

Immobilienmarkt Schweiz: Qualität setzt sich durch

PSP Swiss Property ist eine der führenden Immobiliengesellschaften der Schweiz. Vasco Cecchini, Chief Communications Officer und Head Investor Relations, im Interview über den Immobilienmarkt Schweiz und das Erfolgsrezept von PSP Swiss Property.



Interview mit Vasco Cecchini, Chief Communications Officer & Head Investor Relations, PSP Swiss Property

Herr Cecchini: Sie sind hauptsächlich auf dem Büro- und Geschäftsflächenmarkt tätig. Wie läuft das Geschäft?

Cecchini: Es läuft gut. Die Nachfrage nach Büroräumlichkeiten an zentralen Lagen ist intakt. Besonders gesucht sind hochwertige und nachhaltig ausgebaute Flächen speziell in den Innenstädten von Zürich und Genf, aber auch in Bern und Lausanne. Gleichzeitig setzt sich die qualitative Segmentierung des Marktes fort: Erstklassige Lagen in den Zentren profitieren von einer soliden Nachfrage, während periphere Standorte, ältere Büroobjekte und das Non-Food-Retail-Segment vor strukturellen Herausforderungen stehen. Auf dem Investitionsmarkt gibt es eine rege Nachfrage nach erstklassigen Objekten, dies bei einem

begrenzten Angebot. Das moderate Zinsniveau und stabile Finanzierungsbedingungen wirken unterstützend, auch wenn die weitere Zinsentwicklung mit Unsicherheiten behaftet bleibt.

Nach dem Home-Office-Trend scheint der Büromarkt vor einer neuen Herausforderung zu stehen: Künstliche Intelligenz. Erwarten Sie, dass die Nachfrage nach Büroflächen deshalb schrumpfen wird?

Cecchini: Wir beobachten die Entwicklung genau, aber auch mit einer Portion Gelassenheit. Wir erwarten eher einen qualitativen Wandel als einen quantitativen Rückgang bei der Nachfrage nach Büroflächen. KI wird zu Effizienzgewinnen und Prozessoptimierungen im Büroalltag führen und entsprechend den

Platzbedarf pro Mitarbeitende verringern; gleichzeitig dürfte aber die Qualität der Büroumgebung noch mehr an Bedeutung gewinnen. So werden aus klassischen Einzel- oder Grossraumbüros zunehmend «Collaboration Hubs», was sich positiv auf die Interaktion und Innovation auswirken wird. So gesehen sind wir mit unserem Portfolio mit qualitativ hochstehenden, modernen Objekten an besten Lagen bestens positioniert, um von dieser Entwicklung zu profitieren.

Welche Branchen treiben die Nachfrage?

Cecchini: Da wäre einmal, auch nach der Konsolidierung im Bankensektor, die Finanzbranche zu nennen. Es kommen aber auch immer wieder neue Ak-



Rue de la Confédération 2 in Genf: Eine der vielen Perlen im Portfolio von PSP Swiss Property.

teure hinzu, die Büroflächen benötigen, vom Technologie- und dem Dienstleistungssektor über Anwaltskanzleien, Ausbildung und Gesundheit bis zur Lifestyle-Branche mit Wellnessangeboten und Schönheitskliniken.

Wie sieht es bei den Detailhandelsflächen aus?

Cecchini: Wir fokussieren uns auch hier seit jeher auf erstklassige Innenstadtlagen. Hier braucht man sich um die Nachfrage wenig Sorgen zu machen: Diese Lagen waren schon immer begehrt und die Mieter sind bereit, gute Mieten zu bezahlen. Wenn ein Luxusbrand an der Bahnhofstrasse in Zürich oder an der Rue du Rhône in Genf präsent ist, «muss» die Konkurrenz fast automatisch auch mitziehen. Wir haben im Highstreet- und Luxusmarkt jedenfalls keine nennenswerten Leerstände. Erst letzten Dezember haben wir zwei grössere, langfristige Mietverträge unterzeichnet, die einmal mehr zeigen, dass unsere Strategie, auf qualitativ hochstehende Objekte an Top-Lagen zu setzen, aufgeht.

Sie haben angekündigt, dass Sie das Bürogebäude Löwenbräu Red in Zürich in ein Hotel umwandeln wollen. Wieso haben Sie sich zu dieser Umnutzung entschieden?

Cecchini: Vorab vielleicht ein paar Worte zu diesem Hotel: Die deutsche Hotel-Gruppe Althoff hat unter dem Namen «Urban Loft» ein neues Hotel-Konzept entwickelt, das sich in Köln und Berlin bereits etabliert hat. Mit dem Hotel in Zürich fasst die Gruppe nun auch in der Schweiz Fuss. Das Urban Loft versteht sich als integrativer Bestandteil des urbanen Umfelds und will ein Treffpunkt für Gäste und Einheimische werden. Das Hotel wird somit unserem Anspruch gerecht, dass wir mit unseren Umbauten und Umnutzungen immer auch die unmittelbare Nachbarschaft bereichern und aufwerten wollen.

Aber zurück zu Ihrer Frage: Nachdem der Mieter im Löwenbräu Red ausgezogen ist, haben wir festgestellt, dass sich das Gebäude aufgrund seiner Mikrolage und der Marktentwicklung nicht mehr optimal für eine grossflächige Büronutzung eignet. Wir haben darauf-

hin diverse Optionen geprüft und uns für die Hotelnutzung entschieden. Die Um- und Ausbauarbeiten werden rund zwei Jahre dauern, die Eröffnung des Urban Loft ist somit für 2028 geplant.

Man kann sich vorstellen, dass die Umnutzung von Büroflächen in ein Hotel mit hohen Kosten verbunden ist – man muss Badezimmer und Toiletten einbauen, eine Reception einrichten und vieles mehr. Und dann gilt es, je nach Objekt, auch noch Vorgaben des Denkmalschutzes einzuhalten. Lohnt sich das?

Cecchini: Initial müssen wir natürlich entsprechende Investitionen tätigen. Langfristig zahlen sich die Umbauten aber aus, da wir attraktive Neumieten erzielen können. Das heisst, dass wir einen Best-use-Ansatz für unsere Liegenschaften verfolgen, Opportunitäten nutzen und Umnutzungen je nach Nachfrage und Lage in Betracht ziehen. Zuerst müssen wir aber in jedem Fall einen Hotelbetreiber an Bord haben, der das Projekt mit uns gemeinsam realisieren will. Letztlich wollen wir mit jedem einzelnen Projekt einen Mehrwert erzielen.

Können Sie uns etwas zu Ihrer Bilanzstruktur sagen?

Cecchini: Wir haben eine robuste, konservative Bilanzstruktur. Insbesondere haben wir eine starke Eigenkapitalbasis. Der Loan-to-Value liegt knapp über 30%. Moody's bestätigt uns ein Single-A-Rating mit stabilem Ausblick. Per Ende Q1 2026 hatten wir ein Eigenkapital von 5,7 Mrd. Franken, entsprechend einer Eigenkapitalquote von 54,9%. Zudem verfügten wir über ungenutzte zugesicherte Kreditlinien in der Höhe von 915 Mio. Franken. Wir sind also, sollten sich Kaufopportunitäten ergeben, jederzeit vorbereitet.

Sie treten allerdings eher selten als Käufer auf dem Transaktionsmarkt auf. Wieso das?

Cecchini: Wir besitzen schweizweit 148 Anlageliegenschaften und 11 Entwicklungsliegenschaften. Das ist ein grosses Portfolio. Aber unser Ziel ist nicht prioritär Quantität, sondern Qualität – Qualität der Liegenschaften, Qualität der Standorte und Qualität der Erträge. Grundsätzlich sehen wir alle relevanten Objekte, die auf den Markt kommen und prüfen diese entsprechend. Oft kommen wir zum Schluss, dass die angebotenen Liegenschaften zu teuer sind oder kein Upside bieten. Wenn wir kaufen, wollen wir eine Ver-

wässerung der bestehenden Portfoliorendite möglichst vermeiden, die aktuell bei rund 3% liegt. Das macht es mit Blick auf das, was derzeit an Toplagen angeboten wird – teils zu netto 2% oder gar darunter –, schwierig zuzukaufen. Wir stehen mit unserer Portfoliogrösse nicht unter Anlagedruck. Wenn sich eine gute Gelegenheit ergibt, packen wir sie, sonst lassen wir es sein.

Wie generieren Sie Wachstum, wenn nicht durch Zukäufe?

Cecchini: Wir wachsen organisch, indem wir Bestandesliegenschaften sanieren, umnutzen, neu positionieren und neu vermieten. Das funktioniert gut und hat sich über die Jahre bestens bewährt. Wir verfügen aktuell, wie erwähnt, über 11 Entwicklungsliegenschaften – darunter mehrere prominente Umnutzungs- und Sanierungsprojekte in Zürich, Basel und Bern –, die in den kommenden Jahren sukzessive an den Markt kommen und unser Ertragspotenzial steigern werden.

Wollen Sie nicht in andere Geschäftsfelder oder ins Ausland expandieren?

Cecchini: Nein. Wir sind in jeder Beziehung ein «Pure Play» für die Anleger. Wer bei uns investiert, weiss, dass er sich an einem Unternehmen beteiligt, das in einem präzise umrissenen Markt-

segment tätig ist, das es bestens kennt: hochwertige Büroräumlichkeiten und Geschäftsflächen an besten Lagen, ausschliesslich in der Schweiz.

Wie geht es auf dem Immobilienmarkt 2026 weiter?

Cecchini: Für den Schweizer Immobilienmarkt, insbesondere unser Hauptmarktsegment, bleiben wir, allen internationalen Verwerfungen zum Trotz, positiv gestimmt. Der Vermietungsmarkt in diesem Segment floriert, die Nachfrage nach hochwertigen Flächen an zentralen Lagen dürfte deshalb stabil bleiben. Die hohe Nachfrage von Investorenseite stützt den Transaktionsmarkt. Für PSP Swiss Property bleibt das Angebot an Liegenschaften, die unseren strategischen Anforderungen entsprechen, allerdings begrenzt.

Wie positionieren Sie sich in diesem Umfeld?

Cecchini: Wir lassen uns auf keine Experimente ein, sondern bleiben unserer seit über 25 Jahren bewährten Strategie treu. Das heisst, dass wir nicht in Aktivismus verfallen und keine unkalkulierbaren Risiken eingehen. Demzufolge werden wir auch weiterhin nur selektiv am Markt auftreten und uns auf Opportunitäten mit mittel- bis langfristigem Wertsteigerungspotenzial konzentrieren. Unser Fokus liegt unverändert auf organischem Wachstum und Objektoptimierungen, Qualität an zentralen Lagen und attraktiven, gut vermietbaren Liegenschaften. Dank unserer starken Stellung in den führenden Schweizer Wirtschaftszentren sehen wir uns gut gerüstet, auch 2026 ein solides Ergebnis zu erzielen und unsere konsistente, aktionärsfreundliche Dividendenpolitik fortzuführen.

vasco.cecchini@psp.info
www.psp.info

PSP Swiss Property

PSP Swiss Property ist eine der führenden Immobiliengesellschaften der Schweiz. Das Unternehmen besitzt Büro- und Geschäftshäuser im Wert von rund 10 Mrd. Franken. Die Liegenschaften befinden sich in den wichtigsten Schweizer Städten, vorab Zürich, Genf, Basel, Bern und Lausanne. Die hervorragende Lage und hohe Qualität der Liegenschaften prägen die Anlagestrategie der Gesellschaft. Dank einer konservativen Finanzierungspolitik und einer daraus resultierenden hohen Eigenkapitalquote von über 50% verfügt PSP Swiss Property über eine ausgesprochen solide Bilanz. Die PSP Swiss Property Aktie ist seit dem Initial Public Offering (IPO) des Unternehmens im März 2000 an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange kotiert (PSPN).