# Wie Neubauprojekte zum Erfolg werden

## Wer begehrten Wohnraum als Investition erstellen will, ist gut beraten, sich dabei vom Spezialisten begleiten zu lassen.

*Erfolgreiche Neubauvermarktungen von Ginesta Immobilien – Links: Crap Alv, Samedan. Rechts oben: Sur l'En, S-chanf. Rechts unten: Pontresina, living Kitchen*

**Im Engadin wird viel zu wenig neu gebaut. Egal, ob im Erst- oder Zweitwohnungsmarkt. Das hat vielfältige Gründe und leider auch Folgen. Eine ist, dass die Kompetenz in der Vermarktung von Neubauten in der Region verkümmert – und allzu oft auf Methoden aus vergangenen Zeiten zurückgegriffen wird. Ein Partner mit entsprechendem Neubau-Kompetenzzentrum ist dabei die beste Lösung für alle, die erfolgreich neu bauen und vermarkten wollen.**

Die Zweitwohnungsinitiative hat dafür gesorgt, dass im Bereich der Ferienliegenschaften quasi nur Ersatzneubauten erstellt werden können. Und im Erstwohnungsmarkt fehlt es nicht selten an den nötigen Baulandparzellen. Eine schwierige Situation für eine Region, die zu den begehrtesten Feriengebieten des ganzen Landes zählt und sich erneuern und sanft wachsen sollte. Entsprechend ist da, wo die Möglichkeit für den Neubau eines Investitions- oder Entwicklulngsobjektes besteht, Kreativität und Kompetenz gefragt. Und das von der Planung bis zu dem Moment, an dem die letzte Einheit verkauft oder vermietet ist.

### BEI NEUBAUTEN GILT: ÜBUNG MACHT DEN MEISTER

Die Bedürfnisse der Menschen an ihren Wohnraum und der Immobilienmarkt ändern sich laufend. Plötzlich erlebt das zwischenzeitlich in der Versenkung verschwundene Réduit ein Revival, genauso wie überdimensionierte Badelandschaften zugunsten grösserer Zimmer wieder moderateren Nasszellen weichen. Auch in Bezug auf die Zimmeranzahl, den Grundriss, den Ausbau und die Nebennutzflächen gibt es laufend Entwicklungen, die Einfluss auf die langfristige Vermietungs- und Verkaufsattraktivität haben und nur von Spezialisten beurteilt werden können, die täglich solche Projekte auf dem Tisch haben. Hier kann zum Beispiel Ginesta Immobilien mit einem eigenen Kompetenzzentrum aufwarten, das Hand in Hand mit den regional verankerten Vermarktungsprofis neubauwillige grosse und kleine Investoren auf dem Weg der optimalen Projektplanung begleitet. Dazu gehört auch das richtige Ansetzen von erzielbaren Verkaufspreisen und Mietzinsen. Eine wichtige und detailreiche Arbeit, die meist mit einer fundierten Bedürfnisanalyse beginnt.

### HEUTE ERFOLGSENTSCHEIDEND: EINE KURZE TIME-TO-MARKET-PLANUNG

Der Faktor Zeit hat im Bereich Neubau deutlich an Wichtigkeit gewonnen. Häufig gilt es, lange vor dem Baustart einen gewissen Anteil der Einheiten verkauft zu haben, damit die Finanzierung gesichert und der Bau realisiert werden kann. Auch hier profitiert man bei der Zusammenarbeit mit den national tätigen und im Engadin seit Jahren verankerten Immobilienprofis von der nötigen Erfahrung, damit das gelingt. Immer grössengerecht und optimal auf Lage, Zielgruppe und Budget abgestimmt, wird ein Neubauprojekt so am Markt positioniert, dass möglichst treffsicher die attraktivsten Zielgruppen angesprochen werden, die in der Folge persönlich bis zum Vertragsabschluss und der Übergabe ihres Neubautraumes betreut werden.

### DAS GEWISSE EXTRA: DIE BESTMÖGLICHE NUTZUNG DIGITALER CHANCEN

Einerseits geht es heute darum, ein Wohnerlebnis, das erst auf dem Papier besteht, überzeugend erlebbar zu machen. Dafür werden Tools genutzt, die das Raumverständnis für den Interessenten am Computer und auf dem Smartphone sicht- und spürbar machen – interaktiv und so nahe an der zukünftigen Realität wie möglich. Andererseits werden für die Ausschreibung alle sinnvollen digitalen Kanäle genutzt. Dazu gehört auch ein Community-Erlebnis, das mit der Erstellung eines Suchprofils ermöglicht, in diesen Kreis einzutreten und sich durch exklusive Vorabinformationen einen zeitlichen Vorteil zu verschaffen.

Kurz: Die ideale Vermarktung eines Neubauprojektes hat sich zu einer eigenen Disziplin mit vielfältigen nötigen Qualitäten entwickelt. So sollte man dabei nichts dem Zufall oder Glück überlassen. Sondern einem Partner, der solche Herausforderungen täglich mit Bravour meistert.

«Sobald ein Neubauvorhaben spruchreif wird, empfiehlt sich die unmittelbare Kontaktaufnahme mit einem Vermarktungsprofi wie uns, der von Anfang an dazu beitragen kann, dass die architektonische Vision in Einklang mit dem Markt entwickelt wird.»

Franco Giovanoli
Leiter Vermarktung St. Moritz

Ginesta Immobilien

Immobilien – Werte – Leben

Ginesta Immobilien AG
Via Serlas 23 | 7500 St. Moritz
Tel. 081 836 73 30 | www.ginesta.ch