

Prüfung Vertiefungskompetenz Immobilienbewirtschaftung 2007

Vermarktung

Schriftliche Prüfungsaufgaben



Schweizerischer Verband der Immobilienwirtschaft SVIT

© Schweizerische Fachprüfungskommission der Immobilienwirtschaft

Name, Vorname:

Kandidaten-Nr.:

Hilfsmittel

Hinweise für die Prüfungskandidaten

1. Bitte den Kopf jedes Blattes (Kandidaten-Nr.) unbedingt ausfüllen. Auf Zusatzblättern bitte unbedingt nebst der Kandidaten-Nummer auch den vollständigen Namen aufführen.
2. Werden für die Lösungen zusätzliche Blätter benötigt, bitte unbedingt bei der Aufgabe einen entsprechenden Hinweis anbringen.
3. Die Lösungen sind auf den zusätzlichen Blättern aufzuzeigen.
4. Ihre Lösungen müssen lesbar sein. Aufbau und Darstellung werden in die Bewertung miteinbezogen.
5. Die Teilantworten werden in steigender Reihenfolge bewertet. (Beispiel: Sind 8 Antworten verlangt und 10 Antworten werden aufgelistet, so werden nur die ersten 8 Antworten bewertet.)
6. Verfügbare Lösungszeit: **60 Minuten**
7. Sämtliche Lösungsblätter und Notizen sind abzugeben. **Fehlt die Aufgabe oder Teile davon, erfolgt keine Korrektur.**

Aufgaben / Thema

Mögliche Punktezahl 60 Punkte

Total **60 Punkte**

I. Ausgangslage

Wie Ihnen aus der vorherigen Aufgabe bekannt ist, haben die Eheleute Hans und Doris Müller die Liegenschaft Thujaweg 3/5 im gastlichen Gletscherdorf Grindelwald käuflich erworben.

Sie möchten eine der Dach-Wohnungen inskünftig selber bewohnen und ihr Einfamilienhaus dem Sohn überlassen.

Die beiden Eigentümer haben sich nach langem Hin und Her entschieden, die restlichen fünf Wohnungen zu verkaufen, da sie das Geld anderweitig verwenden möchten. Das Stockwerkeigentum ist ja bereits begründet.

II. Rahmenbedingungen und Auftrag

Die Eheleute beauftragen nun die Firma Immoservice AG bzw. Sie, die fünf Wohnungen zu vermarkten. Daraus resultieren folgende Verkaufsobjekte:

Thujaweg 3

- EG: Wohnung Nr. 1, 105,0 m²
- OG: Wohnung Nr. 2, 104,0 m²
- DG: ----

- Bastelraum (Disp. 1), 32.0 m²

Thujaweg 5

- EG: Wohnung Nr. 4, 105,0 m²
- OG: Wohnung Nr. 5, 104,0 m²
- DG: Wohnung Nr. 6, 110,0 m²

- Bastelraum (Disp. 3), 24.0 m²
- Bastelraum (Disp. 4), 17,7 m²

- 8 Einstellplätze

Die 3½-Dachwohnung im Haus 1, Wohnung Nr. 3, werden Herr und Frau Müller bewohnen (Thujaweg 3). Den Bastelraum (Disp. 2) mit 28 m² behalten sie ebenfalls. Zudem möchten sie die Einstellplätze Nr. 10 + 3 behalten.

1. Standortangaben

Grindelwald bietet viele Highlights mit Weltruf: die Eigernordwand, das Jungfraujoch «Top of Europe», den längsten Gletscher der Alpen, eingebettet im UNESCO-Welterbe Gebiet, und vieles mehr.

Das touristische Angebot ist sehr gross. Das gastliche Eigerdorf Grindelwald liegt eingebettet in eine abwechslungsreiche, unverfälschte Alpenlandschaft. Die imposante, weltbekannte und eisgekrönte Bergkulisse mit Wetterhorn, Eiger, Mönch und Jungfrau ist für Grindelwald das Bühnenbild.

Einwohner: Die Gesamtbevölkerung liegt bei rund 4'000 Personen (1.1.06: 3'816 EW).

Grindelwald zählt zum Amtsbezirk Interlaken sowie zur Wirtschaftsregion Berner Oberland bzw. zur Planungsregion Oberland-Ost.

Der Mikrostandort kann als ruhig, gut besonnt und mit Fernsicht bezeichnet werden.

2. Zielsetzungen

Die beiden Eigentümer haben keine grossen Vorgaben, ausser:

- ✓ Die fünf Wohnungen sind bis spätestens **31. Dezember 2008** verkauft.
- ✓ Gesamtverkaufserlös: mindestens **CHF 4,0 Mio.**

3. Bestehende Mieterschaft

Sie überlassen es Ihnen, was Sie mit den Mietern machen: allen jetzt kündigen oder vermietet verkaufen? Die Auftraggeber vertreten die Ansicht, dass Sie ja der Mietrechtspezialist seien. Sinnvoll ist es sicherlich, dass freie Wohnungen nicht mehr vermietet werden.

4. Verkaufsbereiter Zustand

Da die Objekte renoviert wurden (Küchen, Bäder, Fenster etc.) sind keine weiteren Massnahmen mehr nötig!

5. Budget

Für die Vermarktung steht Ihnen ein Budget von CHF 50'000.-- zur Verfügung! CHF 25'000.-- für die Insertionskosten, der Rest für Prospekte und andere Aktivitäten.

6. Vermarktungskonzept

Erstellen Sie, soweit dies aufgrund dieser Angaben möglich ist, ein **Vermarktungskonzept**, das alle wichtigen Elemente enthält. Treffen Sie, wo nötig, praxisgerichtete Annahmen, primär sind aber die Fallangaben zur Lösungserstellung zu verwenden.