

Schlieren, 21.9.2021

## **Zusammenführung der wichtigsten digitalen Marktplätze im Immobilienbereich: Stellungnahme vom Verein Branch Do Tank zur Ankündigung eines Joint Ventures von TX Group, Ringier, Die Mobiliar und dem Private Equity Unternehmen General Atlantic**

**Abstract:** TX Group, Ringier und Die Mobiliar planen mit Unterstützung des US-amerikanischen Private Equity Unternehmens General Atlantic ein Joint Venture (JV), in welches sie einen Grossteil ihrer digitalen Marktplätze einbringen. Unter anderem führt dies dazu, dass zahlreiche Immobilienmarktplätze - wie Homegate und Immoscout24 - zukünftig unter einem Dach agieren. Der Verein Branch Do Tank, eine unabhängige Nonprofitorganisation führender Unternehmungen und Fachkräfte der Bau- und Immobilienindustrie, der für eine integrierte Immobilienwelt und offene Ökosysteme nach marktwirtschaftlichen Prinzipien steht, untersucht in dieser Stellungnahme datenbasiert die direkten und indirekten möglichen Auswirkungen auf Endkunden, Immobilienwirtschaft und verwandte Branchen. Gemäss den konservativen Erhebungen des Vereins würde das neue Unternehmen und sein Umfeld mehr als 82% des Immobiliensuchvolumens für Miet- und Eigenheim-Interessenten vereinen und damit die Immobiliensuche in der Schweiz beherrschen. Bei einer genaueren Betrachtung zeigen sich aber noch weitere Risiken einer umfassenden Dominanz anderer immobilienwirtschaftlicher Daten und Prozesse aus dem Umfeld der JV-Gründer. Der Verein kommt daher zum Schluss, dass aus dieser Konzentration Mietern, Stockwerksei-

**gentum- und Einfamilienhausbesitzern, aber auch grösseren Immobilieneigentümern, -vermarktern, -maklern und -bewirtschaftern und ihrer wichtigen Partner aus dem Banken- und Versicherungsumfeld grundsätzliche Risiken einer verminderten Wettbewerbsfähigkeit, Marktzugangsbeschränkungen und eines Abschöpfens von Monopolrenten erwachsen können. Er fordert die Joint Venture Gründer zum Dialog auf. Gleichzeitig ist die Bau- und Immobilienwirtschaft mit ihren Partnern aus der Finanzwirtschaft gefordert, über ihre Positionen bezüglich offener Ökosysteme und über alternative Ansätze zu sprechen. Der Verein Branch Do Tank erläutert die Gründe dafür in dieser Stellungnahme entlang von acht Fragen.**

**Am 31. August 2021 haben TX Group, Ringier, Die Mobiliar und General Atlantic bekannt gegeben, dass sie ein Joint Venture (JV) im Bereich der digitalen Marktplätze planen. In dieses Joint Venture bringen die Unternehmen die Immobilienmarktplätze homegate, immostreet, home.ch, acheter-louer.ch, und immoscout24 ein. Unter dem Dach des geplanten Unternehmens findet sich auch die Vermarktungssoftware casasoftware. Ferner sollen die Kleinanzeigenmärkte tutti und anibis, in welchen die Wohnungs- und Eigenheimsuche ebenfalls je zentrale Kategorien sind, in das Joint Venture eingebracht werden.**

**Der Verein Branch Do Tank, in welchem knapp 300 führende Unternehmungen und Fachkräfte aus der Immobilien-, Bau- und Finanzwirtschaft organisiert sind, ist eine Nonprofitorganisation und steht für offene Kooperation über unterschiedlichste Teilnehmer über den ganzen Wertschöpfungszyklus der Bau- und Immobilienwirtschaft. Er ist ein Verfechter einer offenen Marktwirtschaft mit Mechanismen, die den Wettbewerb hochhalten, und erarbeitet dafür unter anderem die technischen Grundlagen für die Zusammenarbeit in offenen Ökosystemen für die Immobilienwirtschaft.**

**Die angekündigte Konzentration in der Immobiliensuche ist aus Sicht des Vereins untersuchungswürdig und muss in der Immobilienwirtschaft und der Finanzbranche diskutiert werden. Darum analysieren wir in dieser Stellungnahme das aktuelle Geschehen. Wir untersuchen das Konzentrationspotenzial auf Basis von Daten, die strategischen Absichten der Beteiligten JV-Gründer und die langfristigen Konsequenzen und Risiken für andere Marktteilnehmer, insbesondere Endkunden, Immobilienwirtschaft und Finanzdienstleistungsunternehmen.**

## 1. Konzentration der Immobiliensuche: wird der Markt der Immobiliensuche zukünftig von einem Unternehmen beherrscht werden?

Zur Frage, welche Marktmacht das angekündigte Joint Venture haben wird, werden zuerst die monatlichen Seitenaufrufe (monthly page views) pro Immobilien-Plattform betrachtet.

Quelle dafür ist searchmetrics.com; die Daten beziehen sich auf den Zeitraum Januar-Juni 2021.

Zu beachten ist, dass neben den in das Joint Venture eingebrachten Plattformen noch weitere Immobiliensuchplattformen oder Plattformen mit Suchfunktionen im Besitze der dahinterstehenden Konzerne sind. Diese werden in der Betrachtung auch aufgenommen.

Zum Vergleich werden die einzigen noch verbleibenden relevanten Plattformen newhome und immobilier dem Konglomerat gegenübergestellt. Unsere Erhebungen ergaben die nachfolgenden Resultate:

Plattform	Aktueller Besitzer	Zukünftiger Besitzer	Page Views per Month	Konsolidierung
Homegate	TX Group	Joint Venture	5'240'000	Total 13'775'000 monthly page views = 82.5%
Immoscout24	Scout24 Gruppe	Joint Venture	5'310'000	
Acheter-Louer	TX Group	Joint Venture	336'000	
Immostreet	TX Group	Joint Venture	211'000	
iCasa (Portal von casa-soft)	Scout24 Gruppe	Joint Venture	1'467'000	
home.ch	TX Group	Joint Venture	81'000	

tutti	TX Group	Joint Venture	keine Zahlen verfügbar	Total 2'949'000 monthly page views = 17.5%
anibis	Scout24 Gruppe	Joint Venture	keine Zahlen verfügbar	
flatfox	Mobiliar	Mobiliar	1'130'000	
Immobilier	unabhängig	unabhängig	839'000	
newhome	unabhängig	unabhängig	2'110'000	

Diese Darstellung zeigt, dass das angekündigte Joint Venture zu einer Konzentration von rund 82.5% des Suchvolumens im Immobilienbereich bei den neuen Eigentümern führen wird. Die beiden Plattformen anibis und tutti sind dabei nicht mitgezählt, weil keine Page View Daten auf der Subkategorie Immobilien öffentlich verfügbar sind.

Nimmt man die Referenzwerte aus anderen Verfahren der Wettbewerbskommission Weko, muss von einer künftigen marktbeherrschenden Stellung in diesem wichtigen Teilprozess der Immobilienwirtschaft ausgegangen werden.

## 2. Werden andere Anbieter noch eine Chance haben, konkurrenzierende Immobiliensuchplattformen kosteneffizient zu vermarkten?

Marktanteile auf Plattformen sind nicht nur eine Frage der Qualität der Marktleistung, sie werden in einem erheblichen Ausmass auch erkaufte: Visibilität wird in einer digitalen Welt durch Suchbegriffe erzielt und Suchbegriffe werden beworben. Wenn die Suchbegriffe gemeinsam beworben oder effizienter eingesetzt werden können, haben die zusammen verbundenen Unternehmen einen grossen Vorteil im Generieren von neuen Visitors und Leads.

Um das anhand von öffentlich zugänglichen Daten zu verdeutlichen: Heute verteilt sich gemäss unseren Untersuchungen der Market Share an den 400 relevantesten Immobilien-Keyworts in Google wie folgt:

**Immoscout24: 12%**

**Homegate: 10%**

**Flatfox: 8%**

**Immostreet: 8%**

**Acheter-louer: 5%**

**icasa: 3%**

**Mobilier: 2%**

**Anibis/Tutti: je 1%**

**Comparis kommt auf 10% Keywords-Marktanteil in obiger Aufstellung, ist aber ein Metacrawler und leitet am Ende wieder auf die verbundenen Plattformen zurück. immobilier und newhome kommen je auf 5%. Der Rest verteilt sich auf zahlreiche kleine Anbieter, die keine Marktmacht darstellen können in Keywords. Die vereinten Plattformen haben also heute schon rund zehnmal so viel Visibilität wie die grössten der kleineren verbleibenden Plattformen es je für sich erreichen können.**

**Entscheidend bei Keywords ist, dass man unter den ersten Dreien landet: Nach einer Zusammenführung wird das den beteiligten Plattformen sehr viel einfacher gelingen. Beispielsweise reicht es, mit einer oder zwei Marken unter die Top 3 zu kommen, statt mit 9 darum zu kämpfen. Es gibt zahlreiche weitere Ansätze im Performance Marketing, wie Rankings mit entsprechender finanzieller und personeller Power erhöht werden können, wenn man erst einmal eine zumindest faktische Marktmacht erreicht hat. Die Konzentration in einem Unternehmen bedeutet darum automatisch mehr Visibilität bei weniger Kosten. Und das bedeutet umgekehrt, dass die verbleibenden kleinen Portale laufend verlieren werden, denn sie werden gegen eine noch ausgereifere Performance Marketing-Maschine ankämpfen und höhere Preise als bislang bezahlen müssen. Diese Effekte deuten darauf hin, dass es zu einem echten Monopol in der Immobiliensuche kommen könnte. Die Effekte entsprechen dem, was man in der Plattform-Ökonomie "The winner takes it all" nennt. Und dabei könnte die Immobiliensuche nur der Anfang sein, wie wir nachfolgend darlegen.**

### **3. Wer könnte von solchen "Winner takes it all"-Effekten betroffen sein?**

**Miete oder der Erwerb von Wohneigentum sind die mit Abstand grössten Ausgaben oder Investitionen von Privathaushalten. Die Ankündigung der Joint Venture Partner bedeutet: Die Suchprozesse zu diesen grossen Ausgaben und Investitionen werden in Zukunft vor allem durch digitale Plattformen aus einem Haus oder Aktio-**

närskreis orchestriert werden. Dasselbe gilt auch für das Gewerbe bezüglich Gewerbeliegenschaften. Das angekündigte Joint Venture betrifft daher im Kern alle Einwohnerinnen und Einwohner und alle Unternehmen in der Schweiz in ihren Rollen als suchende Mieterinnen, Mieter oder als Kaufinteressenten und –besitzer von Immobilien.

Es betrifft damit aber in einer weitergehenden Betrachtung potenziell auch die gesamte Bandbreite an spezialisierten Unternehmen in der Bau- und Immobilienwirtschaft und in verwandten Branchen, namentlich:

- die rund 80 grossen institutionellen, sowie hunderte mittelgrosse Immobilienbesitzer und Asset Manager (wie Allianz, Allreal, AXA, Baloise, BVK, Credit Suisse, Fundamenta, Helvetia, HIAG, Patrimonium, Pensimo, PSP, Swisslife, Swiss Prime Site, UBS, Vaudoise, Zurich ...), über 1000 Pensionskassen und über 1200 Wohnbaugenossenschaften,
- über 280 mittlere und grössere Bauherren und Ersteller von Miet-, Stockwerkeigentums- und Genossenschaftswohnungen (wie Halter, Implenla, Losinger Marazzi, M3, mettmollerinvest, Mobimo...),
- Circa 2000 Makler- und Vermarktungsfirmen (wie Engels & Völkers, Ginesta, Remax, Tend, Walde und Partner und zahlreiche kleinere),
- Rund 3000 Bewirtschaftungsunternehmen (wie Adimmo, Apleona, CSL, Livit, Intercity, Niederer, Regimo, VivaReal, Vebego, Wincasa und zahlreiche kleinere),
- über 300 schweizerische Proptech-Unternehmen (wie Allthings, emonitor, fairwalter, Huperty, Jarowa, placeB, smino, thesmarterplace, etc.),
- Dutzende andere etablierte Immobiliensoftware-Unternehmen und ihre Implementierungspartner (wie Aandarta, Abacus / abaimmo oder W&W),
- rund 250 Banken und Finanzdienstleister mit Hypothekengeschäft (alle Kantonalbanken, Regionalbanken wie Hypo Lenzburg, Grossbanken, wie die oben genannten, Finanzdienstleister wie avobis, key4 oder moneypark) und rund 140 Schaden- und Lebensversicherer mit Sach-/und teilweise Hypothekengeschäft, die sowohl im Kerngeschäft als auch als Asset Manager betroffen sind,
- Schliesslich sind auch die Zulieferer der Bau- und Immobilienindustrie, beispielsweise zehntausende von Handwerkerunternehmen oder Gerätehersteller, potenziell mittelfristig betroffen.

In der Folge wird entlang weiterer Fragestellungen aufgezeigt, warum all diese Parteien langfristig mit Konsequenzen für ihre Pläne aus den Aktivitäten der JV-Gründer konfrontiert sein könnten.

#### **4. Geht es nur um die Immobilienbranche - oder ist das Spielfeld grösser?**

Um die potenzielle Tragweite dieser Ankündigung zu erfassen, ist ein Blick auf das Geschehen in den vergangenen Jahren im Umfeld der Joint Venture Gründer notwendig.

Ringier und Mobiliar sind seit fünf Jahren über eine strategische Kooperation zur Plattform-Ökonomie miteinander verbunden, im Rahmen derer die Mobiliar zunächst 50% an der Scout24 Schweiz AG übernommen und sich in der Folge im Jahr 2020 auch noch mit 25% an Ringier selber beteiligt hat. Zwei Vertreter der Mobiliar sitzen im Verwaltungsrat von Ringier, eine Vertreterin der Mobiliar und von Ringier sind für den Verwaltungsrat des geplanten Joint Ventures vorgesehen. Mitunter vereinen Mobiliar und Ringier 59% des Kapitals und 50% der Stimmrechte im neu geplanten Unternehmen, sofern die kommunizierten Pläne so umgesetzt werden.

Die Ankündigung ist darüber hinaus auch vor dem Hintergrund einer Serie von Akquisitionen, Beteiligungen und Gründungen der Mobiliar im Immobilienumfeld seit 2019 zu sehen. Dazu gehören Flatfox, aroov, Garaio REM, und buildigo. Ebenfalls dazu zu zählen ist die neue Plattform liiva aus der Partnerschaft der Mobiliar mit Raiffeisen, die sich an private Eigentümer richtet.

Die mehr oder weniger offen deklarierte Intention der Mobiliar ist es, alle wesentlichen Touchpoints an der Mieter-/Eigentümer-Journey direkt zu besetzen. Das wird es grundsätzlich in Zukunft einfacher machen, Versicherungsprodukte, Hypothekenprodukte oder Kautionslösungen aus dem eigenen Haus - von Tochterunternehmen oder strategischen Partnern - direkt mitzuverkaufen, mindestens aber die Daten und die Leads an der Quelle generieren zu können.

Es geht also vor diesem Hintergrund unseres Erachtens nicht nur um die Immobiliensuche. Es konvergieren auf der Prozessseite auch die Immobilien- und Finanz-Ökosysteme. Im Fokus sind folglich auch riesige Finanzmärkte mit wachsenden digitalen Zuwachsraten: Der Schweizer Hypothekenmarkt schlägt mit einem Volumen von über einer Billion Schweizer Franken (1'138 Mrd. CHF per Ende 2020) zu Buche. In der Sachversicherung beträgt das Prämienvolumen aktuell rund 30 Mrd. CHF in der Schweiz - wobei die Hausrat- / Haftpflichtversicherung als ein Einstiegsprodukt gilt und auch den Zugang zu Kunden für Lebensversicherungsprodukte eröffnet.

Versicherer und Banken wissen, dass in einer zunehmend digitalen Welt ihre Produkte immer mehr "embedded" - also in Prozessen anderer Industrien - verkauft werden: Sie haben das in der Automobil- und Reisebranche erlebt. Die Mobiliar in-

vestiert nach unseren Berechnungen einen mindestens mittleren dreistelligen Millionenbetrag, um ein sogenanntes “Mobiliar-Ökosystem” in einem Plattform-Ökonomie-Ansatz zu etablieren. So wurde es zumindest von Vertretern der o.g. Parteien auf mehreren Konferenzen und in Interviews in den vergangenen Jahren in Teilen skizziert. Die Mobiliar als Marktführerin in Sachversicherungen (rund 30% Marktanteil, mit ergänzenden rund 20% Marktanteil im Lebensversicherungsmarkt) wählt damit einen anderen Weg als andere Finanzhäuser: Sie platziert ihre Produkte nicht nur in den Prozessen anderer Industrien, sondern sie kauft sich in die Prozessanbieter anderer Industrien - in diesem Fall der Immobilienwirtschaft - ein; oder sie kauft sie direkt komplett auf.

Vor diesem Hintergrund ist das Spielfeld grösser: Es sind potenziell alle anderen immobilienwirtschaftlichen Prozesse betroffen und auch wesentliche Marktzugänge zu Endkunden für alle anderen Finanzdienstleister.

## **5. Welche Folgen könnten sich aus einer Dominanz der Suchprozesse für andere immobilienwirtschaftliche Prozesse ergeben?**

Die Besetzung der Suchprozesse im Immobilienumfeld ist aus dieser Perspektive ein weiterer Baustein im Rahmen einer möglichen grösseren, langfristigen Machtverschiebung. Diese hat sich schon in den vergangenen zwei Jahren angefangen abzuzeichnen, dürfte aber jetzt beschleunigt vonstattengehen: Die Unternehmen und Beteiligungen der Mobiliar im Immobilienumfeld haben in sich schon jeweils starke Positionen in den einzelnen Prozessschritten Bewerbermanagement, ERP, Handwerker-Management und Mietermanagement. Sie können dank der strategischen Nähe untereinander und der Zielstrebigkeit und Finanzkraft des Versicherers im Hintergrund eine sehr tiefe Integration erreichen.

Der digitale Suchprozess kann dabei nun tatsächlich potenziell spielfeldverändernd werden: er ist der Einstieg in die Customer Journey in der Immobilienindustrie. Wer ihn gut beherrscht, kann die nachfolgenden Prozesse relativ einfach nahtlos anhängen. Es könnte sich also unserer Auffassung nach am Horizont trotz formaler Trennung in einzelne Unternehmen und Marken einer Art Superplattform in der Immobilien- und Finanzwirtschaft aus Medien- und Technologieunternehmen in der Hand eines Finanzunternehmens abzeichnen, die nach dem Prinzip “Alles aus einer Hand” agiert.



## **6. Sind starke Player ein Problem für die Immobilienwirtschaft?**

**Der Verein Do Tank ist, wie eingangs erwähnt, ein Verfechter einer freien Marktwirtschaft. Es ist das Wesen einer solchen, dass die einzelnen Teilnehmer solche Strategien umsetzen können und so zu relativen Wettbewerbsvorteilen gelangen, die auch dienlich sind für die Immobilienwirtschaft.**

**Die Digitalisierung ist überdies ein Transformationsprozess, der revolutionär sein kann und der am Weg auch zu Konsolidierungen führt. Es ist daher sehr zu begrüßen, wenn bestehende oder neue Marktteilnehmer mit disruptiven Ansätzen Bewegung in den Markt bringen, allerdings unter der Bedingung, dass der Wettbewerb und die Innovationstätigkeit in der Immobilienbranche erhalten, das Abschöpfen von Monopolrenten verhindert und der Markt offen bleibt für zukünftige andere Teilnehmer.**

**Diese aus Wettbewerbssicht wichtigen Prinzipien sind aber nach Ansicht des Vereins aufgrund der "Winner takes it all"-Mechanismen in der aktuellen Situation nicht automatisch gegeben. Und damit besteht das Risiko, dass ein riesiger Nicht-Markt für alle Nachfrager und für alle anderen Anbieter entstehen kann - eine Situation, die man aus Deutschland kennt, in der ein dominanter Marktteilnehmer im wohnungswirtschaftlichen Software-Umfeld mit 70% Marktanteil eine derart hohe Marktmacht hat, dass er den Markt nach eigenen Vorstellungen prägen und den Wettbewerb behindern kann.**

**Fazit: Die Sicherstellung eines funktionierenden Wettbewerbs im digitalen Suchprozess ist nicht nur aus Sicht des Suchprozesses per se wichtig. Er sichert für die Immobilienwirtschaft auch automatisch kontinuierliche Innovations- und Verbesserungsinitiativen entlang der ganzen Mieter-/Eigentümer-Journey und über die ganze Wertschöpfungskette vom Bau bis in den Immobilienbetrieb.**

## **7. Welche konkreten Risiken für die verschiedenen Marktteilnehmer können sich mittel- bis langfristig ergeben?**

**Aus Sicht der Immobilienwirtschaft müssen wir darum festhalten: Der Zusammenschluss der wichtigsten Suchportale birgt grundsätzlich vor dem Hintergrund des oben Skizzierten nachfolgende Risiken für folgende Gruppen:**

- Endkonsumenten: suchende Mieterinnen, Mieter und Stockwerk- und EFH Besitzer müssten in einem Umfeld, in dem der Wettbewerb faktisch eliminiert ist,**

mit einer Reduktion der Innovationstätigkeit des neuen Anbieters rechnen, der gleichzeitig bei sinkenden Kosten seine Zusatzservices oder gar Basisprozesse nach Belieben bepreisen kann.

- **Immobilienwirtschaft:** Die schweizerische Immobilienwirtschaft riskiert, den Preis für die Wertsteigerung dieses neuen Unternehmens massgeblich zu bezahlen: durch höhere Insertionspreise, zusätzliche Bezahldienste und durch eine Reduktion der Angebotsvielfalt in Funktionen und Partnerangeboten. Gefährlich ist auch das Abrutschen der Daten aus der Immobilienwirtschaft an einen Digitalriesen, der diese für sich rentabilisieren könnte.
- **Startups:** PropTech, Contech, Fintech, und Martech Unternehmen müssen mit Marginalisierung beim Markteintritt und bei der Expansion rechnen, wenn sie einem dominanten Ökosystem nicht genehm sind. Auch der Wettbewerb der Käufer in einem Exit-Fall wird nicht mehr so spielen können, wie sich retrospektiv einfach an jüngsten Akquisitionsbeispielen in der schweizerischen PropTech-Szene zeigen lässt. Dies kann wiederum direkt den Investitionsappetit von Investoren in Startups in der Schweizer Immobilienwelt reduzieren.
- **Handwerker und Gewerbe:** die Bau- und Immobilienindustrie ist mit milliardenschweren Bestellungen ein sehr wichtiger Auftraggeber der schweizerischen Handwerker und des Gewerbes. Sollten mittelfristig Aufträge und Ersatzbestellungen im operativen Betrieb vor allem durch eine einzige Superplattform koordiniert werden, könnte die Verhandlungsmacht und Dominanz auch in diesem nachgelagerten Prozess derart hoch werden, dass potenziell Einkaufspreise diktiert werden können.
- **Finanzwirtschaft:** Banken, Versicherungen und andere Finanzdienstleister in der Schweiz können bei einer so hohen Konzentration des digitalen Suchvolumens in den Händen des Joint Ventures und seiner Gründer mehr und mehr Schwierigkeiten kriegen, die natürlichen digitalen Leads aus dem Suchprozess für ihre Hausrats-, Kautions- und Hypothekenprodukte zu erhalten - oder: sie finden sich in der Situation wieder, dass sie diese allenfalls nur noch teuer erkaufen können.

**In Summe hat diese Ankündigung auf einen mittel- bis längerfristigen Zeitraum auf Schweizer Konsumenten und wichtige Branchen der Schweizerischen Wirtschaft potenziell also grosse Bedeutung.**

**Wir betonen dabei: Potenziell. Diese Effekte und Risiken können in einer Plattformökonomie-Logik eintreten – sie müssen nicht zwangsläufig eintreten. Die Joint Venture Gründer haben bezüglich wettbewerblicher Risiken bisher kommuniziert,**

**dass die Wettbewerbskommission Weko nach ihren Abklärungen den Zusammenschluss nicht aktiv untersucht, weil er unter der Umsatzgrenze liegt, unter der die Weko aktiv wird.**

**Die Umsatzgrenze, ist dabei aus Sicht des Vereins Branch Do Tank aber nicht die einzige Beurteilungsdimension zur Eruiierung einer zementierenden, möglichen marktbeherrschenden Stellung in der digitalen Welt. Denn die Folgeeffekte aus der umfassenden Kontrolle eines zentralen Eingangs-Touchpoints können sich in der digitalen Welt exorbitant viel grösser auswirken als der Umsatz, der an diesem einen Touchpoint direkt realisiert werden kann.**

**Darum ist aus Sicht des Vereins Branch Do Tank eine breite Diskussion notwendig. Wir fordern entsprechend die Joint Venture Gründer zum Dialog mit der Immobilienwirtschaft und anderen potenziell betroffenen Parteien auf, um über die möglichen Risiken zu sprechen. Wir planen dazu unter anderem auch aus dem Verein heraus und in Kooperation mit anderen Organisationen passende Diskussionsformate zur Verfügung zu stellen.**

## **8. Wie sieht der Handlungsspielraum der Immobilienwirtschaft aus?**

**Die Ankündigung des Joint Ventures sollte aber auch ein Weckruf für die Bau- und Immobilienwirtschaft selbst sein. Die ausserordentlich fragmentierte Bau- und Immobilienwirtschaft ist schon bei einigen Versuchen gescheitert, sich auf eigene, gemeinsame Lösungen und Standards im digitalen Umfeld zu einigen. Industrielösungen, wie es REM einmal eine war, werden nicht weiterentwickelt, die Nachfolgelösung ist ebenfalls Teil des Mobiliar-Ökosystems geworden.**

**Der Dialog tut darum auch Not innerhalb der Immobilienwirtschaft: Wird sie die Ausgestaltung der Kernprozesse und Touchpoints sowie den Umgang mit Daten dem Zufall bzw. denjenigen Marktteilnehmern überlassen, die als erste eigene dominante Geschäftsmodelle realisieren? Will sie sicherstellen, dass die Innovationsfähigkeit, der Marktzugang und die Produktivität durch solche Ankündigungen gesamthaft gestärkt werden oder nimmt sie das Gegenteil in Kauf?**

**Die Chancen zu handeln sind gegeben, denn es gibt mittlerweile verschiedene Ansätze, wie man Monopolisierungstendenzen und Datenrentabilisierungsstrategien dominanter Anbieter egal welcher Herkunft entgegenreten kann: Andere Wirtschaftszweige wie die Automobilbranche zeigen beispielsweise, wie Modelle zur Verhinderung der Abwanderung der Prozess- und Datenhoheit an grosse**

**Plattform-Anbieter aussehen. OpenAPI Ansätze sind ein anderes Beispiel, wie man die Abhängigkeit von einzelnen Anbietern reduzieren kann, um nur zwei Beispiele möglicher Reaktionen zu nennen.**

**Der Verein Branch Do Tank fordert aber auch interessierte Parteien und Personen aus der Bau- und Immobilienwirtschaft oder Finanzwirtschaft - unabhängig ob Mitglied im Verein oder nicht - auf, sich direkt bei den drei Co-Präsidenten, Markus Mettler, Dani Ménard oder Peter Pfiffner zu melden, um ihre Sicht auf obige Entwicklungen zu teilen. Ansprechbar ist auch das Vorstandsmitglied Stefan Zanetti, der die Arbeitsgruppe Operations und die openAPI Initiative des Vereins leitet. Alle sind direkt oder über die E-Mail-Adresse [info@thebranch.ch](mailto:info@thebranch.ch) erreichbar. Die Vorstandsmitglieder werden die Feedbacks konsolidieren, mögliche Antworten aus der Immobilienwirtschaft zusammentragen, sich mit Interessenten in der Folge über mögliche nächste Schritte abstimmen und soweit erwünscht diese auch im Austausch mit anderen Vereinigungen in der Immobilienwirtschaft koordinieren.**

## **Branch Do Tank**

**Für neue Prozesse in der Bau- und Immobilienindustrie: Der Verein Branch Do Tank ist Impulsgeber für die Transformation der Bau- und Immobilienindustrie. Er konzentriert sich auf die praktische Anwendung und Umsetzung neuer Erkenntnisse im Hinblick auf die horizontale und vertikale Integration der ganzen Wertschöpfungskette im Immobilien-Lebenszyklus. Er ist ein unabhängiges Non-Profit Organ von führenden Kräften der Schweizerischen Immobilien und Finanzwirtschaft und positioniert sich klar gegen alle Tendenzen, marktbeherrschende Stellungen oder Monopole zu bilden.**