

Damit beim Bauen die Rechnung für alle aufgeht

Der Garantievertrag – eine Versicherung gegen Kostenüberschreitungen

Von Beat Walder*

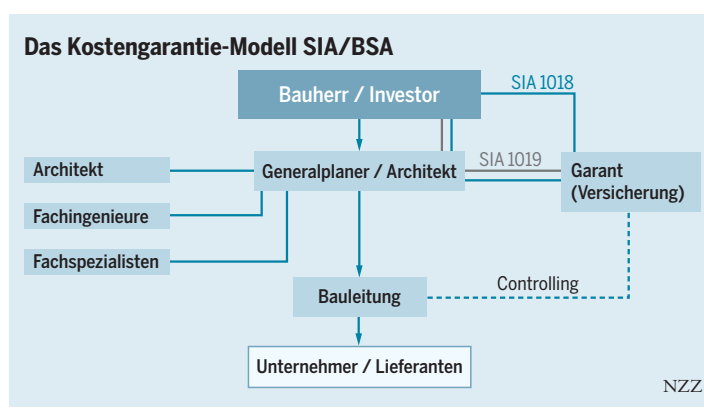
Kostenüberschreitungen bei einem Bauprojekt geben nicht selten Anlass zu unliebsamen Auseinandersetzungen über ihre Ursachen und die Schuld daran. Dies muss nicht sein. Seit geraumer Zeit können sich Bauherrschafft und Planer vor Mehrkosten schützen, und zwar mit einem Garantievertrag, der auch eine Versicherung bei Überschreitung der Baukosten enthält.

Bei komplexen Überbauungen ist die Einhaltung des Kostenvoranschlags von zentraler Bedeutung. Deshalb kann das Risiko einer Überschreitung des Baubudgets durch Abschluss eines sogenannten Garantievertrages eingeschränkt werden. Das von der Basler Gesellschaft SGC unter der Marke «SIA-Kostengarantievertrag» angebotene Zusammenarbeitsmodell sichert das Kostenmanagement auf Basis eines Architekten- oder Generalplanervertrages und umfasst zwei wichtige Pfeiler: einen neutralen Garanten, der das Planungsteam bei der Überwachung des Kostenvoranschlags unterstützt, sowie eine Versicherung, die allfällige Überschreitungen abdeckt.

Innovatives Modell

Mit dem innovativen Modell bietet die SGC als vom SIA (Schweizerischer Ingenieur- und Architektenverein) und BSA (Bund Schweizer Architekten) sowie von der Assekuranz anerkannte unabhängige «Prüfstelle» Planern und Investoren Hilfestellung in zweifacher Hinsicht. Zum einen sorgt der Garant dafür, dass die Kosten während des Planungs- und Bauprozesses nicht überschritten und die Qualitätsstandards eingehalten werden. Zum andern gewährleistet er dank Garantien Budgetsicherheit, die als Option auch Folgekosten bei Terminüberschreitungen umfasst.

Der Garant erfüllt die von SIA und BSA gestellten Anforderungen bezüglich Organisationsform, Versicherungsdeckung, berufsethischer und fachlicher Qualifikation. Zu seinen Leistungen gehören unter anderem eine vorangehende umfassende Projekt- und Risikoprüfung punkto Kosten und Baukonzept. Oft resultieren aus diesem



unabhängigen «Röntgenbild» Optimierungen, ohne dass diese das gestalterische Konzept tangieren oder zulasten der Bauqualität gehen. Entsprechend senken die so erzielten Einsparungen auch den garantierten Kostenvoranschlag.

Trotz Sicherheit kaum Mehrkosten

Dank der Projektanalyse ist es oft möglich, die üblicherweise mit rund 5% veranschlagten Reserven für Unvorhergesehenes auf rund 3% zu senken. Zusammen mit den Einsparungen im Rahmen der Projektanalyse lässt sich somit bereits ein Teil des Aufwandes für die Leistungen des Garanten und die Versicherungsprämie gleichsam amortisieren. Diese betragen je nach Projektgrösse und Risiken insgesamt 1,5% bis 3% der garantierten Baukosten. Zu den Pflichten des

Garanten während der Bauausführung gehört auch die Überprüfung der Ausschreibungen, Offerten, Werkverträge und Vergaben; kontrolliert werden weiter die Bauausführung, Zahlungsaufträge oder die Baubuchhaltung. Je nach Bedarf etabliert der Garant auch ein unabhängiges Controlling- und Reportinginstrument, mit dem periodisch Informationen über den Bauten- und Kostenstand vermittelt werden.

Die Kostengarantie ist im Interesse aller. So bietet sie Planungsbüros bei der Akquisition ein gutes Argument, falls die Bauherrschafft den Auftrag von Garantien abhängig macht. Dabei kann der Planer seine Dienstleistungen vorschlagen, ohne dass es bei Qualität oder Gestaltung zu Abstrichen kommt. Als Ansprechpartner der Bauherrschafft bleibt der Architekt bis zur Bauvollendung bestimmend und in seinen Handlungswegen unabhängig. Flexibilität und Transparenz sind in allen Projektphasen gewährleistet.

Der SIA-Garantievertrag gibt dem Bauherrn die Gewissheit, dass seine Renditeziele ohne qualitative Abstriche erfüllt werden. Sofern gewünscht, ist er durch Einsicht in den gesamten Planungs- und Bauprozess, in das Rechnungswesen und in die Schlussabrechnung in die Entscheidungsfindung mit einbezogen. Ausserdem kann

die Bauherrschafft die Wahl der Spezialplaner, Unternehmer und Lieferanten bestimmen. Dies ist ein wichtiges Argument bei der Beurteilung des Kosten-/Qualitäts-Verhältnisses beim Immobilien-Investment.

Positive Bilanz

Das innovative Sicherheitsinstrument, das in der Romandie bereits seit 1991 erfolgreich angewendet wird, ist vor einigen Jahren auch in der Deutschschweiz vorgestellt worden, ohne aber damals ein grosses Echo auszulösen. Seither konnten jedoch in mehreren Deutschschweizer Kantonen Projekte auf der Basis eines Garantievertrages erstellt werden, darunter auch eine Renovation eines Bürohauses mit einer garantierten Bausumme von 1,2 Mio. Fr. Selbst ein Grossprojekt mit Garantievertrag («James – Wohnen mit Service in Zürich») ist diesseits der Saane mittlerweile Realität geworden.

Die bisherigen Erfahrungen sind positiv. Der überwiegende Teil der Objekte konnte in der vorgesehenen Kostenlimite abgeschlossen werden. Die neue Zusammenarbeitsform ermöglicht es dem Planer, auf dem Bauprozess erweiterte Leistungen, kombiniert mit einer handfesten Garantie, anzubieten. Das treuhänderisch aufgebaute Modell ist somit eine attraktive Ergänzung zum bestehenden Architekten- oder Generalplanervertrag und eine valable Alternative zum Generalunternehmervertrag.

* Der Autor leitet die Garantengesellschaft SGC, Sicherheit dank Garantie und Controlling für Bauprojekte AG, Basel.

Neue Perspektiven ohne Grenzen?

Das Immobilienmarketing wird immer wichtiger

Von Elisabeth Arm*

Was ist zielgerichtetes und erfolgversprechendes Immobilienmarketing, und worin unterscheidet es sich vom Marketing für andere Produkte? Mit solchen und weiteren für den Absatz von Immobilien nicht ganz unwichtigen Fragen befasst sich die Autorin des folgenden Beitrags. (Red.)

Immobilienmarketing beginnt, lange bevor es überhaupt zur Ausführung eines Bauprojektes kommt. Im Zentrum steht dabei die Entwicklung von Produkten, die im Markt nachgefragt werden. Ob es sich um ein Auto, um Zahnpasta oder um eine Immobilie handelt, ist praktisch irrelevant. Die Entscheidungsgrundlagen sind die gleichen. Der einzige Unterschied liegt darin, dass Immobilien sich an einem festen Standort befinden.

Gezielte Marktbearbeitung

Das Planen von Immobilienprojekten ohne Marketing-Grundlagen nur mit dem Ziel, ein architektonisches Meisterwerk zu erstellen, ist in der heutigen Zeit unzureichend. Denn welcher Investor kann es sich leisten, Liegenschaften mit einem schlechten Ertrag in seinem Portfolio zu halten oder ein Projekt zu entwickeln, das am Markt nicht abgesetzt werden kann. Deshalb muss Immobilienmarketing neben Projektentwicklung, -umsetzung, Finanzen und Controlling ein wichtiges Standbein für die Wertschöpfung entlang der ganzen Kette sein. Als Basis des Immobilienmarketings sollte die Marktanalyse dienen. In dieser

* Elisabeth Arm ist Mitglied der Geschäftsleitung und Leiterin Marketing der p-4 AG, Zug.

Phase erfolgen Marktforschung und Marktbeobachtungen nach folgenden Kriterien: Umfeld (Lage, Verkehrslage, Steuerniveau, Wirtschaftsstruktur), Bevölkerungsstruktur, Wohnbautätigkeit, Immobilienmarkt, aktuelle Angebote und Marktliquidität sowie Preisspektren. Aufgrund dieser Daten wird das Potenzial des Projektes bewertet. Wird dieses zur Weiterentwicklung empfohlen, folgt die Erarbeitung des Marketingkonzeptes mit Vertiefung der Erkenntnisse aus der Marktanalyse. Daran schliesst das Marktleistungskonzept an. Hier geht es um die Beschreibung der Zielgruppen, um Einzugsgebiet, Lagewert (Mikro- und Makrolage), Angebots- und Preisgestaltung sowie Positionierung. Als nächster Schritt im Prozess Immobilienmarketing wird das Vermarktungskonzept mit zielgruppenspezifischen

Massnahmen erstellt. Es geht darum, marktgerechte Immobilien-Leistungen zu definieren, um die angestrebten Verkaufs- bzw. Absatzziele zu erreichen, was mit einem systematischen Marketing, Controlling und Reporting zusätzlich unterstützt wird.

Antizipieren eines Produktes

Hat folglich jedes Projekt, sofern es über Potenzial verfügt, mit Immobilienmarketing Erfolg am Markt? Prinzipiell ja. Aber auch für das Immobilienmarketing gilt: Wo kein Markt ist, findet sich kein Käufer. Die Frage ist, inwieweit sich die Bedürfnisse zukünftiger Nutzer antizipieren lassen und damit der Effekt «genau das habe ich gesucht» ausgelöst wird. Das Antizipieren eines Produktes braucht Erfahrung und Know-how. Die Definition der Leistung kann nur in engem Austausch mit dem Architekten erfolgen, um festzulegen, wo die Grenzen der Machbarkeit liegen, wo Kompromisse geschlossen werden müssen. Denn, was als Bedürfnis erkannt ist, kann nicht realisiert werden, wenn es sich architektonisch nicht umsetzen lässt oder sich nicht rechnet. Dabei ist eine gewisse Flexibilität gefordert. Angestrebt ist die höchste Erfüllung der bedürfnis- und zielgruppenorientierten Vorgaben. Die klare Definition der Marktleistung ist sozusagen die Pflicht. Daraus fliesst, quasi als Kür, das Branding. Die zu ergreifenden Kommunikationsmassnahmen sind deshalb nie zufällig, sondern die Konsequenz aus einer fundierten Analyse mit dem Ziel, die definierte Marktleistung emotional zu vermitteln und die Identität des neuen Wohn- oder Arbeitsraumes zu prägen. So verstanden, erhöht Immobilienmarketing die Absatzsicherheit von Immobilien effizient.

«Grienbach Baar» als Beispiel

E. A. Der Platzbedarf der Rittmeyer AG in Baar hat sich stark reduziert – ausgelöst durch das Computer-Zeitalter. Die Gesellschaft entschied sich daher, Teile ihrer Parzelle zu veräussern. Die erstellte Marktanalyse zeigte auf, dass ein Wohnangebot erfolgreich abgesetzt werden könnte. Dies erforderte aber eine Umzonung von der Industrie- in eine Dienstleistungs-, Gewerbe- und Wohnzone. Das Marktleistungskonzept galt als Vorlage für den Architekten. Konzipiert wurden dann 72 Wohneinheiten für zwei verschiedene Marktsegmente sowie ein Bürogebäude für die Rittmeyer AG. Sämtliche Wohneinheiten waren vor Baubeginn verkauft. Die Organisation des Bürogebäudes wurde in enger Zusammenarbeit mit dem Bauherrn entwickelt.

Damit die Finanzierung nicht teurer wird, als Ihnen Ihr Haus lieb ist.

Hypotheken. Profitieren Sie von der grossen Erfahrung und den attraktiven Konditionen der Winterthur.

Verlassen Sie sich beim Thema Wohneigentum auf die Kompetenz der Winterthur. Dank der Spezialisierung auf Eigenheime und Mehrfamilienhäuser sind wir transparent und erstaunlich oft auch günstiger. Nähere Informationen und eine konkrete Offerte erhalten Sie über www.winterthur.com/hypothek, Telefon 043 299 13 77 oder direkt bei Ihrem Berater.

Nah am Leben, nah bei Ihnen.

AKTUELL:	
• LIBOR 3 Monate ¹	2.65%
• Festhypothek 5 Jahre ²	3.10%
• Festhypothek 15 Jahre ¹	3.40%
Richtsätze vom 08.11.2006 ¹ ab CHF 1 Mio. ² ab CHF 333 000	

winterthur