

Die oberste Preisklasse ist begehrt

ANDERMATT 60 Prozent der verfügbaren Wohnungen im Tourismusresort sind verkauft oder reserviert. Die Wünsche der Kunden unterscheiden sich je nach Nationalität.

ANIAN HEIERLI
anian.heierli@urnerzeitung.ch

Seit gut zwei Jahren gehören Bagger, Kräne und Bauarbeiter in Andermatt zum Dorfbild. Die Pläne des ägyptischen Investors Samih Sawiris für das Tourismusresort nehmen immer mehr Form an. Diverse Apartmenthäuser sind bereits fertiggestellt, andere werden gerade gebaut oder befinden sich in konkreter Planung. Parallel dazu rückt der Immobilienverkauf in Andermatt voran: «60 Prozent der Wohnungen, die auf dem Markt sind, haben wir verkauft oder sind reserviert», sagt Christof Birkhofer, Immobilienverantwortlicher bei der Andermatt Swiss Alps AG (ASA). «Unser selbst gesetztes Ziel haben wir damit erreicht. Aber wir wollen das natürlich noch steigern.»

Andere Länder, andere Vorzüge

Zum Tourismusresort gehören heute unter anderem fünf Apartmenthäuser (siehe Grafik). Die Häuser Gemse, Hirsch und Steinadler sind bezugsbereit, das Haus Biber wird in den kommenden Wochen übergeben, «Schneefalke» befindet sich seit Oktober 2015 im Bau. «Für uns ist wichtig, dass das Projekt voranschreitet», betont Birkhofer. «Da sind wir auf einem guten Weg.» Noch in diesem Winter werden die ersten Einheiten im Residenzbereich des Hotels The Chedi den Käufern übergeben. Und auch im nächsten Jahr soll das Resort weiter wachsen. Im besten Fall ist Ende 2016 das fünfte Apartmenthaus Schneefalke fertig. Es stehen aber auch 25 Grundstücke für exklusive Chalets und zwölf Chedi-Penthouses zum Kauf bereit, die der Kunde individuell gestalten kann.

Doch wer kauft für eine halbe Million Franken eine 1,5-Zimmer-Wohnung oder für mehrere Millionen ein exklusives Chalet? «Über 50 Prozent unserer Kunden sind Schweizer», hält Birkhofer fest. «Der Rest ist international verteilt.» Darunter seien Interessenten aus dem europäischen, arabischen und asiatischen Raum. Die Kundenwünsche gehen gemäss Birkhofer je nach Nationalität auseinander: «Für Schweizer ist es ganz wichtig, dass sie viele Freiheiten erhalten.» Deshalb hätten Erreichbarkeit und eine flexible Nutzung bei ihnen hohe Priorität. «Dagegen will ein ausländischer Kunde möglichst wenig «Kopfschmerzen», so Birkhofer. «In der Regel wünscht er, dass wir seine Immobilie managen respektive den kompletten Service wie beispielsweise die Reinigung übernehmen.» Schweizer bevorzugen tendenziell grössere Wohnungen. Der ausländische Kunde, der keinen Platz für Dinge wie Putzmittel braucht, ist



So viel kosten die Resort-Immobilien

Immobilien	Anzahl	Grösse	Preis in Franken	Zeitplan
Schneefalke	19	1½ – 5½ Zimmer	ab 309 000	Baustart Oktober 2015
Biber	22	2½ – 3½ Zimmer	ab 452 000	Übergabe Ende 2015
Gemse	19	1½ – 5½ Zimmer	ab 455 000	Übergabe Mai 2015
Steinadler	12	2½ – 5½ Zimmer	ab 1 180 000	Übergabe Dezember 2014
Hirsch	15	2½ – 5½ Zimmer	ab 1 450 000	Übergabe Dezember 2014
Gotthard Residences	90	1½ – 4½ Zimmer	ab 450 000	Baustart Oktober 2015
The Chedi Residences	42	2½ – 3½ Zimmer	ab 1 800 000	Bezug ab Winter 2015/16
The Chedi Penthouses	12	Core and Shell	ab 3 400 000	Individuell
Individuell geplante Chalets	25	ca. 300 m²	ab 3 500 000	Individuell
Chaletgrundstücke	25	ab 923 m²	ab 2 700 000	Individuell

Quelle: ASA-Immobilien / Grafik: Oliver Marx

dagegen eher an kleineren Immobilien interessiert. Laut Birkhofer sind Apartments im untersten sowie im obersten Preissegment am stärksten gefragt.

Wünsche werden berücksichtigt

Der Verkauf von Immobilien für bis zu 1,2 Millionen Franken läuft am besten. Aber auch mehrere Millionen teure, zweistöckige Dachwohnungen sind beliebt. In den Apartmenthäusern, die fertiggestellt sind, ist nur noch eine der

Dachwohnungen verfügbar. «Eine geringere Nachfrage haben wir dagegen bei Wohnungen in der mittleren Preisklasse mit ganz hochwertigen Materialien, die teurer als 1 Million Franken sind, aber trotzdem nicht mehr als 3,5 Zimmer haben», so Birkhofer. «Hier sprechen wir klar ein geringeres Marktsegment an.»

Eines haben aber alle Immobilien der Andermatt Swiss Alps gemeinsam: In jeder Wohnung sind Baumaterialien und

Ausstattung hochwertig. Dies reicht vom Echtholz-Parkett übers Cheminée bis hin zur Naturstein- oder Lärchenholzverkleidung. «Wir versuchen frühzeitig, auf die Vorstellungen der Kunden einzugehen», sagt Birkhofer. Auch nach dem Kauf werden die Wünsche von Apartmentbesitzern berücksichtigt. Resort-Mitarbeiter regeln bei Bedarf den Reinigungs-, Wäsche- oder Einkaufsservice. Wer in einem der Häuser ein Apartment besitzt, kann dieses über die

Harzt der Verkauf?

ANALYSE AH. Für Claudio Saputelli, Chefanalyst für Immobilien bei der UBS, sind die Verkaufszahlen der Andermatt Swiss Alps AG (ASA) nicht berauschend: «Wenn 60 Prozent der Wohnungen verkauft wurden oder reserviert sind, ist das an der unteren Grenze.» In Zeiten des Immobilienbooms seien solche Wohnungen teilweise ab Katalog zu 100 Prozent verkauft worden.

Doch weshalb gehen gerade Wohnungen im unteren und im ganz hohen Preissegment besonders gut weg? «Im niedrigen Segment ist die Nachfrage am grössten, denn es gibt einfach nicht so viele reiche Kunden», so Saputelli. Auf der anderen Seite lasse sich gerade auch Exklusivität gut verkaufen: «Man hat zwar insgesamt eine kleinere Nachfrage. Aber es gibt Leute, die genau diese Exklusivität wollen und suchen.» Bei dieser Kundschaft entscheide nicht primär der Preis. Laut dem UBS-Analysten ist der Verkauf im mittleren Preissegment am schwierigsten, «weil hier die Interessenten einerseits kritischer sind und andererseits auf dem Markt eine grössere Konkurrenz herrscht».

Unsicherheiten am Markt

Michael Trübstein, Wirtschaftsprofessor und Immobilienexperte an der Hochschule Luzern, sieht den Verkauf in Andermatt positiver: «Durch den Frankschock und die Flüchtlingskrise gibt es Unsicherheiten am Markt. Von daher sind 60 Prozent im speziellen Teilmarkt Tourismusresort okay», sagt er. «Seit zwei Jahren ist feststellbar, dass Vermarktungszeiten in diesem Teilbereich stark zunehmen.» Auch für Trübstein ist es nicht verwunderlich, dass Wohnungen im niedrigen und hohen Preissegment am schnellsten verkauft werden: «Die ganz wohlhabenden Käufer nutzen exklusive Standorte etwa zu Repräsentationszwecken. Dagegen interessieren sich Personen für das «günstige» Segment, welche die Wohnung möglicherweise zur Zweitnutzung planen.» Im mittleren Segment habe man dagegen ein dritte Nachfragergruppe, die zwar wohlhabend ist, aber genau abwägt, wo investiert wird, und Konkurrenzprojekte analysiert.

Andermatt Swiss Alps als Ferienwohnung vermieten lassen.

Das Tourismusresort soll dereinst aus 6 Hotels, 500 Apartments in 42 Häusern, 42 The-Chedi-Residences, 12 The-Chedi-Penthouses, rund 100 Gotthard-Residences und 25 individuell geplanten Chalets bestehen. Ob und wie schnell Investor Samih Sawiris seine Wohnungen verkaufen kann, ist auch von der Entwicklung der neuen Skiarena Andermatt-Sedrun abhängig.