
Interview Geschäftsleitung



«In allen Bereichen zugelegt»

HIAG ist mit der Arealentwicklung im ganzen Land erfolgreich unterwegs. Mit dem Vorstoss ins Geschäft mit Daten soll den Kunden ein sicherer und effizienter Zugang in die Cloud geboten werden. HIAG will der führende Schweizer Partner für Cloud-Dienstleister werden.

Welches waren für Sie die Höhepunkte 2016?

Martin Durchschlag: **Die Lancierung von HIAG Data. Damit schaffen wir in unseren Arealen die Basis, dass unsere Nutzer bestmöglich von der vierten industriellen Revolution profitieren. Wir verweben analoge und digitale Infrastrukturen und schaffen so die Grundlage für neue Angebote. Weiter ist es uns gelungen, auf der gesamten Breite unseres Geschäfts der Arealentwicklung vorwärtszukommen. Besonders hervorheben möchte ich die guten Vermarktungserfolge im Stockwerkeigentum bei den Projekten The Cloud und Feinspinnerei, welche 2016 im Fokus standen.**

Laurent Spindler: **Als CFO steht für mich natürlich unsere zweite festverzinsliche Anleihe von 115 Millionen Franken im Vordergrund, die wir erfolgreich platzieren konnten. Damit haben wir deutlich an Zinssicherheit gewonnen und konnten unsere Finanzierungsbasis breiter abstützen. Mich persönlich hat die erfolgreiche Expansion in der Westschweiz mit der Akquisition in Yverdon sehr gefreut. Auch haben wir grosse Fortschritte an unseren Standorten in Genf gemacht, wo wir mit dem Areal Camembert mit Village du Soir und in Meyrin mit der Realisierung des neuen Hauptsitzes von HP Inc. und Hewlett Packard Enterprise (HPE) starke Akzente setzen konnten. Der Genfer Standort von HPE wird neben London das zweite Customer Center in Europa beherbergen.**

Nach welchen Kennzahlen beurteilen Sie Ihren Erfolg am liebsten?

MD: **Ich bin nicht sehr von Kennzahlen getrieben. Für uns steht ganz klar die Wertschöpfung im Vordergrund und um Werte zu schaffen, muss man langfristig orientiert sein. Dass uns das zugetraut wird, lässt sich auch daran ablesen, dass sich unser Aktienkurs seit dem Börsengang 2014 um 50% erhöht hat.**

LS: **Ich finde den annualisierten Liegenschaftsertrag sehr relevant. Er drückt am direktesten den Stand unserer Vermarktungsleistung aus. Auch die Projektpipeline ist sehr wichtig. Sie widerspiegelt das Potenzial, das in unseren bestehenden Standorten vorhanden ist.**

Wie qualifizieren Sie das Geschäftsergebnis?

MD: **Wir haben ein solides Resultat erzielt. Wir haben unseren Liegenschaftsertrag erneut verbessert, obwohl 2016 eigentlich die Vermarktung von Stockwerkeigentum und Bauprojekte, die 2017 ertragsrelevant werden, im Vordergrund standen.**

LS: **Das Geschäftsjahr entwickelte sich klar im Rahmen unserer Erwartungen – ohne besondere Überraschungen, sei es negativer oder positiver Art.**

«Wir schaffen Orte. Wir formen unsere Areale zu Quartieren, die für wertschöpfende Nutzungen attraktiv sind und Lebensqualität ausstrahlen.»

Martin Durchschlag



Insofern haben Sie auch keine Enttäuschungen erlebt?

MD: Dass es in Bezug auf die langfristigen Entwicklungsprojekte immer wieder zu Veränderungen und vor allem zu Verzögerungen kommen kann, sind wir uns gewohnt. In Alternativen zu denken und einen Plan B in der Schublade zu haben, gehört zu unserem Kerngeschäft. Umso mehr haben wir uns gefreut, dass am Standort Frauenfeld 2016 sämtliche Bewilligungen rechtskräftig geworden sind, da die Einsprache nicht bis zum Bundesgericht weitergezogen wurde. Das war für uns eine schöne Überraschung!

LS: Ein sehr positiver Trend zeichnet sich auch im Quartier Camembert ab, wo wir seit vier Jahren tätig sind. Der Kern des Genfer Nachtlebens hat sich zu uns verlagert. Es ist ein urbaner Ort geworden, wo man regelrecht hinpilgert. Unsere Investitionen haben eine grosse Resonanz ausgelöst – auch auf der politischen Seite. Um diese Nutzung ist richtiggehend eine Bewilligungsdynamik entstanden. Der Quartierplan, der 2017 gestartet wird, sieht eine starke Verdichtung mit Gebäuden von bis zu 100 Meter Höhe vor. Auch ist der Bau der S-Bahn-Haltestelle Carouge-Bachet voll am Laufen, welche in 2019 eröffnet werden soll.

Wie haben sich die für Sie relevanten Märkte entwickelt?

MD: Wie erwartet hat das Angebot auf dem Büromarkt zugenommen und Retail ist durch Online unter Druck geraten. Digital getriebene Geschäftsmodelle führen zu einer spürbaren Marktdynamik, was uns zugutekommt. Wir schauen nicht so sehr auf den momentanen Gesamtmarkt, sondern fokussieren auf die Verbesserung der Lagequalität unserer Standorte. Wir sind überzeugt: Markt kann man bis zu einem gewissen Grad auch schaffen.



«Mit unserer zweiten Anleihe haben wir deutlich an Zins-sicherheit gewonnen und konnten unsere Finanzierungs-basis breiter abstützen.»

Laurent Spindler

Wie sehen Sie die steigenden Leerstände im Wohnen?

MD: Im Wohnungsbau sind wir in der Schweiz weit weg von generellen Überkapazitäten. Zugegeben, der Nachfragesog ist nicht immer genau da, wo es neue Wohnungen im Angebot hat. Auch den gewerblichen Bereich sehen wir als eher trocken an. Hier wirken sich die aufwendigen Bewilligungsprozesse verknappend aus.

LS: Unsere Angebote sind gut auf den Markt ausgerichtet. Entscheidend sind stets Lage und Qualität der Infrastruktur. Wir arbeiten an beidem.

Ihr Vorstoss mit HIAG Data zeigt, dass Sie auf Industrie 4.0 setzen. Macht die Digitalisierung das traditionelle Officegeschäft obsolet?

MD: Es wird nicht eine Nutzung durch eine andere bedrängt. Die Verzahnung der beiden führt zu neuen Konzepten. Nehmen Sie unser Areal in Windisch, wo gewohnt und gearbeitet wird: Hier haben wir zusammen mit der Firma Village Office ein Shared-Office-Konzept lanciert, in dem die beiden Dimensionen von analog und digital ineinanderfliessen und eine flexible Nutzung der Infrastruktur ermöglichen.

Village Office hat Windisch als Ankerstandort für ihr Schweizer Netz mit geplanten 30 Offices gewählt. Ihr Konzept bietet eine Alternative zum Homeoffice, die von einer ganz anderen Qualität ist. In einem Village Office treffen sich Gleichgesinnte. Insbesondere Mitarbeiter grösserer Unternehmen können so geografisch gesehen flexibler arbeiten und auch viel Arbeitsweg sparen, indem sie nicht jeden Tag in die Zentrale fahren müssen.

LS: Eine attraktive Erschliessung bezieht sich längst nicht mehr nur auf öffentlichen und individuellen Verkehr oder Energieversorgung. Es geht ebenso sehr um Anschluss, Verfügbarkeit und Schnelligkeit digitaler Erschliessung. Diese wird immer mehr zu einem weiteren wichtigen Standortkriterium.

Was bietet HIAG Data konkret?

MD: Wir stellen für Dienstleister cloudbasierter Geschäftsmodelle Infrastruktur zur Verfügung, die es ihnen erlaubt, schneller zu wachsen als ihre Konkurrenten. Ein zentrales Element ist das private Netzwerk. Das öffentliche Internet wurde nicht für die Verlagerung in die Cloud konzipiert. Und das vor allem in Bezug auf Sicherheit und Leistungsfähigkeit. Ein weiteres Element ist die flexible und skalierbare Beziehbarkeit von Cloud-Kapazität, sodass unser Kunden ihre Kräfte auf die Entwicklung ihrer Märkte fokussieren können. Wir werden in den nächsten zwei, drei Jahren 30 bis 40 Millionen Franken in dieses Segment investieren.

Wir setzen unsere Innovation auch in der Vermarktung der HIAG Standorte ein: Auf unseren Arealen kommt die Cloud inskünftig aus der Steckdose. Und das auf einem viel höheren Sicherheits- und Leistungsniveau als im öffentlichen Internet.

Dazu benötigen Sie jedoch Partner.

MD: Bei der Entwicklung der AZURE-Cloud-Lösungen arbeiten wir eng mit Microsoft-Partner inetX zusammen. Das Open-Cloud-Geschäft entwickeln wir mit unserem eigenen Team weiter. Wir wollen der starke Schweizer Partner für Microsoft sein, der weltweiten Nummer zwei im Cloudbereich. Das sowohl bei der Anbindung der Microsoft Public Cloud und Office 365 als auch für eine rein schweizerische Lösung. Das zeigt, dass wir mit HIAG Data zwar alle unsere Areale bedienen wollen, aber letztlich über unser Immobiliengeschäft hinauszielen. Wir bauen dazu geschlossene Glasfasernetze, die Unternehmen, von Punkt zu Punkt gesichert, direkt mit anderen Unternehmensstandorten oder dem globalen Netz verbinden. Wichtige Wachstumsbereiche sehen wir im e-Health-Bereich, wo wir Noser Health mit ihrem e-Health Portal als Kunden, wie auch im Finanzbereich, die Glarner Kantonalbank als weiteren Kunden aus der Finanzbranche gewinnen konnten.

Was bringt das Jahr 2017?

MD: Geopolitisch häufen sich die Herausforderungen. Gleichzeitig erleben wir eine Dichte an technischen Entwicklungen, die einzigartig ist. Wir stellen eine optimistische Grundstimmung fest und sind darum sehr zuversichtlich für das Geschäft von HIAG. Die Standortqualität der Schweiz ist allerdings nicht gottgegeben. Es lohnt sich aber, täglich dafür einzustehen.