vier Standorte.

Eher das nahe Umfeld deckt eine neue **Immobilienwerkstatt** ab, die ihren Sitz ebenfalls in Küssnacht hat und von **Michael Blaser** und **David Gräni** (beide früher bei **Wüst & Wüst**) initiiert wurde. Mitwirken werden laut Ankündigung fünf Partnerfirmen aus Architektur, Bau, Recht, Finanzierung und Entwicklung. Neben einem Co-Working-Bereich soll die Werkstatt auch für Veranstaltungen genutzt werden.

Wenn am Dienstag der nationale **«Digital Day»** stattfindet, treffen sich die an der digitalen Transformation interessierten Immobilienfachleute zum **«Swiss Real Estate Innovation Day»**. Organisiert wird der Anlass, für den als Veranstaltungsorte unter anderem ein Hotel, eine Brockenstube und der Zürcher Hauptbahnhof dienen, von **«Swiss Circle»** und **«Immobilienbusiness»**.

Wie sich **Wohneigentum** in einer digitalen Zukunft vermarkten lässt, wie sich Preise bilden und Hypotheken vergeben werden, soll ein Fachkurs klären, den **Wüest Partner** am Donnerstag anbietet. Als Referenten sind **Christine Eugster**, **Ronny Hasse** und **Jörg Schläpfer** sowie **Lukas Reifler** und **Marcel Strauch** (Hypomat) und **Anja Meyer** (Smeyers) angekündigt.

Einen neuen Chef für die Projektentwicklung hat **Eiffage Suisse** gefunden. **Michael Hahn** wird die Einheit bei der vormaligen Piora GU leiten. Er kommt von **Swiss Prime Site** und war zuvor unter anderem bei **Mobimo**, **Losinger Marazzi** und dem Architekten **Santiago Calatrava** tätig.

Mit **Ultima Capital** ist kürzlich ein Entwickler und Betreiber von Luxusimmobilien an die Börse gegangen. Die Aktien der Firma, zu deren Portfolio derzeit 32 Liegenschaften im Wert von knapp 400 Mio. Fr. gehören, werden an der Berner Börse **BX Swiss** gehandelt. Treibende Kraft hinter dem als Privatplatzierung durch **Reyl & Cie.** arrangierten Börsengang ist **Max-Hervé George**. Als Berater fungierte **Stoneweg**, die Bewertung nahm **Helvetadvisors** vor.

12 Fragen an Julien Schillewaert, CEO Pricehubble

«Die Branche verfügt über grosse Datenmengen»

Welches war das erste Immobilienobjekt, mit dem Sie zu tun hatten?

In jungen Jahren hat mich das Haus fasziniert, in dem ich aufgewachsen bin: ein Gebäude aus dem 17. Jahrhundert in einem Vorort von Paris. Es ist ein Zeitzeuge mehrerer Jahrhunderte. Das zeigt, wie sehr Immobilien ein emotionales Thema sind. Dass ein objektiver Blick jedoch wichtig ist, wurde mir klar, als ich nach Paris zog und dort die Immobilienpreise kennenlernte.

Heute leiten Sie ein Proptech-Unternehmen, das stark wächst. Welche sind die nächsten Meilensteine bei Pricehubble?

Wir fokussieren uns einerseits voll auf Wachstum und Umsatz in unseren Kernmärkten Schweiz, Deutschland, Frankreich, andererseits auf die weitere Skalierung in die asiatischen Märkte China und Japan. Meilensteine ergeben sich daher aus der Expansion und der Kundengewinnung. Im Vergleich zum Vorjahr werden wir 2019 unseren Umsatz aus dem operativen Geschäft vervielfachen. Bis Ende des Jahres wird sich unsere Mitarbeiterzahl innerhalb eines Jahres fast verdoppelt haben.

Von Zürich aus expandieren Sie derzeit vor allem in Deutschland und Frankreich. Welche Lücke füllen Sie dort?

Wir übernehmen heute schon eine Vorreiterrolle bei der Entwicklung digitaler Produkte für die Immobilienbranche. Das machen wir auch in Deutschland und Frankreich, wo die automatisierte Immobilienbewertung noch weniger stark etabliert ist. Immobilienportale, Makler, Banken, Hypothek, Eigentümer grosser Immobilienportfolios, Asset-Manager – die Geschäfte dieser Kundengruppen werden in allen Ländern von sehr ähnlichen Faktoren beeinflusst.

Pricehubble verspricht neue Formen für das Bestandsmanagement. Welchen Herausforderungen sehen sich Ihre Kunden gegenüber?

Für Bewirtschafter und Eigentümer geht es primär um die Optimierung der Rendite und die Reduktion von Leerständen. Die meisten Akteure verfügen über einen grossen Datenbestand, können dessen Potenzial jedoch oft nicht nutzen. Portfoliobewertungen sind zudem meist sehr aufwendig. Unsere Lösungen melden effizient und automatisiert sich anbahnende Leerstände und schlagen Mietanpassungen vor. Dank den Analysemethoden helfen sie, die Immobilienbestände proaktiv zu bewirtschaften.

Ihre Lösungen basieren auf Big Data. Was lässt sich mit den daraus erstellten

ZUR PERSON



**Julien Schillewaert** (31) ist seit 2019 CEO des Zürcher Proptech-Startups Pricehubble mit Büros in Zürich, Berlin, Paris und Tokio. Das Unternehmen ermöglicht Immobilien- und Investitionsentscheidungen auf Basis datengetriebener Erkenntnisse.

Der gebürtige Franzose war zuvor bei **MoneyPark** in Zürich tätig. Er studierte Ingenieurwesen an der **Ecole Centrale Paris** und besitzt einen **MBA der Harvard Business School**. (dst.)

Analysen besser machen?

Die Immobilienbranche verfügt über grosse Datenmengen. Ohne Big-Data-Analysen und künstliche Intelligenz wäre es gar nicht möglich, diese zu nutzen. Wir setzen Algorithmen und Analysemethoden für Aussagen über künftige Entwicklungen ein. Das System erkennt Muster und lernt selbständig. Neben Angebots- und Transaktionsdaten fliessen auch sozioökonomische Daten und solche von **TripAdvisor** und **Airbnb** ein.

«Lage, Lage, Lage» lautet das bekannte Maklermantra. Was kennzeichnet besonders gute Standorte?

Was eine gute Lage ausmacht, ist je nach Nutzung oder Person unterschiedlich. Unsere Objekteinsichten bilden neben Marktdynamiken auch die Anbindung, Emissionen, die Aussichtsqualität oder geplante Bauvorhaben in der Umgebung ab. Uns interessiert auch, wo die attraktiven Standorte von morgen sind. Dabei schauen wir auf preiswirksame Ereignisse, etwa die Eröffnung trendiger Cafés.

Der Immobilienmarkt erhält ein zunehmend enges Regulierungskorsett. Wie viele Vorgaben verträgt es? Welche Regeln halten Sie für überflüssig?

Die Schweiz ist in den Bereichen Immobilien und Hypotheken sehr stark reguliert. Als Unternehmen, das im **B2B-Bereich** tätig ist, beobachten, analysieren und bauen wir Produkte und wahren so einen objektiven Blick. Uns interessiert, wie wir Märkte für unsere Kunden und deren Abnehmer transparenter, effizienter und liquider machen können.

Die tiefen (Negativ-)Zinsen befeuern die Rede von der Immobilienblase.

Lassen sich mit Ihren Daten regionale Überhitzungen des Marktes abbilden?

Wir können mit unseren Analysen Regionen und Objekttypen auf verschiedene Marktdynamiken hin prüfen. Während sich schweizweit keine Blase im Bereich selbstgenutzten Wohneigentums abzeichnet, kann dies auf regionaler Ebene und je nach Kenngrösse anders aussehen. Vor allem bei Mietobjekten und den hierfür kritischen Faktoren wie Leerständen und Wiedervermietungszyklen sehen wir messbare, zum Teil markante Unterschiede in Lagen und bei Objekten.

Die Banken werden bei der Kreditvergabe vorsichtig. Was folgt daraus?

Der Kunde ist noch mehr gefordert und sollte Angebote vergleichen. Er muss in der Tendenz mehr Sicherheiten einbringen, andererseits machen die tiefen Zinsen einen Kauf attraktiv. Die höheren Anforderungen und die Zinsattraktivität halten die Marktdynamik vermutlich in Balance. Für alle Beteiligten einer Transaktion ist jedoch wichtig, die Immobilie verlässlich und transparent zu bewerten und am besten so, dass dies von allen nachvollzogen werden kann.

Warum sind Immobilien in der Schweiz so teuer?

Die Preise für Wohnimmobilien sind in den letzten zehn Jahren um etwa 35% gestiegen, was am gestiegenen Wohlstand, an der positiven Wirtschaftsentwicklung und an der hohen und vom Arbeitsmarkt voll absorbierten Zuwanderung mit der daraus resultierenden hohen Nachfrage liegen dürfte. Wir sehen zudem, dass jede zweite Transaktion über dem Angebotspreis stattfindet. Das spricht für eine ausgeprägte Marktmacht der Angebotsseite.

Die Gesellschaft altert zusehends: Wie verändern sich die Wohnbedürfnisse?

Die Menschen sind zunehmend bereit, ihre Wohnbedürfnisse den Lebensumständen anzupassen. Die Prioritäten ändern sich. Ältere Menschen tauschen Fläche gegen eine bessere ÖV-Anbindung und kurze Wege. Junge Familien suchen den Anschluss an Communities und kurze Wege zur Arbeit. Den sich ändernden und neuen Anforderungen sollten Immobiliendienstleister gerecht werden.

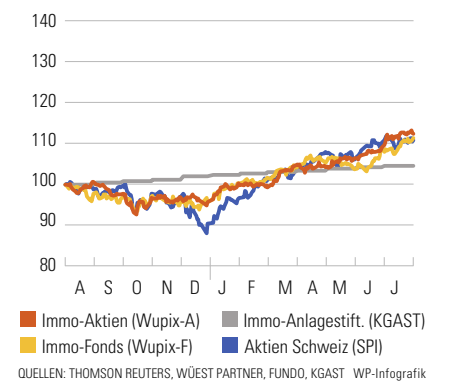
Womit befassen Sie sich, wenn es nicht um Immobilien geht?

Ich geniesse gerne die Natur beim Wandern. Darüber hinaus bediene ich ein französisches Klischee und mag guten Wein und feines Essen.

Interview: David Strohm

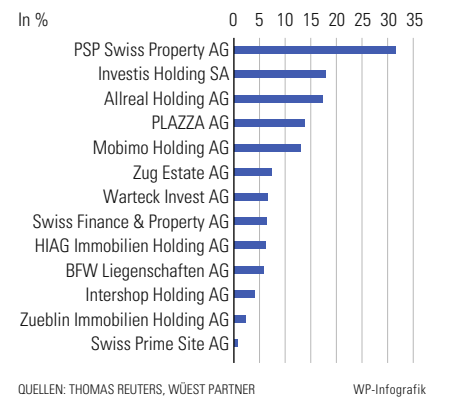
Performance indirekter Immobilienanlagen

Performancevergleich Schweiz  
Total Return (Wertentwicklung und Ausschüttung)  
(Indexiert, 2. August 2018 = 100)



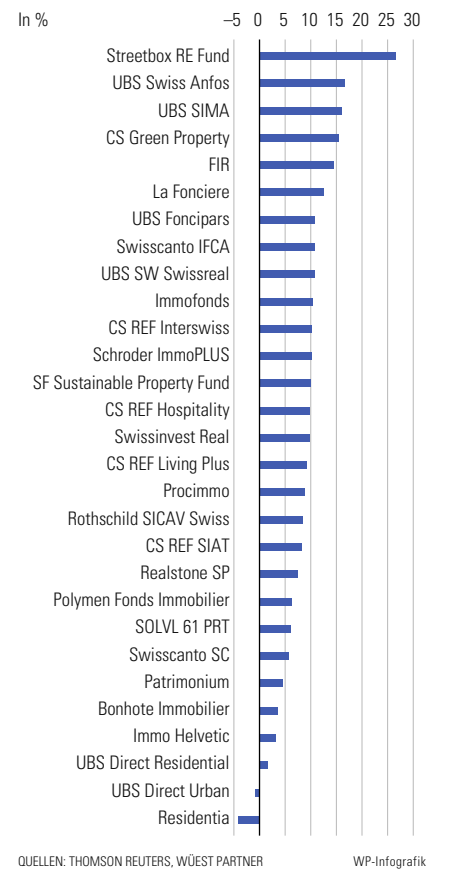
Performance von Immobilien-AG

Total Returns von 2. Aug. 2018 bis 31. Juli 2019



Performance von Immobilienfonds

Total Returns von 2. Aug. 2018 bis 31. Juli 2019



IHRE IMMOBILIENWELT

Die «Neue Zürcher Zeitung» und die «NZZ am Sonntag» bieten Ihnen die ideale Plattform für Ihre Immobilienanzeigen. Nutzen Sie die verschiedenen Anzeigemöglichkeiten, und sprechen Sie mit Ihrem Inserat Fachleute sowie Immobiliensuchende und -besitzer an.

Beilage	Erscheinungsdatum	Anzeigenschluss	Titel
«Residence»	6. Oktober	16. September	«NZZ am Sonntag»
«Immobilien & Wohnen»	20. Oktober	4. Oktober	«NZZ am Sonntag»
«NZZ Domizil» in Kombination mit der «NZZ am Sonntag»	Jeden Samstag/Sonntag	Jeweils am Donnerstag vor Erscheinen um 14 Uhr	«Neue Zürcher Zeitung»/«NZZ am Sonntag»

Änderungen vorbehalten. Bei «Residence» ist der Reservationsschluss für Immobilienkunden 8 Tage vor Anzeigenschluss.

Weitere Informationen über Mediadaten, Platzierungsmöglichkeiten sowie Anzeigenpreise unter [www.nzzmediasolutions.ch](http://www.nzzmediasolutions.ch), [inserate@nzz.ch](mailto:inserate@nzz.ch) oder unter Telefon +41 44 258 16 98.

NZZ Media Solutions