



# Verkauf von Luxusimmobilien – Transparenz und Vertrauen als Fundament

Immobilienexperten, die im Luxussegment tätig sind, tragen eine enorme Verantwortung: Nicht nur müssen sie die Interessen ihrer Kunden wahren, sondern sie sind zusätzlich mit dem Problem des «Besichtigungstourismus» konfrontiert. Denn immer wieder melden sich angebliche «Interessenten» für eine Objektbegehung, die nur ihre Neugier stillen wollen. Oder Schlimmeres vorhaben.

TEXT SMA

**D**en meisten Menschen geht es bei einer Hausbesichtigung darum, sich einen persönlichen Eindruck von einem Wohnobjekt zu verschaffen. Ist die Lage wirklich so malerisch wie auf den Fotos? Überzeugt die Raumaufteilung? Und befindet sich die Bausubstanz noch in einem guten Zustand? Solche und ähnliche Fragen stehen bei einer Objektbegehung im Zentrum. Anders verhält es sich je nachdem im Segment der Luxusimmobilien und gehobenen Liegenschaften: Branchenkennerinnen und -kenner betonen, dass man es hier häufig mit dem Phänomen des «Besichtigungstourismus» zu tun hat. Der Name ist Programm: Besichtigungstouristen haben keine echten Kaufabsichten (und verfügen oft auch nicht über die notwendigen Mittel für den Erwerb der Immobilie), sondern wollen vielmehr einfach ihre Neugier stillen. Und das bedeutet sowohl für die Inhaber des Objekts als auch für die zuständigen Immobilienfachleute reine Zeitverschwendung. Doch nicht nur das: Besichtigungstourismus kann auch ein beträchtliches Sicherheitsrisiko darstellen.

Denn gemäss Fachleuten hegen manche Besichtigungstouristen kriminelle Absichten. Schliesslich

bieten Hausbesichtigungen die perfekte Möglichkeit, um das Sicherheitssystem vor Ort auszukundschaften und in Erfahrung zu bringen, ob sich Kunstgegenstände oder andere Wertsachen im Gebäude befinden. Daher sind im Luxusimmobilien-Segment zwei Ressourcen entscheidend: Diskretion sowie das Vertrauen zwischen Inhaber und Makler.

## Eine Frage des Netzwerks

Um den Besichtigungstourismus zu unterbinden und gleichzeitig Sicherheit zu gewährleisten, werden die meisten Luxus-Objekte gar nie öffentlich ausgeschrieben. Damit es dennoch zu einem Verkauf kommen kann, müssen die damit beauftragten Immobilienfachleute über ein breites und engmaschiges Netzwerk an potenziellen Käuferinnen und Käufern verfügen. Gleichzeitig ist es enorm wichtig, dass sie die Bedürfnisse ihrer Kunden genau kennen. Zu diesem Zweck setzen seriöse Anbieter auf eine enge, persönliche Beziehung. Nur so lässt sich eine fachgerechte und individuelle Beratung erbringen – man ist in den meisten Fällen nicht einfach «nur» Verkäufer oder Kaufberater, sondern im wahrsten Sinne des Wortes Kunden-Begleiter. Dieses Vorgehen ist zeitintensiv,

aber notwendig, um einen Kauf oder Verkauf erfolgreich abwickeln zu können. Dementsprechend wichtig ist es gemäss Experten, dass Agenturen das Luxusimmobiliensegment wirklich «in Vollzeit» bearbeiten. Oft sei es aber der Fall, dass gehobene Liegenschaften und Objekte von diversen Akteuren wie z.B. Versicherungsberatern und Treuhändern quasi «nebeneinander» angeboten werden. Hier fehlt es dann häufig an der notwendigen Erfahrung und Marktkenntnis, um einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten.

Eine weitere potenzielle Schwierigkeit liegt im fehlenden Fokus der Immobilienagenturen: Manche Dienstleister bearbeiten sehr grosse Portfolios von 80 und mehr Luxusobjekten. Für ein Team, das aus einer Handvoll Maklerinnen und Maklern besteht, ist das enorm viel, da für eine einzige Begehung schnell ein ganzer Tag benötigt wird.

## Luxuriös einerseits, nachhaltig andererseits

Die Bau- und Immobilienbranche befindet sich seit Jahren in einem tiefgreifenden Wandel: Vermehrt werden nachhaltige Wohnkonzepte verlangt sowie eine ressourcensparende Bauweise vorausgesetzt. Diese

Entwicklung erfasst laut Branchenkennern auch das Luxussegment. Und die damit verbundenen Ansprüche sind hoch: So werden beispielsweise Sonnenkollektoren oder die Möglichkeit verlangt, Elektrofahrzeuge auf dem Anwesen aufladen zu können. Solche zukunftsgerichteten Infrastrukturen erhöhen nicht nur den Wohnkomfort von gehobenen Immobilien, sondern auch ihre Attraktivität als Investitionsobjekte. Deren Wertentwicklung verläuft vergleichsweise stabil – nachdem in der Vergangenheit die Preise in einigen Regionen kurzzeitig eingebrochen waren, hat sich die Lage mittlerweile wieder beruhigt und der Markt eingependelt. Doch auch hier zeichnen sich Megatrends wie die Digitalisierung ab, die Veränderungen mit sich bringen und Fragen aufwerfen. Umso wichtiger ist es daher, dass zwischen Immobilienagenturen, Inhabern und Käufern ein echtes Vertrauensverhältnis besteht. Die Grundlage dafür ist Transparenz: Bevor Kundinnen und Kunden eine Zusammenarbeit eingehen, sollten sie Referenzen über das jeweilige Unternehmen einholen. So erfahren sie einerseits, wie ein Betrieb konkret arbeitet und andererseits, ob er über Stammkunden verfügt – das beste Indiz für eine seriöse und fundierte Mandatsabwicklung.

## BRANDREPORT LUXURY 778 LTD

### Immobilienmentoren, die Besichtigungstourismus verhindern.

Der Verkauf von Luxusimmobilien verlangt Erfahrung, Kompetenz – und ein Gespür für Menschen und ihre Bedürfnisse. Die Immobilienagentur Luxury 778 Ltd bietet genau das.

**B**ei den meisten Familienbetrieben holt der Vater den Sohn ins Firmenboot. Bei Luxury 778, der Schweizer Experten-Agentur für Luxusimmobilien, war es umgekehrt: «Hier konnte ich meinen Vater von der Firmengründung überzeugen», erzählt CEO Daniel Ittig. «Und seither profitieren unsere Kundinnen und Kunden von unserem tiefgreifenden Know-how sowie der kombinierten Kompetenz von meinem Vater und mir in Sachen Luxusimmobilien.»

Und das Fachwissen von Daniel und Stefan Ittig ergänzt sich perfekt: Während der Sohn 14 Jahre lang in der Architekturbranche tätig war (davon acht exklusiv im Luxussegment), war Vater Stefan Ittig erfolgreich im Bauwesen tätig. «Die Idee, unsere Kräfte im Rahmen eines gemeinsamen Unternehmens zu bündeln, setzten wir dann 2012 in die Tat um», führt Daniel Ittig aus. Er schätze es enorm, gemeinsam mit seinem Vater ein Unternehmen leiten zu dürfen. «Ich erachte es als grosses Privileg, zusammen mit ihm und unserem grossartigen Team einen Service zu bieten, der die Kunden immer wieder aufs Neue überrascht.»

## Diskretion und kreative Lösungen

Die Kundennähe ist Daniel Ittig ein zentrales Anliegen. «Unser Anspruch besteht darin, eine kreative Lösung für alle unsere Klienten zu finden.» Zu diesem Zweck nehmen man sich sehr viel Zeit für die Bedürfnisabklärung. «Erst wenn wir ganz genau im Bilde sind, lassen wir unser grosses Netzwerk spielen, um die geeigneten Käufer oder

das Wunschobjekt zu finden.» Die Mandatsabwicklung läuft möglichst lösungsorientiert und diskret ab. «So stellen wir sicher, dass unsere Kundinnen und Kunden wirklich glücklich sind mit dem Resultat.» Dies ist mit ein Grund dafür, dass Luxury 778 über eine derart grosse Stammkundschaft verfügt. «Wir geben jeden Tag unser Bestes, um uns dieses Vertrauen zu verdienen», betont

Ittig. Zu diesem Zweck gehe man auch gerne mal über das Dienstleistungsportfolio eines Immobilienbüros hinaus. «Wir haben auch schon die Bauherrenvertretung für einen Mandanten übernommen. Entstanden ist eines der exklusivsten Chalets in Zermatt.»

## «Wir sind Mentoren, keine Makler»

Doch die Kernkompetenz bleibt der Verkauf von Luxusimmobilien. «Und hier sorgen wir regelmässig dafür, dass die hohen Kundenerwartungen noch übertroffen werden.» Um Besichtigungstourismus zu vermeiden, wird viel Zeit in die Prüfung potenzieller Kaufinteressenten investiert. Das erhöht die Sicherheit und spart Verkäuferinnen und Verkäufern viel Zeit. «Wir sind Immobilienmentoren, keine Makler», fügt Daniel Ittig hinzu. Dabei besteht für ihn und sein Team die schönste Belohnung darin, wenn eine Kundin oder ein Kunde am Ende Freudentränen vergiesst. «Das sind wirklich magische Momente, durch die wir immer wieder neue Stammkunden dazugewinnen.»

Weitere Informationen und einige Auszüge des Immobilienportfolios finden Sie unter [www.778.ch](http://www.778.ch)

