

Für Vermietungen brauche ich keinen Fachmann!

... könnte man meinen. Wer gerne wissen möchte, welche Vorteile die Zusammenarbeit mit einem Profi bietet, erhält nachfolgend die gewünschten Informationen.

Zweifelsohne gibt es vereinzelte Regionen und Preisklassen in denen sich Wohnobjekte praktisch von selbst vermieten. Beispielsweise in der Stadt Zürich besteht ein sehr geringes Angebot an günstigen Wohnobjekten. Bei Vermietungen im günstigen Segment reissen sich meistens dutzende Interessenten um eine Wohnung. Doch selbst in diesem Fall lohnt sich die Beratung durch einen Makler. Mit der Mietersuche allein ist es bei der professionellen Vermarktung nicht getan, vielmehr stösst der Laie auf vertragliche Stolpersteine, zu wenig detaillierte Wohnungsübergaben und auf wenig Erfahrung in der Beurteilung solider und vor allem solventer Mieter.

Wohnobjekte im Hochpreissegment oder an weniger zentralen Lagen verlangen ein noch komplexeres Vermarktungswissen, ein gutes Netzwerk und Erfahrung. Hier werden bei einer Vermietung oft entscheidende Punkte nicht oder zu wenig beachtet. Das hat zum Resultat, das Mietpreise nicht marktgerecht (zu hoch oder zu tief) sind, falsche Zielgruppen angesprochen werden und das Potential der Objekte nicht optimal ausgeschöpft wird.

Bereits bei der Planung eines Renditeobjektes lohnt sich die Meinung eines Vermarktungsprofis. So könnte vermieden werden, dass beispielsweise zu exklusive und teuer ausgebaute Objekte an Lagen erstellt werden, welche eine Vermietung schwer machen.

Das Dienstleistungsdispositiv eines Immobilienvermarkters bei (Erst-) Vermietungen.

Vermietung von Bestandsliegenschaften

1. Objektbesichtigung sowie Besprechung mit dem Eigentümer

In einem ersten Schritt werden die Bedürfnisse des Eigentümers aufgenommen sowie das Objekt besichtigt. Der Makler prüft die Vermietbarkeit und weist auf mögliche Schwierigkeiten hin. Ebenfalls wird der Zustand des Objektes geprüft. Wenn nötig, werden dem Eigentümer kleine Ausbesserungen oder gar eine Sanierung empfohlen, nach Wunsch wird diese koordiniert oder begleitet.

2. Erstellung einer Offerte / Überprüfung der Mietzinse

Wenn alle Faktoren des Objekts „auf dem Tisch liegen“, wird der aktuelle Marktwert bestimmt. Hierfür stehen einem professionellen Makler diverse Berechnungsmöglichkeiten zur Mietpreisermittlung zur Verfügung. Eine Zusammenfassung der Ausgangslage, eine Mietpreisschätzung sowie eine Offerte für die Vermietungsdienstleistungen sind das Ergebnis dieser ersten Gespräche.

3. Marketing / Vermarktungskonzept

Es ist nicht damit getan, das Objekt ins Internet zu

stellen, auf eine der bekannten Immobilienplattformen. Bestenfalls hat ein guter Makler vor der Insertion eine Vermarktungsstrategie und ein -Konzept erstellt, um mit dem Eigentümer die entsprechenden Massnahmen zur Zielerreichung zu besprechen. Nebst den individuellen Marketing-Massnahmen (Internetprojektseite, Inserate in Fachzeitschriften, Internetinserate, Vermietungstafeln, Blachen etc.) verfügt ein professioneller Makler über eine eigene Kundendatenbank, welche nach Kriterien selektiert entsprechend angesprochen wird.

4. Produktion einer Vermietungsbroschüre

Bereits in der Entwicklungs-/Erstellungsphase eines Neubauprojekts wird mit Hilfe der vorhandenen Informationen (Architektursprache, Materialisierung, Innenausbau, Pläne und Visualisierungen) eine auf das Objekt ausgerichtete Vermietungsbroschüre erstellt. Eine dynamische und flexible Projekt-Homepage ersetzt heute oftmals den Druck einer Broschüre, welche hohe Kosten verursacht und dabei weniger Flexibilität aufweist.

5. Besichtigungen / Besprechungen mit Mietinteressenten

„Verkaufen können“ – dieses Talent ist auch entscheidend für die erfolgreiche Vermietung. Mit Mietinteressenten werden persönliche und individuelle Besichtigungen im Objekt durchgeführt. Der persönliche Kontakt zur Vertrau-

ensperson Makler, der Objekt, Lage und Umgebung bestens kennt, gibt einem Interessenten die Möglichkeit, offene Fragen direkt zu klären. Ebenfalls können rechtliche Fragen geklärt und besprochen werden. Ziel einer professionellen Besichtigung ist, dass der Interessent das Objekt ohne offene Fragen und mit einem guten Gefühl verlässt.

6. Ausarbeiten eines Mietvertrages / Übergabe der Räumlichkeiten

Für das Objekt wird ein Mietvertrag erstellt, der sämtliche heute relevanten Standards beinhaltet und abdeckt. Mit der Übergabe der Räumlichkeiten wird die Vermietung abgeschlossen und das Mandat an die Verwaltungsabteilung übergeben. Hierfür werden speziell ausgearbeitete Übergabeprotokolle verwendet. Ein guter Mietvertrag und eine professionelle Übergabe sind die Grundlage für ein angenehmes Mietverhältnis und helfen, unnötige Diskussionen und Streitigkeiten, zu vermeiden.

der die Pflichten klar regelt. Der Hauswart wird regelmässig kontrolliert, auch in Bezug auf seine Arbeit in der Liegenschaft, und durch eine Fachperson aus der Bewirtschaftung betreut. Die Auswahl eines guten Hauswartes ist für das Bild der Liegenschaft und zufriedene Mieter eine Hauptvoraussetzung. Gleichzeitig werden sicherheitsrelevante Punkte, z. B. Schneeräumung, feuerpolizeiliche Weisungen, Versicherungen etc., regelmässig kontrolliert und wo nötig verbessert.

Besonderheiten einer Vermarktung von Neubauten

1. Beratung in der Entwicklungsphase/ Analyse

Die fachkundige Beratung in der Entwicklungsphase wird von den meisten Investoren unterschätzt. Es werden zu oft ausschliesslich technische, ästhetische und bauliche Anforderungen beachtet. Die Wichtigkeit von Objektlage, Ausbauqualität, der Grundrissgestaltung, Anzahl Zimmer sowie der Bestimmung potentieller Käufer wird meistens zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet.

Ein regional tätiger Vermarkter kennt die Kundschaft, den lokalen Markt und die Klippen, die es bei einer Vermietung zu umschiffen gibt. Durch seine Erfahrung kann er bereits in der Projektphase wichtige Hinweise für die künftige Nutzung, die Materialisierung und die Einteilung der Wohn- und Nebenräume geben. Dies hilft

Leerstände, Preisreduktionen und unnötige Marketingkosten zu reduzieren. Folgende Punkte werden in dieser Phase geprüft:

Lage- und Marktqualität

- Lagequalität des Mietobjekts
- Demographische Aspekte (Einkommen, Wanderungssaldo, Bevölkerungsstruktur etc.)
- Aktuelle Marktsituation / Konkurrenzanalyse (z. B. Anzahl leerstehende Wohnungen in der Umgebung, neue Entwicklungen, Genossenschaftswohnungen etc.)

- Mietpreissegment in der Region
- Nachfrage nach Wohnungsgrössen

Objektspezifische Punkte

- Prüfung des geplanten Objekts (z. B. Wohnungsgrössen)

- Hinweise über heutige Wohnbedürfnisse
- Vorschläge für Materialisierungen
- Bestimmung von nötigen Zusatzräumen
- Prüfung der Grundrisspläne
- Vorschläge für Anpassungen/Verbesserung

2. Spezielle Vermarktungsschritte vor Bezug/Fertigstellung

Der Makler hat in dieser Phase verschiedene Marketingmassnahmen zu prüfen und einen individuellen Marketingplan vorzuschlagen, um die Liegenschaften entsprechend auf dem Markt zu positionieren. Folgende Instrumente sind bei der Marketingkampagne zu prüfen:

1. Inserate (Zeitungen/Fachmagazine/Internet)
2. Homepage
3. POS-Werbung (Point of Sale)
4. Direktwerbung (Social Media, Newsletter, Blogging)
5. PR-Massnahmen

Die Kosten pro Kundenkontakt sind günstiger, je gezielter und grösser das Kontaktnetz ist. Pressewerbung gehört zu den teuersten, Direktwerbung und PR-Massnahmen zu den günstigsten Massnahmen. Hierzu sollte der Makler die nötigen Schritte gut abwägen, die möglichen Instrumente prüfen und diese dem Kunden als Werbemix mit Budget zur Genehmigung vorlegen.

Selbst vermieten oder professionell vermarkten durch die Ginesta Immobilien AG?

Es ist wie beim Zahnarzt: Man kann den Zahn selbst ziehen oder aber einen professionellen Fachmann beiziehen. Nachfolgend eine Übersicht des Mehrwertes, den Sie durch unsere Vermietungsdienstleistungen erhalten:

Wir kennen den Markt:

Standortanalyse/Marktpreisschätzung

Aufgrund der regionalen Tätigkeit, verfügt Ginesta Immobilien AG über grosse Erfahrung der Vermietungsmöglichkeiten, Mietpreise und Ortskenntnisse. Zusätzlich arbeiten wir mit einer Transaktionsdatenbank von Wüest und Partner. Diese Daten werden mit unseren Transaktionen verglichen und überprüft.

Wir sind die Profis in verschiedenen Disziplinen:

Marketing & Mietrecht

Ginesta Immobilien AG arbeitet mit Mitarbeitern, welche grosse Erfahrung in der Vermietung und in der Verwaltung

mitbringen. Broschüren, Inserate und Mietverträge werden kontinuierlich optimiert, wir arbeiten mit modernen Hilfsmitteln und nutzen EDV-Systeme der Zukunft. Wir sind Teil von verschiedenen internationalen Netzwerken, platzieren unsere Objekte auf lokalen und ggf. internationalen Marktplätzen und arbeiten zu Ihrem Nutzen mit Partnern wie z.B. Relocation Unternehmen, Architekten und Interior Designern. Alle unsere Mietobjekte werden auf Deutsch und Englisch und SEO-optimiert (Search Engine Optimization) inseriert.

Wir überlassen nichts dem Zufall:

Technische Systeme und strukturiertes Vorgehen

Ginesta Immobilien AG verfügt über ein spezielles Maklertool, welches speziell auf die Vermarktung ausgerichtet ist und auch für Vermietungen benutzt wird. Bei neuen Mietobjekten wird die grosse, bereits bestehende Mietkundendatenbank mit dem neuen Objekt

verglichen. Ebenfalls profitieren Sie von Kundenzuweisungen von anderen Mietobjekten. Wirschaffen es, rund 50 -70 % unserer Kontakte durch bestehende Kundenkontakte zu generieren. Für Sie bedeutet dies weniger Marketingkosten und eine höhere Kontaktquote.

**Wir nehmen Ihnen wertvolle Zeit ab:
Zeitgewinn/Outsourcing**

Ginesta Immobilien AG übernimmt alle Tätigkeiten von der Marktmietschätzung bis hin zur Übergabe der Liegenschaft. Somit gewinnen Sie wertvolle Zeit. Sie müssen sich nicht mit Telefonaten und Besichtigungen beschäftigen.

Leidenschaft & Knowhow seit 1944

Ginesta Immobilien AG hat sich seit 1944 eine langjährige Erfahrung im Bereich Beratung, Verkauf, Vermietung und Verwaltung von Liegenschaften angeeignet. Das Unternehmen profitiert von einem grossen Netzwerk, einem hervorragenden Ruf und einer ausgeprägten Dienstleistermentalität.

Autor: Claude Ginesta



Claude A. Ginesta ist Eidg. dipl. Immobilientreuhänder und CEO / Inhaber von Ginesta Immobilien AG. Das Unternehmen wurde 1944 gegründet und ist auf den Verkauf von Immobilien im Wirtschaftsgebiet Zürich und Graubünden spezialisiert. Für Objekte mit überregionalem Charakter ist das Unternehmen mit Niederlassungen in Küsnacht, Horgen und Chur schweizweit als Makler tätig.

Herausgeber der Illusionen-Reihe
Ginesta Immobilien AG, www.ginesta.ch