

Medienmitteilung

IMMOClassic 2006

Die Unternehmen KWC AG, Richner Bäder und Plättli, Schenker Storen AG, Schlagenhauf und die St. Galler Kantonalbank führten am 16. Mai 2006 den vierten IMMOClassic im Panorama Resort & Spa, Feusisberg durch. Die Organisatoren haben zum Ziel, ihren Gästen aus der Immobilien-, Bau- und Baunebenbranche eine aussergewöhnliche Kommunikationsplattform zu bieten und damit einen zukunftsorientierten Beitrag für ihre Branche zu leisten.

Die Anlassorganisatoren, eine Kooperation von Unternehmen aus der Baubranche und der St. Galler Kantonalbank, realisieren mit IMMOClassic eine neue Anlassform für den Bau- und Immobiliensektor. Das Ziel der Organisatoren ist, Personen des Bau- und Baunebengewerbe, Investoren, Architekten, Generalunternehmer, Immobilien-Verwaltungen, Personen der Öffentlichkeit sowie der Presse einen Anlass zu bieten, um sich mit Fragen und Themen rund um die Bau- und Immobilienbranche auseinanderzusetzen. Im Zentrum stehen Informationen, Begegnungen und der gegenseitige Gedankenaustausch.

IMMOClassic umfasst einen Informations- und einen Begegnungsteil. Der Anlass findet einmal jährlich, an einem Wochentag zwischen 11 Uhr und 14 Uhr statt. Für den Informationsteil werden Persönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft eingeladen, um über Themen aus den genannten Bereichen zu referieren. Der Anlass wird mit einem gemeinsamen Mittagessen abgerundet.

Die Organisatoren sind überzeugt, mit dieser Art von Anlass eine aussergewöhnliche Kommunikationsplattform für interessierte Teilnehmer zu bieten und damit einen zukunftsorientierten Beitrag für ihre Branche zu leisten.

IMMOClassic 2006 – Europa und die Auswirkungen auf die Immobilienbranche in der Region Zürichsee

Der diesjährige IMMOClassic befasst sich mit dem Thema „**Europa und die Auswirkungen auf die Immobilienbranche in der Region Zürichsee**“. Im Rahmen einer Podiumsdiskussion, moderiert von Markus Gisler, versuchen interessante Persönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft zu diesen Themen Antworten zu finden und Wege aufzuzeigen.

Teilnehmer des Podiumsgesprächs

- **This Jenny**, Unternehmer, eidg. dipl. Baumeister und Ständerat Kanton Glarus
- **Claude A. Ginesta**, eidg. dipl. Immobilientreuhänder und Betriebsökonom FH, in leitender Stellung tätig bei Ginesta Immobilien, Küsnacht
- **Dr. Peter R. Burkhalter**, Rechtsanwalt, Hodler & Emmenegger, Zürich

Fazit des Podiumsgesprächs

Der Wirtschaftsaufschwung ist spürbar, die Baubranche boomt, auch in der Region Zürichsee. Die Nachfrage nach Wohneigentum ist gross. Da sind sich die Podiumsteilnehmer des 4. IMMOClassic vom 16. Mai 2005, an dem über 100 Gäste aus Wirtschaft und Politik aus der Region Zürichsee teilnahmen, einig. Die Frage ob finanzkräftige ausländische Investoren diesen Bauboom beeinflussen, konnte so nicht bestätigt werden. Laut Claude A. Ginesta sorgen Einzelfälle zwar für Schlagzeilen, fallen aber nicht ins Gewicht. Er verweist auf eigene Datenerhebungen: 75 Prozent der Käufer von Luxusobjekten in der Region Zürichsee seien Schweizer Bürger, 19 Prozent stammen aus dem Europäischen Raum, 6 Prozent aus dem restlichen Ausland. This Jenny, Glarner Bauunternehmer, bezeichnet die knappen Landreserven am linken und am rechten Zürichseeufer als Preis treibend. Was unter anderem eine positive Auswirkung auf Regionen Richtung Glarnerland zur Folge habe ergänzt Jenny. Interessanterweise sind es in der Region Zürichsee die Luxusobjekte, welche sich am besten verkaufen. Freistehende Einfamilienhäuser und Eigentumswohnungen sind im Trend. Hingegen ist der Verkauf von Dach- und Maisonettewohnungen ohne Lift oft nur mit Preisverlusten zu verbuchen. Eine begünstigende Tatsache für ausländische Investoren dürften attraktive Steuerabkommen sein. In der Regel suche der ausländische Investor in einem ersten Schritt nach einem attraktiven Objekt. In einem zweiten Schritt werden die rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen geklärt. Je attraktiver sich die Rahmenbedingungen gestalten umso mehr rücke der Liegenschaftspreis in den Hintergrund. Mitunter ein Grund, weshalb in der Folge gewisse Objekte teilweise auch überzahlt werden. Steuerabkommen stellen einen wichtigen Standortvorteil dar, vermerkt Rechtsanwalt Peter Burkhalter. Nicht nur die Steuern, auch gut ausgebaute Infrastrukturen ziehen Interessenten an, Ausländer wie auch Schweizer. Die Tendenz, dass sich der Wettbewerb unter den Kantonen verschärfen wird, zeichnet sich klar ab. Ein Wegfall der Lex Koller sei prinzipiell zu begrüßen, letztendlich gilt es aber, individuelle regionale Strategien zu prüfen.

Weitere Informationen erteilen

<p>KWC AG Urs Schaffner, Verkaufsleiter Schweiz Hauptstrasse 57 5726 Unterkulm Tel. 062 768 68 68 www.kwc.ch</p>	<p>Schenker Storen AG Uznach Martin Bader, Geschäftsführer Twirrenstrasse 6 8733 Eschenbach Tel. 055 285 85 90 www.storen.ch</p>
<p>Schlagenhauf Rolf Schlagenhauf, Geschäftsführer Seestrasse 1013 8706 Meilen Tel. 01 924 20 20 www.schlagenhauf.ch</p>	<p>Richner Bäder und Plättli Thomas Wunderli, Regionenleiter Eichwiesstrasse 2 8640 Rapperswil/Jona Tel. 055 221 11 11 www.richner.ch</p>
<p>St. Galler Kantonalbank Marcel Zweifel, Niederlassungsleiter Bahnhofplatz 8640 Rapperswil/Jona Tel. 055 222 74 01 www.sgkb.ch</p>	<p><i>core Agentur für Kommunikation</i> <i>Corinne Wedekind-Rüetschi</i> <i>Rigiweg 6</i> <i>5614 Sarmenstorf</i> <i>Tel. 056 667 07 35</i> <i>www.core-pr.ch</i></p>

KWC AG, Unterkulm

KWC AG, gegründet 1874, ist einer der führenden Schweizer Hersteller für Bad- und Küchenarmaturen. Das Unternehmen verfügt über Tochtergesellschaften in Deutschland, Italien und den USA und beliefert insgesamt 50 Länder mit ihren Produkten. KWC AG bietet eine grosse Auswahl an sowohl qualitativ hoch stehenden und den neusten Technologien entsprechenden als auch designorientierten Sanitärarmaturen für Bad und Küche im privaten Bereich, für gewerbliche Küchen, Hotels, öffentliche Gebäude, Spitäler und Heime.

Richner Bäder und Plättli, Rapperswil/Jona

Richner Bäder und Plättli ist ein eigenständiges, schweizerisches Bauhandelsunternehmen, spezialisiert auf den Grosshandel mit Baukeramik und Sanitärartikel. Das Unternehmen ist der in Irland domizilierten Division CRH Products + Distribution Europe angegliedert. Richner Bäder und Plättli verfügt heute in der deutschen Schweiz sowohl über Profi-Shops wie auch Ausstellungen im Bäder- und Plättlibereich. Das Unternehmen beschäftigt rund 440 Mitarbeitende an 17 Standorten.

Schenker Storen AG, Schönenwerd

Schenker Storen AG, gegründet 1881, ist der führende Storenhersteller in der Schweiz. Das Unternehmen verfügt über Produktionsstätten in Schönenwerd und in Frankreich sowie über rund 40 Kundengesellschaften und Servicestellen in der ganzen Schweiz. Das umfassende Sortiment von Schenker Storen im Sonnen- und Wetterschutz beinhaltet unter anderem Lamellenstoren, Rollläden, Fensterladen, Sonnenstoren und Indoorstoren. Fundierte Beratungen und Serviceleistungen runden das umfangreiche Produktangebot ab. Schenker Storen beschäftigt rund 500 Mitarbeitende.

Schlagenhauf, Meilen

Schlagenhauf ist ein führendes Unternehmen für Malen, Gipsen, Isolieren, Fassadenbau und weitere Spezialgebiete. Das Familienunternehmen, 1934 gegründet, ist in den Kantonen Zürich, Zug und St. Gallen präsent und lebt die Nähe zu ihren Kunden. Schlagenhauf bietet gesamtheitliche Angebote aus einer Hand und garantiert spezialisierte Beratungen und koordinierte Umsetzungen bei Renovations-, Um- und Neubauten.

St. Galler Kantonalbank, Rapperswil/Jona

Die 1868 eröffnete, damalige St.Gallische Kantonalbank, wurde im Jahr 2000 in eine Aktiengesellschaft umgewandelt und in St. Galler Kantonalbank umbenannt. Seit 2001 werden die Aktien an der Börse gehandelt. Die heutige St. Galler Kantonalbank verfügt über 38 Niederlassungen innerhalb des Kantons St. Gallen und in Herisau im Kanton Appenzell Ausserrhoden. Mit vielen kleineren und mittleren Unternehmen werden langjährige Beziehungen über Generationen gepflegt. Die St. Galler Kantonalbank verfügt im Kanton St. Gallen über die Marktführerschaft im Bereich Privat- und Geschäftskunden (PGK) und beschäftigt rund 1000 Mitarbeitende.