



Weil der perfekte «Match» entscheidend ist

Für die erfolgreiche Entwicklung eines Neubauprojekts sind Marktkennntnis, planerische Erfahrung sowie ein Gespür für die Bedürfnisse künftiger Bewohner unabdingbar – Qualitäten, die KI nicht ersetzen kann. Als etablierte Immobiliendienstleisterin bringt die Markstein Gruppe all diese Faktoren zusammen.

Frau Hochuli, Frau Flückiger, zu Ihren Aufgaben gehört es unter anderem, die Planung und Entwicklung von Kunden-Neubauprojekten zu steuern. Welche Aspekte sind da gerade zu Beginn entscheidend?

Nina Flückiger: Am Anfang jedes Projektes steht eine zentrale Frage: Wer wird an diesem Ort künftig wohnen? Oder anders ausgedrückt: Wie sieht die Zielgruppe aus? Darauf die passende Antwort zu finden, ist entscheidend, da ein Standort oft vorgibt, wer sich für die geplanten Wohnungen interessieren wird. Zum Beispiel spricht ein Überbauungsprojekt im urbanen Zürcher Stadtteil Oerlikon ein anderes Klientel an als ein Bauvorhaben an der Goldküste.

Gehen Sie auch vor Ort, um sich einen Eindruck zu verschaffen?

Karin Hochuli: Ja, das ist ein wichtiger Teil unserer «Standort- und Marktanalyse». Dank unserer weitreichenden Erfahrung mit Immobilienprojekten können wir bei einer Begehung schnell einschätzen, für welche Art von Bauvorhaben ein Landstück infrage kommt – oder wofür es sich eben nicht eignet. Allerdings ergibt sich allein daraus noch kein komplettes Bild.

Nina Flückiger: Darum führen wir nebst der Besichtigung vor Ort auch umfassende datengetriebene Recherchen durch, um die Zielgruppen präzise zu definieren. Basierend auf diesen Erkenntnissen erarbeiten wir dann ein umfassendes Pflichtenheft für die Projektdefinition.

Worum handelt es sich bei diesem Pflichtenheft genau?

Karin Hochuli: Sie können es sich als eine Art «Drehbuch» für das Bauprojekt vorstellen, das durch alle Phasen der Planung und Umsetzung einen roten Faden spannt. Dementsprechend dient das Pflichtenheft gerade zu Beginn vor allem für Investoren als zentraler Wegweiser. Je weiter ein Bauprojekt dann voranschreitet, desto mehr Details deckt das Pflichtenheft ab – und richtet sich in der Folge an andere Beteiligte. Dazu gehören etwa die Architekten, wenn es um die Anzahl der Zimmer sowie die Aufteilung der Wohnflächen geht.

Nina Flückiger: Ferner umfasst das Pflichtenheft auch eine detaillierte Übersicht über die Ausstattung der Wohnungen sowie das Preissegment, in dem diese anzusiedeln sind. Im Kern bildet es also die Bedürfnisse der Zielgruppe ab, was es zu einem zentralen Werkzeug macht. Und da alle Beteiligten das gleiche «Drehbuch» nutzen, stellen wir sicher, dass das Bauprojekt wirklich von A bis Z auf den Zielmarkt ausgerichtet ist.



Steckbrief

Markstein Gruppe

Als etablierter Immobiliendienstleister unterstützt Markstein private, institutionelle sowie öffentlich-rechtliche Kunden. Die breite Dienstleistungspalette umfasst die Bereiche Portfoliomanagement, Bautreuhand sowie Transaktionsmanagement und Vermarktung. Somit deckt sie den gesamten Lebenszyklus einer Liegenschaft ab.

Mehr Informationen unter markstein.ch



Nina Flückiger,
Standortleiterin Zürich



Karin Hochuli,
Leiterin Vermarktung

Wie lange dauert eine solche tiefgreifende Analyse? Und kommt da KI zum Tragen?

Nina Flückiger: Das Ganze nimmt mindestens einen Monat in Anspruch, je nach Projektgrösse. Und ja, künstliche Intelligenz hilft uns bereits heute, aber das menschliche Know-how sowie die Erfahrung bleiben ausschlaggebend.

Sie verantworten Projektentwicklungen im gesamten Kanton Aargau, beziehungsweise im Wirtschaftsraum Zürich. Wie ist die Situation dort für Bauherren, die Neubauprojekte lancieren möchten?

Karin Hochuli: Bei uns im Aargau sind Projekte hinsichtlich des Investitionsvolumens meist etwas kleiner dimensioniert – obwohl es markante lokale Unterschiede gibt. Die Region Baden und Umgebung etwa ist für Leute aus dem Wirtschaftsraum Zürich deutlich attraktiver geworden. Entsprechend wird auch hier Bauland vermehrt zur Knappheit, wodurch die Preise für verfügbare Flächen in die Höhe klettern.

Nina Flückiger: Im Raum Zürich steht kaum noch Bauland zur Verfügung, Projekte «auf der grünen Wiese» bilden dementsprechend die Ausnahme. Potenzial bergen zum Beispiel alte Einfamilienhäuser mit grossem Umschwung, auf deren Fläche man verdichtet bauen kann. Manchmal handelt es sich hingegen um ganze Siedlungen, die abgebrochen werden und so Platz schaffen für modernen neuen Wohnraum. Diese Flächen und ihr Entwicklungspotenzial zu identifizieren und in attraktive Projekte zu überführen, ist ein wesentlicher Teil unserer Arbeit. Natürlich stehen auch hier die Bedürfnisse der Zielgruppe im Vordergrund. Im Raum Zürich etwa ist die direkte Nähe für die Anbindung an den öffentlichen Verkehr entscheidend.

Können Sie uns aufzeigen, wie die Begleitung von Markstein in der Praxis aussieht, also von der Beratung in der Entwicklungsphase bis zum Vermarktungsprozess, und welche Vorteile dies für Ihre Kunden hat?

Nina Flückiger: Vertrauen ist die Basis jeder guten Zusammenarbeit. Darum kommen oft Investoren zu uns, mit denen wir bereits langjährige Partnerschaften pflegen. Wenn diese ein Stück Land kaufen und mit einem Architekten ein Projekt entwickeln möchten, prüfen wir zuerst die Pläne auf Herz und Nieren. **Karin Hochuli:** Anschliessend kommt den Kunden ein zusätzlicher Vorteil zugute: Da Markstein auch für eigene Immobiliengefässe Projekte entwickelt, betrachten wir Bauvorhaben nicht «nur» aus Sicht des Entwicklers, sondern auch mit dem Blickwinkel eines institutionellen Investors. Diese 360-Grad-Perspektive verschafft uns ein erstklassiges Gespür für den Marktwert eines Projektes. Dank diesem besonderen Blick begleiten wir unsere Kunden zielführend durch den gesamten weiteren Prozess.

Jetzt haben wir vor allem über Projekte gesprochen, die auf der «grünen Wiese» neu geplant werden. Übernehmen Sie auch Projekte, die bereits fortgeschritten sind?

Nina Flückiger: Das tun wir in der Tat. Ich erinnere mich an einen Fall, bei dem mich ein Eigentümer bat, sein Projekt zu analysieren. Der Bau war bereits bewilligt worden, doch ich empfahl dem Bauherrn dennoch, die Planung zu optimieren, weil diese der angepeilten Zielgruppe nicht wirklich gerecht wurde. Wir überarbeiteten in der Folge das Projekt – natürlich innerhalb der bereits bewilligten Parameter, damit man nicht wieder auf «Feld eins» anfangen musste. So konnten wir das Vorhaben marktgerecht schärfen, ohne den zeitraubenden Bewilligungsprozess erneut durchlaufen zu müssen.

Und wie kann eine Überarbeitung eines laufenden Bauvorhabens konkret aussehen?

Karin Hochuli: Nehmen wir exemplarisch an, dass wir bei einem Wohnbauprojekt einen Wohnungsmix feststellen, der nicht zum gewählten Standort passt. Vielleicht sind die Einheiten zu gross und der Preis damit für die angedachten Mieter oder Eigentümer zu hoch. In einem solchen Fall optimieren wir die Grundrisse, ohne Qualität einzubüssen, und können dadurch mehr Wohnungen realisieren. Das macht das Projekt effizienter und wirtschaftlicher. Derartige Eingriffe setzen ein tiefes Verständnis des Marktes und der relevanten

Kennzahlen voraus. Genau hier liegt die Stärke der Markstein Gruppe: im Einsatz interdisziplinärer Teams, die eine enorme Bandbreite an Fachwissen und Erfahrung zugunsten der Kunden einbringen.

Nina Flückiger: Und damit unsere Teams ihre 360-Grad-Sicht optimal einsetzen können, ist es natürlich ratsam, uns so früh wie möglich in den Prozess zu integrieren. Denn dann können wir auch unsere Kaufinteressenten frühzeitig «ins Boot holen», um zu ermitteln, wie die geplanten Bauprojekte am Markt ankommen. Wir führen hierzu eine Liste von mehr als 55 000 Interessenten, die ihre Daten – etwa hinsichtlich Preisvorstellung und Wunschwohnlage – bei uns hinterlegt haben.

Wie schnell finden neue Wohnraumprojekte heute Abnehmer? Die Nachfrage ist ja enorm.

Nina Flückiger: Das ist korrekt, doch auch im aktuellen Marktumfeld gibt es selten reine «Selbstläufer» – man muss immer aktiv sein, um passende Käuferschaften zu finden. Der perfekte «Match» ist dabei entscheidend.

Karin Hochuli: Viele Projekte mit kleineren Einheiten werden «off Market» vergeben. Über direkte Wege sowie durch unser fachliches Netzwerk führen wir hier Angebot und Nachfrage optimal zusammen. Oft reicht dafür ein Blick in unsere Interessenten-Datenbank, um den erwähnten perfekten «Match» zu erzielen – und eine echte Win-win-Situation zu schaffen.

«Flächen und ihr Entwicklungspotenzial zu identifizieren und in attraktive Projekte zu überführen, ist ein wesentlicher Teil unserer Arbeit.»