

«Viele Verkäufer träumen noch von 2008»

## Robert Ferfecki\* Immobilienvermarkter



\* **Quereinsteiger:** Nach einer Marketing-Ausbildung arbeitete Robert Ferfecki (Jahrgang 1964) in einer Kommunikationsfirma und einer Bank, später für Viktor Vekselbergs Renova Management. Ab 2007 war er Managing Director von Henley Estates Switzerland. Seit Januar 2011 ist er Managing Director von de Rham Sotheby's Immobilien in der Deutschschweiz.

### **Der Einwanderungsdruck hält weiter an – ist das gut fürs Geschäft?**

Man muss nach Preissegmenten differenzieren: Im oberen und obersten Segment verzeichnen wir einen abgekühlten Einwanderungsdruck, bedingt durch die abgeschaffte Pauschalbesteuerung in Zürich und den derzeit sehr teuren Franken gegenüber anderen Referenzwährungen.

### **Und in der mittleren und unteren Preislage?**

Da ist der Einwanderungsdruck zwar ungebremst, aber die Preise sind auf hohem Niveau und die Preis-Leistungs-Sensibilität der Käufer steigend. Gleichzeitig ist der Einwanderungsdruck in gewissen Regionen so gross, dass sich dies negativ auf die lokalen Immobilienpreise auswirkt.

### **Das heisst, es wird nicht mehr stürmisch gekauft?**

Durch unser internationales Netzwerk mit Sotheby's verfügen wir über ein grosses und zahlungskräftiges Käuferpotenzial. Nichtsdestotrotz ist festzustellen: Seit der globalen Wirtschaftskrise spielt die Nachhaltigkeit des Preis-Leistungs-Verhältnisses bei jedem Verkaufsgespräch eine Rolle; Mond- oder Liebhaberpreise werden kaum noch geboten, doch viele Verkäufer träumen noch von Spitzenpreisen wie vor 2008.

### **Der Wettbewerb ist also härter?**

Ja, zudem sehen wir steigende Marketing-Kosten: Je exklusiver eine Immobilie, desto grösser der Marketing-Aufwand. Hier findet eine «Globalisierung» statt.

### **Inwiefern?**

Ein Luxusobjekt in Küsnacht steht heute nicht nur in Konkurrenz zu einem Objekt in Herrliberg, sondern gegebenenfalls auch zu einem in New York, London oder Singapur. Eine internationale Marketing-Kampagne kostet viel Ressourcen, was sich auf Preis und Courtage niederschlägt.

### **Sind die Käufer mündiger geworden?**

Wir arbeiten lösungs- und nicht objektbezogen. Natürlich steht am Ende der Wertschöpfungskette der Verkauf einer Immobilie, und diese kann von uns stammen oder von einem unserer Konkurrenten; da haben wir gar keine Berührungspunkte. Aber die Begleitung des Klienten auf dem Weg zu diesem Ziel ist eine unserer Stärken. Damit stellen wir sicher, dass der Käufer «mündig» ist und seine Hausaufgaben – vielleicht mit unserer Hilfe – gemacht hat. Und dafür vereinigen wir verschiedene Kompetenzen unter einem Dach. Kommt noch hinzu: Das Internet schafft eine Pseudotransparenz, und viele Klienten, die sich im Web viel angeschaut haben, meinen, sie hätten ihre Hausaufgaben gemacht. Weit gefehlt!

### **Sie haben eine internationale Kundenschaft. Gibt es nationale Präferenzen?**

Letztlich wollen alle das Gleiche: grosse Flächen, gute Lage, faire Preise. Die Osteuropäer, Araber und Asiaten lieben hohe und riesige Räume. Privatsphäre und Weltklasse-Architektur stehen ebenfalls sehr hoch im Kurs und sind in der Schweiz äusserst schwer zu finden.

### **Die Nationalbank und der Bundesrat warnen vor einer Überbitzung, Raiffeisen widerspricht. Wer hat recht?**

Wohl beide. Gewisse Regionen sind gefährdet, andere weniger. Es fällt auf, dass man über lange Zeitspannen immer wieder die gleichen Immobilien-Annoncen sieht.

### **Der verrückteste Wunsch eines Kunden?**

3000 Quadratmeter Wohnfläche im Zentrum von Zürich, mit See- oder Limmat-Anstoss, öffentlicher Verkehr in der Nähe, Schlossarchitektur.

### **Ihre Antwort?**

Dann komme für ihn nur das Landesmuseum in Frage, dieses stehe derzeit aber nicht zum Verkauf. Schliesslich fanden wir doch noch eine Lösung für ihn.

**Interview: Stefan Barmettler**