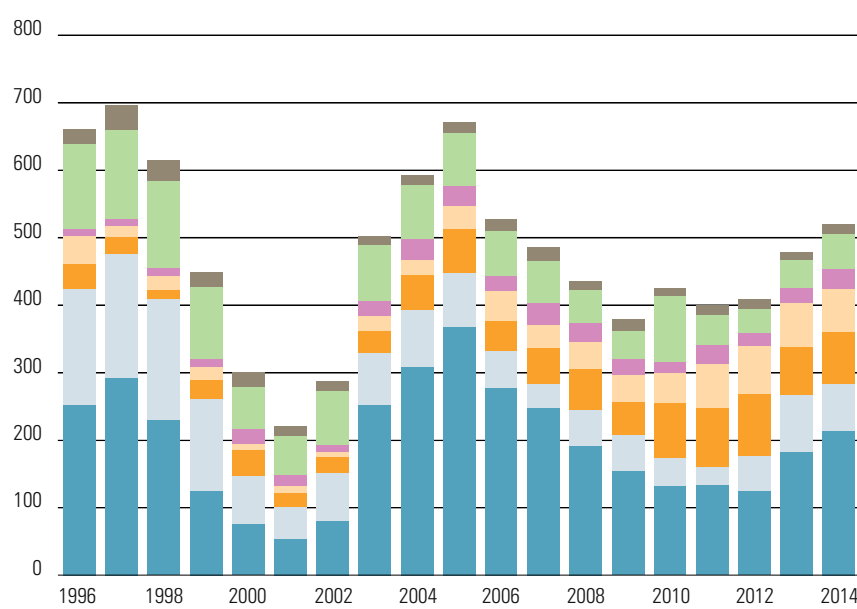


Viele Büroflächen in der Schweiz stehen leer

In 1000 m²; Teilerhebung; ca. 43% des Schweizer Büroflächenmarktes



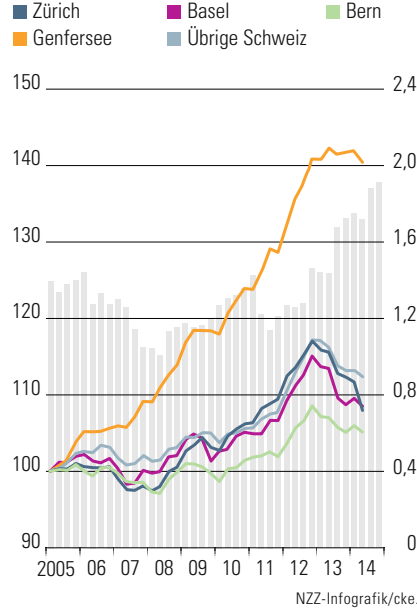
QUELLEN: KANTONALE STATISTISCHE ÄMTER, CREDIT SUISSE; WÜEST UND PARTNER, META-SYS

Die Preise sinken

Inserierte Bestandsflächen in Mio. m²;

Flächenangebot (rechte Skala)

Hedonischer Mietpreisindex: 2005 = 100



NZZ-Infografik/cke.

Büros putzen sich für neue Mieter heraus

Die hohen Leerstände erfordern von Eigentümern neue Verkaufsstrategien

Das Überangebot an Büroflächen in der Schweiz führt zu hartem Wettbewerb. Die ehemals verwöhnten Eigentümer müssen genau auf die Wünsche ihrer Zielgruppe eingehen und kreative Werbemittel einsetzen.

LEOPOLD STEFAN

Wer als Neuankömmling in der Schweiz eine Wohnung benötigt, muss sich bei Besichtigungsterminen meistens mit Dutzenden Mitbewerbern anstellen und sucht oft monatelang nach einem neuen Zuhause. Eine Firma, die ein neues Büro beziehen will, hat es da viel einfacher. Das Angebot an verfügbaren Flächen in den Ballungsräumen übertrifft deutlich die Nachfrage. Laut einer Studie der Credit Suisse beläuft sich die gesamte Überkapazität an Büroflächen auf rund 1 Mio. m² (vgl. Grafik). Eigentümer müssen sich deshalb neue Strategien überlegen, um Mieter anzulocken.

An den Nutzer anpassen

Früher erhielt ein potenzieller Büromieter eine Kopie des Grundrisses und war selber gefordert, die Räume nach seinen Bedürfnissen herzurichten. Im heutigen Marktumfeld ist es für den Vermieter essenziell, vorab selber ein

Nutzungskonzept zu gestalten. Dabei muss er den zukünftigen Nutzer mit einem massgeschneiderten Angebot ansprechen. Zu viele Eigentümer scheuen aber die Kosten dieser Vorarbeit. Zudem wollen sie sich nicht auf bestimmte Mieter festlegen, in der Hoffnung, dadurch ihre Chancen am Markt zu erhöhen. Oftmals sei aber das Gegenteil der Fall, sagt Dieter Beeler, Partner bei Acasa Immobilien-Marketing. Ohne klares Nutzungskonzept verschwänden viele Liegenschaften in der Menge des Überangebotes.

Ein ausgeprägter Mietermarkt

Als Juror habe Beeler schon mehrfach erlebt, dass ein Raumkonzept dezidiert für alle Zielgruppen angepriesen worden sei, umfassend Lösungen vom Einzel- bis zum Grossraumbüro. Was allen Optionen bietet, ist aber für niemanden perfekt. Das gilt in zunehmendem Mass für die Büronutzung. Bei dem seit Jahren leerstehenden Grob-Areal in Horgen, einer ehemaligen Spinnerei, setzt der Eigentümer nun auf einen Ausbau für Gewerbeflächen, der den Industriecharme der Anlage beibehält. Dadurch entstehen für den kreativen und handwerklichen Bereich attraktive Arbeitsräume.

Auf Anwaltskanzleien muss man verzichten. Diese suchen ohnedies eher nach klassischen Flächenaufteilungen

mit Einzelbüros, wie sie eher in den Stadtzentren verbreitet vorkommen. Wer über derartige Büroflächen verfügt, sollte trotzdem die Eigenschaften der Immobilie genau analysieren. Dazu gehört natürlich nicht nur der Zustand der Räume, sondern auch die Lage. Das Umfeld sei für die Bürowahl immer noch einer der wichtigsten Gründe, sagt Robert Hauri, CEO von SPG Intercity Zurich. Mit der Lage geht oft ein bestimmtes Image einher, das für ein Unternehmen äusserst wichtig ist. Ausserdem bieten vielen Branchen Cluster von ähnlichen Firmen attraktive Synergieeffekte. Im Gegensatz zu früher erwarten Mieter ohnehin, dass, egal, wo sie suchen, Umbauten und Sanierungen vom Eigentümer übernommen werden. Heute müssten alle Wünsche der Mieter erfüllt sein, sagt Hauri. Parallel dazu werde es auch zunehmend wichtiger, die potenziellen Mieter direkt anzusprechen, anstatt ihnen die Suche selber zu überlassen.

Virtuelle Welten

Die eigentliche Vermarktung von Büroflächen ist der letzte Schritt nach der Analyse von deren Eigenschaften und der Erstellung eines Nutzungskonzepts. Auch dafür setzen Vermieter wegen der starken Konkurrenzlage vermehrt auf professionelle Hilfe. Bestimmte Merkmale einer Immobilie wie eine ökologisch nachhaltige Bauweise, bestehende Mieter aus einer Branche, eine markante Architektur oder eine besondere Lage werden zu Alleinstellungsmerkmalen. Ältere Bürogebäude wie das City-Hochhaus am Talacker in Zürich erhalten einen Namen, ein eigenes Logo und eine Website. Die grossen Immobilienportale im Internet bleiben zwar weiterhin unumgänglich, aber für eine moderne Präsentation von Büroflächen ist ein grösserer audiovisueller Aufwand notwendig. Eigentümer lassen oft aufwendige Videos der Liegenschaften drehen, teilweise sogar mit Luftaufnahmen.

Mit Virtual-Reality-Brillen erhalten Kunden in den Showrooms einen Eindruck von unfertigen Projekten oder unterschiedlichen Optionen für einen Umbau. Vor allem internationale Kunden wollten einen möglichst genauen Eindruck gewinnen, bevor sie sich vor Ort ein Bild machten, erklärt Roman Bolliger, CEO des Immobilien-Vermarkters Swiss Circle. Ausländische Interessenten erhalten das virtuelle Erlebnis in Form einer faltbaren Kartonbrille einfach per Post. Der Kunde setzt sein eigenes Mobiltelefon ein und erhält über eine App die dreidimensionale Ansicht der Büroräume. So kommt die Bahnhofstrasse nach San Francisco.

RECHNUNGSLEGUNG

Die wundersame Wertsteigerung der Plaza-Immobilien

Christoph G. Schmutz Es handelt sich zwar nicht gerade um die biblische Vermehrung von Brot und Fisch, doch auch das Immobilienportfolio von Conzzeta hat jüngst eine wundersame Wertsteigerung erfahren.

Der Mischkonzern hat bekannterweise Ende Juni seine Immobilien in eine eigene Gesellschaft namens Plaza ausgelagert und diese an die Börse gebracht. Für das erste Halbjahr 2015 liegen nun einerseits zum letzten Mal die Zahlen für Plaza als Immobiliensparte bei Conzzeta vor, andererseits hat die neue Firma ihrerseits einen Halbjahresabschluss angekündigt und daraus erste Eckwerte veröffentlicht.

Demnach waren die 22 Liegenschaften, als sie Conzzeta «verliessen», maximal 93 Mio. Fr. wert, glaubt man dem Conzzeta-Finanzbericht. In der eigenständigen Firma Plaza sind die Grundstücke und Gebäude, ebenfalls Ende Juni, plötzlich 484 Mio. Fr. wert, also über das Fünffache von zuvor. Sowohl Conzzeta als auch Plaza wenden aber mit Swiss GAAP FER (SGF) dasselbe Regelwerk für die Rechnungslegung an.

Die Erklärung für die aussergewöhnliche Wertsteigerung liegt in einem Wahlrecht, das SGF zulässt. Renditeliegenschaften dürfen entweder zu Anschaffungskosten abzüglich Abschreibungen oder zum Marktwert verbucht werden. Conzzeta wendete die erste Methode an, Plaza die zweite.

Als die Häuser noch bei Conzzeta waren, wurden sie somit zum Anschaffungswert bilanziert und dann über viele Jahre kontinuierlich abgeschrieben. Bei Plaza dagegen kommt der zweite mög-

liche Ansatz zur Anwendung. Hier werden die Immobilien zum Marktwert eingesetzt, und dann wird der Wert in den Büchern halbjährlich nach oben oder nach unten angepasst, je nach Entwicklung der Marktpreise. So kam es, dass die zuvor still schlummernden Reserven mit der Eigenständigkeit quasi geweckt werden konnten.

Mit der Wertsteigerung quasi über Nacht dürfte niemand übervorteilt worden sein, so eigenartig die Sache auch erscheinen mag. Die Plaza-Aktien wurden nämlich den Conzzeta-Eignern zugeweiht, die somit in den Genuss der Aufwertung kamen.

Für den Fiskus ist diese Vermehrung kaum relevant, da für die Steuerbehörden der Einzelabschluss nach Obligationenrecht (OR) und nicht der Konzernausweis nach SGF massgebend ist. Das OR erlaubt zwar in gewissen Fällen eine Bewertung einzelner Vermögenswerte zum Marktwert. Doch es ist nicht davon auszugehen, dass Conzzeta oder Plaza die Immobilien im OR-Abschluss freiwillig deutlich höher bewerten als nötig, weil das höhere Steuerkosten nach sich zöge. Der Fiskus dürfte also erst dann zugreifen, wenn einzelne Gebäude verkauft werden und die Steuer auf dem Verkaufsgewinn anfällt.

Das Beispiel zeigt, welche Unterschiede sich aufgrund von Wahlrechten ergeben können. Dass Plaza auf die Karte Marktwerte setzt, überrascht nicht. Damit liess sich das Immobilienportfolio tüchtig «herausputzen», und mit einem um das Fünffache höher bewerteten Portfolio gewinnt man wohl auch einfacher Investoren.

AUS DER ARBEITSWELT

Auf der Suche nach der Personalabteilung

Nicole Rütli Die Frage liess ihm keine Ruhe. Seit Jahren arbeitete er nun schon für die Firma, doch noch nie hatte er einen Verantwortlichen der Personalabteilung zu Gesicht bekommen. Manchmal beschlichen ihn Zweifel, ob die vielzitierte Human-Resources-Abteilung, kurz HR (wie sie intern hiess), tatsächlich existierte. Dabei wusste er noch aus seiner Ausbildungszeit, welche zentralen Stellenwert betriebswirtschaftliche Lehrbücher und HR-Magazine dieser Funktion einräumen. Immerhin handelt es sich um denjenigen Unternehmensbereich, der sich gezielt mit dem Produktionsfaktor Arbeit und mit dem Personal auseinandersetzt. Zu seinen Kernaufgaben zählen «die Bereitstellung und der zielorientierte Personaleinsatz», wie sein Betriebswirtschaftsbuch trocken festhielt.

Doch weder bei seinem Bewerbungsgespräch vor rund zehn Jahren noch später hatte er je mit dem HR zu tun gehabt. Nun wollte er der Sache auf den Grund gehen. Er rief den internen Auskunftsdienst an und bat, ihn direkt mit einem Personalverantwortlichen zu verbinden. «Wie kann ich Ihnen weiterhelfen?», hörte er eine nette Stimme fragen. Nachdem er sich kurz vorgestellt hatte, musste er improvisieren: «Nun, ich hätte gerne Auskunft über unsere Überstundenregelung. Kann ich zusätzlich geleistete Arbeitszeiten kompensieren, oder gibt es dafür eine finanzielle Entschädigung?», fragte er mutig. Es war kein Zufall, dass ihm diese Frage zuvorderst auf der Zunge lag, denn seit Monaten musste er Sonderschichten einlegen, um sein Arbeitspensum zu bewältigen. «Nein, in Ihrem Fall haben Sie kein Anrecht auf eine Kompensation von Überstunden», erklärte die Dame am Telefon. «Sie haben nämlich einen Arbeitsvertrag für Kadermitarbeiter.» «Einen Kadervertrag?» – der Mitarbeiter stutzte und musste plötzlich lachen. «Bei meinem Gehalt? Da muss eine Verwechslung vorliegen.» Die Dame am

anderen Ende erklärte geduldig, dass es sich um keine Verwechslung handle. Die Höhe beziehungsweise Tiefe des Gehalts tue nichts zur Sache. Er habe einen Kadervertrag ohne Anspruch auf Entschädigung der geleisteten Überstunden. Das stehe schwarz auf weiss in seiner Personalakte beziehungsweise im Anstellungsvertrag. «Eine Personalakte», dachte er und war irgendwie froh, einen Hinweis dafür gefunden zu haben, dass jemand, der der besagten Personalabteilung anzugehören schien, Buch über ihn führte.

Seine Freude verflog, als er kurz darauf einen Brief erhielt, in dem ihm mitgeteilt wurde, dass sein bisheriger Vertrag durch einen regulären Anstellungsvertrag für Mitarbeiter ohne Führungsfunktionen abgelöst werde. Gleichzeitig hielt das Schreiben fest, dass für das Management ein neues Bonusprogramm eingeführt worden sei, das jedoch nur Mitarbeitern in Kaderpositionen offenstehe. «Vielleicht kann ich nun meine Überzeit kompensieren», dachte er. Da er wieder einmal mit Arbeit eingedeckt war, vergass er allerdings, die Angelegenheit abzuklären.

Jahre später sollte er ihr endlich begegnen. Eines Morgens erhielt er eine Einladung von seinem Vorgesetzten für eine kurzfristig anberaumte Sitzung, an der auch eine HR-Person teilnehmen würde. Mit hochgesteckten Erwartungen betrat er den Sitzungsraum. Sein Chef und eine Frau, die sich mit «Huber von der Personalabteilung» vorstellte, erwarteten ihn. Das HR existiert tatsächlich, dachte er erleichtert. Endlich sass er einer Personalverantwortlichen direkt gegenüber. Doch irgendwie schien das Gespräch einen seltsamen Verlauf zu nehmen. Sie sprachen über «tiefgreifenden Strukturwandel», «umfassende Reorganisation», «gezieltes Kostenmanagement» und von «schmerzhaften Personalentscheiden». Am Ende überreicht ihm die HR-Person den Kündigungsvertrag.

Ktokrrntkrdt.

Abgekürzt: Der neue Online-Antrag für **KMU-Kontokorrentkredite**.

In nur 15 Minuten Kontokorrentkredite oder Leasingfinanzierungen bis 300.000 Franken beantragen. ubs.com/kmu-kredit

