

Villa mit Ausblick

ANNE GRÜTTNER | MADRID

Es war ein Familienausflug der besonderen Art: An einem Samstag packten Andrés, seine Frau und die beiden kleinen Mädchen Waschzeug, Klamotten und Spielsachen und zogen los zum Probewohnen. In der Vierzimmer-Mansardenwohnung im ruhigen Viertel Guinardo am Nordrand von Barcelona fanden sie Handtücher zum Wechseln, frisch bezogene Betten und einen gefüllten Kühlschrank vor – wie im Hotel, aber gratis. Andrés musste nur eine Kautions hinterlassen, die er nach der Probe zurückerhielt. „Anfangs war ich misstrauisch, ich dachte irgendwo ist ein Haken, aber das war sehr gut gemacht“, erzählt der 37-Jährige.

Genau 36 Stunden durften Andrés und seine Familie Küchengeräte und Badewanne ausprobieren, den Blick von den beiden Terrassen vergleichen, die Nachbarn kennenlernen, den nächsten Supermarkt und den nächsten Spielplatz suchen. Alles gefiel ihnen.

„Warum soll man ein Auto für 8 000 Euro vor dem Kauf ausprobieren können, aber eine Wohnung für 300 000 Euro nicht?“, fragt Tomás Marlí, Chef der kleinen Immobilienfirma Torrent de Juia und Erfinder des Probewohnens. Spaniens Immobilienunternehmen müssen sich heute etwas einfallen lassen, um ihre Behausungen loszuwerden. Der Markt liegt darnieder. Im April wurden in Spanien nur 29 000 Wohnungen verkauft, halb so viel wie im Vorjahreszeitraum, 16 Prozent weniger als im März.

Bauträger und Immobilienfirmen sitzen auf rund einer Million leeren Wohnungen und Häuser, die sie in Boomzeiten kreditfinanziert gebaut haben. Bis sich Angebot und Nachfrage wieder angepasst haben, werden laut einer jüngsten Studie von Standard & Poor's noch zwei oder drei Jahre vergehen. Doch schon jetzt drohen viele Firmen an den hohen Schulden zu erstickten. Viele bieten ihre Objekte mit Preisabschlägen von 20 bis 30 Prozent an. Doch das reicht nicht, um die wenigen Käufer an eines der vielen Objekte heranzulocken.

Kreative Methoden wie das von „Torrent de Juia“ als Marke registrierte System des Probewohnens mit anschließender Versteigerung sind gefragt. Chef Tomás Marlí gründete die Firma vor sechs Jahren als Bauträger. Doch mit der Krise stoppte er alle Bauprojekte und konzentrierte sich seither nur noch auf die Maklertätigkeit.

Vor zwei Wochen kehrten Andrés und seine Frau zurück in die Mansarde, um an der Versteigerung teilzunehmen. 330 000 Euro lautete der Ausgangspreis und lag damit deutlich unter dem Schätzwert von 450 000 Euro. Eine Weile hat Andrés mitgeboten, doch dann musste er passen. Der Hammer fiel erst bei 420 000 Euro. Ein anderer bekam die Mansarde.

So lässt sich der Preis auch in der Krise puschen. Allerdings müssten die Einstiegspreise interessant sein, meint Marlí. Torrent de Juia lässt die Wohnung selbst schätzen und startet 20 bis 30 Prozent günstiger. „Wenn natürlich



Dachterrasse im spanischen Gerona. Besichtigen allein reicht in Zeiten der Immobilienkrise nicht mehr aus.

**SPANIENS
MAKLER**
werden
erfindungsreich.
Potenzielle
Wohnungskäufer
dürfen
probewohnen.

nur einer zur Auktion erscheint, geht die Wohnung für 70 Prozent des Wertes weg.“ Doch das kam noch nicht vor. Seit das System vor wenigen Wochen angelaufen ist, hat Marlí fünf Wohnungen verkauft, jede wurde von vier oder fünf Familien getestet, und fast alle kamen zur Versteigerung wieder.

Die größte Schwierigkeit sei, das Vertrauen der potenziellen Käufer zu gewinnen, erzählt der 43-jährige Makler. Zu viel haben die Leute über überhöhte Immobilienpreise, hohe Schulden und Konkursverfahren gehört. Er setze auf absolute Rechtssicherheit und Transparenz: „In unserer Webseite steht sogar unser Verdienst, fünf Prozent von jeder Transaktion“.

Transparenz und Vertrauensbildung – auch die Firma Gestesa hat sich etwas einfallen lassen, um ihre 300 bezugsfertigen Lofts in Lloches am Rand von Madrid loszuwerden. In der jungen Ansiedlung scharen sich neugebaute Wohnsiedlungen und Reihenhäuser um einen kleinen Dorfkern, und auf den Äckern drumherum künden gigantische Schilder von weiteren

Projekten, die wohl niemals realisiert werden. „Früher standen die Leute bei jedem neuen Wohnprojekt Schlange, jetzt machen wir gezielte Kampagnen für spezifische Zielgruppen“, sagt Silvia Alvarez, Marketingdirektorin von Gestesa und Erfinderin der „ersten Reality-Show für Immobilien.“

„Emilio verkauft einen Loft“ (www.emiliovendeunloft.com) ist der Titel der Internetseite, auf der Besucher per Webcam jede Bewegung in einer Musterwohnung verfolgen können. Wenn sich gerade niemand von Emilio den 110 Quadratmeter großen, modern bunt eingerichteten Loft zeigen lassen will, filmt die Webcam Emilio an seinem Schreibtisch. Emilio Martín, ein großer Mann mit Halbglatze und breitem, ein bisschen zu einnehmendem Lächeln, ist „unser bester Verkäufer, er ist ein Jahr bei uns und hat schon 113 Wohnungen verkauft“, sagt Alvarez.

Von der Internetseite führt ein Link zu einem Blog, in dem Emilio täglich in jugendlich-jovialen Ton über die Besucherzahl oder über Journalisten, die ihn interviewt ha-

ben, erzählt. Die mediale Wirkung hat Gestesa viel Publicity eingebracht. „Ein Zeitungsbericht ist glaubwürdiger als jede Werbeaktion“, freut sich Silvia. Eine Seite in Facebook soll den direkten Kontakt zu dem breit greisenden Makler noch vertiefen. Die Kampagne richtet sich speziell an junge, mit dem Internet vertraute Menschen – „ein Haus für 300 000 Euro könnte ich so nicht verkaufen“, weiß Emilio. Neun Lofts hat er seit Beginn der Kampagne verkauft, 70 Leute tourten Wohnungen vor laufender Kamera. „Einige kaufen sicher noch“, sagte er, heute dauere es zehnmal länger als früher, bis die Finanzierung geklärt sei.

Der Preis der jetzigen Musterwohnung, 110 000 Euro, wird täglich etwas gesenkt, zurzeit steht er bei 108 000 Euro. „Die Leute wissen nicht, wann die Kampagne zu Ende geht, sie müssen sich entscheiden irgendwann einzusteigen“, erklärt Emilio. „Ganz am Ende geht der Preis wieder auf 110 000 Euro hoch.“ Doch selbst das ist schon ein kräftiger Abschlag. Vor einem Jahr wurden die Lofts, die sich in einem Wohnkomplex mit Schwimmbad und Tennisplätzen befinden, noch für 157 000 Euro angeboten. Derzeit gehe es vor allem darum, die Investition heranzuholen, sagt Emilio.

Für viele Firmen geht nicht mal das. Tomás Marlí wird im August eine dreistöckige, 188 Quadratmeter große Luxusvilla auf einem 4004 Quadratmeter großen Gelände in Gerona zum Ausgangspreis von 350 000 Euro ins Rennen schicken. Der Bauträger sei in Schwierigkeiten und sei 50 Prozent runtergegangen sagt Marlí. Damit mache er einen hohen Verlust. Natürlich können interessierte Käufer die Villa austesten. Vielleicht kommen dann auch Andrés und seine Familie endlich zum Zug.

Fatale Folgen einer geplatzten Blase

Fehlende Nachfrage

Die überwiegende Zahl der Spanier will eine Wohnung oder ein Haus kaufen und nicht mieten. Doch im Zuge der hohen Arbeitslosigkeit und der zögerlichen Kreditvergabe der Banken können sich das nur noch wenige leisten. Wurden im ersten Quartal 2007 noch 230 755 Wohnungen verkauft, waren es zwei Jahre später nur noch 104 703.

Enormes Überangebot

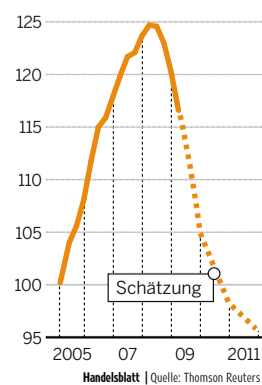
Die Immobilienfirmen haben in den Jahren des Booms ein gigantisches Überangebot von derzeit rund einer Million unverkauften Wohnungen aufgebaut. Da der Bau mit Verzögerung auf die Nachfrage reagiert, kamen noch im Jahr 2008 mehr als 600 000 Wohnungen auf den Markt.

Preise fallen

Auf diese Situation begin-

Hauspreise in Spanien

Index 2005 = 100



nen die Immobilienfirmen erst jetzt mit starken Preisnachlässen von bis zu 50 Prozent zu reagieren. Laut einer Studie von Standard & Poor's werden die Immobilien dieses Jahr um 20 Prozent billiger, 2010 noch einmal um zehn Prozent und 2011 schließlich um fünf Prozent. Das würde einen Preisverfall von mehr als 30 Prozent seit Ende 2008 bedeuten, mehr als im restlichen Europa.