



«Heute muss man auffallen»

Lars Egger Der Espace-Real-Estate-Chef über die veränderten Rahmenbedingungen in der Wohnungsvermarktung im Mittelland, steigende Zinsen und einen möglichen Börsengang.

INTERVIEW: ROBERTO STÉFANO

Sie stehen Espace Real Estate seit Anfang 2018 als CEO vor. Wie sind Sie in Ihrer neuen Funktion gestartet?

Lars Egger: Da meine Wahl bereits seit längerer Zeit bekannt war, konnte ich mich gut auf meine neue Aufgabe vorbereiten. Dabei profitierte ich auch von der Unterstützung durch meinen Vorgänger, es war ein fließender Übergang. In den ersten Monaten gab es dann aber ziemlich viel zu tun, unter anderem wegen des Jahresabschlusses.

Ihr Vorgänger Theodor F. Kocher hat das Unternehmen in den letzten Jahren geprägt. Was wird sich nun unter Ihnen verändern?

Mit dem Generationenwechsel hat eine Verjüngung im ganzen Unternehmen stattgefunden. Mein Ziel ist es nun, im Betrieb neue Kompetenzen aufzubauen. Ich denke dabei insbesondere an die strategische Vermarktung der Immobilien. Diese Fähigkeit wurde im boomenden Markt der vergangenen Jahre weniger benötigt. Der Markt absorbierte sämtliche Angebote. Heute dagegen braucht es eine zielgruppenorientierte Vermarktung. Wir müssen neue Hilfsmittel einsetzen, die Möglichkeiten der virtuellen Realität nutzen und auch auf Social Media aktiv sein. Wir brauchen eine höhere und effiziente Vermarktungspräsenz. Alleine die Anwesenheit auf den digitalen Immobilienmarktplätzen reicht nicht mehr aus. Man muss heute auffallen, um die nötige Aufmerksamkeit zu erhalten.

Und wie wird sich Ihr Unternehmen wei-

terentwickeln?

In den vergangenen Jahren hat Espace Real Estate einen Wachstumskurs verfolgt. Unsere internen Strukturen waren entsprechend auf Wachstum ausgerichtet. Heute geht es darum, unsere Prozesse zu verbessern und effizienter zu werden. So wollen wir die nötigen Ressourcen erhalten, um neue Geschäftsideen zu entwickeln und zum wirtschaftlichen Erfolg zu bringen.

An welche Ideen denken Sie?

Wir müssen innovative Produkte auf den Markt bringen. In Biel beispielsweise werden wir sogenannte Clusterwohnungen anbieten. Man könnte diese auch als «gehobene Wohngemeinschaften» betiteln: Die Bewohner verfügen über ein Zimmer mit Bad und manchmal auch über eine Küche. Die übrigen Räume teilen sie sich mit ihren Mitbewohnern. Im Mittelland fehlt bisher ein solches Angebot. Weiter planen wir in Solothurn direkt am Bahnhof Serviced Apartments, also voll ausgestattete und möblierte Wohnungen. In dieser Region fehlen solche Angebote. Es fehlen generell temporäre Wohnformen im günstigen Preissegment. Schliesslich setzen wir in manchen Überbauungen auf Kooperationen mit Nachbarn, wie beispielsweise mit Sportzentren oder Kindertagesstätten.

Mit Ihren Initiativen reagieren Sie auf das veränderte, härtere Umfeld im Wohnbereich. Besonders im Mittelland hat sich der Markt abgekühlt. In einigen Gemeinden sollen bereits bis zu 10 Prozent der Wohnungen leerstehen. Wie beurteilen Sie die momentane Situation?

Tatsächlich ist der Wohnungsmarkt heute hart umkämpft. Es findet ein Verdrängungswettbewerb statt. Einen Wettbewerbsvorteil hat, wer entweder günstige Wohnungen oder Objekte mit echtem Zusatznutzen anbieten kann. Günstige Wohnungen sind nach wie vor gefragt. Man kann diese aber nicht überall anbieten, manchmal stimmt der Grundriss nicht, manchmal die Bausubstanz. Wir versuchen daher, auch gute Produkte im mittleren Preissegment auf den Markt zu bringen, wenn möglich aber mit einem Zusatznutzen.

Ein Beispiel?

Ich habe vorhin die Kindertagesstätte erwähnt. Als Familienvater weiss ich, wie aufwendig die Fremdbetreuung für eine Familie sein kann. Eine Kita auf dem Areal kann daher ein sehr gutes Argument für die Miete einer Wohnung sein. Zurzeit arbeiten wir an einer Überbauung, bei der wir eine Kooperation mit einem benachbarten Sportzentrum eingehen wollen. Dieses Angebot gehört dann zur Wohnung und bietet dem Mieter einen hohen Zusatznutzen. In der Vermarktung dieser Objekte müssen wir andere Wege gehen und vermehrt den Zusatznutzen in den Vordergrund stellen.

Wer zahlt diesen Zusatznutzen?

In einem ersten Schritt die Kooperationspartner. Wir geben zum Beispiel Wohnraum auf für eine Kindertagesstätte, dafür können wir etwas Aussergewöhnliches anbieten. Und die Bewohner erhalten mehr als nur eine Wohnung. Es ist eine klassische Win-win-win-Situation.



Schon länger unter Druck ist der Immobilienmarkt im Bereich Büro- und Retailflächen. Wie beurteilen Sie die aktuelle Lage in diesem Segment?

Wir spüren eine etwas erhöhte Dynamik im kommerziellen Bereich. Grund dafür sind die Biotech-Unternehmen, die sich in unserer Region ansiedeln und Arbeitsplätze schaffen. Die Nachfrage nach kommerziell genutzten Flächen ist entsprechend vorhanden. Wir profitieren vom Aufschwung. Ebenfalls gefragt sind Objekte in Bahnhofsnähe. Dafür gibt es immer einen Bedarf. Ansonsten sind in unseren wenigen Retailflächen Fachgeschäfte eingemietet. Diese werden von den Konsumenten bewusst aufgesucht.

Welche Trends machen Sie in diesem Bereich sonst noch aus?

Wir profitieren auch vom Trend der Gesundheitszentren. Walk-in-Kliniken an zentraler Lage sind ein Bedürfnis. Möglich sind auch Coworking-Arbeitsplätze, wenn eine Fläche für einen einzelnen Mieter zu gross ist.

Trotz der Abkühlung im Markt investieren Sie im laufenden Jahr 54 Millionen Franken in Neubauten. Bauen Sie Leerstände?

Zumeist handelt es sich bei diesen Investitionen um bereits laufende Projekte. Oder es sind kommerziell genutzte Liegenschaften, die bereits vermietet waren, bevor mit dem Bau gestartet wurde. Im Bereich Wohnen sind wir überzeugt, dass wir mit unseren Zusatznutzen im Verdrängungskampf punkten werden. Ansonsten werden wir in den kommenden Jahren einen Konsolidierungskurs fahren. In dieser Zeit werden wir uns auf unser bestehendes Portfolio konzentrieren, die Objekte sanieren und die Leerstände abbauen. Gleichzeitig werden wir versuchen, günstig gelegene Grundstücke zu akquirieren.

«In der Vermarktung der Objekte müssen wir vermehrt den Zusatznutzen in den

Vordergrund stellen.»

Derzeit liegt die Leerstandsquote von Espace Real Estate bei 9,9 Prozent. Wie wollen Sie diese senken?

In diesem Wert sind auch Objekte mitgezählt, die aufgrund einer Sanierung leer stehen. Tatsächlich konnten wir die Quote bereits im ersten Halbjahr 2018 reduzieren. In Zukunft sollte die Zahl dank einer verbesserten Marktbearbeitung und den innovativen Konzepten auf ein branchenübliches Niveau sinken.

Andere Anbieter ködern neue Mieter mit Mietzinsgeschenken. Machen Sie hier auch mit?

Dieses Vorgehen wollen wir grundsätzlich eigentlich vermeiden.

Welche Auswirkungen erwarten Sie von den steigenden Zinsen?

In diesem Jahr erwarte ich noch keinen wesentlichen Zinsanstieg. Dieser dürfte aber ab 2019 oder 2020 erfolgen. Einen Zinsanstieg bei den kommerziellen Flächen können wir an die Mieter weitergeben. Im Bereich Wohnen dauert es dagegen deutlich länger. Wir haben bei steigenden Zinsen allenfalls den Vorteil, dass der Wohnanteil in unserem Portfolio unter 50 Prozent liegt.

Wie schätzen Sie die Marktentwicklung in den kommenden zwölf Monaten ein?

Im Wohnungsmarkt dürfte es weiterhin recht schwierig bleiben. Dagegen erwarte ich bei den kommerziellen Flächen eine Seitwärtsbewegung, wenn nicht sogar einen leichten Aufschwung. Wir spüren eine etwas stärkere Nachfrage.

Bei Ihrem Projekt Volaare fällt auf, dass Sie dieses mit einer eigenen Trafostation ausrüsten und auf eine Eigenverbrauchsgemeinschaft ausrichten. Ist das die Zukunft für grössere Immobilienprojekte?

Tatsächlich bringt dies beiden Seiten etwas: Wir können bis zu 20 Prozent günstigeren Strom anbieten und tun auch noch etwas für die Umwelt. Eine Trafostation ist zudem ein interessantes Zusatzinvestment. Dennoch muss man von Fall zu Fall prüfen, ob dies eine wirtschaftlich sinnvolle Lösung ist. Beim Projekt Volaare hat alles gestimmt.

Wer wird Betreiber der Eigenverbrauchsgemeinschaft?

Wir werden dies zusammen mit Partnern anbieten. Für uns entsteht kein zusätzlicher Aufwand. Dank Smart Meter ist eine Abrechnung auf den einzelnen Mieter möglich.

Werden die Immobiliengesellschaften zukünftig verstärkt ins Energiegeschäft einsteigen?

Nur, wenn dies für den Mieter einen Zusatznutzen bringt. Wir werden auch nicht ins Kita-Geschäft einsteigen.

Welche Bedeutung haben Smart-Home-Anlagen allgemein in neuen Überbauungen?

Das wissen wir noch nicht. In einer Überbauung haben wir einen Versuch gestartet. Wir wollen klären, ob dies bei den Nutzern ankommt und die Mieter auch bereit sind, dafür kostendeckend zu bezahlen.

Welche Ziele streben Sie mit Espace Real Estate bis Ende Jahr an?

Wir wollen die Leerstände reduzieren, das Portfolio verbessern und die Kompetenzen für die strategische Vermarktung aufbauen. Wir wollen eine Verbesserung gegenüber dem Vorjahr erzielen und konnten bereits einige Erfolge verbuchen.

Wann erfolgt der Börsengang?

Aufgrund unserer Berichterstattung, Transparenz und Corporate Governance wären wir seit Jahren bereit für diesen Schritt. Im Moment gibt es aber diesbezüglich keine konkreten Pläne.



Der Vermarkter

Name: Lars Egger
Funktion: CEO Espace Real Estate
Alter: 43
Wohnort: Solothurn
Familie: in Partnerschaft mit gemeinsamer Tochter
Ausbildung: dipl. Architekt FH / Executive MBA

Das Unternehmen Espace Real Estate investiert in Liegenschaften in den Kantonen Bern, Solothurn, Aargau, Luzern und Schaffhausen. Der Wert des Immobilienportfolios lag Ende 2017 bei 639,82 Millionen Franken. Die Aktien der Firma werden im ausserbörslichen Markt gehandelt.