

# UBS real estate focus

---

Research Schweiz

Januar 2011



## Immobilienmarkt *Schweiz* 2011

---

**Markttreiber** *Aufwind für den Immobilienmarkt*

**Wohnimmobilien** *Erhöhte Gefahrenstufe bei Eigenheimen*

**Geschäftsimmobilien** *Qualität wichtiger denn je*

**Börsennotierte Immobilien** *Vorjährige Performance kaum zu übertreffen*

# Wohnen mit Service-Dienstleistungen

## *zunehmend beliebt*

**Wohnen mit Service, ein innovatives Wohnkonzept, ist die Antwort auf das Bedürfnis nach mehr Wohnqualität und grösserem Wohlbefinden in urbanen Gebieten. Was sich im Ausland vielerorts bereits etabliert hat, wird auch in der Schweiz immer öfters nachgefragt.**

Neben steigendem Wohlstand ist auch die stetig wachsende Zahl der Kleinhaushalte für die zunehmende Nachfrage nach neuen Wohnformen mit integrierten Service-Dienstleistungen verantwortlich. Dies trifft nicht mehr nur auf die sehr vermögende Mieterklientel oder Menschen im dritten Lebensabschnitt zu. Gerade bei der gehobenen Mittelschicht, zu der auch viele Dinks (double income no kids) gehören, sinkt die Bereitschaft, kostbare Freizeit mit der Erledigung lästiger Besorgungen oder mit aufwändigen Haushaltsarbeiten zu verbringen. Selbst junge Familien wissen vermehrt diese nützlichen Dienstleistungen zu schätzen.

### Neue Wohnformen gewinnen an Bedeutung

Das Angebot an Wohnformen hat sich über Jahre hinweg den veränderten Bedürfnissen angepasst. So entstanden im Laufe der Zeit Seniorenresidenzen oder Pflegewohngruppen. Mittlerweile ist das Spektrum vielfältiger und diversifizierter geworden: Heute stehen Alternativen von Boarding-House (Pension) bis Wohnen mit Service zur Auswahl. Auch wenn diese neuere Form des Wohnungsangebotes noch einige Jahre ein Nischenprodukt bleiben dürfte, sorgen das zunehmende Interesse für Unterstützungs- und Service-Dienstleistungen sowie das allgemein gestiegene Bedürfnis nach Wohnqualität für eine nachhaltige Nachfrage. Entscheidend ist dabei, das Angebot auf die Bedürfnisse und Anliegen der avisierten Zielgruppen auszurichten. Unsere Erfahrungen im Projekt «James – Wohnen mit Service» haben gezeigt, dass das Konzept nicht nur an die Zielgruppen, sondern auch an die örtlichen Gegebenheiten angepasst werden muss.

### «James – Wohnen mit Service»

Der Immobilienfonds UBS (CH) Property Fund – Swiss Mixed «Sima» entwickelte das Konzept «James – Wohnen mit Service». Im Jahre 2007 eröffnete der Fonds auch die erste

«James»-Wohnüberbauung mit rund 280 Wohnungen in der Stadt Zürich. 2009 realisierte die UBS Anlagestiftung für Personalvorsorge eine weitere «James»-Wohnüberbauung in Lausanne mit einem an die lokalen Gegebenheiten angepassten Konzept. 34 der 114 entstandenen Wohnungen wurden speziell für ältere oder gehbehinderte Personen entwickelt. In Winterthur entsteht zurzeit die dritte «James»-Überbauung, die Mitte 2011 bezugsbereit sein wird. Dieses Zentrum verbindet Wohnen und Einkaufen; zwischen den rund 150 Wohnungen und dem Einkaufszentrum, den Restaurants und der Garage besteht eine direkte Verbindung.

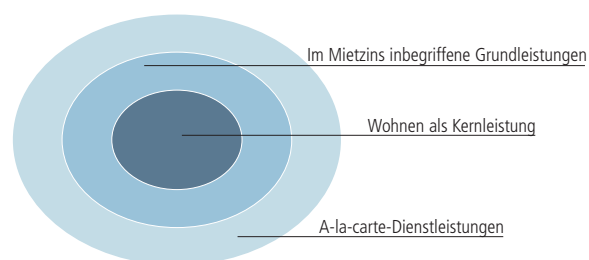
Das Konzept «James – Wohnen mit Service» wurde den heutigen Lebensformen und Bedürfnissen angepasst. Dabei werden den technischen Möglichkeiten der modernen Kommunikation (Internet, E-Mail) wie dem Bedürfnis nach persönlichem direktem Kontakt (James ist physisch vor Ort) gleichermaßen Rechnung getragen. So stehen den Bewohnerinnen und Bewohnern einer «James»-Überbauung immer ein Concierge und diverse im Mietpreis enthaltene Dienstleistungen zur Verfügung, wie der Empfang von Gästen, die Entgegennahme von Sendungen und Einkäufen oder die Reservation von Restaurants und Veranstaltungstickets. Zusätzlich sind umfassendere A-la-Carte-Dienstleistungen im Angebot, wie Wäscheservice, Wohnungsreinigung, das Giessen von Pflanzen, die Betreuung von Haustieren oder ein Ferienservice. Diese Dienstleistungen werden separat gemäss Beanspruchung verrechnet.



Patric Caillat  
Global Asset Management  
UBS AG

### Mögliches Konzept beim Wohnen mit Service-Dienstleistungen

Die drei Elemente im Projekt «James – Wohnen mit Service»



Quelle: UBS GRE Switzerland

### **Mögliche Elemente beim Wohnen mit Service**

Neuartig in der Schweiz ist die Kombination von Concierge mit Wohnen. Mit «Concierge» wurde in Frankreich ursprünglich der Torhüter oder Pförtner einer Burg bezeichnet. Heute versteht man unter Concierge in erster Linie den französischen Hausmeister oder Hauswart eines Wohnhauses. Doch verbreiten sich vermehrt auch die Bezeichnungen Concierge-Service für eine intensive und gegebenenfalls persönliche Betreuung von Mietern oder Besuchern. Bekannt ist der Begriff auch aus der Luxushotel-lerie, wo die Aufgaben des Concierge weit über den üblichen Dienst eines Rezeptionisten hinausgehen. Er steht vollkommen im Dienste der anspruchsvollen Kundschaft. Hier knüpft auch das «James»-Konzept an. Die Mieter und Besucher einer «James»-Überbauung sollen gleich beim Betreten erkennen und erleben, dass sie hier ein differenzierteres Angebot als nur Wohnen erwartet. Das Konzept «James – Wohnen mit Service» kann auch neuen, sich über Jahre verändernden Bedürfnissen der Bewohner angepasst werden, da das Serviceangebot modular aufgebaut ist. Das Konzept basiert auf den drei Elementen Wohnnutzung, integrierte Grunddienstleistungen und zusätzlich verfügbare A-la-carte-Dienstleistungen.

Die Wohnung als Kernleistung ist essenziell und muss den Wohnbedürfnissen bezüglich Lage, Infrastruktur, Komfort und Ästhetik in hohem Masse genügen. Einige für die Zielgruppen wichtige Grundleistungen müssen beim Service-Wohnen bereits im Mietpreis enthalten sein; dies als wichtiges Differenzierungselement zur normalen Wohnform. Zusätzlich sollen dem Bewohner einer Wohnung mit Service auch umfangreiche A-la-carte-Dienstleistungen zur Verfügung gestellt werden. Diese Dienstleistungen, die er nach Bedarf einfach beziehen kann, werden separat verrechnet. Die Wohnung erhält so einen hotelähnlichen Charakter. Der Schlüssel zum Erfolg liegt indessen in der intelligenten Kombination dieser Elemente unter Berücksichtigung örtlicher Gegebenheiten.

### **Andere Modelle im Markt**

Über die letzten Jahre sind verschiedene Modelle im Wohnungsmarkt mit leicht unterschiedlichen Ansätzen eingeführt worden.

Nebst «James – Wohnen mit Service» von UBS Global Asset Management sind weitere Wohn-Service-Modelle im Markt präsent. Erwähnenswert sind hierbei die Living-Services von Real Estate Asset Management der Credit Suisse oder «Bonacasa» der Bracher und Partner AG.

Service-Dienstleistungen kombiniert mit attraktivem Wohnen können einer Liegenschaft eine eigene Note verleihen und so deren langfristige Attraktivität sicherstellen. Dies gilt auch im Kontext eines intelligenten Immobilienmarketing. Es funktioniert indessen nur, wenn die Service-Dienstleistungen für Nutzer, Betreiber und Eigentümer gleichermaßen lukrativ sind. Obwohl in der Schweiz noch keine Langzeiterfahrungen mit derartigen Modellen vorliegen, sind die Voraussetzungen und Perspektiven für die Erzielung von Win-win-Situationen doch vielversprechend.

### ***Mehrnutzen zu attraktiven Konditionen***

«Wohnen mit Service» scheint sich zu einem wachsenden Bedürfnis zu entwickeln. Damit dies erfolgreich funktioniert, stellt sich seitens Benutzer und Betreiber eine ganz entscheidende Frage: «Wo liegt der Nutzen von wohnbegleitenden Serviceleistungen?» Die Leistung muss einen praktischen Nutzen für den Mieter haben. Und für den Vermieter oder Betreiber muss das zusätzliche Serviceangebot ökonomisch aufgehen. Die zusätzliche Dienstleistung wird in keiner der Wohnformen kostenlos erbracht. Entweder sind die Serviceleistungen im Mietpreis einkalkuliert oder sie werden nach effektivem Aufwand verrechnet. Dabei stellen sich gleich zu Beginn einige wichtige Fragen: Wer ist das Zielpublikum? Welchen Serviceumfang wünschen die anvisierten Personen? Dies mag auf den ersten Blick trivial erscheinen, doch es sind erfahrungsgemäss genau diese Punkte und ihre konsequente Umsetzung, die schliesslich über Erfolg oder Misserfolg entscheiden. Langfristig erfolgreich werden Wohn-Servicekonzepte sein, die den Mietern einen effektiven Mehrnutzen zu attraktiven Konditionen bieten können. Das Konzept muss ausserdem den sich verändernden Bedürfnissen der Bewohnerschaft angepasst werden können.