



Ein Milliardenmarkt im Verborgenen

Schätzungsweise ein Drittel aller Immobilienverkäufe in der Schweiz läuft diskret und ausserhalb der öffentlichen Plattformen ab. Der Off-Market boomt. **Von Fredy Gilgen**

Das Luzerner Ehepaar Sabine und Michal L. möchte nach der Pensionierung sein Haus verkaufen und in eine Eigentumswohnung umziehen. Dies möglichst diskret, ohne dass Verwandte und Nachbarn zu früh Wind davon bekommen und Einfluss auf die Transaktion nehmen. Möglich ist dies ausserhalb des Marktes, im sogenannten Off-Market-Immobilienmarkt.

Nach Ruedi Tanner, Präsident der Schweizerischen Maklerkammer (SMK) und Mitinhaber der Wirz Tanner Immobilien in Bern, versteht man darunter den Kauf und Verkauf von Immobilien unter der Hand – das heisst ohne öffentliche Ausschreibung, sondern direkt und exklusiv vermittelt. Der Off-Market umfasst laut Tanner sowohl Transaktionen über Immobilienintermediäre zwischen Verkäufern und Käufern als auch familieninterne Weitergaben.

Für das Ehepaar L. passt dieses Modell: Es ist diskret, der Verkaufsprozess verläuft schneller, weil das Bewerbungs- und Auswahlverfahren entfällt. Beim öffentlichen Verkauf hingegen wird eine möglichst breite Vermarktung über Inserate in Online- und Printmedien oder auf Immobilienplattformen angestrebt.

«Weil die Preise so rasch gestiegen sind, ist der Immobilienmarkt in vielen Regionen der Schweiz ein Verkäufermarkt geworden», sagt SMK-Präsident Ruedi Tanner. «Je offener und transparenter eine Immobilie in einem solchen Markt verkauft wird, desto eher lässt sich ein Preismaximum erzielen.» Eine bewusste Markteinschränkung könne hingegen zu einem geringeren Erlös führen, weil weniger potenzielle Käufer erreicht würden.

Ähnlich sieht das Alex Bangerter, Vor-

sitzender der Geschäftsleitung Vermarktung der Berner Von Graffenried AG: «Der Verkäufer vergibt sich mit einem Direktverkauf die Möglichkeit für einen Mehrerlös.» Dies tue er nur aus persönlichen Gründen – etwa bei einer Weitergabe innerhalb der Familie oder im Unternehmen – oder wenn er glaube, so einen Preis realisieren zu können, der über dem Markt liege.

Wie gross ist der diskrete Markt?

Off-Market-Spezialisten widersprechen dieser Einschätzung. Dank exklusiven Netzwerken könnten im Gegenteil höhere Preise erzielt werden, argumentieren sie. Doch weil der Off-Market so diskret funktioniert, gibt es kaum belastbare Zahlen. Schon die Schätzungen des Jahresumsatzes der gesamten Maklerbranche schwanken zwischen zwei und vier Milliarden Franken. «Eine Zahl, die in etwa stimmen kann», sagt Bangerter.

Uneinigkeit herrscht auch beim Anteil der Off-Market-Transaktionen am Gesamtmarkt. Bangerter nennt maximal 10 bis 15 Prozent, andere Maklerunternehmen halten 25 bis 35 Prozent oder noch mehr für realistisch. «Besonders im gehobenen Wohnsegment, bei Renditeobjekten und Prestigeimmobilien, ist der Off-Market überdurchschnittlich relevant», sagt Adrian Künzi, Mitgründer und Risikochef bei Properti Immobilien.

Die unterschiedlichen Einschätzungen sind nachvollziehbar: Bei manchen Unternehmen spielt der Off-Market kaum eine Rolle, während andere 60 Prozent und mehr ihres Umsatzes damit erwirtschaften. So verzichtet die Berner Thomas Graf AG weitgehend darauf, weil grössere Auftraggeber aus Transpa-

renzgründen eine öffentliche Ausschreibung verlangen. «Diskretion wird bei uns nur in wenigen Fällen gewünscht. Der Off-Market-Anteil ist bei uns deshalb verschwindend klein», erklärt Sabrina Siegl, Immobilienreuhänderin bei Thomas Graf AG.

Netzwerk als Schlüssel zum Erfolg

Auch bei Von Graffenried AG seien Direktverkäufe selten, sagt Bangerter: «Der Hauptteil der Transaktionen erfolgt in geschlossenen Bieterprozessen.» Zum Off-Market zähle er nur Verkäufe, die direkt zum Fixpreis ohne Auswahlverfahren abgewickelt werden.

Ganz anders sieht es Claudia Mamone, Gründerin und Leiterin von Casaprima Immobilien. Ihr auf hochwertige Immobilien spezialisiertes Unternehmen wickelt rund 60 Prozent der Geschäfte als Off-Market-Transaktionen ab. «Über die gängigen Portale sind kaum solvente und qualifizierte Kunden zu finden», sagt sie. Mit einem exklusiven Netzwerk von über 13500 Kontakten aus Banken und Versicherungen erreiche sie gezielt passende Käuferinnen und Käufer.

Im Secret-Sale-Geschäft treten häufig kleinere Boutiquen auf, doch auch grosse Maklerfirmen wie Walde Immobilien sind aktiv. Für Benjamin Stamm, Leiter der Walde-Geschäftsstelle Zollikon, ist nicht die Unternehmensgrösse entscheidend, sondern die Qualität des Netzwerks: «Grössere Player verfügen aufgrund ihrer Marktstellung oft über ein besonders starkes Netzwerk.»

Wenn ein Makler ein qualitativ hochwertiges Netzwerk pflege, seien Off-Market-Transaktionen für alle Beteiligten vorteilhaft, so Stamm: «Käufer profitieren von einem schnelleren Zugang zu ge-



eigneten Objekten, Verkäufer von einer raschen und diskreten Abwicklung.»

Bei Properti Immobilien, das stark auf Digitalisierung und Plattformtechnologie setzt, liegt der Off-Market-Anteil bei rund fünfundzwanzig Prozent. «Wir

erwarten, dass dieser Anteil weiter steigt, da wir gezielt in geschlossene Käufernetzwerke und Matching-Technologien investieren», sagt Künzi. Der Off-Market werde künftig noch wichtiger: «Wir gehen davon aus, dass sich der

Markt in Richtung Hybrid-Modelle entwickelt – Off-Market als Premium-Segment, On-Market für breite Sichtbarkeit, ergänzt durch datengetriebene Matching-Systeme.»



LUCAS PETERS ARCHITEKTUR FOTOGRAFIE

Manches Haus wechselt den Besitzer, ohne öffentlich ausgeschrieben zu werden.