

Werte kaufen und verkaufen in einer global vernetzten Welt



Von Jürgen Blechschmidt
Immobilienmakler
Blechschmidt Fine Real Estate
Pforzheim

Was und wo kaufen?

Das «Was», das man kauft, und – besonders bei einer Liegenschaft, die unvermeidlich den Nachteil der Immobilität besitzt – auch das «Wo» wird für den Werterhalt und die Wiederverkäuflichkeit immer wichtiger in einer zunehmend vernetzten Welt, auf der die Player global agieren. Personen, auch wenn sie noch so weit von den Weltmetropolen entfernt sein mögen, erhalten über das Web kostenlos und in sekundschnelle Informationen über Preise in den Spitzenlagen der Welt, was ihnen im Zeitalter vor dem Internet verborgen geblieben wäre. Deshalb wird sich eine Immobilie zukünftig mehr denn je mit dem Weltmarkt messen lassen müssen. Bei all diesen Informationen wird die Erkenntnis über die Bedeutung der Informationen immer wichtiger.

Steigende Preise, fallende Preise

Objekte in der Nähe von Weltmetropolen werden preislich steigen, der Rest wird fallen. Gehört einem das

eine, steht man in der Sonne, hat man das andere, steht man im Regen – knallhart und alles auf der gleichen Welt. Der eine wird lachen, der andere weinen.

Obwohl es im Wort steckt, wird eines durch alle möglichen äusseren Einflüsse leicht vergessen und sollte deshalb immer wieder vor Augen geführt werden: Immobilien sind immobil. Soll eine Liegenschaft liquidiert werden, muss sie unweigerlich dort, wo sie liegt und steht, verkauft werden. Grundbesitz in, global betrachtet, uninteressanten Lagen wird zu einem Problemfall, und einem Verkäufer nützen Informationen vom Aufschwung und der Wertsteigerung in andern Lagen der Welt nichts, aber rein gar nichts, denn er bleibt mit so einer Immobilie an einen schlechten Markt gebunden. Diese Liegenschaften werden deshalb zu Problemfällen, weil ein jeder, auch in diesen abseitigen Lagen, per Internet ruck, zuck erfährt, dass die Preise für solche Objekte im Keller sind, mit der Folge, dass der einzige Markt für solche Immobilien, nämlich der lokale, wegbriecht. Niemand will etwas haben, was er über Jahre oder Jahrzehnte finanzieren und abbezahlen müsste, das aber gleichzeitig global immer ungefragter und wertloser wird.

Schweiz und Süddeutschland

Liegenschaften in der Mitte Europas, als Ausgangspunkt für verhältnismässig kurze Wege nach allen Himmelsrichtungen zu den nächsten Metropolen, sind begehrt, und zwar auch bei der informierten Gesellschaft in angrenzenden Ländern.

Wünscht man das Separate und Neutrale, ist die Zentralschweiz erste Wahl mit der Nähe zu Deutschland, Frankreich, Italien und Österreich, insbesondere die Finanzmetropole Zürich mit dem internationalen Flughafen und den vielen kleinen Flughäfen für Privatmaschinen. Schnelle Anbindung in jeglicher Richtung gewährleistet die

zeitgemäss nötige Mobilität. Braucht man einen Wohn- oder Geschäftssitz im EU-Raum, scheint Süddeutschland mit dem mondänen Baden-Baden und der Nähe zu Strassburg und Stuttgart der geeignete Platz.

Eine Immobilie ist ein Ausgangspunkt, ein Dach über dem Kopf, ein Heim, ein Ort des Rückzugs und des Aufbruchs. In einer Welt, in der alles immer mobiler wird, muss deshalb die Lage für den Ausgangspunkt stimmen. Weil dies auch die Menschen aus anderen Ländern erkennen, wird zum Beispiel von wohlhabenden russischen Bürgern ganz kräftig in Baden-Baden gekauft.

Auf der andern Seite lassen sich für Schweizer Immobilien beim Verkauf an Deutsche, die den «sicheren Hafen» suchen oder Steuern, insbesondere Erbschafts- und Einkommenssteuern, optimieren wollen, hervorragende Preise erzielen.

Internationaler Markt

Die Veräusserungsabsicht einer Liegenschaft sollte deshalb in einer Lage, die auch länderübergreifend mindestens als gut und gefragt eingestuft wird, auch auf dem internationalen Markt bekanntgemacht werden, wodurch eine wesentlich grössere Zahl von Interessenten erreicht wird. Der Verkaufserfolg wird beschleunigt, und die Chancen, einen guten Preis zu erzielen, werden vervielfacht.

Städte wie Luzern, Zürich, Baden-Baden und Stuttgart kennt man auch länderübergreifend, und so lässt sich eine Immobilie, bei der der Name des Ortes und des Umfeldes stimmt, mit dem Plus des internationalen Marktes gut verkaufen. Eine Luxusarmbanduhr oder ein Luxusschmuckstück lässt sich auch nur zügig verkaufen, wenn die Marke stimmt, will heissen, wenn diese global gefragt ist. Wenn nicht, bleibt einem nicht viel mehr als der Dank nach dem Verschenken oder der klägliche Preis des Altgolds. ■