

Was Immobilienverkäufe in Cannes, Zürich und Teneriffa wirklich erfolgreich macht

14. JULI 2026

- *An der Côte d'Azur, insbesondere im Premiumsegment, ist Diskretion Teil der Vermarktungsstrategie – manchmal werden Immobilien sogar verkauft, ohne öffentlich zu erscheinen*
- *Am Zürichsee sind hochwertige Immobilienvermittlungen häufig von langfristigen Beziehungen, großem Vertrauen und einer anspruchsvollen internationalen Klientel geprägt*
- *Auf Teneriffa suchen Kaufinteressenten nicht nur nach einer Immobilie, sondern in erster Linie nach einem Lebensgefühl*

von Poll Immobilien GmbH

Franka Schulz
Head of Public Relations

E-Mail:
presse@von-poll.com

Telefon:
+49 (0)69-26 91 57-603

Frankfurt am Main, 14. JULI 2026 – Wer internationale Immobilienmärkte vergleicht, merkt schnell: Ein Standardprozess funktioniert selten. An der Côte d'Azur kommt die passende Immobilie oft über diskrete Kontakte und internationale Vernetzung auf den Markt, am Zürichsee zählen Vertrauen persönliche Kontakte sowie eine gute Vernetzung, und auf Teneriffa suchen Käufer nicht nur eine Immobilie, sondern ein Lebensgefühl und einen Plan B. Drei internationale VON POLL REAL ESTATE Partner (www.von-poll.com) zeigen, was erfolgreiche Immobilienvermittlung ausmacht: Diskretion, Vertrauen und die Fähigkeit, Menschen über Grenzen und Distanz hinweg zusammenzubringen.

Cannes: Wenn die besten Verkäufe niemand mitbekommt

An der Côte d'Azur gelten eigene Spielregeln. Gerade im Premiumsegment werden Immobilien häufig diskret vermarktet und manchmal sogar verkauft, ohne dass sie öffentlich erscheinen. „Wir haben für viele Immobilien bereits qualifizierte Käufer in unserer Datenbank“, sagt Marc Sebastian Aniansson von VON POLL REAL ESTATE Cannes. „Oft geht es nicht um maximale Reichweite, sondern um die richtigen Kontakte. Daher gelingt es uns häufig, Immobilien zu verkaufen, bevor sie überhaupt auf den Markt kommen – und dabei ein Höchstmaß an Diskretion zu gewährleisten.“

Viele Eigentümer legen Wert auf Vertraulichkeit und eine gezielte Ansprache ausgewählter und bonitätsstarker Interessenten. Entsprechend setzt das Team in Cannes auf persönliche Beziehungen, internationale Partner und sorgfältig aufgebaute Käuferdatenbanken. „Das Netzwerk ermöglicht es uns, unsere lokale Expertise an der Côte d'Azur mit dem Zugang zu internationalen Käufern zu verbinden“, erklärt Aniansson. Und weiter: „Verkäufer benötigen einen Partner, der den lokalen Markt genau kennt, während Käufer häufig aus einem anderen Land stammen.“

Diskretion ist dabei häufig nicht nur ein Wunsch, sondern Teil der Vermarktungsstrategie. Eigentümer besonderer Immobilien möchten unnötige Aufmerksamkeit vermeiden, während Käufer einen professionellen und privaten

Prozess erwarten. Welche Vermarktungsstrategie die richtige ist, hängt von vielen Faktoren ab – von der Immobilie über die Saison bis hin zur jeweiligen Zielgruppe. Der Markt ist selektiver geworden, Käufer sind besser informiert und vergleichen internationale Angebote deutlich intensiver als noch vor einigen Jahren.

„Der Makler ist heute deutlich strategischer gefordert“, sagt Aniansson. „Käufer sind anspruchsvoller und besser informiert als früher. Erfolg hängt von Beratungsqualität, Marktkennntnis, internationaler Reichweite und diszipliniertes Umsetzung ab.“

Daniel Ritter, geschäftsführender Gesellschafter bei VON POLL IMMOBILIEN, ordnet das ein: „Internationale Immobilienmärkte sind heute enger miteinander vernetzt als je zuvor. Hinzukommt, dass Käufer oft flexibler sind als früher, was die Region innerhalb eines Landes betrifft. Gleichzeitig steigen die Anforderungen an Beratung, Marktkennntnis und individuelle, persönliche Betreuung. Gerade im Premiumsegment entscheiden Diskretion, fundierte Kenntnisse, internationale Vernetzung und eine hohe Servicequalität immer häufiger darüber, ob eine Vermittlung erfolgreich zustande kommt.“

Zürich: Wenn Vertrauen und internationale Kontakte entscheiden

Am Zürichsee sind hochwertige Immobilienvermittlungen häufig von langfristigen Beziehungen, großem Vertrauen und einer anspruchsvollen internationalen Klientel geprägt. „Im Premiumsegment verfügen sowohl Verkäufer als auch Käufer häufig über umfangreiche Marktkennntnisse und hohe Ansprüche“, sagt Steffi Buzziol-Labas von VON POLL REAL ESTATE Zürichsee – Platinküste.

Eine erfolgreiche Vermittlung geht deshalb weit über die reine Präsentation einer Immobilie hinaus. Käufer und Verkäufer erwarten Beratung auf Augenhöhe sowie einen Partner, der auch komplexe Prozesse sicher steuern kann. „Im Laufe der Zeit haben wir uns ein gutes Netzwerk aufgebaut, das weit über Käufer und Verkäufer hinausgeht“, sagt Buzziol-Labas. „Dazu gehören Banken, Rechtsanwälte und Notare, Steuerexperten, Unternehmer, Investoren und weitere Entscheidungsträger, die im Verkaufsprozess eine wichtige Rolle spielen können.“

Gerade im Premiumsegment ist der Zugang zu den richtigen Ansprechpartnern häufig ein entscheidender Erfolgsfaktor. Viele Kunden werden oft über mehrere Immobilienvermittlungen hinweg begleitet. Daraus entstehen langfristige Beziehungen, die weit über eine einzelne Vermittlung hinausreichen – und die es ermöglichen, Immobilien mit der richtigen Marktkennntnis und Sorgfalt so zu positionieren, dass das bestmögliche Verkaufsergebnis erzielt werden kann.

„Vor diesem Hintergrund ist Vertrauen – neben Professionalität, Verhandlungsgeschick und der Fähigkeit, unterschiedliche Interessen erfolgreich zusammenzubringen – für vermögende Privatkunden und internationale Käufer eine

der wichtigsten Währungen in der Immobilienvermittlung“, sagt Buzziol-Labas. „Unsere Kunden erwarten nicht nur Marktkennntnis, sondern vor allem Verlässlichkeit, Diskretion und individuelle Begleitung. Gerade bei anspruchsvollen Verkäufen und internationalen Konstellationen sind diese Faktoren oft entscheidend für einen erfolgreichen Abschluss.“

Dieses Vertrauen endet jedoch nicht an regionalen Grenzen. „Unsere Kundschaft denkt und handelt international – genau das muss sich in unserer Beratung und unserem Netzwerk widerspiegeln“, so Buzziol-Labas. „Gerade in einem internationalen Umfeld schaffen etablierte Marken und Strukturen Orientierung und Vertrauen über Ländergrenzen hinweg.“

Teneriffa: Wenn Käufer eigentlich ein Lebensgefühl suchen

Auf Teneriffa zeigt sich besonders deutlich, wie international und vielfältig die Käufer geworden sind. Heute interessieren sich viele nicht mehr nur aus klassischen Ruhestandsmotiven für die Insel, sondern suchen Ferienimmobilien, Kapitalanlagen, einen Ort für Remote Work, mehr Lebensqualität oder einfach einen Plan B.

„Die Käufer werden jünger und ihre Motive vielfältiger“, sagt Caroline Müller von VON POLL REAL ESTATE Teneriffa Süd. Viele Kunden informieren sich heute intensiv und vergleichen Regionen, Infrastruktur und Lebenshaltungskosten europaweit. Dadurch sind Kaufentscheidungen fundierter geworden, gleichzeitig steigen die Erwartungen an Beratung und Service.

Auch die Vorstellungen unterscheiden sich je nach Herkunft deutlich. „Viele Kunden aus Deutschland, Skandinavien oder Großbritannien suchen vor allem Sonne, schönes Licht und möglichst viele Sonnenstunden über den gesamten Tag hinweg“, erklärt Müller. Einheimische kanarische Käufer bevorzugen dagegen häufig geschütztere und schattigere Wohnkonzepte. Belgische, französische sowie niederländische Käufer legen oftmals besonderen Wert auf Architektur, Design und hochwertige Materialien.

„Viele internationale Kunden kaufen nicht nur eine Immobilie, sondern investieren bewusst in einen bestimmten Lebensstil – Sonne, Ruhe, Freiheit, Sicherheit und Lebensqualität“, sagt Müller. Entscheidend ist deshalb, das jeweilige Lebensgefühl zu verstehen – nicht nur die Zahlen. Die meisten Kaufentscheidungen fallen direkt vor Ort auf der Insel. Nach der Rückkehr in den Alltag verändert sich die Perspektive jedoch häufig wieder. „Timing und schnelle Reaktionsfähigkeit sind im internationalen Immobiliengeschäft auf Teneriffa absolut entscheidend“, sagt Müller. „Viele Kunden sind vor Ort emotional sehr offen und konkret kaufbereit – dieses Zeitfenster ist jedoch oft kurz.“

Zugleich sind die Prozesse auf der Insel anders als viele internationale Käufer es kennen. Immobilien werden häufig möbliert verkauft und beim eigentlichen

Notartermin erfolgen Kaufpreiszahlung und Schlüsselübergabe oft direkt. „Viele Kunden kennen unsere Marke bereits aus ihrem Heimatland. Das schafft Vertrauen, noch bevor der erste persönliche Kontakt stattfindet“, weiß Müller.

Was alle drei Märkte verbindet

So unterschiedlich Cannes, Zürich und Teneriffa auch sind: Erfolg entsteht selten durch Standardprozesse. Entscheidend sind Vertrauen, Diskretion, persönliche Beziehungen, kulturelles Verständnis und die richtigen Kontakte. „Es gibt heute nicht mehr den typischen internationalen Käufer“, sagt Daniel Ritter. „Die Motive werden individueller, die Lebensmodelle vielfältiger, die Kaufabsichten breiter. Genau deshalb sind lokale Marktkenntnis und die Vernetzung unter einer etablierten Marke so wichtig.“

Gerade in internationalen Märkten profitieren Käufer und Verkäufer von lokalen Experten vor Ort, internationalen Kontakten und eingespielten Strukturen. Genau hier liegt der Wert eines starken Markendachs: nicht als Selbstzweck, sondern als verlässlicher Rahmen für grenzüberschreitende Immobilienvermittlungen. Am Ende werden Immobilien selten nur wegen ihrer Lage verkauft. Häufig entscheiden Vertrauen, Verständnis und die Fähigkeit, die Sprache des jeweiligen Marktes zu sprechen.

Über von Poll Immobilien GmbH

Die europaweit aktive von Poll Immobilien GmbH (www.von-poll.com) hat ihren Hauptsitz in Frankfurt am Main. Der Schwerpunkt ihrer Tätigkeit liegt in der Vermittlung von wertbeständigen Immobilien in bevorzugten Wohn- und Geschäftslagen. Mit mehr als 400 selbständigen Shops und über 1.500 Immobilienprofis ist VON POLL IMMOBILIEN, wozu auch die Sparten VON POLL COMMERCIAL, VON POLL REAL ESTATE, VON POLL FINANCE sowie VON POLL HAUSVERWALTUNG gehören, in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Spanien, Ungarn, Italien, den Niederlanden, Frankreich und Luxemburg vertreten und damit eines der größten Maklerunternehmen Europas. Der Capital Makler-Kompass zeichnete VON POLL IMMOBILIEN im Oktoberheft 2025 erneut mit Bestnoten aus. Geschäftsführende Gesellschafter sind Daniel Ritter und Sassan Hilgendorf. Zur Geschäftsleitung zählen Beata von Poll, Melanie Eggert, Dirk Dosch und Wolfram Gast.