

TRIPLE L

Maura Wasescha vertrauen die Reichen dieser Welt, denn in ihrem exklusiven Portfolio finden sich Luxusimmobilien der Superlative zum Kaufen und Mieten. Ein Gespräch in ihrem St. Moritzer Büro über den wahren Luxus, Stil und den Optimismus in jeder Wirtschaftslage.

Anka Refghi | Maura Wasescha



Stilvoll und exklusiv: die Immobilien im Portfolio von Maura Wasescha

W

armherzig, empathisch und voller Lebensfreude, das ist Maura Wasescha, die Frau, die nicht selten auch die «Immobilien-Königin» genannt wird. Doch Protz ist ganz und gar nicht ihr Business. Im Gegenteil. Stilvoll muss es sein. Wer ihren Job machen will, der muss fest auf dem Boden stehen und schweigen können, sagt die charmante Florentinerin, die es aus einfachen Verhältnissen und aus eigener Kraft an die Spitze des Immobilien-Olymps geschafft hat. Mit ihrer Familie lebt sie in Bern, während der Wintermonate und während zweier Monate im Sommer ist sie in ihrem Büro in St. Moritz anzutreffen. Ihr Gespür für Menschen, ihre Leidenschaft für ihren Beruf und 40 Jahre Erfahrung sind ein Garant für die anspruchsvollen Kunden, dass Maura Wasescha für sie genau das findet, wovon sie träumen.

PRESTIGE: Frau Wasescha, wie wichtig ist Emotionalität in Ihrem Beruf?

MAURA WASESCHA: Sehr wichtig. Nur wenn Sie Emotionen zeigen, können Sie Ihr Gegenüber begeistern. Emotionalität ist die Basis, denn wir sind Menschen und keine Maschinen.

In Ihrem Portfolio findet sich nur das Beste vom Besten. Was braucht ein Haus, damit es den Weg in Ihr Portfolio findet?

Ein Objekt muss mich überzeugen, denn nur was mir gefällt, kann ich auch verkaufen. Die Location muss ein «Triple L» haben, also «Lage, Lage, Lage», und wenn es «nur» 2 L hat, dann muss das Interior sensationell und unvergleichbar sein. Das Wichtigste ist ohnehin

immer, dass ein Objekt «unique», also einzigartig, ist. Es gibt aber auch den Fall, dass das Haus nicht in bestem Zustand ist, aber ungeheuer viel Potential hat. Dann verkaufe ich die Quadratmeter und die Vision.

Ihre Kunden sind sehr wohlhabend und bekannt. Sprechen Sie immer mit ihnen persönlich?

Ja, das ist sehr wichtig – ob beim Kauf oder der Auswahl des Feriendomizils, denn oft interpretieren vorgeschaltete Berater die Wünsche der Kunden nicht ganz richtig. Wenn ich mit ihnen persönlich spreche, können sie 100 Prozent sicher sein, dass ich die richtigen Fragen stelle, um ihre Wünsche zu erfüllen. Über die Jahre habe ich einen Katalog von Fragen ausgearbeitet, der meine Matrix ist. Ich stelle auch Fragen, die für den Kunden erst einmal unwichtig erscheinen, für mich aber von enormem Wert sind.

Wie lautet eine dieser Fragen?

Wo frühstücken Sie gewöhnlich? In der Küche oder im Esszimmer? Das ist so eine Frage. Der Mensch ist ein «Gewohnheitstier», und ich versuche, mir ein möglichst genaues Bild zu machen.

Wie verhält sich die Wirtschaftskrise zur Luxusimmobilienbranche?

Wir konnten vor zwei Jahren, in einer Zeit der vollen Krise noch 12,5% mit den Luxusimmobilien gewinnen. Es gibt auch immer Möglichkeiten, ein Objekt zu verkaufen. Entscheidend ist, dass ein Haus unique ist. Wenn es das ist, können Sie ruhig schlafen, denn eines Tages kommt der Käufer, der genau das möchte. Und das haben viele Leute nicht verstanden. Während der Krise zwischen 2012 und 2015 war nicht das Geld das Problem, sondern die eher abwartenden Gedanken der Menschen, die keine Lust hatten zu kaufen. Aber die, die damals gewartet haben, sind heute die Verlierer. Man muss immer optimistisch sein in diesen Situationen.

Inwiefern hat sich der Begriff «Luxus» in Bezug auf das Wohnen in den letzten Jahren verändert?

Sehr! Vor 20 Jahren bedeutete Luxus ein schönes Chalet. Mit schönen Bädern, gerne auch aus Marmor oder Stein, aber noch gefliest. Heute sind beispielsweise die Lavabos aus Stein und die Wände aus einem Stück kostbaren Naturstein. Vor 20 Jahre war der Kühlschrank normal gross und die Küche ein überschaubarer Raum. Heute haben wir riesige Kühlschränke und Küchen, die so gross sind wie Wohnzimmer und auch 500'000 Franken und mehr wert sind. Wer heute eine Villa einrichtet, der hat einen Küchenplaner, Interior- und Gartendesigner. So etwas gab es früher eher selten.

Wie definieren Sie den Luxus des Wohnens?

Geld ist nicht Glück, und Luxus ist nicht Luxus. Das ist das Erste, was verstanden werden muss. Viele Leute assoziieren mit Luxus Gold und Prunk. Luxus bedeutet auch, wenn du in



Maura Wasescha

ein Haus hineingehst und dich sofort gut fühlst, weil alles so perfekt ist, dass du vielleicht gar nicht weisst, weshalb. Luxus ist auch die Verwendung von edelsten Materialien, die aber vielleicht nur von ganz wenigen erkannt werden. So, wie bei einem Kunden von mir, der 12 Zentimeter dicke Granitplatten von einer alten italienischen Kirche verarbeitet hat. Luxus ist Stil und bedeutet eben auch, den Reichtum nicht plakativ zu zeigen. Meine Kunden sind ganz normale Familienmensen, die hart arbeiten. ■