

«Die Schweizer sind nach wie vor sehr gute Käufer»

Katerina van der Laan, Leiterin Ginesta Collection, über besonders begehrte Liegenschaften, die aktuelle Entwicklung des Immobilienmarkts und die Partnerschaft mit Knight Frank.

Benjamin Bögli

Der Immobilienvermarkter Ginesta Immobilien AG ist seit 1944 im Geschäft. Das Küsnachter Unternehmen beschäftigt heute rund achtzig Mitarbeitende an zehn Standorten. Mit der Lancierung von Ginesta Collection diesen Mai hat das traditionsreiche Schweizer Immobilienunternehmen eine eigenständige Marke für exklusive Wohnimmobilien und ausgewählte Feriendomizile im In- und Ausland geschaffen. Dafür ist Ginesta eine Partnerschaft mit Knight Frank eingegangen, dem weltweit führenden Immobilienetzwerk im Premiumsegment. Geleitet wird Ginesta Collection von Katerina van der Laan, die seit knapp drei Jahren für Ginesta tätig ist. Wir treffen sie am Hauptsitz des Unternehmens im Zentrum von Küsnacht zum Gespräch.

Weltwoche: Wie präsentiert sich der Immobilienmarkt derzeit?

Katerina van der Laan: Der internationale Premiumimmobilienmarkt zeigt sich robust. Gute Lagen und hochwertige Immobilien bleiben trotz geopolitischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten gefragt. Wir spüren im Moment markante Verschiebungen. Käufer, die sich beispielsweise stark auf Dubai konzentriert haben, orientieren sich wieder vermehrt nach Europa. Die Schweiz gewinnt wieder an Attraktivität,

«Am liebsten möchte man direkt am Zürichsee oder gleich im Zürichsee wohnen.»

obwohl Dubai weniger reguliert ist und steuerliche Vorteile bietet. Die Vermarktungszeiten sind jedoch länger geworden. Die Kundschaft ist international vernetzt, gut informiert und vergleicht sehr genau, bevor sie sich für ein Objekt entscheidet.

Weltwoche: Wie ist die Lage in der Schweiz?

Van der Laan: Die Schweiz ist nach wie vor einer der stabilsten Märkte.

Weltwoche: In welchen Regionen sind Sie am stärksten?

Van der Laan: Rund um den Zürichsee, in der Bodenseeregion sowie im Engadin. Aber auch in den Kantonen mit Steuervorteilen, also tiefen Vermögens- und Einkommenssteuern oder mit Möglichkeiten für Pauschalbesteuerung, sind wir mit der neuen Marke Ginesta Collection stark präsent. Die Ginesta Immobilien AG ist in einem viel grösseren Marktgebiet tätig: von der Grossregion Zürich über die Kantone Schwyz und St. Gallen bis ins Rheintal sowie im gesamten Kanton Graubünden.

Weltwoche: Was wird im Luxussegment am meisten nachgefragt?

Van der Laan: Objekte mit steuerlichen Vorteilen, mit guter Lage, Aussicht. Am liebsten möchte man direkt am Zürichsee oder gleich im Zürichsee wohnen (*lacht*). Es muss *ready to move in* sein, also alles so vorbereitet und eingerichtet, dass man nur noch einziehen kann. Wobei das selten der Fall ist, weil die Geschmäcker, was die Einrichtung und die Materialisierung betrifft,



«Netzwerk, Diskretion»: van der Laan.



«Aussergewöhnlich»: Landgut in der Bodenseeregion.



«Hochwertige Liegenschaften bleiben gefragt.»

gerade in diesem Segment sehr unterschiedlich sind. Bei Ginesta Collection fokussieren wir zudem auf aussergewöhnliche Objekte.

Weltwoche: Was heisst das?

Van der Laan: Exklusive Liegenschaften im mehrstelligen Millionenbereich, Liegenschaften mit Seeanstoss, historische Bauten, Schlösser, Landgüter mit Weinbau und Feriengrundstücken im Oberengadin. Dafür haben wir diesen Mai Ginesta Collection ins Leben

«Vergleichbare Liegenschaften können am Bodensee deutlich günstiger sein.»

gerufen und sind die Partnerschaft mit Knight Frank eingegangen. Dadurch können wir diese besonderen Objekte weltweit vermarkten.

Weltwoche: Wie kam es genau zur Partnerschaft mit Knight Frank, einem der grössten Immobiliennetzwerke der Welt?



«Robuster Markt»: Villa am Zürichsee.



«Objekte mit steuerlichen Vorteilen, guter Lage, Aussicht.»



Van der Laan: Uns verbindet bereits seit 2012 ein enger und vertrauensvoller Austausch. Knight Frank suchte einen starken, lokal verankerten Partner in der Schweiz, und wir sahen die Chance, unseren Kunden Zugang zu einem internationalen Netzwerk zu bieten. Die offizielle Partnerschaft haben wir Anfang Jahr lanciert. Entscheidend war für uns, eigenständig zu bleiben und unsere Firmenkultur weiter leben zu können. Genau das ermöglicht diese Partnerschaft. Wir profitieren vom internationalen Käufernetzwerk von Knight Frank, ohne uns einem Franchise-Modell unterordnen zu

müssen. Gleichzeitig bringen wir unsere Marktkennntnis und unsere starke Verankerung in der Schweiz ein. Davon profitieren beide Seiten.

Weltwoche: Weshalb sind Sie nicht in der Romandie und im Tessin tätig?

Van der Laan: Wir konzentrieren uns auf Regionen, in denen wir fest verankert sind und über fundierte Kenntnisse des lokalen Immobilienmarkts verfügen. Wo wir nicht selber präsent sind, arbeiten wir mit ausgewählten

«Man braucht vor allem ein sehr feines Gespür und Verständnis für die unterschiedlichsten Menschen.»

Partnern zusammen, beispielsweise mit Knight Frank für die Westschweiz, der Verbier oder die Hotspots im Waadtland und in Genf abdeckt.

Weltwoche: Sie sind auch in der prächtigen Bodenseeregion präsent. Wie begehrt ist diese im Vergleich zum Zürichsee?

Van der Laan: Das Interesse in den Kantonen St. Gallen und Thurgau und damit der Bodenseeregion ist hoch, und ich spüre, dass es je länger, je stärker wird, vor allem dank der Möglichkeit von Pauschalbesteuerung. Weiter sind dort viele Schlösser und grosse Anwesen mit viel Privatsphäre vorhanden. Auch das Preisniveau ist im Vergleich zur Zentralschweiz oder Zürich sehr attraktiv. Gerade für Käufer, die Wert auf Lebensqualität, Seenähe und attraktive Lagen legen, bietet die Region interessante Kaufopportunitäten.

Weltwoche: Weil man mehr Platz hat?

Van der Laan: Ja, auch. Und natürlich spielt der Preis eine Rolle. Vergleichbare Seeliegenschaften können am Bodensee deutlich günstiger sein als am Zürichsee, teilweise bis zur Hälfte. Zudem ist die Region gut erschlossen und der Flughafen nahe. Die Region ist weniger dicht besiedelt und landschaftlich sehr attraktiv. Aber Zürich hat als Wirtschaftsstandort eine stärkere internationale Ausstrahlung als kleinere Zentren wie St. Gallen oder Schaffhausen.

Weltwoche: Was ist im Bündnerland im Moment en vogue?

Van der Laan: St. Moritz und das ganze Oberengadin ist nach wie vor der Hotspot für eine internationale Klientel. Lenzerheide, Arosa, Laax/Flims und Davos/Klosters sprechen das nationale Käufersegment an. In Davos konnte ich kürzlich eine sehr exklusive und teure Liegenschaft verkaufen. Die Interessenten kamen mehrheitlich aus der Schweiz. Gerade bei Zürcherinnen und Zürichern ist Davos sehr beliebt.

Weltwoche: Was empfehlen Sie: mieten oder kaufen?

Van der Laan: Wenn man genug Eigenkapital hat, sollte man aufgrund der tiefen Hypothekarzinsen und der ständigen Wertsteigerung der Immobilien wenn möglich kaufen. Mieten bietet dafür mehr Flexibilität.

Weltwoche: In welche Richtung geht der Trend?

Van der Laan: Die Schweiz war traditionell eher ein Land der Mieter. Der Wohneigentumsanteil hat sich vom Jahr 2000 bis heute von 34,6 auf 36 Prozent nur leicht erhöht. Seit 2015 ist die Quote sogar von 38,4 auf 36 Prozent gesunken. Da die Kaufpreise sehr stark gestiegen sind, rechnen wir nicht mit einer starken Steigerung dieser Quote in den nächsten Jahren.

Weltwoche: Kommen derzeit mehr kaufkräftige Ausländer in die Schweiz?

Van der Laan: Bei unserer Kundschaft stellen wir derzeit keine deutliche Zunahme fest. Die stärkste Nachfrage aus dem Ausland kommt nach wie vor aus Deutschland, wobei auch steuerliche Aspekte in Deutschland – Wegzugsbesteuerung – eine Rolle spielen. Von einem Ansturm ausländischer Käufer kann aber keine Rede sein. Gerade im hochpreisigen Segment ab dem zweistelligen Millionenbereich sind bereits in der Schweiz wohnhafte Käufer, Schweizer und Ausländer, nach wie vor eine sehr wichtige und kaufkräftige Käufergruppe.

Weltwoche: Wie überzeugen Sie einen Interessenten von einem Angebot?

Van der Laan: Es ist eine Kombination aus allem. Die Immobilie selbst muss selbstverständlich überzeugen. Gerade im oberen Preissegment muss der Auftritt dem Anspruch entsprechen. Da darf kein Ziegelstein wackeln und der Pool nicht voller Algen sein. Entscheidend sind eine optimale Präsentation und eine präzise Positionierung. Für wen eignet sich die Immobilie? Für eine Familie, eine Einzelperson oder mehrere Generationen? Darauf stimmen wir die gesamte Vermarktung ab, von der Bildsprache bis zur Wortwahl. Am Ende ist ein Immobilienkauf aber auch eine emotionale Entscheidung. Deshalb zählt das gesamte Erlebnis. Wie gut fühlt sich jemand beraten? Entsteht Vertrauen? Gerade im Premiumsegment spielt das eine entscheidende Rolle für den letzten Akt.

Weltwoche: Wie lange ist eine Luxusimmobilie durchschnittlich auf dem Markt?

Van der Laan: Das ist zu individuell und kann nicht statistisch erfasst werden. Gewisse Liegenschaften werden mit einer oder zwei Besichtigungen Off-Market verkauft, andere sind länger im Portfolio. Wie bereits erwähnt, dauert die Suche nach dem passenden Käufer heute länger als noch vor einigen Jahren. In der Regel rechnen wir mit sechs bis zwölf Monaten. Bei sehr speziellen Liegenschaften, beispielsweise Schlössern oder historischen Anwesen, auch darüber hinaus.

Weltwoche: Wie ist die Preisentwicklung? Wird alles immer teurer? Was treibt die Preise?

Van der Laan: Die hohe Nachfrage und das begrenzte Angebot treiben die Immobilienpreise. Gerade Einfamilienhäuser werden dabei zu seltenem Gut. Viele ältere, vergleichsweise kleine

Häuser stehen auf grosszügigen Grundstücken und weichen einer grösseren Überbauung.

Weltwoche: Es gibt so etwas wie ein ungeschriebenes Gesetz, dass, wenn man ein Haus hat, es nicht verkaufen sollte, auch wenn man keine erblichen Nachfolger hat. Gilt dies noch immer, wie ist der Zeitgeist?

Van der Laan: Das hat sich merklich verändert. Heute entscheiden sich einige Erbengemeinschaften für einen Verkauf. Wenn beispielsweise vier Personen eine Immobilie erben und eine davon sie übernehmen möchte, muss sie die übrigen auszahlen. Gerade bei den heutigen Immobilienwerten sind dafür schnell erhebliche finanzielle Mittel notwendig. Diese sind nicht immer vorhanden. Deshalb ist ein Verkauf häufig die praktikabelste Lösung.

Weltwoche: Gibt es im internationalen Vergleich einen ähnlichen Markt wie die Schweiz?

Van der Laan: Die Schweiz ist in vielerlei Hinsicht aussergewöhnlich. Sie bietet eine hohe politische und rechtliche Stabilität, und auch der Immobilienmarkt ist vergleichsweise beständig. Einzelne Aspekte finden sich beispielsweise auch in Monaco oder Singapur, dennoch funktionieren die Immobilienmärkte weltweit sehr unterschiedlich. Das zeigt sich bereits innerhalb der Schweiz, wo sich die Märkte von Kanton zu Kanton unterscheiden.

Weltwoche: Was ist das Schwierigste in Ihrem Beruf?

Van der Laan: Zu erkennen, wann eine Immobilie und ein Mensch wirklich zueinanderpassen. Bei uns im Collection-Premiumsegment sind die Anforderungen sehr individuell und oft komplexer. Vieles lässt sich nicht über allgemeine Suchkriterien abbilden. Man braucht Marktkennntnis, ein

gutes Netzwerk, Diskretion – und vor allem ein sehr feines Gespür und Verständnis für die unterschiedlichsten Menschen.

Weltwoche: Wie schaut der Immobilienmarkt der nächsten 12 bis 24 Monate aus?

Van der Laan: Ich gehe davon aus, dass das knappe Angebot bestehen bleibt. Auch im Premiumsegment dürfte die Nachfrage bestehen bleiben. Vieles hängt von der geopolitischen und wirtschaftlichen Entwicklung ab. Gerade im internationalen Premiumsegment kann sich die Stimmung schnell verändern.

Weltwoche: Was ist Ihr im Moment attraktivstes Angebot?

Van der Laan: Wir haben viele aussergewöhnliche Liegenschaften im Collection-Segment, die schon rein wegen ihrer Lagen sehr speziell sind. Zum Beispiel das historische Landgut oberhalb des Bodensees. Heute präsentiert sich dieses schlossähnliche Anwesen als repräsentativer Landsitz mit eigenem Weinbau.



«Globale Vermarktung»:
Knight Frank.