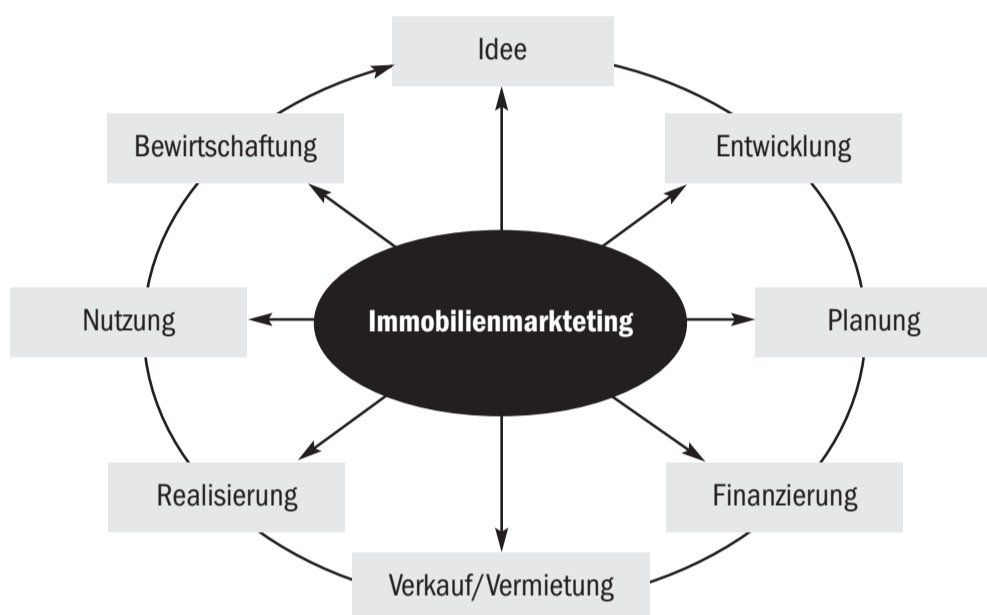


# Das A und O für Erfolgsprojekte

**MARKETING** Im Schweizer Immobilienmarkt setzt sich die Erkenntnis durch, dass branchenspezifisches Marketing auch für Liegenschaften Wettbewerbsvorteile schafft. Hohe Immobilienqualität und früher Vermarktungserfolg steigern die Performance eines Objekts nachhaltig.

**NACHHALTIGE STEIGERUNG DER IMMOBILIEN-PERFORMANCE**



QUELLE: ACASA ZÜRICH

ROMAN H. BOLLIGER

**O**hne Marketing würde sich BMW kaum von Mercedes unterscheiden. Omega wäre dieselbe Uhr wie eine IWC. Rhäzünser wäre identisch mit Perrier. Die grosse Vielfalt, welche heute bei Produkten und Dienstleistungen anzutreffen ist, haben wir zu einem grossen Teil dem Marketing zu verdanken. Marketing differenziert und hilft, Kunden zu finden. Diese Mechanismen gelten im Grundsatz nicht nur für Waschmittel, Schokoladeriegel und Parfums, sondern ebenso für Versicherungen, Banken und Liegenschaften. Erst in der Immobilienkrise der 90er Jahre wurde der Nutzen von branchenspezifischem Marketing aber wirklich erkannt: Immobilienmarketing steigert die Qualität, beschleunigt den Abschluss und sorgt für eine höhere Rendite!

**ANFORDERUNGEN DER KUNDEN ERFÜLLEN**

Qualität bedeutet im Grunde nichts anderes, als die Anforderungen der Kunden zu erfüllen. Diese Erkenntnis ist leicht gesagt und schnell geschrieben:

- Doch wer sind meine Kunden?
- Was erwarten sie von meiner Liegenschaft?

Diese Fragen müssen ganz am Anfang eines Projekts gestellt werden, um folgenschwere Planungsfehler zu vermeiden. Immobilienprojekte sind zu teuer, als dass man sich ausschliesslich auf das Bauchgefühl verlassen kann. Es ist die Aufgabe des Marketings, Stär-

ken und Schwächen eines Standorts sowie Chancen und Gefahren eines Marktes zu analysieren. Die darauf basierende Bestimmung der Zielgruppe (Segmentierung) sowie die Abgrenzung des Angebots zur Konkurrenz (Positionierung) sind die vielleicht wichtigsten Entscheidungen in einem Immobilienprojekt.

**SEGMENTIERUNG UND POSITIONIERUNG**

Damit Immobilienqualität nicht nur auf dem Papier besteht, müssen die Erkenntnisse der Analyse zu Segmentierung und Positionierung in die konkrete Gestaltung der Liegenschaft einfließen. Dazu braucht es ein Teamwork aller Beteiligten, insbesondere von Eigentümerschaft, Planung und Marketing. Diese Aufgabe ist nicht immer ganz einfach, da Spezialisten in ganz unterschiedlichen Fachsprachen kommunizieren und nicht immer die besten Teamplayer sind. Gelingt es aber, zusammen eine hohe Immobilienqualität umzusetzen, sind die Voraussetzungen für einen raschen Abschluss ausserordentlich günstig.

**BESCHLEUNIGTER VERMARKTUNGSERFOLG**

Noch heute investieren viele Immobilienakteure ihre ganze Marketingenergie ausschliesslich in den Verkauf. Zu spät, um den Abschluss wirkungsvoll zu beschleunigen! Ein Immobilienkäufer oder -mieter lässt sich heute nicht mehr von wortgewaltigen Verkaufskanonen zu einem unüberlegten Abschluss überreden. Dafür ist er Dank neuer Internetwerkzeuge zu gut informiert. Er weiss genau, wo die Stärken und Schwächen einer Liegenschaft liegen. Nur wer seine Marketing-Hausaufgaben gemacht hat und mehr bieten kann als an-

dere, wird schneller als seine Mitbewerber abschliessen. Dadurch ist es heute auch in schwierigem Marktumfeld möglich, Liegenschaften schon vor Baubeginn zu verkaufen und zu vermieten.

Die beschleunigende Wirkung moderner Marketinginstrumente hat sich vor kurzer Zeit in unserer Marketingpraxis eindrücklich gezeigt: Es ist gelungen, ein Einfamilienhaus ausschliesslich mittels elektronischer Medien zu verkaufen. Dank aussagekräftigem Internetauftritt und nach mehreren E-Mail-Kontakten zum im Ausland weilenden Interessenten fand der erste persönliche Kontakt erst auf dem Notariat anlässlich der Vertragsbeurkundung statt. Die Eigentumsübertragung wurde noch vor Baubeginn vorgenommen.

**RASCHER VERKAUF HÄLT KAPITALKOSTEN TIEF**

Da Immobilien stets mit hohen Kapitaleinsätzen verbunden sind, haben rasche Abschlüsse grossen Einfluss auf die Rendite. Je rascher verkauft werden kann, desto tiefer sind die Kapitalkosten eines Projekts. Vergleichsobjekte aus unserer praktischen Tätigkeit haben gezeigt, dass auf diesem Wege bis zu 10% zusätzlicher Profit erwirtschaftet werden kann, also eine beachtliche Marketingrendite generiert werden kann, die erst durch die Beachtung einiger Grundsätze möglich wurde:

- Immobilienmarketing ist bereits ab Projektbeginn ein Muss.
- Der Marketinggedanke muss alle Projektphasen durchdringen. Marketingaktivismus ausschliesslich in der Verkaufsphase reicht nicht.
- Immobilienmarketing erfordert Fachwissen. Es lohnt sich, diese Aufgabe kompetenten Spezialisten zu übertragen.

Weitere Informationen unter:  
www.acasa.ch  
info@acasa.ch



*„Sich für einen Partner zu entscheiden bedeutet, auf dessen Leistung und Fairness vertrauen zu können.“*

Peter Sauber, Unternehmer

**AS Aufzüge**  
einfach näher

Bern • Brig • St.Gallen • Wettswil / Zürich • Lausanne • Genf • Tenero

www.lift.ch / www.sauber-petronas.com

Graphic Work