

Johannes Möllerherm

DIE MÖLLERHERM METHODE

Handbuch für einen professionellen Immobilien-
verkauf zum bestmöglichen Preis

VORWORT

Liebe Leser*innen,

in diesem Handbuch haben wir für Eigentümer*innen, die ihr Haus oder ihre Wohnung veräußern wollen, relevante Informationen zusammengestellt. Diese basieren auf der Möllerherm-Methode, die unser Unternehmen Möllerherm Immobilie in den zurückliegenden Jahren entwickelt hat. Wir sind ein familiengeführtes Immobilienunternehmen mit circa 50 Mitarbeitenden an 8 Standorten. Die Arbeitsweise ist hundertfach erprobt. Selbstredend wird sie bei technischen Weiterentwicklungen regelmäßig angepasst.

Die Möllerherm-Methode besteht aus 5 Modulen: Sie umfasst zunächst das Ermitteln des richtigen Angebotspreises, die professionelle Präsentation der Immobilie, das Erzielen einer maximalen Reichweite des Inserats sowie die Betreuung der Kaufinteressierten im Vorfeld und während der Besichtigungen. Schließlich werden Hinweise zum Führen von Kaufpreisverhandlungen gegeben und zum notariellen Kaufvertrag.

Alle Module sind in diesem Handbuch sachgemäß und verständlich erklärt. Grafiken, Fotos und Textbeispiele sowie Tipps vertiefen die Inhalte und verleihen der Theorie den gebührenden Praxisbezug. Außerdem verlinken wir auf weiterführende Texte, Muster-Schreiben und Checklisten, die auf unserer Website hinterlegt sind und die Sie kostenfrei herunterladen können.

Werden alle fünf Gebiete der Möllerherm-Methode befolgt, geben sie Eigentümer*innen ein Höchstmaß an Sicherheit. Nach dem Lesen sollten Sie unter anderem eine sichere Hand beim Erstellen von Fotos, beim Texten der Exposés sowie beim Recherchieren des Marktpreises haben. Auf Kaufpreisverhandlungen mit Interessierten sind Sie vorbereitet und lassen sich bei Einwänden nicht aus der Reserve locken.

Allen 5 Modulen sollten Sie die gleiche Aufmerksamkeit schenken. Dann wird es Ihnen gelingen, innerhalb kurzer Zeit die passenden Käufer*innen zu finden und Ihre Immobilie zum maximal erzielbaren Preis zu veräußern.

Warum wir dies betonen? Unsere Erfahrung zeigt, dass viele private Immobilienverkäufer*innen viel Energie in die Ermittlung des Angebotspreises stecken. Hingegen verwenden sie kaum Zeit für das Erstellen der Immobilienfotos und der Inszenierung der vier Wände.

Nur wenn alle 5 Schritte ineinandergreifen und mit der gleichen Intensität realisiert werden, wird Ihr Immobilienverkauf den größtmöglichen Erfolg haben. Gleichzeitig wollen wir aufzeigen, mit welchem Aufwand an Zeit und Geld Sie rechnen müssen. Das wird häufig unterschätzt.

Falls sich Fragen ergeben oder Sie Unterstützung bei der Immobilienvermarktung benötigen, wenden Sie sich gerne an uns. Wir haben immer ein offenes Ohr und werden Sie *persönlich gut beraten*.

Johannes Möllerherm

johannes.moellerherm@moellerherm-immobilien.de
0800 / 77 16 100
www.moellerherm-immobilien.de

Wir hoffen, dass Sie Freude an diesem Buch haben und sich Ihre Erwartungen erfüllen. Für Anregungen und Kommentare sind wir jederzeit dankbar. Schreiben Sie uns: info@moellerherm-immobilien.de.

An diesem Buch haben viele mitgewirkt, insbesondere:

Lektorat & Korrektur: Bernd Hoffmann & Leo Möllerherm

Typografie & Layout: Nils Höhle

Einbandgestaltung: Tom Giesler

Coverbild: Theo Groen & Erik Weiss

Satz: Nils Höhle

Dieses Buch wurde gesetzt aus der Comfortaa (10 pt).

Gedruckt wurde es auf chlorfrei gebleichtem Papier (90 g/m²).

Hergestellt in Deutschland.

Das vorliegende Werk ist in all seinen Teilen urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das Recht der Übersetzung, des Vortrags, der Reproduktion, der Vervielfältigung auf fotomechanischen oder anderen Wegen und der Speicherung in elektronischen Medien.

Ungeachtet der Sorgfalt, die auf die Erstellung von Text, Abbildungen und Vorlagen verwendet wurden, können weder Möllerherm Immobilien, der Autor oder Herausgeber für mögliche Fehler und deren Folgen eine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung übernehmen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-00-072428-2

1. Auflage

© Möllerherm Immobilien, Lübeck

AUF EINEN BLICK

Einführung: Die Möllerherm-Methode.....	11
Kapitel 1: Ablauf eines Immobilienverkaufs.....	17
Kapitel 2: Immobilienverkauf mit oder ohne Makler*in.....	27
Kapitel 3: Die Immobilie bewerten.....	33
Kapitel 4: Unterlagen.....	41
Kapitel 5: Angebotspreisstrategie.....	61
Kapitel 6: Bieterverfahren.....	69
Kapitel 7: Immobilie vorbereiten („Home Staging“).....	75
Kapitel 8: Immobilie fotografieren.....	83
Kapitel 9: Exposé erstellen.....	101
Kapitel 10: Inserat erstellen.....	125
Kapitel 11: Interessierten-Qualifizierung & Anfragen.....	139
Kapitel 12: Besichtigung.....	147
Kapitel 13: Kaufpreisverhandlung.....	163
Kapitel 14: Kaufvertrag & Notariatstermin.....	177
Kapitel 15: Übergabe.....	189
Materialien & Links.....	193

INHALT

Einführung: Die Möllerherm-Methode.....	11
Die 5 Faktoren der „Möllerherm-Methode“	11
Die Vorbereitung	13
Die Nachfrage.....	13
Die Präsentation der Immobilie.....	14
Die Reichweite Ihres Immobilieninserats	14
Die Angebotspreis-Strategie	15
Betreuung der Kaufinteressierten & Besichtigungen.....	15
Die Verhandlungsposition, Kaufpreisverhandlung & Abwicklung.....	15
Kapitel 1: Ablauf eines Immobilienverkaufs	17
Entscheidungsfindung.....	18
Vorbereitung der Vermarktung	20
Vermarktungsphase	23
Abwicklungsphase	24
Kapitel 2: Immobilienverkauf mit oder ohne Makler*in.....	27
Mit Makler*in oder ohne?.....	28
Kosten, Zeit & Aufwand eines Immobilienverkaufs	29
Das richtige Maklerunternehmen auswählen	30
Arten von Maklerunternehmen	31
Unterschiede zwischen guten und schlechten Makler*innen.....	31
Kapitel 3: Die Immobilie bewerten	33
Der Marktwert	34
Das Sachwertverfahren	35
Das Vergleichswertverfahren.....	36
Das Ertragswertverfahren	37
Das Residualwertverfahren (für Grundstücke).....	38
Immobilie selber bewerten oder mit Expert*innen	39
Einfache Immobilienbewertung oder richtiges Gutachten.....	39
Kapitel 4: Unterlagen.....	41
Tipps zur Unterlagenbeschaffung.....	41
Das Grundbuch.....	42
Die Teilungserklärung.....	44

Die Flurkarte	45
Die Bauakte	46
Das Baulastenverzeichnis	48
Das Altlastenverzeichnis	50
Der Energieausweis	51
Gebäude- und Feuerversicherung	52
Nachweis über abgeschlossene Erschließungsmaßnahmen	53
Die Nebenkostenaufstellung	54
Der Bebauungsplan (B-Plan)	55
Die Verwalterunterlagen	55
Mietaufstellung und -verträge	56
Erbbaurecht	58
Kapitel 5: Angebotspreisstrategie	61
Die drei Angebotspreis-Strategien	61
Klassische Vermarktung	63
Liebhaberpreis-Strategie	64
Bieterverfahren (siehe Kapitel 6)	66
Preisreduktionen	66
Kapitel 6: Bieterverfahren	69
Was ist ein Bieterverfahren?	70
Vor- und Nachteile des Bieterverfahrens	71
Interessierten-Perspektive beim Bieterverfahren	71
Durchführung eines Bieterverfahrens	72
Tipps zum Bieterverfahren	73
Kapitel 7: Immobilie vorbereiten („Home Staging“)	75
Vorteile von Home Staging	76
Tipps für die Vorbereitung	77
Leere Immobilien	81
Geerbte Immobilien	81
Kapitel 8: Immobilie fotografieren	83
Vorbereitung des Fototermins	84
Die Ausrüstung	85
Die Kameraeinstellungen	89
Arten von Immobilienfotos	91
Der Fototermin	95

Bild- & Nachbearbeitung.....	99
Tipps für Smartphone-Fotos.....	99
Kapitel 9: Exposé erstellen	101
Der Aufbau des Exposés.....	102
Das Deckblatt.....	104
Der Objekttitle.....	104
Das Titelfoto	107
Die Ausstattungsbeschreibung.....	108
Die Objektbeschreibung.....	111
Die Lagebeschreibung.....	116
Die Fotos im Exposé	117
Die Grundrisse im Exposé.....	118
Tabellarische Angaben im Exposé	120
Kontaktaten & Terminvereinbarung	123
Kapitel 10: Inserat erstellen.....	125
Die Immobilienportale	125
Das Online-Inserat	128
Diskreter Verkauf.....	134
Zeitungsinserat.....	136
Kapitel 11: Interessierten-Qualifizierung & Anfragen beantworten.....	139
Die Interessierten-Qualifizierung.....	139
Anfragen richtig beantworten.....	143
Kapitel 12: Besichtigung.....	147
Individuell vereinbarte Besichtigungen	147
Getaktete Besichtigungen	149
Offene Besichtigungen (Open House).....	151
Vorbereitung der Besichtigung.....	154
Die Besichtigung durchführen	157
Die Zweitbesichtigung	161
Kapitel 13: Kaufpreisverhandlung.....	163
Die Verhandlungsposition.....	163
Vorbereitung auf die Preisverhandlung.....	166
Preisnachfragen.....	167
Tipps für die Verhandlung.....	169
Kapitel 14: Kaufvertrag & Notariatstermin.....	177

Ablauf der notariellen Kauvertragsabwicklung	177
Auswahl des Notariats.....	179
Die Notarbeauftragung.....	180
Der Kaufvertrag.....	181
Der Beurkundungstermin	183
Notariats- und Grundbuchkosten	183
Weitere Tipps zum Notariatstermin.....	184
Kapitel 15: Übergabe.....	189
Ablauf der Übergabe.....	189
Übergabeprotokoll und -termin.....	191
Materialien & Links.....	193

EINFÜHRUNG: DIE MÖLLERHERM-METHODE



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-einfuehrung>

Wichtig zu wissen

- ✓ Neben der optimalen Vorbereitung des Verkaufs sind 5 Faktoren entscheidend: Präsentation, Reichweite des Angebots, Angebotspreis, Interessiertenbetreuung beziehungsweise Besichtigung und Kaufpreisverhandlung.
- ✓ Ziel ist eine möglichst hohe und qualifizierte Nachfrage und somit eine maximal vorteilhafte Verhandlungsposition für Sie als Eigentümer*in.
- ✓ Die Nachfrage steuern Sie mithilfe der Immobilienpräsentation, der Reichweite und dem Angebotspreis.
- ✓ Ihre Verhandlungsposition verbessert sich durch die optimale Durchführung der Besichtigung, der Interessiertenbetreuung und Kaufpreisverhandlung.

Inhalt dieses Kapitels

1. Die 5 Faktoren der „Möllerherm-Methode“
2. Die Vorbereitung
3. Die Nachfrage
4. Die Präsentation der Immobilie
5. Die Reichweite Ihres Immobilieninserats
6. Die Angebotspreis-Strategie
7. Betreuung der Kaufinteressierten & Besichtigungen
8. Die Verhandlungsposition, Kaufpreisverhandlung & Abwicklung

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir die „Möllerherm-Methode“, wie Sie das optimale Verkaufsergebnis erzielen, welche Faktoren dabei wichtig sind und worauf Sie bei der Vermarktung achten sollten.

DIE 5 FAKTOREN DER „MÖLLERHERM-METHODE“

Im Laufe unserer jahrelangen Erfahrung als familiengeführtes Maklerunternehmen haben wir uns häufig Gedanken darüber gemacht wie das optimale Verkaufsergebnis für Eigentümer*innen zu erzielen ist. Hieraus ist die „Möllerherm-Methode“ entstanden. Das vorliegende Handbuch beziehungsweise die zur Verfügung gestellte Anleitung basiert auf dieser ausgereiften und erfolgreichen Methodik.

In diesem Kapitel beschreiben wir den groben Ablauf des Immobilienverkaufs auf Grundlage der "Möllerherm-Methode". Möchten Sie mehr über den **Detailablauf** eines Verkaufs wissen, sollten Sie zudem das Kapitel "**Ablauf eines Immobilienkaufs**" lesen.

Um für die eigene Immobilie den optimalen Preis oder das optimale Verkaufsergebnis zu erzielen, sollten Sie neben der richtigen Vorbereitung aller Verkaufsschritte insbesondere 5 Faktoren berücksichtigen:

1. Die **Präsentation** der Immobilie
2. Die **Reichweite** des Immobilienangebots
3. Die richtige **Angebotspreis-Strategie**
4. Optimale **Betreuung der interessierten Personen und Besichtigungsführung**
5. Fehlerfreie **Kaufpreisverhandlung und Abwicklung**

Die folgende Darstellung veranschaulicht die Zusammenhänge unserer "Möllerherm-Methode":

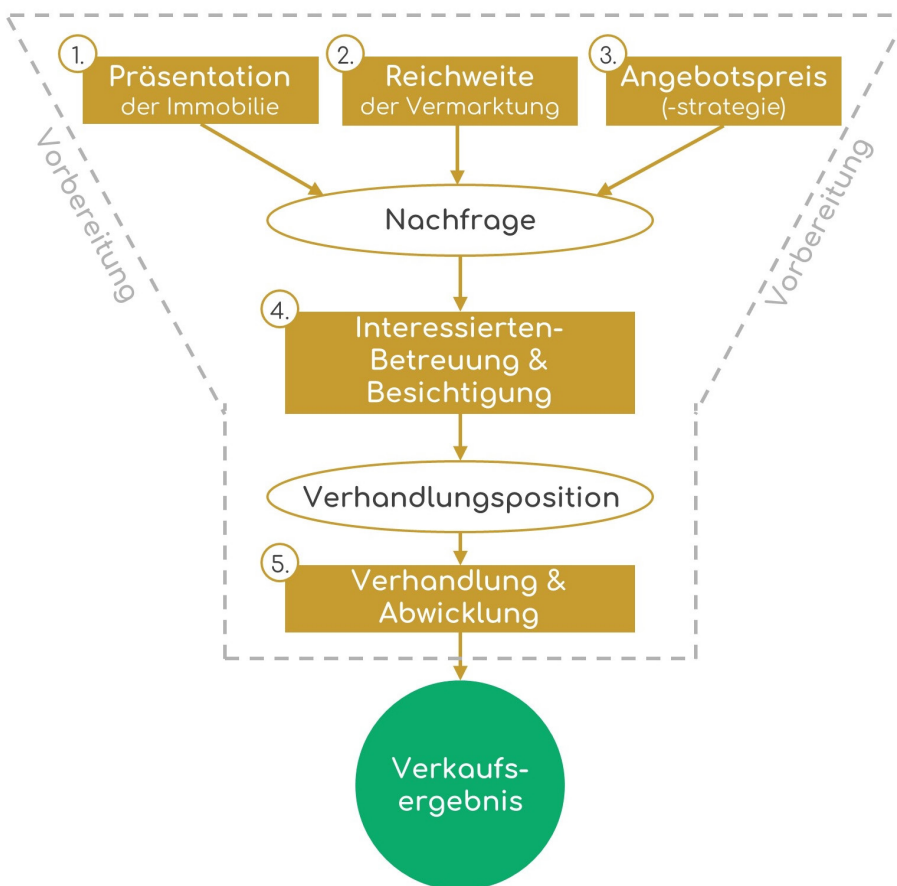


ABBILDUNG 1 ÜBERBLICK UND ZUSAMMENHÄNGE DER MÖLLERHERM-METHODE

DIE VORBEREITUNG

Zur richtigen Vorbereitung des Immobilienverkaufs gehört zuallererst das **Besorgen aller nötigen Unterlagen**. Welche Sie genau benötigen und bei welchen Ämtern und Behörden Sie diese erhalten, erfahren Sie im entsprechenden Kapitel dieses Handbuchs. Darüber hinaus benötigt **jeder einzelne Schritt des Verkaufs eine umfassende Vorbereitung** – sei es die **Präsentation der Immobilie**, die **Insertion**, der richtige **Angebotspreis**, die **Besichtigung** oder die **Kaufpreisverhandlung** und **Abwicklung**, die bei den **Übergabemodalitäten** und dem **notariellen Kaufvertrag** endet.

DIE NACHFRAGE

Entscheidend für die Erzielung des optimalen Verkaufsergebnisses ist die **Nachfrage** nach Ihrer Immobilie. Je mehr Menschen sich für Ihr Haus oder Ihre Wohnung interessieren, desto besser ist Ihre **Verhandlungsposition** am Ende der Vermarktung und umso wahrscheinlicher ist es, dass Sie den gewünschten Preis erzielen.

Die **Nachfrage** wird maßgeblich von den ersten drei Faktoren der Möllerherm-Methode beeinflusst: **Präsentation**, **Reichweite** und **Angebotspreis**. Die folgende Darstellung der **Nachfragekurve** veranschaulicht den Effekt. Je nachdem welchen **Preis** Sie aufrufen, wird sich die **Nachfrage** auf der Kurve nach **links oben** oder **rechts unten** bewegen. Schaffen Sie es, die **Immobilie gut zu präsentieren** und mit einer maximalen **Reichweite** und **Sichtbarkeit** zu inserieren, verschiebt sich die gesamte **Nachfragekurve** zu Ihren Gunsten nach **oben**, sodass Sie bei einem gleichbleibenden Angebotspreis mehr **Nachfrage** erzielen.

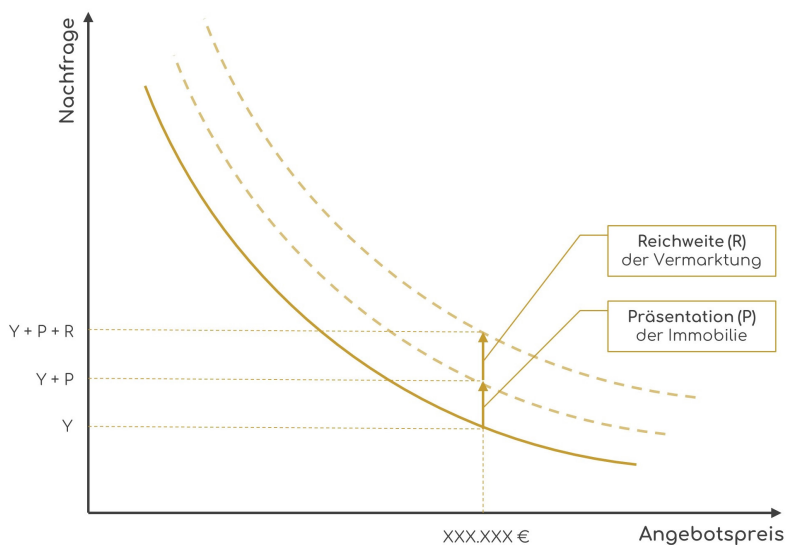


ABBILDUNG 2 NACHFRAGEKURVE: DIE NACHFRAGE HÄNGT VOM ANGEBOTSPREIS, DER REICHWEITE UND DER PRÄSENTATION AB

DIE PRÄSENTATION DER IMMOBILIE

Je besser Sie Ihr Haus oder Ihre Wohnung präsentieren, desto mehr Nachfrage generieren Sie. Grundlage hierfür ist die **Vorbereitung der Immobilie für den Verkauf** (aufräumen, reinigen, säubern, dekorieren, inszenieren der Räume, entsorgen von Unrat etc.) und zum anderen die **möglichst ansprechende Präsentation** mit guten Fotos und einer attraktiven Exposé- und Inseratgestaltung.

DIE REICHWEITE IHRES IMMOBILIENINSERATS

Je mehr Menschen Sie mit Ihrem Immobilieninserat ansprechen und je mehr **Sichtbarkeit** es am Immobilienmarkt erhält (=Reichweite), desto mehr Menschen werden sich für Ihre Immobilie interessieren. Dies ist der Grund, weshalb Sie Ihre Immobilie **möglichst am offenen Markt anbieten** sollten und nicht nur unter der Hand den erstbesten Nachbar*innen oder entfernt bekannten Personen. Am besten, Sie inserieren ihr Verkaufsobjekt in **allen großen Immobilienportalen**.

Das Gegenteil einer **offenen Vermarktung** ist der **Direktverkauf** („Off-Market-Angebot“). Ist der Verkaufserlös für Sie irrelevant und möchten Sie die Immobilie lediglich mit wenig Aufwand veräußern, stellt der **Direktverkauf ohne Insertion** einen legitimen Weg dar. Professionelle Investor*innen sprechen in diesem Fall von **„Off-Market-Angeboten“**, an denen Immobiliensuchende aus gutem Grund besonders interessiert sind: Der **Wettbewerb ist niedriger**. Die Interessent*innen haben eine **bessere Verhandlungsposition**, weil es weniger Personen gibt, die Ihr Immobilienangebot kennen.

Die folgende Darstellung veranschaulicht mit welchen Instrumenten Sie wie viel Reichweite und Sichtbarkeit erzielen:

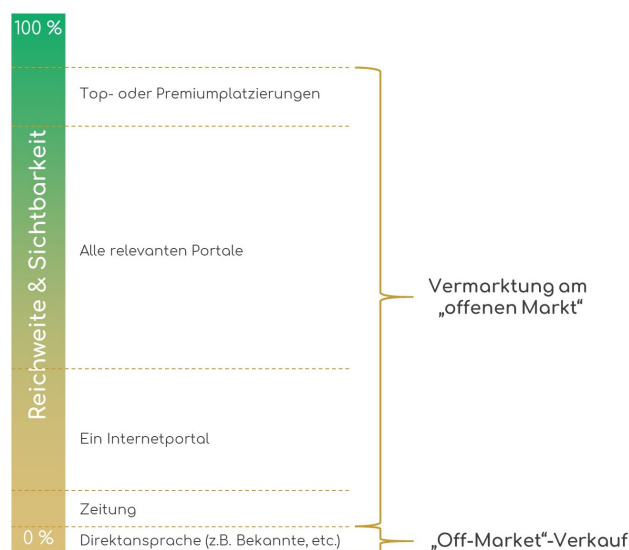


ABBILDUNG 3 MAXIMIEREN SIE DIE REICHWEITE MIT EINER VERMARKTUNG AM OFFE-NEN MARKT

DIE ANGEBOTSPREIS-STRATEGIE

Mit Ihrem **Angebotspreis** legen Sie bereits zu Anfang fest, welche **Vermarktungsstrategie** Sie für Ihre Immobilienveräußerung wählen. Deshalb sprechen wir hier von einer **Angebotspreis-Strategie** und nicht nur vom Angebotspreis. Bedenken Sie, dass der Angebotspreis nicht zwangsläufig mit dem finalen, notariell beurkundeten Verkaufspreis identisch sein muss. Je nachdem wie Sie die Vermarktung und die Kaufpreisverhandlung führen, ob interessierte Personen mit Kaufabsichten bereit sind, ein Kaufangebot abzugeben, das über dem Angebot liegt, kann der **finale Verkaufspreis ober- beziehungsweise unterhalb des Angebotspreises** liegen. Eventuell lautet das Ergebnis zum Schluss: Angebotspreis = Verkaufspreis. Dies lässt sich am Anfang jedoch nie vorhersehen.

BETREUUNG DER KAUFINTERESSIERTEN & BESICHTIGUNGEN

Ist das Eigenheim oder die Eigentumswohnung erst einmal inseriert, könnte man meinen, dass das Wichtigste geschafft ist und der Rest eine „Schlittenfahrt ins Tal“. Jedoch bereiten sich auch im Profisport beispielsweise Skiläufer*innen beim Abfahrtski im Training auf jeden einzelnen Parcours vor. Auf Ihre Immobilienveräußerung bezogen sollten Sie ähnlich agieren. Das heißt, dass Sie auch **nachfolgende Tätigkeiten der Immobilienvermarktung**, wie etwa das **Beantworten von Anfragen** und die **Durchführung von Besichtigungen** mit einer **guten Vorbereitung** und **überlegter Professionalität** angehen sollten.

Im Rahmen der Betreuung der Kaufinteressierten und der Besichtigungen, kann es sonst passieren, dass Sie Ihre eigentlich **gute Verhandlungsposition vor-schnell verspielen**. Hierzu ist es wichtig, entsprechende **Informationen** von Personen mit Kaufabsichten zu erfragen, eine **Vertrauensbasis** zu schaffen und somit zu wissen, mit wem Sie es zu tun haben. Im Idealfall haben Sie dies bereits im Laufe vorangegangener Telefonate oder bei Besichtigungsterminen erfahren.

DIE VERHANDLUNGSPPOSITION, KAUFPREISVERHANDLUNG & ABWICKLUNG

Sie befinden sich in einer besseren oder schlechteren **Verhandlungsposition**, je nachdem

- ▶ wie viele **Kaufwillige** Sie für Ihre Immobilie generiert haben (Nachfrage),
- ▶ wie Sie diese **Personen betreuen** und
- ▶ wie Sie die **Besichtigungen** in Ihrer Immobilie durchführen.

Haben Sie bis zu diesem Zeitpunkt bereits **Fehler in der Vermarktung** gemacht, lässt sich im Rahmen der **folgenden Kaufpreisverhandlung** zwar trotzdem ein für Sie, kurzfristig betrachtet, **akzeptables Verkaufsergebnis** erzielen. Jedoch werden Sie nie wissen, ob nicht doch ein **höherer Verkaufspreis** erzielbar gewesen wäre, sofern Sie den Verkauf **von Anfang an optimal durchgeführt** hätten. Dies ist ein Fehler, den viele Eigentümer*innen machen: Den **gesamten Verkauf** nur anhand des **Ergebnisses der Kaufpreisverhandlung** bewerten. Dabei ist das **Gesamtbild viel größer**, wie die nachfolgende Darstellung zeigt:

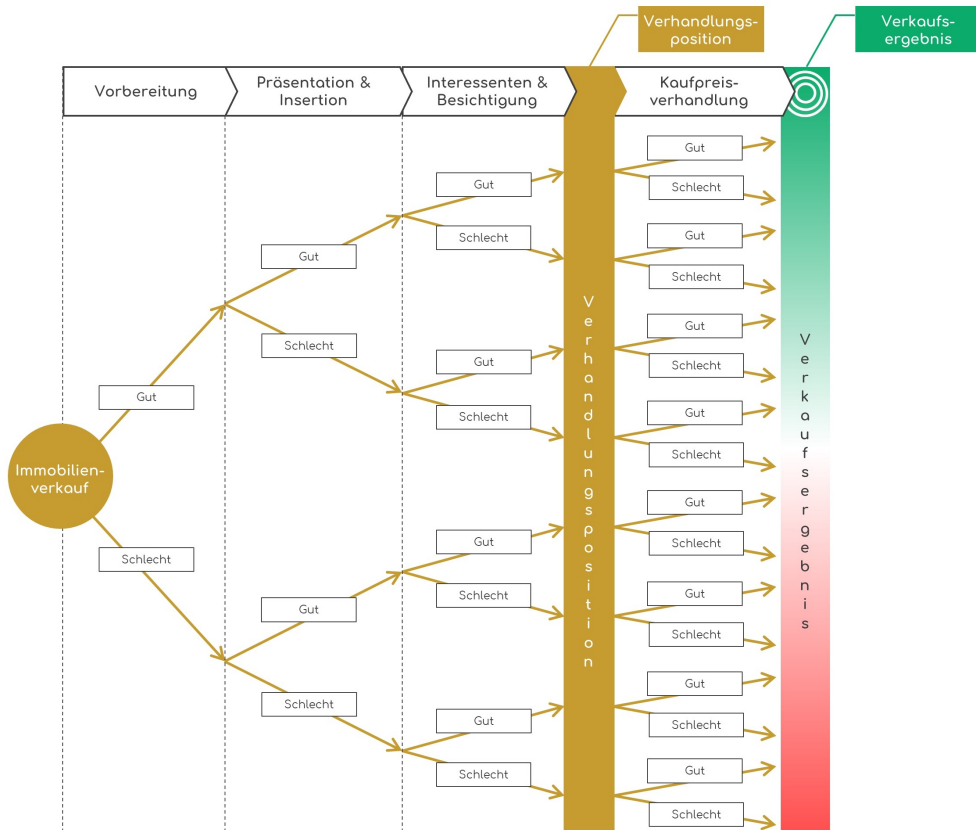


ABBILDUNG 4 ZUSAMMENHANG VERMARKTUNGSABLAUF, VERHANDLUNGSPPOSITION & VERKAUFSEERGEBNIS

Geht es um die **Kaufpreisverhandlung**, egal ob Sie noch ein Bieterverfahren durchführen oder mit einzelnen Kaufinteressierten über die Höhe des Preises verhandeln, so sollten Sie **verschiedene Aspekte beachten**:

- ▶ **Verhandlungsposition, -partner*innen und -ziel kennen**
- ▶ **Preisnachfragen richtig beantworten**
- ▶ **Preisverhandlungen richtig einleiten**
- ▶ **Argumente zurechtlegen**
- ▶ **Gegenargumente antizipieren**
- ▶ **Die Verhandlung richtig führen**
- ▶ **Sich Kaufwilligen gegenüber angemessen verhalten**

und vieles mehr.

Sind Sie sich mit einer kaufwilligen Person einig geworden, sollten zügig alle **Vorbereitungen** getroffen werden, um den **Notariatstermin** und die **Beurkundung** einzuleiten. Ist der Grundbesitz erfolgreich beurkundet, folgt im Anschluss die Übergabe an die neuen Eigentümer*innen.

KAPITEL 1: ABLAUF EINES IMMOBILIENVERKAUFS



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel1>

Wichtig zu wissen

- ✓ Der Ablauf eines Immobilienverkaufs lässt sich in **4 Phasen** unterteilen: Entscheidungsfindung, Vermarktungsvorbereitung, Vermarktung, und Abwicklung.
- ✓ Um die richtige Entscheidung über den Verkauf Ihrer Immobilie zu treffen, sollten Sie sich fragen, wie Ihr **Leben nach einem Verkauf** aussehen soll.
- ✓ Der erste Schritt in Richtung Verkauf ist zu wissen, wie viel die eigene **Immobilie wert** ist.
- ✓ Entscheiden Sie für sich, ob und wenn ja, mit welchem **Maklerunternehmen** Sie zusammenarbeiten wollen.
- ✓ Bereiten Sie eine Vermarktung **umfassend vor** (Unterlagen, Immobilie, Fotos, Exposé usw.)
- ✓ Die aktive Vermarktung erfordert ein **strukturierte Vorgehensweise** und Geschick im Umgang mit Menschen
- ✓ In der **Abwicklungsphase** geht es um die Notarbeauftragung, den Kaufvertrag und die Übergabe.

Inhalt dieses Kapitels:

1. Entscheidungsfindung
2. Vorbereitung der Vermarktung
3. Vermarktungsphase
4. Abwicklungsphase

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir, wie ein Immobilienverkauf von der Entscheidungsfindung bis zur Abwicklungsphase abläuft.



ABBILDUNG 5 ABLAUF EINES IMMOBILIENVERKAUFS

ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

DIE EIGENEN ZIELE UND VERKAUFSGRÜNDE KENNEN

Die Entscheidung, die eigene Immobilie zu veräußern, ist keine leichte. Als Menschen tendieren wir dazu, Dinge, die wir besitzen, höher oder wichtiger zu bewerten, als Sachen, die uns nicht gehören (**Besitztumseffekt**). Hinzu kommt der **IKEA-Effekt**: Als Immobilienbesitzer*in haben Sie meist über viele Jahre hinweg Zeit und Geld in die eigenen vier Wände investiert, haben die Zimmer gestrichen, Terrasse und Garten angelegt und neue Böden verlegt. Daher fällt es vielen schwer, sich von ihrem Eigenheim zu trennen. Um damit verbundene Ängste und Bedenken zu überwinden, sollten Sie nach vorne schauen und sich **folgende Fragen** stellen:

- ▶ Wie würde mein **Leben nach einem Verkauf** aussehen?
- ▶ Welche **neuen Freiheiten und Möglichkeiten** würde mir die Veräußerung bieten?
- ▶ Was wäre **besser**, was wäre **schlechter als bislang**?

Mit einem Verkauf ermöglichen Sie sich viele **Freiheiten**. In unserem Makleralltag begegnen wir einer Vielzahl von Verkaufsgründen und **selten gibt es den einen Grund**, weshalb die Immobilie verkauft wird. Viele Eigentümer*innen haben keine Lust mehr auf Gartenarbeit, Instandhaltung, Nebenkostenabrechnungen, Mieter-Auseinandersetzungen etc. und sehnen sich danach, von dieser **Last befreit zu werden**. Ein häufiger Grund ist auch, dass die **Kinder weit weg wohnen** und die Eltern näher bei ihnen und den Enkelkindern sein wollen. Andere möchten sich **vergrößern oder verkleinern** und suchen eine Immobilie, die besser zur **geplanten Lebenssituation** passt.

Wenn die vier Wände zu klein geworden sind, begeben sich Menschen meistens schnell auf die Suche nach einer neuen Bleibe. Ist der Wohnraum hingegen **zu groß**, wird die Entscheidung zum Verkauf oft **hinausgezögert**. Dabei herrscht in Deutschland seit einigen Jahren in vielen Regionen **Wohnraummangel** und der **Flächenverbrauch pro Kopf ist gestiegen**. Viele junge Familien suchen möglicherweise genau das Haus, in dem Sie aktuell zwei oder drei Zimmer leer stehen haben.

Auch die **finanziellen Möglichkeiten** sind entscheidend. Der Verkaufserlös soll eventuell für ein neues Leben oder neue Anschaffungen genutzt werden. Aufgrund der **stark gestiegenen Immobilienpreise** in den letzten Jahren ist meistens ein Großteil oder **der größte Teil des Ersparnis in der Immobilie gebunden**. Ein Verkauf ermöglicht hier eine anderweitige Verwendung der Mittel. Viele Eigentümer*innen finanzieren mit dem Verkaufserlös ihr **Leben im Alter**, erfüllen sich den lang gehegten Traum vom eigenen Wohnmobil oder Sportwagen, **kaufen eine andere Immobilie** oder **verschenken Teile des Geldes** an ihre Kinder und Enkelkinder, damit sich diese Wohneigentum kaufen können.

Wir empfehlen Ihnen bereits in dieser frühen Phase erste Besichtigungen für eine Anschluss-Immobilie zu vereinbaren, damit Sie Ihre Vorstellungen konkretisieren können und ein Gefühl für den aktuellen Immobilienmarkt bekommen.

DIE IMMOBILIE BEWERTEN

Damit Sie abschätzen können, wie viel ihr Grundbesitz wert ist, sollten Sie Ihre **Immobilie von Expert*innen bewerten lassen**. In unserem (und vielen weiteren) Maklerunternehmen sind der Erstberatungstermin inklusive einer Immobilienbewertung kostenlos.

Übliche Bewertungsverfahren, die zum Einsatz kommen sind:

- ▶ Vergleichswertverfahren
- ▶ Sachwertverfahren
- ▶ Ertragswertverfahren
- ▶ Residualwertverfahren (bei Grundstücken mit oder ohne Altbestand)

Mehr zum Thema erfahren Sie im ausführlichen Kapitel 3 "Immobilie bewerten".

VERKAUF MIT ODER OHNE MAKLERUNTERNEHMEN?

Auch sollten Sie sich die Frage stellen, ob Sie den **Verkauf selber durchführen** oder **professionelle Hilfe in Anspruch nehmen** möchten. Gute Makler*innen nehmen Ihnen die komplette Vermittlung ab, während Sie als Eigentümer*in die Entscheidungsgewalt behalten und auf dem Laufenden gehalten werden.

Ob Sie ein Maklerunternehmen in Anspruch nehmen sollten, hängt von **folgenden Fragen** ab:

- ▶ Haben Sie aktuelle **Erfahrung mit dem Verkauf** von Immobilien?
- ▶ **Trauen Sie sich** den Verkauf selber zu?
- ▶ Haben Sie die **Zeit, das Wissen und die Lust** den Verkauf alleine zu betreuen?
- ▶ Haben Sie die **emotionale Distanz** zur Immobilie?

- ▶ Bewohnen Sie die vier Wände oder leben in der Nähe, um den Verkauf zu koordinieren, vor allem um Besichtigungstermine durchführen zu können?

Mehr zum Thema erfahren Sie im ausführlichen Hauptkapitel „Immobilienverkauf mit oder ohne Makler*in“.

DAS RICHTIGE MAKLERUNTERNEHMEN AUSWÄHLEN

Es gibt unterschiedliche Arten von Vermittlungsunternehmen, größere Firmen, Solo-Unternehmer*innen, professionelle und weniger professionell arbeitende. Da wir selbst seit vielen Jahren in diesem Bereich tätig sind, kennen wir den Markt sehr gut und können Ihnen einen Überblick über die unterschiedlichen Arten von Immobilienvermittler*innen geben:

- ▶ Einzelmakler*innen und kleine Unternehmen mit einem Standort.
- ▶ Unabhängige regionale Betriebe mit mehreren Angestellten und mehreren Standorten. (Wir zählen als Familienunternehmen mit aktuell 8 Standorten und circa 50 Mitarbeitenden zu dieser Kategorie.)
- ▶ Franchiseunternehmen, die Lizenzen an regionale Lizenznehmer*innen vergeben, die ihrerseits unternehmerisch frei wirtschaften.
- ▶ Banken-Makler*innen, die an größere Banken angeschlossen sind.
- ▶ Bauträger- oder Projektentwicklerfirmen mit angeschlossener Vermittlungsabteilung für Bestandsimmobilien.
- ▶ Online-Vermittlungsunternehmen.

Weshalb Sie nicht auf Vergleichsportale für Maklerunternehmen oder Online-Empfehlungsdienste vertrauen sollten und wie Sie selber gute Makler*innen finden, erfahren Sie im ausführlichen Kapitel 2 „Immobilienverkauf mit oder ohne Makler*in“.

VORBEREITUNG DER VERMARKTUNG

Wenn der Entschluss zum Verkauf der Immobilie gefallen ist, muss die Vermarktung vorbereitet werden. Diesen Aufwand sollten Sie nicht unterschätzen. Wenn Sie es richtig angehen, sollten Sie circa zwei bis sechs Wochen Zeit einkalkulieren. Zur Vermittlungsvorbereitung zählen mehrere Punkte:

- ▶ Angebotspreis-Strategie wählen
- ▶ Immobilie für den Verkauf vorbereiten
- ▶ Unterlagen zur Immobilie besorgen
- ▶ Immobilie fotografieren
- ▶ Exposé vorbereiten
- ▶ Immobilie inserieren

DIE RICHTIGE ANGEBOTSPREIS-STRATEGIE

Im Prinzip gibt es 3 unterschiedliche Angebotspreis-Strategien, die Sie verfolgen können:

1. **Realistischer Angebotspreis** inklusive eines gewissen **Verhandlungsspielraums**
2. **Liebhaberpreis-Strategie**
3. **Attraktiver Angebotspreis** und **Bieterverfahren**

Bis auf wenige Ausnahmen ist es empfehlenswert, entweder mit einem **realistischen Angebotspreis** inklusive einem angemessenen Verhandlungsspielraum zu starten oder mit einem **attraktiven anfänglichen Angebotspreis** ein klar strukturiertes **Bieterverfahren** anzustreben. Mehr zum Thema Angebotspreis-Strategie erfahren Sie im ausführlichen Kapitel 5 „Angebotspreisstrategie“.

IMMOBILIE AUF DEN VERKAUF VORBEREITEN

Beim Immobilienverkauf sollte das Haus oder die Wohnung ins rechte Licht gesetzt und **professionell präsentiert** werden. Hierbei spricht man von **Home Staging**. Je besser Sie die Immobilie präsentieren, desto **höher ist der erzielbare Verkaufspreis**. Professionelle Home Stager*innen gehen davon aus, dass sich dadurch die **Preisbereitschaft um 5 bis 20 Prozent erhöhen lässt**. Der Vergleich zum Auto passt ganz gut: Wenn Sie ein Auto verkaufen möchten, fahren Sie vorher durch die Waschstraße, saugen den Wagen aus oder fahren sogar zum Aufbereiter.

Beim Home Staging geht es hauptsächlich um Folgendes:

- ▶ **Aufräumen, aussortieren, entsorgen:** Platz schaffen in Wohnräumen, Garage, Keller.
- ▶ **Streichen, reparieren und ausbessern.**
- ▶ **Reinigen und säubern** der Räume und Außenbereiche
- ▶ **Dekorieren und inszenieren** der Wohnbereiche.

Mehr zum Thema erfahren Sie im ausführlichen Kapitel 7 „Immobilie vorbereiten („Home Staging“)“.

UNTERLAGEN BESORGEN

Je nachdem, welche Art von Immobilie Sie verkaufen, benötigen Sie **unterschiedliche Unterlagen**. Die wenigsten Eigentümer*innen haben diese **griffbereit und in aktueller Form**. Wenn in der späteren Vermarktungsphase eine kaufwillige Person gefunden ist, wird diese höchstwahrscheinlich einen Kredit bei einer Bank beantragen. Hierzu braucht es verschiedene Unterlagen, um die Sie sich **bereits zum Vermarktungsbeginn gekümmert** haben sollten. Fehlen Dokumente wie Flurkarten, Grundrisspläne, Wohnflächenberechnung oder der Grundbuchauszug **verzögert sich die Finanzierungszusage der Bank und damit der Kaufabschluss** mit der finalen Immobilienübergabe.

Es gibt einen weiteren Grund, sich frühzeitig um die Unterlagen zu kümmern: In den Verkaufsunterlagen sollten alle Angaben zu Wohnfläche, Baujahr, möglichen Baulasten etc. möglichst genau sein. Diese Angaben finden sich in den genannten Bauunterlagen.

Mehr zum Thema erfahren Sie im ausführlichen Kapitel 4 "Unterlagen".

DIE IMMOBILIE FOTOGRAFIEREN

Damit die Immobilie optimal auf den Verkauf vorbereitet ist, sollten **professionelle Fotos** angefertigt werden. **Je besser die Bilder sind, desto mehr Nachfrage** wird das Objekt erzielen und umso höher kann das **Verkaufsergebnis** sein.

Als Maklerunternehmen beschäftigen wir drei festangestellte Fotograf*innen, mit einer professionellen Ausrüstung, um Immobilien bestmöglich abzulichten. Pro Jahr fotografieren diese über 250 Immobilien. Aber auch als Laie kann man seine Immobilie gut ablichten, wenn man einige Tipps beherzigt. Eine Anleitung zum Fotografieren erhalten Sie im ausführlichen Kapitel 8 "Immobilie fotografieren".

DAS EXPOSÉ VORBEREITEN

Wenn die Fotos gemacht sind und alle Unterlagen vorliegen, muss das **Exposé erstellt werden**. Es ist eines der wichtigsten Dokumente beim Immobilienverkauf. Es sollte **auf Anhieb überzeugen** und **alle relevanten Detailinformationen** zur Immobilie enthalten. Häufig lesen nicht nur Interessent*innen das Exposé, sondern auch **Freund*innen, Bekannte und Verwandte** der Immobiliensuchenden, die nur auf Basis der Verkaufsbroschüre diese in ihren Kaufabsichten **bestärken** oder – im Gegenteil – ihnen **davon abraten**.

Eine Anleitung und Vorlage für ein gelungenes Immobilienexposé stellen wir Ihnen im Kapitel 9 „Exposé erstellen“ zur Verfügung.

DIE IMMOBILIE INSERIEREN

Wenn das Exposé fertiggestellt ist, muss das **Online-Inserat für die Immobilie** erstellt werden. Dazu gehört insbesondere ein **Objekttitel**, der bei den Lesenden Interesse weckt und ein **aussagekräftiges Titelbild**. Im Online-Inserat sollten **weniger Bilder und eventuell kürzere Angaben** als im gedruckten Exposé gemacht werden, um möglichst viele Anfragen zu generieren.

Die wichtigsten Portale in Deutschland sind: **ImmoScout24, Immowelt, Immonet und Ebay Kleinanzeigen**. Darüber hinaus sollte überlegt werden, bei diesen Firmen **Top-, Premium- oder Schaufenster-Platzierungen** zu buchen, um eine höhere Sichtbarkeit der Immobilie zu erzielen.

Wir empfehlen, die Immobilie auf jeden Fall am offenen Markt zu inserieren, um den höchstmöglichen Preis zu erzielen. Das Schlüsselwort lautet hier: Reichweite. Je mehr Menschen sich für Ihre Immobilie interessieren, desto besser ist Ihre Verhandlungsposition.

Mehr zum Thema erfahren Sie im ausführlichen Kapitel 10 „Inserat erstellen“.

VERMARKTUNGSPHASE

Ist die Immobilienvermarktung abschließend vorbereitet, **beginnt der eigentliche Verkauf** mit der Vermarktungsphase. Folgende **Aufgaben** warten in dieser Phase:

- ▶ Anfragen beantworten und Kaufinteressierte qualifizieren.
- ▶ Besichtigungstermine vereinbaren und durchführen.
- ▶ Kaufpreisverhandlungen führen.

ANFRAGEN BEANTWORTEN UND KAUFINTERESSIERTE QUALIFIZIEREN

Wenn die Immobilie inseriert ist, werden sich vermutlich viele **Personen melden**. Nun müssen Exposés versendet, Telefonate geführt, individuelle Fragen beantwortet und Besichtigungstermine vereinbart werden. Je nachdem welche Angebotspreis-Strategie sie gewählt haben, sollten Sie **vor jeder Besichtigung** in Erfahrung bringen, mit **wem Sie es zu tun haben**:

- ▶ Haben Sie die vollständigen Adress- und Kontaktdaten der Interessierten?
- ▶ Welche Art von Immobilie sucht die Person? Passt mein angebotenes Haus?
- ▶ Wie lange wird schon gesucht?
- ▶ Wurde schon mit einer Bank oder Finanzierungsberater*in gesprochen?
- ▶ Welchen Immobilienkaufpreis können sich die Kaufwilligen leisten?

Mehr zum Thema erfahren Sie im ausführlichen Kapitel 11 „Interessierten-Qualifizierung & Anfragen beantworten“.

BESICHTIGUNGSTERMINE VEREINBAREN UND DURCHFÜHREN

Im Optimalfall haben Sie sich bereits im Rahmen der Angebotspreis-Strategie überlegt, wie Sie die **Besichtigungen planen und durchführen** wollen und **Zeitfenster für Besichtigungen** ins Exposé aufgenommen:

- ▶ komplett individuelle Termine
- ▶ hintereinander getaktete Termine
- ▶ offene Besichtigung mit oder ohne Anmeldung (zu Corona-Zeiten eher schwierig).

Generell ist es sinnvoll, dass Interessent*innen sich zumindest **kurz gegenseitig sehen**, damit der Eindruck vermittelt wird, dass sich **auch andere Personen für die Immobilie interessieren**. Hierzu bedarf es allerdings einer ausreichend hohen Nachfrage, weshalb dieses Vorgehen z.B. mit einer Liebhaberpreis-Strategie schwer umzusetzen ist.

Auch sollten Sie wissen, wie eine **optimale Besichtigung abläuft**, wie **lange diese dauert** und wie Sie sich **als Eigentümer*in verhalten** sollten. Eine vollständige Anleitung zum Thema Besichtigung lesen Sie im Kapitel 12 „Besichtigung“

KAUFPREISVERHANDLUNGEN FÜHREN

Während der Besichtigungen oder kurz danach werden Ihnen Interessent*innen vermutlich mitteilen, dass sie das Haus oder die Wohnung gerne erwerben wollen oder Ihnen ein Kaufpreisangebot machen. Je nachdem, **welche Angebotspreis-Strategie sie gewählt haben**, wie viele **kaufwillige Interessent*innen Sie haben** und wie lange die Vermarktung bereits dauert, sollten Sie unterschiedlich reagieren.

Haben Sie mehrere Kaufinteressierte nach Abschluss aller Besichtigungen, sollten Sie zum Beispiel ein **Bieterverfahren** eröffnen. Haben Sie nur einen oder wenige, die eventuell sogar unter dem Angebotspreis ein Gebot abgegeben haben, sollten Sie überlegen, in **individuelle Verhandlungen** zu treten.

Mehr zum Thema erfahren Sie im ausführlichen Kapitel 13 „Kaufpreisverhandlung“.

ABWICKLUNGSPHASE

Folgende Punkte fallen in die Abwicklungsphase:

- ▶ Notariat beauftragen und Kaufvertragsentwurf erstellen lassen
- ▶ Termin der notariellen Kaufvertragsunterzeichnung
- ▶ Übergabe der Immobilie und Kaufpreiszahlung

NOTARIAT BEAUFTRAGEN UND KAUFVERTRAGSENTWURFERSTELLEN LASSEN

Wenn Sie sich mit einer kaufwilligen Person handelseinig sind beziehungsweise Sie sich für eine Käufer*in entschieden haben, muss ein **Notariat beauftragt werden**. In Deutschland wird dieses üblicherweise **von den Erwerbern bezahlt**, weshalb diese meistens entscheiden, bei welchem Notariat beurkundet werden soll. In der Regel handelt es sich um eine Notar*in **in der Nähe des Objekts**. Der Notar oder die Notarin kennen die betreffende Immobilie oder das Exposé nicht, weshalb diesen **möglichst genaue Angaben zur Immobilie** zu machen sind. Hierzu haben wir eine **Vorlage erstellt**, mit der das Notariat beauftragt werden kann und alle Angaben enthalten sind, die für den Kaufvertrag nötig sind.



TERMIN DER NOTARIELLEN KAUFVERTRAGSUNTERZEICHNUNG

Ist der Kaufvertragsentwurf mit allen Beteiligten abgestimmt, wird ein **Termin für die Beurkundung** vereinbart. Während dieser liest die Notar*in das komplette Vertragswerk vor, erklärt bestimmte Passagen und ergänzt oder ändert diese gegebenenfalls noch im Beisein aller Beteiligten. Nachdem der Kaufvertrag von allen Personen unterschrieben ist, lässt das Notariat eine **Auflassungsvormerkung im Grundbuch** der Immobilie eintragen. So wird verhindert, dass die Verkäufer (bisherige Eigentümer*innen) die Immobilie in der Zwischenzeit ein zweites Mal verkaufen können, solange die neuen Eigentümer*innen noch nicht im Grundbuch eingetragen sind.

Mehr zum Thema erfahren Sie im ausführlichen Kapitel 14 „Kaufvertrag & Notariatstermin“.

ÜBERGABE DER IMMOBILIE UND KAUFPREISZAHLUNG

Im Kaufvertrag wurde sehr wahrscheinlich ein **konkretes Datum für die Kaufpreiszahlung und Übergabe** der Immobilie festgelegt. Wurde der Kaufpreis vollständig bezahlt und ist das Datum der Übergabe gekommen, wird die Immobilie im vertraglich vereinbarten Zustand übergeben.

Meistens gehört hierzu das **Ablesen der Zählerstände**, die **Übergabe wichtiger Originaldokumente** und die **Übergabe der Schlüssel**. Ist der Grundbesitz noch nicht im vertragsgerechten Zustand, sollte dies im **Übergabeprotokoll** festgehalten werden, sodass die bisherigen Eigentümer*innen schnellstmöglich nachbessern.



Mehr zum Thema Übergabe erfahren Sie im ausführlichen Kapitel 15 „Übergabe“.

KAPITEL 2: IMMOBILIENVERKAUF MIT ODER OHNE MAKLER*IN



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel2>

Wichtig zu wissen

- ✓ Wägen Sie anhand **konkreter Faktoren** ab, ob Sie sich den Verkauf selber zutrauen oder diesen lieber in die Hände von Expert*innen geben.
- ✓ Versierte **Makler*innen** haben viel **Erfahrung** mit dem Verkauf und nehmen Ihnen die komplette **Arbeit** ab.
- ✓ Verkaufen Sie Ihre Immobilie selbst, dann sparen Sie zwar die **anteilige Provision**, gehen jedoch auch das **Risiko** ein, nicht das **optimale Ergebnis** zu erzielen.
- ✓ Für einen gut vorbereiteten Immobilienverkauf sollten Sie **circa 80 bis 150 Stunden** einplanen.
- ✓ Suchen Sie sich das passende Maklerunternehmen anhand von **Bewertungen und Referenzen** aus. Achten Sie auf Ihr Bauchgefühl.
- ✓ Fallen Sie nicht auf vermeintlich objektive **Online-Empfehlungsplattformen** herein.
- ✓ Machen Sie sich klar, welche **Eigenschaften und Tätigkeiten** Ihnen besonders wichtig sind und fragen sie diese bei den Infrage kommenden Unternehmen ab.

Inhalt dieses Kapitels

1. Mit Makler*in oder ohne?
2. Kosten, Zeit & Aufwand eines Immobilienverkaufs
3. Das richtige Maklerunternehmen auswählen
4. Arten von Maklerunternehmen
5. Unterschiede zwischen guten und schlechten Makler*innen

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir Ihnen, ob man den **Immobilienverkauf mit oder ohne Makler*in** durchführen sollte und wie man gute Makler*innen auswählt.

*MIT MAKLER*IN ODER OHNE?*

Wenn Sie die Entscheidung zum Verkauf getroffen haben, stellt sich die nächste Frage: Möchten Sie den Immobilienverkauf selber durchführen oder professionelle Hilfe in Anspruch nehmen? Ein gutes Maklerunternehmen nimmt Ihnen die komplette Arbeit des Verkaufs professionell ab und wird vermutlich ein besseres Verkaufsergebnis erzielen als Sie bei einer Veräußerung in Eigenregie.

Ob Sie ein Maklerunternehmen in Anspruch nehmen sollten, hängt von vielen Faktoren ab:

- ▶ Haben Sie Erfahrung mit dem Verkauf von Immobilien?
- ▶ Trauen Sie sich den Verkauf selber zu?
- ▶ Haben Sie die Zeit, das Wissen und die Lust, den Verkauf selber durchzuführen?
- ▶ Haben Sie die emotionale Distanz zur Immobilie?
- ▶ Haben Sie die räumliche Nähe zur Immobilie, also wohnen Sie in der Immobilie oder in der Nähe, um den Verkauf betreuen zu können?
- ▶ Haben Sie die nötige Verhandlungssicherheit und ein souveränes Auftreten?

VOR- UND NACHTEILE

Vorteile mit Makler*in:

- ▶ Makler*innen haben Erfahrung mit dem Verkauf von Häusern und Wohnungen.
- ▶ Der Verkauf wird professionell betreut und abgewickelt.
- ▶ Verkaufsergebnis vermutlich besser, als bei Privatverkauf in Eigenregie.
- ▶ Die komplette Arbeit wird Ihnen abgenommen.
- ▶ Präsentation der Immobilie in der Regel besser, als bei Eigenverkauf.
- ▶ Nötige emotionale Distanz zur Immobilie und der persönlichen Situationen der Verkäufer*innen.
- ▶ Insertion auf allen relevanten Immobilienportalen, statt nur einem (mehr Reichweite).
- ▶ Bezahlung nur bei erfolgreichem Verkauf.

Nachteile mit Makler*in:

- ▶ anfallende Provision.
- ▶ wenn Sie an einen schlechten Makler geraten, hätten Sie es besser selber machen können.

Vorteile Privatverkauf:

- ▶ Verkäufer*innen sparen die Kosten der Provision.
- ▶ eigene Lernkurve und eventuell Spaß am Verkauf einer Immobilie.

Nachteile Privatverkauf:

- ▶ Zeit- und Arbeitsaufwand, insbesondere beim ersten Mal.
- ▶ Fehlendes Wissen und Erfahrung.
- ▶ Fehlende emotionale Distanz zur Immobilie, etwa wenn es das Elternhaus ist.
- ▶ Unsicherheit beim Einschätzen des Verkaufsergebnisses: es fehlen Vergleiche und Erfahrungen.
- ▶ Hohes Fehlerpotenzial bei einem zugleich hohen finanziellen Risiko.

KOSTEN, ZEIT & AUFWAND EINES IMMOBILIENVERKAUFS

Sollten Sie in Betracht ziehen, die Immobilie selber zu verkaufen, sollten Sie circa **80 bis 150 Stunden** einplanen. Im folgenden, eher moderat geschätzten, **Beispiel** können Sie eine Zeit- und Kostenschätzung für Ihren Immobilienverkauf ermitteln. Berücksichtigen Sie, dass Sie für die eine oder andere Sache vermutlich länger brauchen werden, wenn Sie dies noch nie gemacht haben:

- ▶ **Immobilie bewerten:** circa 3 Stunden selbst recherchieren, mehrere kostenlose Termine mit Makler*innen vereinbaren für eine kostenlose Einschätzung oder kostenpflichtige Gutachter*in beauftragen. Ein solches Gutachten kostet für ein Einfamilienhaus etwa 1.500 Euro.
- ▶ **Dokumente beschaffen und aufbereiten:** circa 10 Stunden, zuzüglich Kosten (Gebühren von Ämtern) für anzufordernde Unterlagen: ungefähr 200 Euro.
- ▶ **Energieausweis:** circa 0,5 bis 1,5 Stunden: Termin mit Energieberater*in, Schornsteinfeger*in oder Architekt*in: ungefähr 50 bis 400 Euro für den Ausweis.
- ▶ **Immobilie vorbereiten:** circa 8 Stunden (1 Tag)
- ▶ **Immobilie fotografieren und Fotos nachbearbeiten:** circa 5 Stunden oder Fotograf*in beauftragen für etwa 400 Euro.
- ▶ **Exposé erstellen und texten:** ungefähr 3 Stunden.
- ▶ **Anzeige auf mehreren Portalen einstellen:** circa 3 Stunden, zuzüglich circa 900 Euro Inseratkosten.
- ▶ **Anfragen bearbeiten, Fragen schriftlich beantworten:** circa 5 Stunden.
- ▶ **Besichtigungen vereinbaren und durchführen** (inklusive Vereinbaren neuer Termine bei Absage): circa 15 Stunden.
- ▶ **Nachbereitung der Besichtigungen:** circa 5 Stunden.
- ▶ **Zweitbesichtigungen mit „heißen“ Interessent*innen** sowie Besichtigungen mit Bausachverständigen der Kaufinteressierten: circa 3 Stunden,
- ▶ **Kaufpreisverhandlung:** circa 3 Stunden
- ▶ **Notariatsbeauftragung und Vertragsentwurf-Besprechung** mit Notar*in und Käufer*in: etwa 6 Stunden
- ▶ **Notariatstermin:** etwa 2 Stunden
- ▶ **Übergabetermin:** circa 2 Stunden
- ▶ **Fahrzeiten zu Ämtern, Notariat, Besorgungen, Besichtigungstermine:** etwa 5 Stunden, zuzüglich 75 Euro Fahrtkosten (250 km x 30 Cent)
- ▶ **Kalkulatorisches Zeitrisko** (Auswahl falscher Käufer, Verzögerung oder Probleme bei Unterlagenbeschaffung etc.): circa 10 Stunden

Ergebnis: 89 Netto-Arbeitsstunden.

Bei einem angenommenen **Stundenlohn von 25 Euro**, den Sie sich selber zahlen würden, käme man auf etwa **2.250 Euro**, zuzüglich **1.000 bis 3.500 Euro weitere Kosten** für Inserate, Fotograf*innen, Gutachter*innen, Fahrtkosten und Unterlagen. **Zum Vergleich:** Eine Handwerkerstunde kostet in Deutschland durchschnittlich 65 Euro, eine professionelle Internetagentur veranschlagt einen Stundenlohn von ungefähr 120 Euro (inklusive MwSt.).

Immobilienmakler*innen verlangen in der Regel **zwischen 3,57 und 7,14 % inkl. MwSt. vom beurkundeten Kaufpreis**. Je nach Region, Maklerunternehmen und vereinbarter Leistung unterscheiden sich die Prozentsätze. Da es sich um eine **Erfolgsprovision** handelt, wird die Bezahlung der Makler*in nur fällig, wenn die Immobilie auch tatsächlich an eine vermittelte Käufer*in verkauft wird - das Maklerunternehmen geht also in **Vorleistung**. Bedenken Sie, dass seit 2021 die Provision bei **Wohnimmobilien** zumindest **hälftig zwischen Käufer und Verkäufer** geteilt werden muss.

DAS RICHTIGE MAKLERUNTERNEHMEN AUSWÄHLEN

Bei der Wahl des richtigen Maklerunternehmens ist es wichtig, dass Sie sich für **Expert*innen** entscheiden. Um eine solche Person zu finden, lohnt es sich, im Internet das lokale Immobilienangebot zu durchsuchen, die Art der jeweiligen Immobiliendarstellung (Fotos, Exposé) zu prüfen und sich die **Homepage** der Vermittlungsunternehmen anzuschauen.

*Greifen Sie nicht auf Internetseiten zurück, die Ihnen eine Makler*innen empfehlen wollen. Diese sprechen meistens keine neutrale oder objektive Empfehlung aus. Vielmehr werden Ihre Kontaktdaten an zahlende Maklerunternehmen weiterverkauft, die einen Vertrag mit diesen Online-Anbietern abgeschlossen haben. Vertrauen Sie stattdessen auf Ihre eigene Recherche und Ihr Bauchgefühl!*

Anbei ein paar **Anhaltspunkte**, auf die Sie achten können bei der **Auswahl des Vermittlungsunternehmens**:

- ▶ Wie sind die **Bewertungen** der Makler*innen bei Google, ImmoScout24, Immowelt, Provenexpert, Trustpilot oder anderen Bewertungsplattformen, auf denen Kund*innen das Dienstleistungsunternehmen bewertet haben?
- ▶ Vergleichen Sie die **Internetseiten**: Ist die Homepage auf einem aktuellen Stand und macht sie einen gepflegten Eindruck? Legt das Unternehmen Wert darauf, eine gute Dienstleistung abzuliefern, will es die Dienstleistungsqualität permanent verbessern?
- ▶ Wie gut sind zurückliegende oder aktuelle **Immobilienangebote** des jeweiligen Unternehmens präsentiert?

- ▶ **Größe und Überregionalität der Firma:** Bei größeren Vermittlungsunternehmen mit mehreren Standorten scheinen sich in der Vergangenheit bereits viele Kund*innen für diese Firma entschieden zu haben. Auch ist zu vermuten, dass das Unternehmen seine Abläufe zum Wohl der Kund*innen standardisiert hat, was für eine sehr gute Dienstleistungsqualität spricht. Es gibt aber auch kleine Unternehmen, die mit Individualität punkten.
- ▶ **Vertrauen und Kompetenz:** Sie sollten Makler*innen Ihrer Wahl vorher persönlich im Rahmen eines **Beratungstermins** kennenlernen. Dabei sollten sie gegenseitiges **Vertrauen** aufbauen. Zudem können Sie die nötige **Kompetenz und Erfahrung** erfragen.

ARTEN VON MAKLERUNTERNEHMEN

Da wir selbst als Vermittlungsunternehmen im Immobilienbereich tätig sind, kennen wir den Markt sehr gut. **Folgende Unterschiede gibt es in unserer Branche:**

- ▶ **Einzelmakler*innen und kleine Büros** mit einem Standort und keinen beziehungsweise wenig Mitarbeitenden.
- ▶ **Unabhängige private und regionale Unternehmen** mit mehreren Angestellten und Standorten (wir gehören als Familienunternehmen mit aktuell 8 Standorten und circa 50 Mitarbeitern zu dieser Kategorie)
- ▶ **Franchiseunternehmen**, die Lizenzen an regionale Lizenznehmer*innen vergeben, die unternehmerisch frei wirtschaften und Logo, Markenauftritt etc. vom Franchisegebenden übernehmen.
- ▶ **Banken-Makler*innen**, die an größere Institute angeschlossen sind und Verkaufsaufträge hauptsächlich aus auslaufenden Kreditverträgen akquirieren.
- ▶ **Bauträger- oder Projektentwicklerfirmen** mit angeschlossener Vermittlungsabteilung für Bestandsimmobilien als Service für Käufer*innen von Neubauwohnungen und zur Akquise von Baugrundstücken.
- ▶ **Sogenannte Online-Unternehmen**, finanziert mit viel Risikokapital, die letztendlich kaum anders arbeiten als eingesessene, stationäre Vermittlungsfirmen.

*UNTERSCHIEDE ZWISCHEN GUTEN UND SCHLECHTEN MAKLER*INNEN*

*Gute Makler*innen...*

- ▶ **...bewerten Ihre Immobilie realistisch**, sagen Ihnen die Wahrheit und empfehlen Ihnen die optimale Angebotspreis-Strategie.
- ▶ **...legen Wert auf einen schriftlichen, exklusiven Auftrag** von Ihnen als Eigentümer*in, damit der Aufwand der bevorstehenden Vermarktung auch Aussicht auf Entlohnung hat.
- ▶ **...besorgen das vollständige Unterlagenpaket** bei Ämtern und Verwaltungen und bereiten die Vermarktung richtig vor.
- ▶ **...fotografieren Ihre Immobilie professionell** im Rahmen eines extra Fototermins und geben Tipps, wie Sie die Immobilie noch besser auf Verkauf und Fototermin vorbereiten können.

- ▶ ...erstellen ein aufwendiges Exposé mit Liebe zum Detail, legen Wert auf Richtigkeit der Angaben und lassen es sich von Ihnen freigeben.
- ▶ ...besprechen mit Ihnen den optimalen Besichtigungsmodus und achten darauf, dass Interessent*innen sich gegenseitig kurz sehen, um die Begehrlichkeit der Immobilie zu steigern.
- ▶ ...führen Besichtigungen mit allen Interessent*innen durch und organisieren gegebenenfalls im Anschluss ein transparentes Bieterverfahren, um einen höheren Preis herauszuholen.
- ▶ ...zeigen Ihnen bei Problemen in der Vermarktung Lösungen und Optionen auf und treffen wichtige Entscheidungen mit Ihnen gemeinsam.
- ▶ ...kümmern sich um die Organisation der Notariatsbeauftragung für die Erstellung eines Kaufvertrags, stimmen den Beurkundungstermin und die Übergabe der Immobilie mit Ihnen ab.

*Schlechte Makler*innen...*

- ▶ ...versprechen Ihnen, einen überhöhten Preis durch den Verkauf zu erzielen, obwohl diese wissen, dass sie falsch liegen. Hauptsache sie erhalten von Ihnen den Vermittlungsauftrag.
- ▶ ...verzichten auf einen schriftlichen Vermittlungsauftrag mit Ihnen, da der Aufwand der Vermarktung bei schlechten Makler*innen sowieso minimal gehalten wird.
- ▶ ...kopieren nur die von Ihnen zur Verfügung gestellten Unterlagen, hinterfragen diese nicht und sagen Interessent*innen, dass keine zusätzlichen Unterlagen vorliegen oder Kaufinteressierte sich selber darum kümmern müssen.
- ▶ ...schießen gleich nach Vertragsunterzeichnung Handfotos für die Vermarktung, ohne Rücksicht auf Motiv, Vorbereitung der Immobilie, Wetter oder Tageszeit.
- ▶ ...erstellen kurzerhand das Inserat sowie ein liebloses Exposé mit diesen Handfotos und den Unterlagen-Kopien der Verkäufer*innen. Ohne Vorankündigung starten sie die Vermarktung.
- ▶ ...vereinbaren nur individuelle Besichtigungen, je nachdem, wann es passt.
- ▶ ...empfehlen Ihnen erstbeste Käufer*innen und raten an diese zu verkaufen, um den Verkauf schnell abzuschließen und die Provision zu verdienen.
- ▶ ...machen Druck und versuchen Ihnen Entscheidungen vorzugeben.
- ▶ ...überlassen die Notariatsbeauftragung Käufer*innen und stehen nach dem Beurkundungstermin nicht mehr für Fragen zur Verfügung.

KAPITEL 3: DIE IMMOBILIE BEWERTEN



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel3>

Wichtig zu wissen

- ✓ Es gibt 4 Bewertungsmethoden für Immobilien: Sach-, Ertrags-, Vergleichs- und Residualwertverfahren.
- ✓ Unabhängig von den Bewertungsmethoden ist für den Immobilienverkauf hauptsächlich entscheidend, was Interessent*innen bereit sind, für Ihre Immobilie zu bezahlen (Marktwert).
- ✓ Für die Bewertung sollten immer Expert*innen zu Rate gezogen werden, da diese eine hohe Qualifikation und Erfahrung haben und den Immobilienwert objektiv realistisch berechnen können.
- ✓ Im Falle der Bewertung für einen angedachten Verkauf, sind Makler*innen die besten Ansprechpartner*innen, um eine verlässliche Preiseinschätzung zu erhalten. Diese ist meistens sogar kostenlos.
- ✓ Sollten Sie eine Immobilienbewertung für ein Gerichtsverfahren benötigen, müssen Sie ein Gutachten von versierten Gutachter*innen erstellen lassen („Öffentlich bestellte und vereidigte Immobiliensachverständige“). Je nach Immobilienart und -größe starten die Kosten für eine solche Expertise bei circa 500 Euro.
- ✓ Das Sachwertverfahren berechnet Grundstücks- und Gebäude-Zeitwert separat und rechnet daraufhin beides zusammen.
- ✓ Das Vergleichswertverfahren ist beim Verkauf das wichtigere Verfahren: Hier werden Preise vergangener Angebote am Markt mit der zu bewertenden Immobilie verglichen.
- ✓ Das Ertragswertverfahren bewertet eine Kapitalanlage-Immobilie aus der Perspektive von Investor*innen und deren Renditeerwartungen.
- ✓ Das Residualwertverfahren ist für Grundstücke, die an Bauträgerfirmen verkauft werden können, relevant und berechnet, welchen angemessenen Betrag diese für ein Baugrundstück bezahlen können, nach Abzug aller anderen Kosten.

Inhalt dieses Kapitels

1. Der Marktwert
2. Das Sachwertverfahren
3. Das Vergleichswertverfahren
4. Das Ertragswertverfahren
5. Für Grundstücke: Das Residualwertverfahren
6. Immobilie selber bewerten oder mit Expert*innen
7. Einfache Immobilienbewertung oder richtiges Gutachten?

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir, welche **Bewertungsmethoden** es gibt und wie man diese anwendet. Die Immobilienbewertung ist für die meisten Menschen der **erste Schritt**, um sich mit dem Thema Immobilienverkauf auseinanderzusetzen. Expert*innen bewerten Immobilien mithilfe **unterschiedlicher Methoden und Verfahren**. Diese sind in der Regel:

- ▶ das Sachwertverfahren
- ▶ das Vergleichswertverfahren
- ▶ das Ertragswertverfahren

Darüber hinaus gibt es das Residualwertverfahren. Es wird vor allem von Bauträgerfirmen angewendet.

DER MARKTWERT

Bevor Sie sich daran machen, Ihre Immobilie nach den unterschiedlichen Methoden selbst zu bewerten oder von Expert*innen bewerten zu lassen, sollten Sie sich über einen wichtigen Punkt im Klaren sein: **Immobilienbewertung ist immer subjektiv**. Wenn sie 3 unterschiedliche Expert*innen fragen, wie viel Ihr Grundbesitz wert ist, werden Sie vermutlich 3 unterschiedliche Antworten erhalten. Wir sagen deshalb immer: **Im Falle eines Verkaufs einer Immobilie ist letztendlich der „Marktwert“ entscheidend.**

Der Marktwert ist der Preis, den ein Interessent am offenen Markt bereit ist, für Ihre Immobilie zu bezahlen.

Leider lässt sich der tatsächliche Marktwert nicht berechnen – er lässt sich nur durch eine **aktive Vermarktung** der Immobilie herausfinden. Hierbei spielen viel mehr **Faktoren** eine Rolle, als nur die Ausstattung oder Lage des Objektes. Entscheidend ist zudem die **Zahl und Qualität** der Kaufinteressierten, wie die **Immobilie präsentiert** wird, welche **Alternativangebote** es am Markt gibt, mit wie viel **Reichweite** die Immobilie inseriert wurde etc. Trotzdem ist es sinnvoll, den ungefähren Wert der Immobilie vorab zu berechnen, um einen angemessenen **Angebotspreis** bestimmen zu können und als Eigentümer eine fundierte Entscheidungsgrundlage zu haben.



DAS SACHWERTVERFAHREN

Der Sachwert einer Immobilie setzt sich zusammen aus **Boden- und Gebäudewert**. Beide werden separat voneinander berechnet. In der Regel wird das Sachwertverfahren für **Häuser** verwendet. Die grundlegende Formel für das Sachwertverfahren lautet:

$$\text{Sachwert} = (\text{Gebäudewert} + \text{Bodenwert}) \times \text{Marktanpassungsfaktor}$$

Bodenwert: In regelmäßigen Abständen veröffentlichen die regionalen Gutachterausschüsse **Bodenrichtwerte**. Es handelt sich dabei um vergangenheitsbasierte „**Richtwerte**“. Mithilfe des Bodenrichtwerts lässt sich der ungefähre Wert des Grundstücks einer Immobilie berechnen.

Gebäudewert: Der Gebäudewert setzt sich zusammen aus den **Herstellungskosten** des Gebäudes, abzüglich einer **Alterswertminderung**. Wurden bei einem Einfamilienhaus, das beispielsweise 40 Jahre alt ist, regelmäßig Renovierungen durchgeführt, ist der Gebäudewert höher. Wurden diese Investitionen unterlassen, ist der Gebäudewert niedriger.

Addiert man **Gebäude- und Bodenwert** erhält man den **vorläufigen Sachwert**.

Marktanpassungsfaktor: Der Sachwert wiederum kann mit einem sogenannten Marktanpassungsfaktor multipliziert werden, um marktgerechte, plausible Werte zu erhalten. Marktanpassungsfaktoren werden auch von den Gutachterausschüssen herausgegeben.



SACHWERT ÜBERSCHLÄGIG SELBER BERECHNEN

Das Sachwertverfahren gehört in der exakten gutachterlichen Anwendung zu den komplizierteren Verfahren der Immobilienbewertung. Privatpersonen können den Sachwert mit einer vereinfachten Rechnung erstellen:

$$\text{Gebäudewert} = \text{Wohnfläche in m}^2 \times \text{Neubaukosten} \times \text{Alterswertminderung}$$

- ▶ **Wohnfläche in m²** = Die Wohnfläche Ihres Hauses.
- ▶ **Neubaukosten** = z.B. 2.300 bis 2.800 Euro pro Quadratmeter Wohnfläche. Bei hochwertigen Immobilien kann der Betrag höher liegen, bei einfach gebauten Objekten darunter.
- ▶ **Alterswertminderung** = $(100 - (\text{aktuelles Jahr} - \text{fiktives Baujahr})) / 100$. In diesem Fall berechnet anhand eines fiktiven Baujahrs. In diesem sollten zwischenzeitliche Erneuerungen berücksichtigt sein, welche die Immobilie fiktiv „verjüngen“, wie etwa der Austausch von Heizung oder Fenstern.

$$\text{Bodenwert} = \text{Grundstücksgröße in m}^2 \times \text{Bodenrichtwert}$$

- ▶ **Grundstücksgröße in m²** = Ihre Grundstücksgröße
- ▶ **Bodenrichtwert** = Bodenrichtwert Ihres Grundstücks.

Wenn Sie zusätzlich aktuelle **Marktanpassungsfaktoren** berücksichtigen wollen, finden Sie diese bei Ihrem örtlichen Gutachterschuss.



DAS VERGLEICHSWERTVERFAHREN

Den Vergleichswert berechnen Sie vereinfacht gesagt gemäß folgender Formel:

$$\text{Vergleichswert} = \text{Wohnfläche in m}^2 \times \text{Vergleichswert} \pm \text{Zu- oder Abschläge}$$

- ▶ **Wohnfläche in m²** = Wohnfläche Ihrer Immobilie.
- ▶ **Vergleichswert** = Von Ihnen recherchierter Vergleichswert. Hier können Sie auf unsere **Marktberichte** zurückgreifen, selber am Markt **recherchieren** oder sich eine **Kaufpreissammlung** vom örtlichen Gutachterausschuss zuschicken lassen.
- ▶ **Zu- oder Abschläge** = für eine besondere Lage, Ausstattung der Immobilie etc.



DAS ERTRAGSWERTVERFAHREN

Das Ertragswertverfahren betrachtet die Immobilie aus der **Perspektive von Kapitalanleger*innen**. Insbesondere für vermietete Objekte beziehungsweise „Nicht-Selbstnutzer-Immobilien“ wird diese Bewertungsmethode angewendet, da Investor*innen vor allem auf die **Rendite** schauen.

Beim **gutachterlichen Ertragswertverfahren** wird, ähnlich wie beim Sachwertverfahren, zunächst der **Bodenwert** und die **Bodenwertverzinsung** anhand eines vom Gutachterausschuss herausgegebenen **Liegenschaftszinses** berechnet. Dieser wird vom **Reinertrag** der Immobilie abgezogen, woraufhin dieser wiederum mit einem **Wertfaktor**, der auf dem Liegenschaftszins basiert, multipliziert wird.

ERTRAGSWERT SELBER BERECHNEN

In der vereinfachten Form des Ertragswertverfahrens, das wir als Maklerunternehmen zum Beispiel häufig als **ersten Wertindikator** nutzen, rechnen wir mit sogenannten **Kaufpreis-Multiplikatoren**. Diese stellen den **Kehrwert der Rendite-Erwartung** eines möglichen Interessierten dar. Die vereinfachte Berechnung stellt sich wie folgt dar:

$$\text{Ertragswert} = \text{Kaufpreismultiplikator} \times \text{Netto-Kaltmieteinnahmen}$$

- ▶ **Kaufpreismultiplikator** = $100 / (100 \times \text{Renditeerwartung der Investor*innen in Prozent})$
- ▶ **Netto-Kaltmieteinnahmen** = Ihre Einnahmen mit der Immobilie abzüglich der Nebenkosten.

Ein Beispiel veranschaulicht dies: Haben Sie zum Beispiel bei einer Mietwohnung 10.000 Euro Netto-Kaltmieteinnahmen pro Jahr und liegt die marktübliche Rendite-Erwartung von Kaufinteressierten für vergleichbare Objekte bei 4 Prozent, dann berechnet sich der Wert der Immobilie wie folgt: Multiplikator 25 ($=100/4$) multipliziert mit 10.000 Euro = 250.000 Euro.

Man kann daraufhin auch noch weitere **Szenarien** betrachten, indem vielleicht nicht nur mit 4 Prozent, sondern mit 3 Prozent oder 5 Prozent Renditeerwartung gerechnet wird. Oder statt mit Ist-Mieteinnahmen wird mit Soll-Mieteinnahmen gerechnet, falls Mietsteigerungen oder ähnliches möglich sind.



DAS RESIDUALWERTVERFAHREN (FÜR GRUNDSTÜCKE)

Das Residualwertverfahren kommt insbesondere bei Grundstücken zum Einsatz, die für **Bauträgerfirmen** interessant sind. Hier wird „rückwärts“ berechnet wie viel eine Bauträger*in maximal für das Grundstück ausgeben kann. Dies erfolgt nach der einfachen ökonomischen Formel *Umsatz – Kosten = Gewinn*. Die Formel wird jedoch umgestellt, sodass unter dem Strich der **verbleibende Grundstücks-wert** herauskommt.

Im Falle eines Verkaufs mehrerer Neubauwohnungen auf einem Grundstück, erwarten Bauträgerfirmen einen gewissen **Umsatz**. Hiervon werden die **Baukosten** sowie andere Ausgaben abgezogen, sowie eine gewisse **Renditeerwartung** eingerechnet. Übrig bleibt der **Residualwert**, also der Wert, den die Entwicklerfirma für das Grundstück ausgeben kann, um am Ende ertragreich zu wirtschaften.

Das Residualwertverfahren ist auch für den Verkauf an Investor*innen anpassbar, also an Erwerbende, welche die Neubauwohnungen nach der Fertigstellung nicht veräußern, sondern **im Bestand halten** und vermieten, um eine **Mietrendite** zu erzielen. In diesem Fall „vermischt“ sich das Residual- mit dem Ertragswertverfahren.

RESIDUALWERT SELBER BERECHNEN

Als Privatperson zu versuchen den Residualwert zu berechnen ist aufgrund der Komplexität sehr schwierig. Der Vollständigkeit halber jedoch: Der Residualwert berechnet sich vereinfacht beschrieben nach der Formel:

$$\text{Grundstückswert} = \text{Umsatz} - \text{Bau- und Nebenkosten} - \text{Gewinnerwartung Bau-trägerfirmen.}$$

- ▶ **Umsatz** = Neubau-Verkaufspreis pro m² x mögliche Wohnfläche in m², die auf dem Grundstück realisiert werden kann.
- ▶ **Bau- und Nebenkosten** = z.B. 2.300-2.800 Euro/m² Baukosten sowie Kaufnebenkosten für das Grundstück (z.B. 5 bis 15 Prozent vom Grundstückswert), Abrisskosten des Altbestands (z.B. 50.000 Euro), Finanzierungskosten während der Bauphase etc.
- ▶ **Gewinnerwartung Bauträgerfirma** = z.B. 15 bis 25 Prozent vom Umsatz.

*IMMOBILIE SELBER BEWERTEN ODER MIT EXPERT*INNEN*

Natürlich können Sie den Wert Ihrer Immobilie mithilfe unterschiedlicher Online-Tools und frei am Markt verfügbaren Immobiliendaten versuchen selber zu berechnen. Jedoch ist es empfehlenswert, hierfür **unabhängige Expert*innen** zu Rate zu ziehen. Diese verfügen über

1. **eine objektivere Perspektive auf die Immobilie:** Als Eigentümer*in unterliegen Sie immer dem Besitztumsseffekt (englisch: Endowment Effect).
2. **Erfahrung mit der Bewertung von Immobilien:** Expert*innen haben schon viele Immobilien bewertet und kennen sich besser mit der Anwendung und den Grenzen der einzelnen Verfahren aus.
3. **Vermarktungserfahrung (wenn es sich um ein Maklerunternehmen handelt):** Makler*innen haben meistens das bessere Gespür für den am Markt erzielbaren Preis, weil sie die lokalen Immobilienwerte, das Angebot, die Nachfrage etc. kennen. Gutachter*innen oder Eigentümer*innen fehlt diese Marktkennntnis häufig.

EINFACHE IMMOBILIENBEWERTUNG ODER RICHTIGES GUTACHTEN

Immobilienbewertungen werden von unterschiedlichen Akteur*innen offeriert und kosten unterschiedlich viel. Im Folgenden geben wir einen Überblick:

- ▶ **Immobilienmakler*innen:** Diese bewerten die Immobilie im Rahmen ihrer Vermittlungstätigkeit mit Blick auf den realisierbaren Verkaufspreis. Die Bewertung ist in der Regel kostenlos.
- ▶ **Gutachter*innen beziehungsweise Sachverständige für Immobilienbewertung:** Ein Gutachten benötigen Sie in der Regel, wenn es um gerichtliche Auseinandersetzungen und ähnliches geht. Auch bei Schenkungen, Scheidungen oder wenn sich Erbengemeinschaften uneins sind, sind diese Expertisen hilfreich. Hier fangen die Kosten für ein Kurzgutachten bei ungefähr 500 Euro an. Für den angedachten Immobilienverkauf ist eine solche, umfassende Expertise, zumeist nicht nötig.
- ▶ **Online-Bewertung aus dem Internet:** Auf vielen Websites von Immobilienfirmen und Immobilienportalen finden sich kostenlose Online-Bewertungstools. Bitte behalten Sie im Hinterkopf, dass es sich hier nur um eine grobe Einschätzung handelt. Der Wert wird auf Basis verfügbarer Daten im Hintergrund ermittelt. Aber je nach Region sind die Daten nicht immer sehr umfangreich und manchmal wenig aktuell. Auch ist jede Immobilie ein Unikat. Das macht es schwer, hierfür per Datenanalyse den richtigen Wert zu ermitteln. Sobald sich Ihr Verkaufsvorhaben konkretisiert, sollten Sie daher immer auf eine persönliche Bewertung durch Expert*innen zurückgreifen.

KAPITEL 4: UNTERLAGEN



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel4>

Wichtig zu wissen

- ✓ Besorgen Sie alle Unterlagen **vor Beginn der Vermarktung**.
- ✓ Planen Sie **mehrere Wochen** dafür ein. Dies ist meist umfangreicher, als man denkt.
- ✓ Gute Makler*innen nehmen Ihnen diese **Arbeit vollständig ab**.
- ✓ Für **Häuser** werden teils **andere Unterlagen** benötigt als für den Verkauf einer **Eigentumswohnung**.

Inhalte dieses Kapitels

1. Tipps zur Unterlagenbeschaffung
2. Das Grundbuch
3. Die Teilungserklärung
4. Die Flurkarte
5. Die Bauakte
6. Das Baulastenverzeichnis
7. Das Altlastenverzeichnis
8. Der Energieausweis
9. Gebäude- und Feuerversicherung
10. Nachweis über abgeschlossene Erschließungsmaßnahmen
11. Nebenkostenaufstellung
12. Bebauungsplan (B-Plan)
13. Verwalterunterlagen
14. Mietaufstellung & -verträge
15. Erbbaurecht

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir Ihnen, welche Unterlagen Sie für den Immobilienverkauf benötigen und wo Sie diese her bekommen.

TIPPS ZUR UNTERLAGENBESCHAFFUNG

Erfahrene Makler*innen haben schon **viele Male** Immobilienunterlagen beschafft, geprüft und wissen, welche eventuellen **Probleme** dabei zutage treten. In der Regel befindet sich in einem **Maklerauftrag** eine **Vollmacht**, sodass sich die Vermittlungsprofis um die benötigten Dokumente kümmern können – ohne Ihr Zutun.

BESORGEN SIE ALLE UNTERLAGEN, BEVOR SIE MIT DEM VERKAUF BEGINNEN

Tun Sie sich und späteren Kaufinteressierten den Gefallen und besorgen Sie alle Unterlagen, bevor Sie die Immobilie anbieten. Dies hat mehrere Vorteile:

- ▶ Sie gehen auf Nummer sicher, dass alle **Angaben zur Immobilie** stimmen.
- ▶ Käufer*innen können eine **Finanzierungsanfrage** bei ihrer Bank stellen, sofern die nötigen Unterlagen vorhanden sind („emotionales Momentum der Käufer*innen“).
- ▶ Sie beugen eventuellen **Überraschungen** vor, die sich in den Unterlagen verstecken können und haben Zeit zu agieren.

PLANEN SIE AUSREICHEND ZEIT EIN FÜR DAS BESORGEN DER DOKUMENTE

Die benötigten Unterlagen müssen bei unterschiedlichen **Stellen und Ämtern** angefordert werden (Bauamt, Notariat, Verwaltungsfirma, Landesamt für Geovermessung etc.). Es kann passieren, dass dort Mitarbeitende krank, Ämter überlastet sind oder andere Gründe auftauchen, welche die **Unterlagenbeschaffung verzögern**. Kümmern Sie sich also frühzeitig darum.



DAS GRUNDBUCH

Relevant für: Haus- und Wohnungsverkauf

WAS IST EIN GRUNDBUCH?

Zu jedem Grundstück in Deutschland gehört ein eigenes **Grundbuchblatt**. Das Grundbuch beinhaltet Angaben zur Flurbezeichnung, Grundstücksgröße, Eigentümer*in, zu Belastungen und Rechten (Wege-, Wohnrechte etc.) und Grundschulden. Es wird dabei zwischen normalen Grundbüchern, Wohnungs-, Teileigentums- und Erbbaugrundbüchern unterschieden. Das Grundbuch ist wie folgt aufgeteilt:

1. Die **Aufschrift** beziehungsweise das Deckblatt: Zuordnung vom zuständigen Amtsgericht, dem Grundbuchbezirk, Bank- und Aktenvermerk.
2. **Bestandsverzeichnis**: Laufende Nummer der Grundstücke, Bezeichnung der Grundstücke und der verbundenen Rechte des Eigentums, Größe der Grundstücke.
3. **Erste Abteilung**: Eigentumsverhältnisse.
4. **Zweite Abteilung**: Lasten und Beschränkungen.

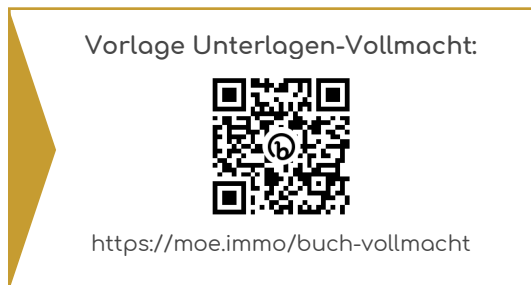
5. Dritte Abteilung: Grundpfandrechte.

WO KANN MAN EINEN GRUNDBUCHAUSZUG ANFORDERN?

Die Grundbücher werden im **Grundbuchamt** des jeweiligen Gemeindebezirks in einem öffentlichen Register geführt. Ein Grundbuchauszug kann entweder direkt beim Grundbuchamt oder bei einem **Notariat** beantragt werden. Heutzutage haben die meisten Notariate in ihren Büros einen **elektronischen Grundbuchzugang**.

WER HAT EIN EINSICHTSRECHT UND WER DARF EINEN GRUNDBUCHAUSZUG ANFORDERN?

Das Recht auf Grundbuch-Einsicht haben **Eigentümer*innen** sowie Personen mit einem **berechtigten Interesse** (hier muss ein Grund für die Einsicht angegeben werden, z.B. Rechteinhaber etc.) oder bevollmächtigte Personen.



WIE EINEN GRUNDBUCHAUSZUG ANFORDERN?

Hierzu schickt man eine **schriftliche Anfrage** zum Grundbuchamt oder Notariat mit Angaben zum betreffenden Grundbuch:

- ▶ Adresse der Immobilie,
- ▶ Name Eigentümer*in,
- ▶ Grundbuchblatt-Nummer (falls bekannt),
- ▶ Angaben zum Grund der Einsicht (bei Personen mit berechtigtem Interesse) und
- ▶ beigefügter Vollmacht (bei bevollmächtigten Personen).

WIE TEUER IST EIN GRUNDBUCHAUSZUG?

In der Regel kostet ein Grundbuchauszug circa **10 Euro**, egal, ob Sie diesen beim Grundbuchamt oder Notariat beantragen. Vermutlich arbeiten Notariate schneller als Grundbuchämter.

TIPPS ZUM GRUNDBUCH

- ▶ Das Grundbuch sollte bei Vermarktungsstart **nicht älter als 6 Monate** sein. Finanzierende Banken legen Wert auf diese Aktualität.
- ▶ Denken Sie an eventuell **separate Stellplatz- oder Garagen-Grundbücher**, sodass diese beim späteren Verkauf nicht vergessen werden.

- ▶ Falls im Grundbuch eine **verbriefte Grundschuld** eingetragen ist, stellen Sie sicher, dass Ihnen der Grundschuldbrief noch vorliegt, damit die Eintragung später reibungslos gelöscht werden kann. Falls nicht, muss vom Notariat beim Amtsgericht ein **Aufgebotsverfahren** beantragt werden. Das kann 6 Monate dauern und verzögert den Verkauf der Immobilie.
- ▶ Im Falle eines Erbbaurechts benötigen Sie das **Erbbaugrundbuch**.
- ▶ Sind im Grundbuch **Rechte und Lasten** eingetragen, lassen Sie diese löschen, sofern dies möglich ist.



DIE TEILUNGSERKLÄRUNG

Relevant für: Wohnungsverkauf beziehungsweise WEG-geteilte Doppel- und Reihenhäuser

WAS IST EINE TEILUNGSERKLÄRUNG?

In einer Teilungserklärung sind die **Eigentumsverhältnisse** eines Gebäudes festgehalten, sofern dieses nach dem **Wohnungseigentumsgesetz (WEG)** geteilt ist. Besonders wichtig ist innerhalb der Teilungserklärung die **Gemeinschaftsordnung**. Denn die notariell beurkundete Gemeinschaftsordnung regelt das Verhältnis der Wohnungseigentümer*innen untereinander unter Beachtung der gesetzlichen Bestimmungen der Gemeinschaft. Allerdings ist das Aufsetzen einer Gemeinschaftsordnung für eine Wohnungseigentümergeinschaft nicht verpflichtend, in diesem Fall treten die gesetzlichen Bestimmungen des WEG und Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) in Kraft.

Wichtig: Die Teilungserklärung nimmt Bezug auf die Abgeschlossenheitsbescheinigung und den Aufteilungsplan (siehe separate Unterkapitel zu diesen beiden Dokumenten), die Sie ebenfalls benötigen.

WO KANN MAN DIE TEILUNGSERKLÄRUNG ANFORDERN?

Sollte die Teilungserklärung nicht mehr (oder unvollständig) vorliegen, kann diese entweder beim **damaligen beurkundenden Notariat** oder beim **zuständigen Amtsgericht** angefordert werden. Eine Anforderung beim Gericht dauert er-

fahrungsgemäß deutlich länger als beim Notariat. Wird die Liegenschaft von einer **Verwalterfirma** betreut, dann hat diese ebenfalls eine Teilungserklärung, die sie Ihnen zur Verfügung stellen kann.

WER KANN EINE TEILUNGSEKKLÄRUNG ANFORDERN?

Eine Teilungserklärung anfordern können: **Eigentümer*innen**, Personen mit einem **berechtigten Interesse** oder **Bevollmächtigte**.

WIE KANN MAN EINE TEILUNGSEKKLÄRUNG ANFORDERN?

Hierzu schickt man eine **schriftliche Anfrage** an das zuständige Amtsgericht mit Angaben zur

- ▶ Urkundenrolle,
- ▶ Urkundendatum,
- ▶ Grundbuchblatt-Nummer,
- ▶ Flurstück und Adresse der Immobilie.

TIPPS ZUR TEILUNGSEKKLÄRUNG

Denken Sie auch an mögliche **Ergänzungserklärungen**, die nach der eigentlichen Teilungserklärung aufgesetzt wurden. Ob dies der Fall ist, erfahren Sie aus dem Grundbuch. Die Ergänzungserklärungen sind ebenfalls beim Amtsgericht hinterlegt.



DIE FLURKARTE

Relevant für: Haus- und Wohnungsverkauf

WAS IST EINE FLURKARTE?

Aus der Flurkarte beziehungsweise dem katasteramtlichen Lageplan ist ersichtlich, wo das im Grundbuch bezeichnete **Grundstück** liegt, wie sich die **Grundstücksabmessungen** darstellen sowie die der darauf erstellten **Gebäude** und wo die **Grenzen** verlaufen.

WO IST DIE FLURKARTE ZU BEKOMMEN?

Die Flurkarte kann beim **Landesamt für Geovermessung** beziehungsweise dem Liegenschaftskataster angefordert werden.

WER KANN EINE FLURKARTE BEANTRAGEN?

Im Prinzip kann **jeder** eine Flurkarte beantragen. Einer Vollmacht oder Legitimation bedarf es in der Regel nicht.

WIE BEANTRAGT MAN EINE FLURKARTE?

Eine Flurkarte beantragt man per **Brief oder E-Mail** beim zuständigen Landesamt für Geovermessung. Ein Versenden von Vollmachten oder Ähnlichem ist nicht erforderlich.

WIE TEUER IST EINE FLURKARTE?

Die Kosten für eine Flurkarte belaufen sich meistens auf **etwa 25 Euro**. Will man die Flurkarte im Immobilieninserat oder Exposé verwenden, muss man zusätzlich **Lizenzgebühren** bezahlen. Dann erhöhen sich die Gebühren auf **circa 88 Euro**.

TIPPS ZUR FLURKARTE

- ▶ Die Flurkarte sollte beim Vermarktungsstart **nicht älter als 6 Monate** sein. Finanzierende Banken von Käufer*innen legen Wert auf ihre Aktualität.
- ▶ Flurkarten werden mit einem Maßstab 1:1000 beziehungsweise 1:500 erstellt – je nach Grundstücksgröße.



DIE BAUAKTE

Relevant für: Haus- und Wohnungsverkauf

WAS IST EINE BAUAKTE?

In der Bauakte sind alle Schriftstücke rund um die Immobilie abgelegt. Dazu zählen unter anderem statische Berechnungen, Baupläne, Grundrisse, Bauanträge, Baugenehmigungen, zurückliegender Schriftverkehr mit dem Bauamt zu der betreffenden Immobilie etc.

WO KANN MAN DIE BAUAKTE EINSEHEN?

Die Bauakte liegt normalerweise beim Bauamt im Bauaktenarchiv.

WELCHE BAUUNTERLAGEN WERDEN FÜR EINEN IMMOBILIENVERKAUF BENÖTIGT?

- ▶ Grundrisse (mit Maßketten!)
- ▶ Schnitte und Ansichten der Immobilie
- ▶ Baubeschreibung
- ▶ Berechnung der Wohn- und Nutzfläche
- ▶ Berechnung des umbauten Raums
- ▶ Baugenehmigungen von Um- oder Anbauten

Im Falle von Wohnungen und WEG-geteilten Doppel- und Reihenhäusern werden zusätzlich benötigt:

- ▶ Abgeschlossenheitsbescheinigung
- ▶ Aufteilungsplan

WER KANN EINSICHT IN DIE BAUAKTE NEHMEN?

Generell können Eigentümer*innen beziehungsweise Bevollmächtigte Einsicht in die Bauakte nehmen.

WIE KANN MAN EINSICHT NEHMEN IN DIE BAUAKTE?

Um Einsicht in die Bauakte zu erhalten, muss man nachweisen, dass man Eigentümer*in der Immobilie ist. Hierfür wird meistens ein aktueller Grundbuchauszug und der Personalausweis benötigt. Handelt es sich um eine bevollmächtigte Person müssen Grundbuch, Personalausweis und Vollmacht vorgelegt werden.

Das Prozedere der Einsicht ist von Bauamt zu Bauamt unterschiedlich:

- ▶ Bei manchen Bauämtern kann man unangemeldet vorbeifahren,
- ▶ bei anderen benötigt man einen Termin und
- ▶ bei wiederum anderen werden Unterlagen digitalisiert zugeschickt, nachdem diese schriftlich angefordert wurden.

Wir empfehlen, sich vorab im Bauaktenarchiv anzumelden, da sich die Bauakte unter Umständen in einem anderen Archivgebäude oder im Keller befindet und erst zur eigentlichen Amtsstelle geliefert werden muss.

WIE TEUER IST ES, BAUAKTEN EINZUSEHEN?

Die Kosten unterscheiden sich von Bauamt zu Bauamt. Dies hängt auch davon ab, ob das Bauamt Unterlagen zuschickt oder Kopien erstellt. In der Regel liegen die Kosten bei maximal 75 Euro.

TIPPS ZUR BAUAKTE

Für Kopien aus der Bauakte wird häufig eine Gebühr gefordert, die pro Seite erhoben wird. Wir empfehlen, die Seiten mit einer **Scanner-App** zu fotografieren (gegebenenfalls wird hierfür ebenfalls eine Gebühr erhoben).



DAS BAULASTENVERZEICHNIS

Relevant für: Haus- und Wohnungsverkauf

WAS IST EINE BAULAST?

Baulasten sind rechtliche Einschränkungen in Bezug auf die **Bebauung und Nutzung eines Grundstückes** oder einer Immobilie. Diese Einträge im Baulastenverzeichnis werden **im öffentlichen Interesse** hinterlegt und stellen alle Lasten und Rechte dar, die nicht im Grundbuch erwähnt sind. Eine Immobilie kann auch begünstigt sein in Form einer Baulast, die zum Beispiel auf dem Nachbargrundstück eingetragen ist.

Ein typisches Beispiel für eine Baulast ist, dass Nachbar*innen näher an die gemeinsame Grundstücksgrenze gebaut haben als vorgesehen. Damit die üblichen Abstandsflächen von 5 oder 6 Metern trotzdem eingehalten werden, kann es sein, dass auf Ihrem Grundstück von Voreigentümer*innen eine Baulast eingetragen wurde, sodass Sie mit Ihrem Gebäude von der Grundstücksgrenze einen größeren Abstand als üblich einhalten müssen, falls Sie anbauen wollen.

Beispiele für eine Baulast im Baulastenverzeichnis:

- ▶ Stellplatzbaulast
- ▶ Überfahrbaulast
- ▶ Erschließungsbaulast
- ▶ Abstandsflächenbaulast

WO ERHÄLT MAN EINEN AUSZUG AUS DEM BAULASTENVERZEICHNIS?

Das Baulastenverzeichnis wird ebenfalls beim **Bauamt** geführt in einer eigenen Abteilung, also nicht wie die Bauakte, im Bauaktenarchiv. Daher sind unter Umständen andere Mitarbeitende des Bauamts zuständig.

WER KANN EINEN AUSZUG AUS DEM BAULASTENVERZEICHNIS ANFORDERN?

Eigentümer*innen sowie Personen mit berechtigtem Interesse und Bevollmächtigte.

WIE KANN DER AUSZUG AUS DEM BAULASTENVERZEICHNIS ANGEFORDERT WERDEN?

Der Auszug aus dem Baulastenverzeichnis muss beim Bauamt **schriftlich angefordert** werden. Damit Sie die **Eigentümerschaft** nachweisen können, wird ein aktueller Grundbuchauszug und Ihr Personalausweis benötigt.

WIE VIEL KOSTET EIN AUSZUG AUS DEM BAULASTENVERZEICHNIS?

Unserer Erfahrung nach kostet dieser meistens circa 60 Euro.

TIPPS ZUM BAULASTENVERZEICHNIS

- ▶ Baulasten gehen stillschweigend an **Rechtsnachfolger*innen** einer Immobilie über, ohne dass es deren **Zustimmung** bedarf. Deshalb möchten Käufer*innen gerne wissen, ob es Einträge im Baulastenverzeichnis gibt.
- ▶ Spätestens beim Notariatstermin wird der Auszug aus dem Baulastenverzeichnis relevant, da hier meistens vorgelesen wird, dass das Notariat das **Baulastenverzeichnis nicht eingesehen** hat. Käufer*innen fragen spätestens dann nach diesem Dokument.
- ▶ Manche Bauämter sind so nett und teilen auch **telefonisch** mit, ob eine **Eintragung** vorliegt. Falls keine erfolgte, könnte man sich gegebenenfalls die circa 60 Euro Kosten sparen. Einen Versuch ist es wert!



DAS ATLASTENVERZEICHNIS

Relevant für: Haus- und Wohnungsverkauf

WAS IST DAS ATLASTENVERZEICHNIS?

Das Altlastenverzeichnis gibt Auskunft über die **bekannten Bodenbelastungen** des Grundstücks (Öl, Munition, Umweltschäden etc.). Beispielsweise werden hier bekannte Umweltschäden, ehemalige Müllplätze oder industrielle Vorbelastungen dokumentiert. Diese Angaben aus dem Altlastenverzeichnis sind auch wichtig für die Bewertung eines Grundstücks. Ein klassisches Beispiel aus dem Makleralltag ist, dass auf dem Grundstück früher eine Werkstatt oder Tankstelle betrieben worden ist und daher im Altlastenverzeichnis mögliche Bodenverunreinigungen eingetragen sind.

WO BEKOMMT MAN EINEN AUSZUG AUS DEM ATLASTENVERZEICHNIS?

Das Altlastenverzeichnis beziehungsweise Altlastenkataster wird üblicherweise beim **Bauamt** oder einem anderen Amt der zuständigen **Stadt oder Gemeinde** geführt.

WER KANN EINEN AUSZUG AUS DEM ATLASTENVERZEICHNIS ANFORDERN?

Eigentümer*innen, Personen mit berechtigtem Interesse und Bevollmächtigte.

WIE KANN DER AUSZUG AUS DEM ATLASTENVERZEICHNIS ANGEFORDERT WERDEN?

Ein Auszug aus dem Altlastenverzeichnis muss beim Bauamt **schriftlich angefordert** werden. Um die Besitzverhältnisse nachzuweisen, benötigen Sie einen **aktuellen Grundbuchauszug** und einen **Personalausweis**. Nicht vergessen die **Vollmacht** beizulegen, falls Sie nicht Eigentümer*in sind.

WIE VIEL KOSTET EIN AUSZUG AUS DEM ATLASTENVERZEICHNIS?

Unserer Erfahrung nach kostet ein Auszug aus dem Altlastenverzeichnis **circa 60 Euro**.



DER ENERGIEAUSWEIS

Relevant für: Haus- und Wohnungsverkauf

WAS IST EIN ENERGIEAUSWEIS?

Der Energieausweis muss beim Immobilienverkauf jedem Interessierten vorgelegt werden. Einige Angaben des Dokuments müssen bereits im **Immobilieninserat** genannt werden (siehe Tipps zum Energieausweis). Der Energieausweis stellt eine Zusammenfassung der **Energieeffizienz** eines Gebäudes dar. Es gibt insgesamt zwei verschiedene Arten Energieausweise. Der sogenannte „**bedarfsorientierte Energieausweis**“ muss verpflichtend für jede Immobilie erstellt werden, die circa bis zum Jahr 1977 gebaut worden ist. Bei jüngeren Gebäuden (ab circa Baujahr 1978) ist ein „**Verbrauchsausweis**“ ausreichend. Letzterer ist in der Erstellung günstiger als der Bedarfsausweis.

WO BEKOMMT MAN EINEN ENERGIEAUSWEIS?

Bei Häusern: Energieausweise werden unter anderem von Architekt*innen, Schornsteinfeger*innen oder Energieberater*innen angeboten.

Bei Wohnungen: Bei Wohnungseigentumsgemeinschaften hält die Verwaltungsfirma meistens einen Energieausweis für die gesamte Gemeinschaft vor. Sie müssen also meistens keinen eigenen erstellen lassen. Es sei denn, Sie haben keine Verwaltung, wie dies zum Beispiel häufig bei WEG-geteilten Reihenhäusern oder Doppelhaushälften der Fall ist.

Schauen Sie hin, wann der Ausweis ausgestellt wurde: Er darf nicht älter als zehn Jahre sein. Ist er älter, muss ein neuer angefertigt werden.

WIE WIRD EIN ENERGIEAUSWEIS ERSTELLT?

Für die Erstellung eines **bedarfsorientierten Energieausweis („EnB“)** werden einige Details von der Immobilie benötigt. Hier werden z.B. Informationen zu den letzten Sanierungsarbeiten, der Fassadendämmung oder auch die Raumhöhen

benötigt. Anhand dieser technischen Angaben kann der **theoretische Energiebedarf** errechnet werden und den potenziellen Käufer*innen ein Überblick über die zu erwartenden Energiekosten verschafft werden.

Der **Energieverbrauchsausweis („EnV“)** hingegen spiegelt den **tatsächlichen durchschnittlichen Energieverbrauch** des Objekts wider – berechnet anhand von mindestens **3 Abrechnungsjahren**. Sollte es sich z.B. um einen Zweitwohnsitz handeln oder die Anzahl der Bewohner variieren, ist der Energieverbrauch gering. In einem solchen Fall ist der Kostenüberblick sehr ungenau.

WIE VIEL KOSTET EIN ENERGIEAUSWEIS?

- ▶ **Energieverbrauchsausweis:** circa 50 bis 150 Euro.
- ▶ **Energiebedarfsausweis:** circa 300 bis 500 Euro für ein normal dimensioniertes Wohngebäude.

Die Kosten für Ausweise für größere und komplexere Gebäude wie z.B. Gewerbeimmobilien und Mehrfamilienhäuser können deutlich darüber liegen.

TIPPS ZUM ENERGIEAUSWEIS

- ▶ Folgende Angaben aus dem Energieausweis müssen im **Inserat** der Immobilie angegeben werden: **Energieausweisart** (Bedarfs- oder Verbrauchsausweis), **Energieträger** (Öl, Gas, Strom etc.), **Endenergieverbrauch** beziehungsweise **Endenergiebedarf** in kWh/(m²*a), **Baujahr** Gebäude, **Energieeffizienzklasse**.
- ▶ Bei fehlenden Energieausweisangaben im Immobilieninserat drohen teure **Abmahnungen oder Bußgelder!**
- ▶ Ein Energieausweis ist **10 Jahre** gültig. Haben Sie also noch einen Energieausweis vorliegen, ist dieser eventuell noch nutzbar.
- ▶ Man kann auch mit **eigenen Angaben im Internet** Energieausweise erstellen lassen. Bei Falschangaben existiert hier jedoch ein Haftungsrisiko, sollten Erwerber*innen nach dem Kauf nachrechnen und auf andere Ergebnisse kommen. Unsere Empfehlung lautet daher auf einen **professionell erstellten Energieausweis** zurückzugreifen, auch wenn dieser teurer ist.
- ▶ Für Energieausweisangaben in Inseraten gibt es allgemein gültige **Abkürzungen**, die man nutzen kann.

GEBÄUDE- UND FEUERVERSICHERUNG

Relevant für: Haus- und Wohnungsverkauf

Damit Banken und Kreditgeber den **Versicherungsstatus** des Gebäudes kennen, wird im Rahmen der Darlehensvergabe bei einem Haus- oder Wohnungsverkauf häufig ein **Nachweis über eine Gebäude- und Feuerversicherung** gefordert. Diese Wohngebäudeversicherung wird bei einer Veräußerung **automatisch** an die neuen Eigentümer*innen übertragen und soll verhindern, dass **Lücken beim Versicherungsschutz** entstehen. Als Nachweis reicht zumeist eine Kopie der Police oder die letzte Versicherungsrechnung.

Als neue Eigentümer*in sind Sie nicht langfristig an die Assekuranz der Vorbesitzenden gebunden. Vielmehr wird Ihnen, mit Eintragung im Grundbuch, ein einmonatiges **Sonderkündigungsrecht** eingeräumt. Nach Notariatstermin und Übergabe der Immobilie wird Ihnen vom Grundbuchamt schriftlich mitgeteilt, dass Sie als Eigentümer*in nun im Grundbuch eingetragen sind. Das Sonderkündigungsrecht beginnt **ab diesem Datum der Eintragung** zu laufen. Sollte es Ihnen in diesem Monat nicht möglich sein, das Sonderkündigungsrecht wahrzunehmen, wird der nächst mögliche Umstieg vermutlich erst zum Ende des laufenden Versicherungsjahres möglich sein.

WO BEKOMMT MAN DIE KOPIE DER VERSICHERUNGSPOLICE HER?

- ▶ Bei Häusern: In Ihren Eigentümerunterlagen.
- ▶ Bei Wohnungen mit Verwaltungen: In diesem Fall hat die Verwaltungsfirma die entsprechenden Unterlagen vorliegen.

TIPPS ZUR WOHNGEBÄUDEVERSICHERUNG

- ▶ Als Verkäufer*in eines Hauses sollten Sie die Wohngebäudeversicherung **nicht kündigen**. Diese geht mit dem Verkauf auf die neuen Eigentümer*innen über.
- ▶ Sie sollten Ihrer Versicherung den **Verkauf rechtzeitig ankündigen** und bei erfolgter Veräußerung der Versicherung die neuen Eigentümer*innen benennen.

NACHWEIS ÜBER ABGESCHLOSSENE ERSCHLIEßUNGSMAßNAHMEN

Relevant für: Hausverkauf

WAS IST EIN NACHWEIS ÜBER ABGESCHLOSSENE ERSCHLIEßUNGSMAßNAHMEN?

Potenzielle Käufer*innen haben häufig Fragen zu abgeschlossenen Erschließungsmaßnahmen (z.B. Straßenbauarbeiten vor dem Haus). Im Internet kursieren viele „Horror-Meldungen“ von Käufer*innen zu diesem Thema. Deshalb stoßen manche Kaufinteressierte häufiger darauf. Mit einem Nachweis über abgeschlossene Erschließungsmaßnahmen können **unbezahlte Rechnungen** und überraschende Kosten in der Zukunft ausgeschlossen werden. Viele Gemeinden haben mittlerweile Kostenumlagen für eventuell anfallende oder angefallene Erschließungskosten auf die Anlieger*innen abgeschafft.

WIE ERHÄLT MAN EINEN NACHWEIS ÜBER ABGESCHLOSSENE ERSCHLIEßUNGSMAßNAHMEN?

Der Nachweis über abgeschlossene Erschließungsmaßnahmen (manchmal auch Anliegerbescheinigung genannt) kann beim **Bauamt** der Gemeinde oder Stadt angefordert werden. Hierfür wird ein **Eigentumsnachweis** beziehungsweise eine **Vollmacht** benötigt.

TIPPS ZUM NACHWEIS DER ERSCHLIEßUNGSMAßNAHMEN

Heutzutage nehmen die Notariate normalerweise eine eindeutige Regelung im Kaufvertrag auf, wer bis zu welchem Zeitpunkt der Durchführung der Erschließungsmaßnahmen für die Kosten verantwortlich ist – also Käufer*in oder Verkäufer*in.

DIE NEBENKOSTENAUFSTELLUNG

Relevant für: Haus- und Wohnungsverkauf

Die Nebenkostenaufstellung enthält Angaben zu den laufenden Kosten einer Immobilie. Alle kaufinteressierten Personen erfragen mit großer Wahrscheinlichkeit eine Nebenkostenaufstellung. Es macht also Sinn, dass Sie als Eigentümer*in eine wahrheitsgetreue Aufstellung auf Basis der angefallenen Verbräuche, Gebühren etc. anfertigen.

WELCHE POSITIONEN SIND ÜBLICHERWEISE IN EINER NEBENKOSTENAUFSTELLUNG ENTHALTEN?

Folgende Positionen fallen normalerweise bei Häusern an:

- ▶ Heiz-, Strom-, Wasser- und Abwasserkosten
- ▶ Grundsteuer
- ▶ Niederschlagswasser
- ▶ Müllabfuhr
- ▶ Straßenreinigung
- ▶ Versicherungskosten
- ▶ Telefon- und Internetkosten
- ▶ Kabelfernsehen
- ▶ Sonstige Kosten

WIE ERSTELLT MAN EINE NEBENKOSTENAUFSTELLUNG?

Als Hauseigentümer*in erstellen Sie die Nebenkostenaufstellung anhand Ihrer eigenen Unterlagen und Abrechnungen.

Als Wohnungseigentümer*in mit Verwaltung erhalten Sie die Nebenkostenaufstellung sowie den aktuellen Wirtschaftsplan für Ihre Wohnung jährlich von Ihrer Verwaltungsfirma.

TIPPS ZUR NEBENKOSTENAUFSTELLUNG

Listen Sie nicht nur die Nebenkosten auf, sondern führen Sie in chronologischer Reihenfolge zusätzlich Ihre Modernisierungen, Renovierungen, Erneuerungen und größeren Reparaturen auf, die Sie in den zurückliegenden Jahren an der Immobilie durchgeführt haben. In unserer Excel-Vorlage zur Nebenkostenaufstellung haben wir auch eine Modernisierungskosten-Aufstellung vorbereitet.



DER BEBAUUNGSPLAN (B-PLAN)

Relevant für: Hausverkauf

Um den richtigen Gebäude- oder Grundstückswert ermitteln zu können, kann der jeweils vorliegende Bebauungsplan entscheidend sein. Er enthält wichtige **Informationen zu möglichen Anbauten, Erweiterungen und Neubauoptionen** auf dem Grundstück. Viele Eigentümer*innen unterschätzen die Bedeutung des B-Plans. Sollte man auf Ihrem Grundstück ein Mehrfamilienhaus oder ein Haus in zweiter Reihe bauen können, steigert dies normalerweise den Wert Ihres Grundstücks erheblich.

WIE KANN MAN DEN BEBAUUNGSPLAN EINSEHEN?

Den Bebauungsplan (B-Plan) erhalten Sie beim **Bauamt** oder häufig auch frei zugänglich im **Internet** auf der Homepage Ihres zuständigen Bauamts. Kosten fallen zumeist keine an. Sofern kein B-Plan vorliegt, richtet sich die Bebaubarkeit nach der **ortsüblichen Nachbarschaftsbebauung**.

TIPPS ZUM BEBAUUNGSPLAN

Für Verbraucher sind B-Pläne meistens schwer zu verstehen. Deshalb sollten Sie sicherheitshalber Architekt*innen, Bauingenieur*innen oder Makler*innen hinzuziehen und sich die Pläne professionell erläutern lassen. Häufig sind auch die Mitarbeitenden des Bauamts behilflich.

DIE VERWALTERUNTERLAGEN

Relevant für: Wohnungen mit Verwaltung

Der überwiegende Anteil von Wohnungseigentümergeinschaften (WEG) bestellt ein **Verwalterunternehmen**, das sich um die **Betreuung des Gemeinschaftseigentums** kümmert. Es sorgt für die Durchführung von Beschlüssen der WEG, verwaltet gemeinschaftliche Gelder, kümmert sich anstehende Sanierungen und Renovierungen, erstellt Jahresabschlüsse, nimmt Willenserklärungen entgegen und kümmert sich darum, dass die Hausordnung eingehalten wird.

Jedoch ist es einer WEG nicht vorgeschrieben, Verwalter*innen zu bestellen. Die Eigentümer*innen können Ihre Immobilie auch in Eigenregie verwalten. Sehr

kleine WEGs, wie zum Beispiel Reihen- oder Doppelhäuser, verzichten häufig darauf.

WELCHE UNTERLAGEN WERDEN VON DER VERWALTERFIRMA BENÖTIGT?

Folgende Verwalterunterlagen sind beim Verkauf von Wohneigentum von Relevanz:

- ▶ Letzte Nebenkostenabrechnung.
- ▶ Aktueller Wirtschaftsplan inklusive der Höhe der Instandhaltungsrücklage (Gesamtgebäude und einzelne betreffende Einheit).
- ▶ Eigentümerversammlungsprotokolle der letzten 3 Jahre.
- ▶ Protokolle von außerordentlichen Eigentümerversammlungen oder Umlaufbeschlüssen.
- ▶ Laufender Vertrag mit der Verwalterfirma.
- ▶ Energieausweis (diesen hält die Verwaltung meist für das gesamte Gebäude vor); er darf nicht älter als 10 Jahre sein.
- ▶ Kopie der Gebäudeversicherungspolice

WER KANN UNTERLAGEN BEIM VERWALTER ANFORDERN?

Um Unterlagen anfordern zu können, sollte man Eigentümer*in sein oder eine entsprechende Vollmacht haben, die man der Verwaltung vorlegen kann.

WIE TEUER IST ES, UNTERLAGEN BEIM VERWALTER ZU BESTELLEN?

Häufig wird von Verwaltungen eine Bearbeitungsgebühr erhoben, wenn Unterlagen wiederholt ausgestellt werden sollen, wie zum Beispiel Nebenkostenabrechnungen, Versammlungsprotokolle oder der aktuelle Wirtschaftsplan, da diese jedem Eigentümer jährlich zugeschickt werden. Immer mehr Verwalterfirmen haben einen Login-geschützten Bereich auf ihrer Homepage, in den sie wichtige Dokumente hochladen. Der Vorteil: Einzelne Eigentümer*innen können hier immer die aktuellen Unterlagen einsehen und runterladen.

TIPPS ZU DEN VERWALTUNGSUNTERLAGEN

- ▶ Wenn Sie den aktuellen Wirtschaftsplan erhalten, notieren Sie sich am besten schon mal die Instandhaltungsrücklage, die auf das **gesamte Gebäude** entfällt und auf **Ihre einzelne Einheit**. Beides können Sie zur Info ins Exposé aufnehmen. Die Instandhaltungsrücklage, die auf die Wohnung entfällt, kann eventuell im notariellen Kaufvertrag genannt werden, damit Käufer*innen Grunderwerbsteuer sparen können.
- ▶ Eventuell erhalten Sie bei der Verwaltung auch die **Teilungserklärung**, den **Aufteilungsplan** und eine **Abgeschlossenheitsbescheinigung** der zu veräußernden Wohnung.

MIETAUFSTELLUNG UND - VERTRÄGE

Wenn Ihre Eigentumswohnung vermietet ist, sollten Sie den Kaufinteressierten außerdem folgende Unterlagen zur Verfügung stellen:

- ▶ Kopie des Mietvertrags
- ▶ letzte Nebenkostenabrechnung
- ▶ letzte Mieterhöhungsschreiben
- ▶ sonstige relevante Korrespondenzen mit Mieter*innen

WOFÜR BENÖTIGE ICH EINE MIETAUFSTELLUNG?

Wenn Sie ein Mietshaus mit mehreren Wohnungen veräußern, sollten Sie für die Kaufinteressierten eine **tabellarische Aufstellung** der Mieteinnahmen vorbereiten. Diese benötigen eine solche zum einen für die eigene Ankaufsprüfung, zum anderen für die Finanzierungsprüfung ihrer Bank.

WAS SOLLTE IN EINER MIETAUFSTELLUNG ENTHALTEN SEIN?

Eine einfache Aufstellung der Nettokaltmieten und Nebenkosten jeder Einheit ist im Prinzip die Mindestanforderung. Unsere Erfahrung als Maklerunternehmen zeigt, dass ernsthaft Kaufwillige meist weitere Informationen benötigen:

- ▶ Ist-Soll-Vergleich der Kaltmieten
- ▶ Mietnebenkosten
- ▶ Gemietete Fläche und Einheiten
- ▶ Mietlaufzeiten (bei befristeten Verträgen, Gewerbeflächen etc.)
- ▶ Mietbeginn und -ende beziehungsweise gekündigte Mietverträge
- ▶ Infos zu den Mietkautionen (ihre Höhe, wie verwahrt?)
- ▶ Mietvertragsinfos
- ▶ etc.

WORAUF IST BEI DER MIETAUFSTELLUNG INSBESONDERE ZU ACHTEN?

Aus Datenschutzgründen sollten Sie darauf achten, dass in der Liste die Namen der Mieter*innen geschwärzt sind beziehungsweise anonymisiert sind. Auch sollten Sie der Mietaufstellung (anonymisierte beziehungsweise geschwärzte) Kopien der Mietverträge, zurückliegenden Nebenkostenabrechnungen, Mieterhöhungsschreiben und andere wichtige Korrespondenz beilegen.



ERBBAURECHT

WELCHE UNTERLAGEN WERDEN BEI EINEM ERBBAURECHTSGRUNDSTÜCK BENÖTIGT?

Sollte die Immobilie auf einem Erbbaurechtsgrundstück stehen, sollten insbesondere folgende Unterlagen vorliegen:

- ▶ der Erbbaurechtsvertrag
- ▶ das Erbbaugrundbuch (siehe Grundbuch)
- ▶ das letzte Erbbauzins-Erhöhungsschreiben
- ▶ sowie weitere relevante Korrespondenz zwischen Erbbaurechtsgebenden und Erbbaunehmenden
- ▶ eventuell ein Kaufangebot des Erbbaurechtsgebenden

WELCHE ANGABEN ZUM ERBBAURECHT SIND FÜR DIE KAUFINTERESSIERTEN WICHTIG?

- ▶ Aktueller Erbbauzins (meistens monatlich, quartalsweise oder jährlich)
- ▶ Datum der letzten Erhöhung
- ▶ Erhöhungsbedingungen (meistens gekoppelt an den Verbraucherpreisindex).
- ▶ Restlaufzeit des Erbbaurechtsvertrags.
- ▶ Erbbaurechtsgebende (öffentliche Institution, Kirche, privat oder Stiftung).

WO KANN MAN DEN ERBBAURECHTSVERTRAG ANFORDERN?

Sollte der Erbbaurechtsvertrag nicht mehr vorliegen, kann dieser entweder beim **damaligen beurkundenden Notariat** angefordert werden. Dies ist der einfachste Weg. Existiert das Notariat nicht mehr, muss der Vertrag beim **Amtsgericht** angefordert werden. Im Grundbuch ist vermerkt, auf welchen Vertrag sich die Eintragung im Grundbuch bezieht. Mit diesen Angaben kann das Amtsgericht den Vertrag im Archiv suchen. Dies dauert häufig mehrere Wochen.

TIPPS ZUM ERBBAURECHT

- ▶ Insbesondere Städte und Gemeinden sind als Erbbaurechtsgebende unter Umständen bereit, **das Grundstück zu verkaufen**. In einem solchen Fall macht es Sinn, beim Erbbaurechtsgebenden ein Kaufangebot anzufordern und dieses späteren Interessierten weiterzugeben mit dem Hinweis, dass das Grundstück auch gekauft werden könnte – zu einem bestimmten Betrag.
- ▶ Beläuft sich die Restlaufzeit des Erbbaurechtsvertrag auf weniger als 20 Jahre, ist eine Finanzierung für einen Interessierten meistens schwer. Eventuell macht es als Erbbaurechtsnehmende in einem solchen Fall Sinn, den Erbbaurechtsgebenden vorzeitig zwecks einer **Verlängerung des Erbbaurechtsvertrages** anzuschreiben.
- ▶ Die finanzierenden Banken verlangen beim Erwerb von Immobilien im Erbbaurecht meistens eine **höhere Eigenkapitalquote** als bei einer vergleichbaren Immobilie ohne Erbbaurecht. Als Verkäufer*in sollten Sie

sich dem bewusst sein und bei der Veräußerung Kaufinteressierte auf diesen Umstand hinweisen.

- Für den Fall, dass der Erbbaurechtsvertrag ausläuft (falls dieser nicht verlängert wird), gibt es in den meisten Erbbaurechtsverträgen eine **Rückfall- oder Heimfallklausel**, in der geregelt ist, inwieweit Erbbau-rechtsgebende die Erbbaurechtsnehmenden für den Wert der baulichen Anlage auf dem Grundstück entschädigen müssen.

KAPITEL 5: ANGEBOTSPREISSTRATEGIE



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel5>

Wichtig zu wissen

- ✓ Es gibt drei Vermarktungsstrategien: klassische Angebotspreis-Strategie, Liebhaberpreis-Strategie und das Bieterverfahren.
- ✓ Entscheiden Sie sich möglichst **vor Vermarktungsstart** für eine der drei Methoden.
- ✓ Passen Sie auf, dass Sie die Immobilie nicht **am Markt "verbrennen"** durch einen zu hoch angesetzten Angebotspreis.
- ✓ Sollten Sie am Ende der Vermarktung mehrere Kaufinteressierte haben, können Sie in ein **Bieterverfahren** wechseln, um den Preis zu verbessern.
- ✓ Eine **Preisreduktion** während der laufenden Vermarktung aufgrund ausbleibender Nachfrage sollte vermieden werden.
- ✓ Beachten Sie die **Ankerpreis- und Schwellenpreistheorie**.

Inhalt dieses Kapitels

1. Die drei Angebotspreis-Strategien
2. Klassische Vermarktung
3. Liebhaberpreis-Strategie
4. Bieterverfahren
5. Preisreduktionen

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir, welche Angebotspreisstrategien es gibt und wie Sie sich für die richtige entscheiden.

DIE DREI ANGEBOTSPREIS-STRATEGIEN

Nachdem Sie Ihre Immobilie bewertet haben und bevor Sie mit der aktiven Vermarktung starten, sollten Sie sich für die richtige **Angebotspreis-Strategie** entscheiden. Drei Modelle stehen Ihnen zur Verfügung:

- ▶ Klassische Angebotspreis-Strategie
- ▶ Liebhaberpreis-Strategie
- ▶ Bieterverfahren

Alle drei Strategien haben Ihre **Vor- und Nachteile** und eignen sich nicht für jede Immobilie. Die Fachzeitschrift "Immobilien-Profi" hat vor einigen Jahren eine Grafik veröffentlicht, die exemplarisch darstellt, welche **Startpreise** von Immobilienangeboten zu welchen **Verkaufspreis-Ergebnissen** führen und wie viel Zeit bis zur Kaufvertragsunterzeichnung vergeht:

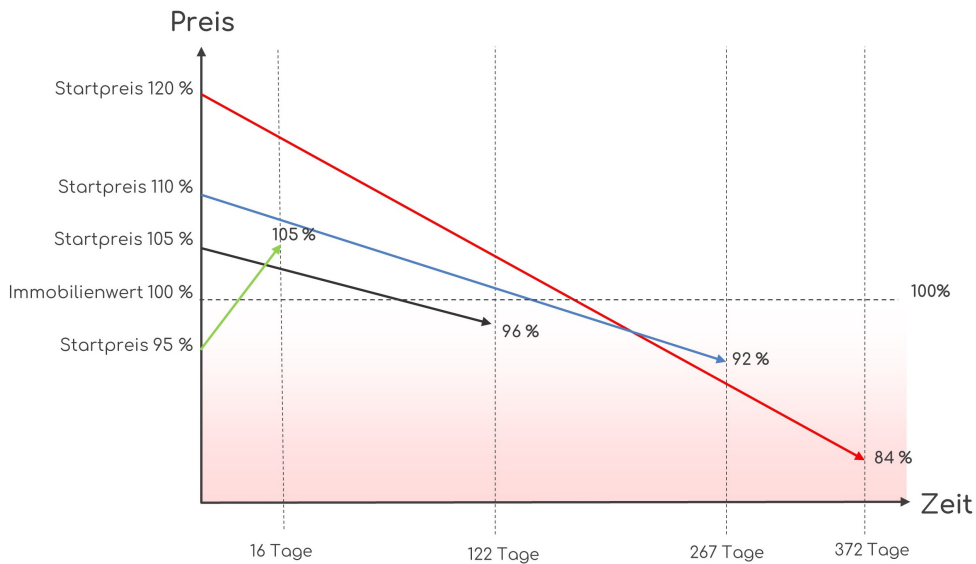


ABBILDUNG 6 ZUSAMMENHANG ANGEBOTSPREIS, VERMARKTUNGSDAUER & VERKAUFS-
PREIS (QUELLE: ZEITSCHRIFT IMMOBILIENPROFI)

Dabei war festzustellen: Je höher der **Angebotspreis** über dem berechneten Immobilienwert liegt, umso niedriger war der tatsächlich erlöste **Verkaufspreis** der Immobilie und desto **länger dauerte** der Verkauf. Der Grund: Kaufinteressierte kennen den Markt und seine Preise sehr gut. Für sie war der Angebotspreis von Anfang an zu hoch angesetzt.

Wird hingegen bei einer anfänglichen Preissetzung **unter dem berechneten Wert** der Immobilie gestartet und anschließend ein **Bieterverfahren** durchgeführt, wurde meist ein **Verkaufserlös** über dem berechneten Immobilienwert erzielt.

Dies legt nahe, dass ein **Bieterverfahren** die Methode der Wahl sein kann. Jedoch hängt die Entscheidung, für welche Angebotspreis-Strategie man sich entscheidet, auch von der **Immobilie** und der **persönlichen Präferenz** der Eigentümer*innen ab. Darüber hinaus verläuft jeder Immobilienverkauf **individuell**. So haben wir zum Beispiel die Erfahrung gemacht, dass das Bieterverfahren einen Wert von 305.000 Euro erzielte, die klassische Vermarktung von 320.000 Euro. Es ist zu vermuten, dass **weitere externe Faktoren** eine Rolle spielen, die über die Immobilie und die Vermarktungsbemühungen hinausgehen und auf die man eventuell keinen Einfluss hat, wie z.B. Jahreszeit, Wettbewerbsangebote, Zahl der Kaufinteressierten für das konkrete Haus oder einfach Glück.

KLASSISCHE VERMARKTUNG

Dies ist die am häufigsten angewendete Verkaufsstrategie. Die Immobilie wird zu einem Preis angeboten, der mit einem eingerechneten **Verhandlungsspielraum** von circa 5 bis 10 Prozent über dem erwarteten und vorab **berechneten Immobilienwert** liegt. Diese Art der Vermarktung ist für jede Art von Grundeigentum geeignet.

Wie hoch die optimale Nachfrage in Relation von Anfragen und Besichtigungen ist, unterscheidet sich von Immobilie zu Immobilie und Region zu Region. Sollte der Preis dennoch zu niedrig angesetzt gewesen sein oder wollen überraschend viele Interessierte die Immobilie erwerben und sind gegebenenfalls bereit, mehr zu bezahlen, kann im Anschluss auf ein **Bieterverfahren** gewechselt werden, sodass letztendlich der **Verkaufspreis** über dem **Angebotspreis** landet. Wurde der zu erzielende Preis hingegen zu hoch eingeschätzt, wird sich nur eine sehr verhaltene bis keine Nachfrage einstellen. Sind nach zwei bis drei Monaten noch immer keine Käufer*innen gefunden, sollte der Angebotspreis reduziert werden.

*Faustregel zur Preissetzung: Rennen Ihnen Kaufinteressierte die Tür ein, haben Sie die Immobilie zu günstig angeboten. Steht wochenlang das Telefon still, sind Sie vermutlich zu teuer. Haben Sie exakt zwei Interessierte nach Abschluss aller Besichtigungen, die bereit sind, denselben Preis zu zahlen, haben Sie sehr wahrscheinlich den Marktwert getroffen. Haben Sie nach Abschluss aller Besichtigungen nur eine kaufwillige Person, ist dies sehr wahrscheinlich eine Liebhaber*in, die Ihre Immobilie aufgrund besonderer Merkmale besonders wertschätzt.*

VOR- UND NACHTEILE DER KLASSISCHEN VERMARKTUNG

Im Falle eines realistisch angesetzten Angebotspreises hat die klassische Vermarktung folgende Vorteile:

- ▶ kurze bis mittlere **Vermarktungsdauer**.
- ▶ "gesunde" und gut zu bewältigende **Nachfrage** (nicht zu viel, nicht zu wenig).
- ▶ Verkauf zum **Angebotspreis** oder nur knapp darunter möglich.
- ▶ Im Falle eines zu niedrig angesetzten Preises, bleibt der Ausweichweg auf das **Bieterverfahren**, sodass ein Verkaufspreis über Angebotspreis möglich ist.
- ▶ Die Vermarktung findet in einem **angemessenen Tempo** statt und komprimiert sich nicht auf wenige Tage oder Wochen, wie im Bieterverfahren

oder einem unkalkulierbar langen Zeitraum, wie bei der Liebhaberpreis-Strategie.

Nachteile:

- ▶ Die vorab erstellte **Immobilienbewertung** ist wichtig und sollte genau sein.
- ▶ Im Falle eines zu hoch angesetzten Angebotspreises besteht die Gefahr, dass sich die Vermarktung überdurchschnittlich lange hinzieht und eine **Preisreduktion** nötig wird. Eine Situation, die eigentlich vermieden werden sollte.
- ▶ **Vermarktungsdauer** in der Regel länger als beim Bieterverfahren.
- ▶ Zu erwartender **Verkaufserlös** statistisch niedriger als beim Bieterverfahren.

Ungerade Preise: Es gibt die Theorie, dass ungerade Angebotspreise zu einem besseren Verkaufsergebnis führen als ein gerader Preis – zum Beispiel 483.450 Euro statt 480.000 oder 485.000 Euro. Ein ungerader Betrag suggeriert Kaufinteressierten, dass Sie sich weitreichende Gedanken über den Preis gemacht haben und es für diesen krummen Betrag einen triftigen Grund gibt. Dies stärkt Ihre Verhandlungsposition.

LIEBHABERPREIS-STRATEGIE

Die wenigsten Immobilien eignen sich für eine **Liebhaberpreis-Strategie**. Im Prinzip kommt diese nur zum Einsatz, wenn davon auszugehen ist, dass die Immobilie einen **hohen, nicht zu beziffernden emotionalen Wert** für Kaufinteressierte hat, der es rechtfertigt einen entsprechend hohen Preis zu verlangen. Wie der Name sagt, sollte absehbar sein, dass es wirklich ein oder zwei Liebhaber*innen für die Immobilie gibt, die bereit sind, deutlich über Marktwert zu bezahlen. Gründe hierfür könnten zum Beispiel sein: Wasserblick, besondere Einzel- oder Feldrandlage, besondere Größe und Ausstattung der Immobilie etc.

Hinzu kommt der Faktor, dass davon ausgegangen werden muss, dass es für die Immobilie nur einen **kleinen Interessiertenkreis** gibt, der unter Umständen länger braucht, um auf das Angebot aufmerksam zu werden. Kommen hingegen sehr viele Kaufwillige, macht ein Bieterverfahren mit einem moderat angesetzten Startpreis mehr Sinn, da sich eine Liebhaber*in dann gegen den Wettbewerb behaupten muss, um die Immobilie zu bekommen.

Wird eine eher **gewöhnliche Immobilie** mit einem Liebhaberpreis inseriert, ist hingegen eher von einem **“Mondpreis”** zu sprechen und Sie werden als Eigentümer*in **mehr Nachteile als Vorteile** haben.

*Ankerpreis-Theorie: Grundlage der Liebhaberpreis-Strategie ist insbesondere die Ankerpreis-Theorie, die besagt, dass diejenigen, die als Erste einen Preis aufrufen, einen "Anker" im Kopf der Verhandlungspartner*innen setzen und so die Bereitschaft, diesen Preis zu zahlen, erhöht wird. Dies funktioniert besonders gut bei Dingen, die schwer zu bewerten sind, wie Luxusgüter.*

VOR- UND NACHTEILE DER LIEBHABERPREIS-STRATEGIE

Vorteile der Liebhaberpreis-Strategie, wenn es sich um eine "echte" Immobilie für Liebhaber*innen handelt:

- ▶ Als Eigentümer*in kann man einen **psychologischen Ankerpreis** setzen, welcher in einer anschließenden Kaufpreisverhandlung von Vorteil ist.
- ▶ Da der Kreis der Interessierten aufgrund der Immobilienart sehr klein sein wird und Kaufinteressierte vermutlich länger brauchen, um auf das Angebot aufmerksam zu werden, schadet eine **lange Vermarktungsdauer** dem Immobilienwert weniger als bei anderen Strategien.
- ▶ **Interessierte für Liebhaber-Immobilien** sind tendenziell **weniger preissensibel**.

Nachteile:

- ▶ **Lange Vermarktungsdauer**.
- ▶ **Schwierigere Verhandlungsposition** bei einzelnen Kaufinteressierten, da meist keine weitere Person Kaufabsichten hat, auf die man ausweichen könnte.
- ▶ Da der emotionale Wert für jeden Menschen individuell ist und völlig losgelöst von sachlichen Bewertungsmethoden, ist eine **Bewertung einer solchen Immobilie schwierig**.
- ▶ **Gefahr der Fehleinschätzung** der eigenen Immobilie: Handelt es sich nicht, um ein Objekt für Liebhaber*innen, werden Sie vermutlich (mehrere) Preisreduktionen hinnehmen müssen, eine lange Vermarktungsdauer erleben und potenziell Ihre Immobilie am Markt "verbrennen".

Schwellenpreise: Ebenso, wie im Supermarkt, kommen am Immobilienmarkt häufig Schwellenpreise zum Einsatz: Man liest z.B. 499.000 Euro statt 500.000 Euro. Darüber hinaus setzen sich Kaufinteressierte gerne Preislimits. Meistens liegt das selbst gesetzte Limit unter dem maximal möglichen Budget. Sie können davon ausgehen, dass sich diese selbst gesetzten Limits häufig in 50.000-Euro-Schritten bewegen: 300.000 Euro, 350.000 Euro, 400.000 Euro etc. Inserieren Sie die Immobilie knapp über einem solchen Grenzwert, schließen Sie eventuell Immobiliensuchende aus, die sich die Immobilie trotzdem leisten könnten.

BIETERVERFAHREN (SIEHE KAPITEL 6)

Neben der klassischen Angebotspreis-Strategie und der Liebhaberpreis-Strategie gibt es noch das **Bieterverfahren**. Diesem haben wir im Anschluss ein eigenes Kapitel gewidmet. Siehe hierzu das Kapitel „Bieterverfahren“.

PREISREDUKTIONEN

Unserer Erfahrung nach sollte eine **Preisreduktion** vermieden werden, indem man den Preis von Anfang an richtig und **realistisch** setzt. Immobiliensuchende sind üblicherweise 6 Monate bis 2 Jahre auf der Suche und lernen dabei den Immobilienmarkt, das Angebot und die Preise genau kennen, sie stöbern auf Maklerwebsites und Immobilienportalen, prüfen Angebote und schauen sich Häuser und Wohnungen bei Besichtigungen an. Es kommen immer wieder neue Suchende hinzu, andere verschwinden wieder, weil sie ihr Traumhaus gefunden haben oder die Suche aus anderen Gründen aufgegeben haben.

Wird eine Preisreduktion durchgeführt, ist zu vermuten, dass die Immobilie bereits mehrere Monate **nicht erfolgreich am Markt** angeboten worden ist und dass sie nun mit **Nachdruck** verkauft werden soll, weil den Eigentümer*innen die Zeit davonläuft. Aus der Verhandlungsperspektive von Suchenden ist dies eine **optimale Verhandlungsposition**, um sie vielleicht unter dem neuen Angebotspreis zu erwerben. Hinzu kommt, dass Kaufinteressierte beim regelmäßigen Durchstöbern der Immobilienangebote eine gewisse **„Betriebsblindheit“** entwickeln und über bestimmte Offerten hinweg scrollen, da sie diese bereits in der Vergangenheit aussortiert haben.

Vorteilhaft für Eigentümer*innen wirkt eine Preisreduktion nur bei Kaufinteressierten, die **neu auf den Immobilienmarkt** kommen. Hier haben Sie als Eigentü-

mer*in "neues Spiel, neues Glück". Jedoch sind neue Immobiliensuchende mit **wenig Erfahrung** auch weniger kaufbereit als Suchende, die schon länger aktiv sind.

Die Immobilie keinesfalls am Markt "verbrennen": Wenn Immobilien zu lange am Markt inseriert sind, spricht man davon, dass sie am Markt "verbraunt" wird. Je länger sie angeboten wird, desto mehr Kaufinteressierte werden sich fragen, weshalb sie noch nicht verkauft ist. Hier liegt die Vermutung nahe, dass eventuell nicht nur der Preis zu hoch ist, sondern auch das Haus oder die Wohnung einen Haken hat. Machen Sie sich bewusst, dass Immobiliensuchende häufig über einen langen Zeitraum den Markt genau verfolgen und viele Vergleichsimmobilien kennen.

PREISREDUKTION UMSETZEN

Fragen, die Sie sich vor einer Preisreduktion stellen sollten:

- ▶ Kann die Immobilie **reichweitenstärker** inseriert werden? Ist sie auf allen großen Immobilienportalen inseriert? Macht die Buchung von **Top- oder Premium-Platzierungen** in den Portalen Sinn, um im Ergebnisranking besser platziert zu sein?
- ▶ Ist die **Präsentation der Immobilie** wirklich gut? Lässt sich ein besseres **Titelfoto** oder ein aufmerksamkeitsstärkerer **Objekttitel** wählen? Präsentiert sich die Immobilie auf den Fotos, im **Exposé** und **vor Ort** ansprechend?
- ▶ Ist aktuell eine **ungünstige Zeit**, weshalb die Nachfrage nach Ihrer Immobilienart eher niedrig ist? Weihnachtszeit, neues Baugebiet in der direkten Umgebung etc.
- ▶ Hat sie **gravierende Mängel oder Schäden**, aufgrund dessen viele die Finger davon lassen?
- ▶ Ist der **Exposé- und Inserattext** unglücklich formuliert? Macht die Person, welche die **Besichtigungen** mit den Kaufinteressierten führt, Fehler?
- ▶ Ist die Immobilie oder Lage **sehr speziell**, weshalb es generell nur wenige Kaufinteressierte gibt? Ist daher eine lange Vermarktungsdauer gerechtfertigt?

Um eine Preisreduktion durchzuführen gibt es zum einen die Option, diese **werbewirksam** im **Aufmacher-Foto** sowie dem **Objekttitel** der Immobilie **anzuzeigen**. Zum anderen kann man die **Insertion** für einige Wochen **unterbrechen**. Danach

erscheint sie mit neuem Titel, Startfoto und einem überarbeiteten Text sowie einem angepassten Preis; viele werden sie als neues Angebot wahrnehmen. Wir nennen dieses Vorgehen "Relaunch".

Für das Vorgehen, im Immobilieninserat die Preisreduktion anzuzeigen, spricht, dass auf eine **Vermarktungspause** verzichtet werden kann und Suchende, die schon länger am Markt aktiv sind, erneut auf die Immobilie aufmerksam werden. Dagegen spricht, dass Sie Ihren nun **dringlichen Verkaufswunsch** offen allen Kaufinteressierten mitteilen, egal ob diese gerade frisch mit der Suche gestartet oder schon länger am Markt unterwegs sind. Damit begeben Sie sich in eine **unvorteilhafte Verhandlungsposition**.

Starten Sie die Insertion der Immobilie hingegen neu, werden alle Suchenden am Markt mit einem **abgespeicherten Suchprofil** in den Portalen **erneut auf Ihr Angebot aufmerksam gemacht**. Außerdem dürfen Sie darauf hoffen, dass nicht jedem auffällt, dass Sie eine Preisreduktion durchgeführt haben. Für die Ruhezeit spricht ferner, dass Kaufinteressierte, die in den Portalen einen **Merkzettel** für diese Immobilienart hinterlegt haben nun "aufwachen" und nachfragen, ob sie tatsächlich verkauft ist, da diese nicht mehr inseriert ist.

Unverbindliche Preisempfehlungen (UVP): Beruhend auf der Ankerpreis-Theorie macht es im Einzelhandel und bei Konsumgütern häufig Sinn, einen fiktiven Preis aufzurufen, der im Angebot durchgestrichen wird und mit einem neuen, niedrigeren Preis ergänzt wird – zum Beispiel: 1.200 Euro: jetzt 999 Euro. Da es sich bei Immobilien hingegen nicht um Impulskäufe oder vergleichbare Güter handelt, raten wir Ihnen davon ab. Vielmehr signalisieren Sie damit, dass Sie die Immobilie kurzfristig veräußern wollen und es vorher schon länger erfolglos probiert haben.

KAPITEL 6: BIETERVERFAHREN



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel6>

Wichtig zu wissen

- ✓ Beim Bieterverfahren handelt es sich nicht um eine Auktion oder Versteigerung.
- ✓ Vielmehr geben Kaufinteressierte ein Gebot ab, zu dem sie die Immobilie erwerben würden.
- ✓ Dieser Gebotspreis sollte mit einer vorläufigen Finanzierungszusage der Bank eingereicht werden. So ist klar, dass sich die Bietenden die Immobilie auch leisten können.
- ✓ Sie als Eigentümer*in haben keine Verkaufspflicht am Ende des Prozesses.
- ✓ Manchmal ergibt sich ein Bieterverfahren unbeabsichtigt, da mehrere Kaufinteressierte die Immobilie erwerben wollen und bereit sind, mehr als den Angebotspreis zu bezahlen.
- ✓ Immobilien, die im Bieterverfahren angeboten werden, verkaufen sich zumeist **schnell**.
- ✓ Als Eigentümer*in haben Sie die **Sicherheit**, dass der Verkaufspreis dem aktuellen Marktwert entspricht.
- ✓ Aus Gründen der Fairness, ist es wichtig, das Bieterverfahren **transparent und seriös** durchzuführen.
- ✓ Um ein Bieterverfahren abzuwickeln, empfehlen wir Ihnen die **Durchführung per E-Mail oder mit Hilfe von Online-Software**.
- ✓ Ein Bieterverfahren stellt immer ein Risiko dar, wenn Sie "den Bogen überspannen", also die Bietenden in eine Bieterschlacht lenken mit immer neuen Gebotsrunden. Davon ist abzuraten.

Inhalt dieses Kapitels

1. Was ist ein Bieterverfahren?
2. Vor- und Nachteile des Bieterverfahrens
3. Interessierten-Perspektive beim Bieterverfahren
4. Durchführung eines Bieterverfahrens
5. Tipps zum Bieterverfahren

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir Ihnen, was das **Bieterverfahren** ist, welche **Vor- und Nachteile** es mit sich bringt und wie man es richtig durchführt.

WAS IST EIN BIETERVERFAHREN?

Beim Bieterverfahren wird üblicherweise ein Startpreis **unter dem Marktwert** der Immobilie angesetzt, damit überdurchschnittlich **viele Kaufinteressierte** angesprochen werden. Zum Abschluss der Besichtigungsphase wird dann eine **Gebotsphase** eröffnet, in der alle ein oder mehrere Gebote, je nach Methode, abgeben können. Häufig greift man als Makler*in auch im **Anschluss an eine klassische Vermarktung** auf das Bieterverfahren zurück, wenn unerwartet viele Kaufinteressierte das Objekt erwerben möchten.

Beim Bieterverfahren handelt es sich nicht um eine **Auktion oder Versteigerung**, in der das höchste Gebot gewinnt und **Eigentümer*innen verpflichtet** sind zu verkaufen. Stattdessen behalten Sie als Eigentümer*in die **volle Entscheidungsgewalt** und können nach Ende der Gebotsphase **frei entscheiden**, an wen oder ob Sie verkaufen. Unserer Erfahrung nach, kommt es häufiger vor, dass sich Eigentümer*innen **gegen die Höchstbietenden** entscheiden und aus unterschiedlichsten Gründen den Zweit- oder Drittplatzierten den Zuschlag geben.

Entgegen der landläufigen Meinung, dass Bieterverfahren nur für wenige und ausgesuchte Immobilien infrage kommen, hat unsere Erfahrung das Gegenteil gezeigt. Unserer Meinung nach kommt es für **alle Immobilienarten** infrage.

*Keinen Preis angeben oder „Verkauf gegen Gebot“: Beim Bieterverfahren empfehlen wir Ihnen einen Mindestpreis aufzurufen. Manchmal sieht man Immobilien am Markt, die gegen Gebot und ohne Preisangabe offeriert werden. Wir raten Ihnen aus zwei Gründen davon ab: Erstens kann es sein, dass Sie falsche Erwartungen bei Kaufinteressierten wecken und im Anschluss sehr viel Arbeit mit der Vermarktung haben. Zweitens könnten Kaufinteressierte vermuten, dass die Eigentümer*innen eine absurd hohe Preisvorstellung haben, sodass sich der Aufwand für eine Anfrage oder Besichtigung nicht lohnt.*

Für ein Bieterverfahren benötigen Sie **mehrere Besichtigungs- und Kaufinteressierte**. Im Optimalfall legen Sie die Besichtigungen so, dass sich die Kaufinteressierten bei der Begehung sehen und ihnen bewusst ist, dass es einen **Wettbewerb** gibt. Sie sollten sich also darauf vorbereiten, dass Sie im Bieterverfahren viele Besichtigungen, Anfragen und Telefonate in sehr kurzer Zeit bearbeiten müssen.

VOR- UND NACHTEILE DES BIETERVERFAHRENS

Vorteile eines richtig durchgeführten Bieterverfahrens:

- ▶ kurze Vermarktungsdauer.
- ▶ gut planbarer Verlauf der Vermarktung.
- ▶ Verkaufspreis entspricht dem tatsächlichen Marktpreis. Also dem Preis, den Immobiliensuchende zum jetzigen Zeitpunkt bereit sind zu zahlen.
- ▶ Ein Bieterverfahren kann eine **Alternative zu einer klassischen Vermarktung** sein, falls mehrere Käufer*innen Ihre Immobilie unbedingt haben wollen.

Nachteile

- ▶ Die **Vermarktung** komprimiert sich auf einen **kurzen Zeitraum**, der äußerst stressig sein kann.
- ▶ Es ist eine wirklich **lückenlose Vorbereitung** nötig, alle Gebäudeunterlagen sollten beim Vermarktungsstart vorliegen.
- ▶ **Erfahrung** mit Immobilienverkäufen oder **professionelle Hilfe** von Makler*innen nötig.
- ▶ **Manche Personen** nehmen grundsätzlich nicht an Bieterverfahren teil, etwa weil ihnen das Verfahren zu komplex oder intransparent erscheint. Das reduziert Ihre Zielgruppe.

*Immobilie unter Marktwert anbieten: Eigentümer*innen fällt es häufig schwer, die Immobilie im Inserat und Exposé mit einem Preis präsentiert zu sehen, der unterhalb ihres erwarteten Verkaufserlöses liegt. Zu diesem Preis wollen sie eigentlich nicht verkaufen. Sie sollten sich allerdings vor Augen führen, dass erst das Endergebnis nach der Gebotsphase den Verkaufs- und aktuellen Marktpreis widerspiegelt und sie vermutlich zu diesem – höheren – Preis verkaufen.*

INTERESSIERTEN-PERSPEKTIVE BEIM BIETERVERFAHREN

Einige Personen, die auf Immobiliensuche sind, sehen das Bieterverfahren kritisch. Zum einen kann man bei einem **sauber und seriös** durchgeführten Bieterverfahren davon ausgehen, dass **alle Kaufinteressierten dieselbe Chance** haben. Das Objekt wird nicht nach dem Prinzip "Wer zuerst kommt, mahlt zuerst" verkauft. Bei Bieterverfahren kommt es nicht vor, dass Eigentümer*innen ihre Immobilie bereits vorzeitig anderen versprochen haben, sich nicht an Absprachen halten etc.

Auf der anderen Seite sollte es Immobiliensuchenden bewusst sein, dass **trotz eines attraktiven Angebotspreises** beim Bieterverfahren kaum Schnäppchen zu

machen sind. Auch kommen nicht unbedingt die Höchstbietenden zum Zug. Am Ende der Gebotsphase kann es durchaus sein, dass Eigentümer*innen nicht an diejenigen verkaufen, die das höchste Gebot abgegeben haben, sondern an die vierköpfige Familie, die aus ihrer Sicht besser in ihre Immobilie passt und ein geringeres Budget zur Verfügung hat.

DURCHFÜHRUNG EINES BIETERVERFAHRENS

Haben Sie die Angebotspreis-Strategie des Bieterverfahrens gewählt oder am Ende einer klassischen Vermarktung mehrere entschlossene Kaufwillige, können Sie überlegen, nun eine **Gebotsphase** durchzuführen mit dem Ziel, den **finalen Verkaufspreis zu erhöhen**. Für ein Bieterverfahren sollten Sie **mindestens zwei standfeste Kaufwillige** haben – besser mehr. Wir raten davon ab, ein Bieterverfahren mit nur einer Person durchzuführen und zu bluffen, weil dieser vorgegaukelt wird, dass es Mitbietende gibt. Auch sollten Sie vor dem Start der Bieterrunde bei den Bietenden Vertrauen aufgebaut haben, das System, die Abgabefrist etc. erklärt und alle Fragen beantwortet haben.

Haben Sie ein professionelles Immobilienunternehmen damit betraut, das Erfahrung mit diesem Verfahren hat, ist dieses in der Lage, im Vorfeld alle Unklarheiten aus dem Weg zu räumen. Sie können beim Bieterverfahren während der **zeitlich befristeten Phase**, in der **Gebote abgegeben** werden, diese **per E-Mail oder Brief** annehmen.

Es gibt auch verschiedene **Online-Tools**, bei denen die vorher geprüften Bietenden per Login und anonymisiert ihre Gebote abgeben können. Hierfür wird vorab ein bestimmter Termin festgelegt (z.B. Sonntagnachmittag), zu dem innerhalb einer bestimmten Zeit Gebote online abgegeben werden. Dies hat den Vorteil, dass die Teilnehmenden die Offerten ihrer Wettbewerber sehen können (siehe unten).

Haben Sie die Immobilie bislang konventionell verkaufen wollen und möchten nun auf ein Bieterverfahren umsteigen, sollten Sie abwarten, bis **alle Suchenden die Immobilie besichtigt haben**. Äußern danach mehrere Personen Kaufabsichten und können diese ihre finanziellen Möglichkeiten mittels vorläufiger Finanzierungszusage einer Bank belegen, sollten Sie ihre Absichten klar kommunizieren und den Kaufwilligen Ihre Beweggründe erläutern. Die meisten werden für das Bieterverfahren Verständnis zeigen.

BIETERVERFAHREN PER TELEFON

Ein Bieterverfahren am Telefon zu koordinieren, eignet sich nur, wenn Sie **exakt zwei Kaufwillige** haben und Sie sich im engen persönlichen Kontakt mit diesen wohlfühlen. Gibt es weitere Interessierte, dann wird es schwer, diese auf dem **gleichen Wissensstand** zu halten. Dazu kommt, dass Sie sich eventuell in **individuellen Verhandlungen** mit einzelnen Bietenden **verstricken**, sich unwohl fühlen bei der Durchführung, **vorschnell Zusagen** machen oder sich zu **unfairen Arrangements** hinreißen lassen, die einer sauberen Realisierung des Bieterverfahrens widersprechen.

BIETERVERFAHREN PER E-MAIL

Im Sinne der Transparenz und Fairness für alle Beteiligte empfehlen wir Ihnen das Bieterverfahren per E-Mail durchzuführen. Zum einen können Sie das **aktuelle Höchstgebot** jedem Interessierten **zeitgleich** zur Verfügung stellen. Zum anderen wahren Sie eine gewisse **persönliche Distanz** zu den Bietenden und bevorzugen keinen. Ansonsten hätten Sie mit dem von Ihnen favorisierten Kaufinteressierten individuell verhandeln können.

ONLINE-BIETERVERFAHREN

Mittlerweile gibt es online-basierte **Bieterverfahren-Software**, auf die insbesondere professionelle Makler*innen zurückgreifen. Vorteile sind hierbei:

- ▶ Darstellung des aktuellen Höchstgebots in **Echtzeit**
- ▶ **Mitteilung an Interessierte**, wenn das eigene Gebot übertroffen wird.
- ▶ Automatische **Verlängerung der Gebotsphase** um 12 Stunden, wenn das letzte Gebot kurz vor Ende der Gebotsphase eingeht.

TIPPS ZUM BIETERVERFAHREN

- ▶ Nutzen Sie für Serien-E-Mails die **BCC-Funktion** ("Blind copy and circulate", nicht CC = "Copy and circulate"), sodass Sie diskret vorgehen und die Bietenden nicht die E-Mail-Adressen der anderen sehen oder erkennen können, wie viele weitere Personen am Bieterverfahren teilnehmen.
- ▶ Teilen Sie den Teilnehmenden mit, **wann die Gebotsphase endet**.
- ▶ Machen Sie die **Gebotsphase nicht zu lang**. 2 bis 5 Tage reichen aus. Das Ergebnis wird unserer Erfahrung nach nicht besser, nur weil die Phase länger ist.
- ▶ Fordern Sie dazu auf, **Informationen zur Kaufabsicht und Finanzierbarkeit beizulegen**. (Informationen zur Absicherung der Finanzierung behandeln wir im Kapitel zur Qualifizierung der Kaufinteressierten und dem Themenbereich Kaufvertrag und Notariatstermin.)
- ▶ Legen Sie fest, ob Bietende **ein oder mehrere Gebote** abgeben können.
- ▶ Sollten Sie den Weg wählen, dass Interessierte mehrmals bieten können, überlegen Sie, **ob und wann Sie aktuelle Höchstgebote allen Beteiligten mitteilen**: einmal täglich, zeitnah nach jedem Gebotseingang oder nach Ihrem Ermessen?
- ▶ Machen Sie den Bietenden klar, dass es sich **nicht um eine Versteigerung oder Auktion handelt**, in der das höchste Gebot auf jeden Fall den Zuschlag erhält.
- ▶ Geben Sie **keinem Interessierten einen Informationsvorsprung** per Telefon, sondern kommunizieren Sie zeitgleich (zum Beispiel per E-Mail) mit allen.
- ▶ **Entscheiden Sie zeitnah nach Ende der Gebotsphase**, an wen Sie die Immobilie verkaufen wollen, und teilen Sie allen diese Entscheidung mit. Nehmen Sie sich hierfür nicht zu viel Zeit. Sind Sie nach Ende der Gebotsphase nicht erreichbar, bescheren Sie manchen Teilnehmenden schlaflose Nächte.

- ▶ Teilen Sie bei Absagen nicht mit, **wie hoch der letztendliche Verkaufspreis** ist beziehungsweise welcher Bietende zum Zuge kam.
- ▶ Informieren Sie Bietende, die leer ausgingen, darüber, dass sie möglicherweise auf sie **nochmals zukommen**. Etwa in dem Fall, dass der **Kaufvertragstermin** mit den potenziellen Erwerber*innen platzt.

KAPITEL 7: IMMOBILIE VORBEREITEN („HOME STAGING“)



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel7>

Wichtig zu wissen

- ✓ Für den Verkauf vorbereitete Immobilien veräußern sich **schneller und besser** als nicht vorbereitete Objekte.
- ✓ Räumen Sie auf, entsorgen Sie überschüssige Gegenstände und schaffen Sie **Platz**.
- ✓ **Entpersonalisieren** Sie Ihre vier Wände, damit sich Kaufinteressierte besser vorstellen können, darin zu leben.
- ✓ Reparieren und bessern Sie Kleinigkeiten aus, damit alles in einem möglichst **einwandfreien Zustand** erscheint.
- ✓ Streichen Sie stark abgenutzte oder bunte **Wände** weiß.
- ✓ **Putzen und reinigen** Sie die Immobilie.
- ✓ **Dekorieren und inszenieren** Sie die Räume entsprechend ihrer Nutzung: Im Essbereich kann beispielsweise ein Tisch gedeckt oder dekoriert werden.
- ✓ Größere **Mängel** dürfen nicht „vertuscht“ oder versteckt werden.
- ✓ Leere Immobilien lassen sich mit **Mietmöbeln** für den Verkauf einrichten, um die Vorstellungskraft der Immobiliensuchenden zu wecken.
- ✓ **Geerbte Immobilien** sollten bereits vor dem Verkauf weitestgehend leergeräumt sein.

Inhalt dieses Kapitels

1. Vorteile von Home Staging
2. Tipps für die Vorbereitung
3. Leere Immobilien
4. Geerbte Immobilien

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir, wie eine Immobilie richtig für den Verkauf vorzubereiten ist, welche Grundregeln Sie beachten und welche Maßnahmen Sie ergreifen sollten, um ein optimales Verkaufsergebnis zu erzielen.

Das Fachwort für die Vorbereitung der Immobilie auf den Verkauf lautet „**Home Staging**“. Dabei sollen die vier Wände in einen präsentablen Verkaufszustand versetzt werden. Durch eine gute **Inszenierung** kann der **Vermarktungszeitraum verkürzt** und ein **höherer Verkaufspreis erzielt** werden. Die Königsdisziplin besteht darin, ein Ambiente zu schaffen, indem sich Kaufinteressierte von jung bis alt wohlfühlen. Kurz: Je besser die Präsentation umso größer die Zielgruppe.

Home Staging kommt aus den USA, wo Gebäude bereits seit den 1970er Jahren gezielt für den Verkauf vorbereitet werden. In Deutschland ist diese Objektszenierung seit den 2000er Jahren auf dem Vormarsch. Für sehr gut in Szene gesetzte Gebäude ist teilweise ein Verkaufspreis erzielbar, der **bis zu 15 Prozent über deren Marktwert** liegt.



VORTEILE VON HOME STAGING

- ▶ **Höherer Verkaufspreis:** Je mehr die Immobilie Kund*innen anspricht und ihren Geschmack trifft, desto höher ist die Preisbereitschaft.
- ▶ **Kürzere Verkaufszeit:** Ansprechend vorbereitete Immobilien verkaufen sich oft doppelt so schnell.
- ▶ **Der erste Eindruck ist der wichtigste:** Kunden entscheiden in den ersten Minuten, ob Ihnen eine Immobilie gefällt oder nicht. Insbesondere die äußere Erscheinung ist daher wichtig.
- ▶ **Wettbewerbsvorteil:** Eine ansprechend vorbereitete Immobilie hat einen Vorteil gegenüber einer nicht inszenierten Immobilie.
- ▶ **Qualität zählt:** Vorbereitete Immobilien signalisieren einen gepflegten Zustand, das gibt Kaufinteressierten Sicherheit.
- ▶ **Interesse wecken:** Eine Immobilie interessant zu gestalten ist günstiger als den Preis zu reduzieren.

*Machen Sie sich keinen Druck: Als Maklerunternehmen stellen wir es Eigentümer*innen frei, wie umfassend sie unsere Home-Staging-Empfehlungen umsetzen möchten. Manche streichen teilweise das Haus, bereiten die Immobilie bis aufs kleinste Detail vor und kochen vor der Besichtigung extra Kaffee für einen angenehmen Geruch. Andere begnügen sich mit dem Aufräumen der Wohnung und wollen sich während der Verkaufsphase in ihrem Alltag kaum einschränken. Manchmal erlaubt es auch die emotionale Belastung nicht, die mit einem Verkauf einhergeht, diese Extra-Portion Energie aufzubringen. Bleiben Sie also entspannt bei der Vorbereitung Ihrer Immobilie und setzen Sie so viel um, wie Ihr Bauchgefühl Ihnen rät.*

TIPPS FÜR DIE VORBEREITUNG

AUFRÄUMEN, AUSSORTIEREN UND ENTSORGEN

Erfahrungsgemäß kann über die Hälfte von Ablagen, Regalen und Schränken, die offensichtlich im Blickfeld stehen, **ausgedünnt** werden. Insbesondere im Bad und in der Küche sollten die Ablagen frei sein und stattdessen mit wenigen modernen Accessoires versehen werden.

Nutzen Sie die Chance des Verkaufs, um angesammelten **Nippes** und andere nicht benötigte Dinge **auszusortieren**. Im Optimalfall **starten Sie das Aufräumen** Ihres Hauses **vor Vermarktungsstart** und verschieben dies nicht, wie leider die meisten Eigentümer*innen, auf den Zeitpunkt kurz vor der Übergabe, wenn die Immobilie bereits verkauft ist.

Dann können Sie den positiven Effekt Ihrer Mühe bereits für die Vermarktung und Präsentation Ihrer Immobilie nutzen. Verpackt werden müssen die Sachen sowieso – spätestens zur Übergabe. Der Schritt des Aussortierens ist auch ein wichtiger **psychologischer Moment**, um von der Immobilie, den Räumen und dem Garten **Abschied zu nehmen** und in einen neuen Lebensabschnitt zu treten.

Auch Möbelstücke, die überflüssig sind, sehr dunkle Farben haben und viel Platz wegnehmen, sollten Sie, wenn möglich, einlagern, verkaufen, verschenken oder entsorgen. Je **größer und heller** Ihre Immobilie ist, desto besser. Auch sollten Sie dunkle Teppiche und Läufer für die Zeit der Vermarktung zusammenrollen und verstauen.

Einfach anfangen: Besorgen Sie zunächst 10 Umzugskartons und fangen Sie einfach an, die ersten Gegenstände einzupacken. Eine Daumenregel besagt, dass jeder Karton Kleinkram, der direkt verstant wird, den Immobilienpreis um 500 Euro erhöht.

ENTPERSONALISIEREN

Verstauen Sie Familienfotos, Urkunden, Sammlerstücke, Kunstwerke, Pokale und alle weiteren persönlichen Gegenstände. **Zu viele persönliche Dinge** symbolisieren Käufer*innen unterbewusst **“Hier ist gar kein Platz für mich.”** Immobiliensuchende fragen sich vielmehr: **“Könnte ich mir vorstellen, in dieser Immobilie zu leben?”** Diese Entscheidung fällt ihnen deutlich leichter, wenn sie **neutral eingerichtet** ist und nicht zu viele persönliche Gegenstände der aktuellen Eigentümer*innen im Blickfeld liegen.

Auch beim **Fototermin**, bei dem Ihre Immobilie für das Exposé und Inserat abgeleuchtet wird, sollte sie entpersonalisiert sein. Auf den Bildern sollten keine persönlichen Fotos und Erinnerungen zu sehen sein. Sie haben im Internet nichts zu suchen.

REPARIEREN UND AUSBESSERN

Überprüfen Sie, ob alle Türen, Fenster, Schalter, Armaturen, Schubladen, Einbauschränke etc. **einwandfrei funktionieren**. Wenn Kaufinteressierte bereits **auf den ersten Blick Schäden erkennen**, liegt die Vermutung nahe, dass es weitere gibt. Häufig sind dies Kleinigkeiten, an denen Sie die letzten Jahre regelmäßig vorbeigelaufen sind, eine gewisse **“Betriebsblindheit”** entwickelt haben oder nie die Mühe gefunden haben, sie zu reparieren. Jetzt ist der **optimale Zeitpunkt**, sich mit solchen Dingen zu beschäftigen. Es ist davon auszugehen, dass Kaufwillige genau das Fenster oder die Schublade öffnen, die seit Jahren klemmen.

STREICHEN

Vermeiden Sie dunkle beziehungsweise impulsive Farben zugunsten heller, unauffälliger Farbtöne. **Weiß ist die Farbe des Verkaufs**. Ein neuer Anstrich ist sicherlich die drastischste aber auch einfachste Methode, einen Raum ansprechend zu gestalten. Insbesondere wenn einzelne Wände stark abgenutzt sind, sollten Sie zumindest einen punktuellen neuen Anstrich in Erwägung ziehen.

Keller nicht neu streichen: Insbesondere im Keller empfehlen wir keinen neuen Anstrich. Uns ist bewusst, dass eine jahrelang ungestrichene Kellerwand unter Umständen unschön aussieht. Jedoch werden unserer Erfahrung nach viele Interessierte stutzig, wenn der Keller frisch gestrichen ist. Sie vermuten, dass Feuchtigkeitsflecken „bertüncht“ wurden. Im schlimmsten Fall verlieren sie das Vertrauen in die Immobilie und in Sie als Eigentümer*in.

AUßENANSICHT

Für den ersten Eindruck bekommt man bekanntlich keine zweite Chance. Die Außenansicht einer Immobilie ist **der erste Live-Eindruck**, den Kaufinteressierte erhalten. Reinigen Sie Auffahrt, Gehweg, Fassade und Fenster. Eventuell sollte der Gartenzaun gestrichen werden. Mähen Sie den Rasen und stutzen Sie Sträucher. Parken Sie Fahrräder und Mülltonnen im Keller oder in der Garage. Werfen Sie einen kritischen Blick auf das Dach und den Dachunterstand. Macht die Immobilie insgesamt einen gepflegten Eindruck?

Wie viel lohnt sich noch zu investieren? Als Maklerunternehmen geben wir immer den Tipp, dass sich alle Kleinigkeiten und kosmetischen Aufwertungen bis circa 1000 Euro lohnen, wenn man kurz- bis mittelfristig verkaufen möchte. Grundlegende Modernisierungen, wie eine neue Heizung, ein neues Dach oder neue Fenster lohnen sich selten. Bestenfalls holen Sie die Investitionskosten durch ein Aufschlagen auf den Kaufpreis wieder raus. Möchten Sie erst in ferner Zukunft veräußern, können Sie überlegen, ob ein neues Badezimmer, eine neue Küche oder ein neuer Boden die Immobilie optisch und qualitativ aufwertet. Denken Sie jedoch daran, Erneuerungen geschmacklich möglichst neutral zu wählen.

GRUNDREINIGUNG

Verpassen Sie ihrer Immobilie eine **gründliche Reinigung** inklusive Fenster, Abstellräume, Terrasse, Keller etc. Kaufinteressierte identifizieren sich nicht nur mit

der Immobilie, sondern auch mit **Ihnen als Eigentümer*in**. Daher sollte die Immobilie in einem reinlichen, gepflegten Zustand sein. Kein Mensch stellt sich gerne sein zukünftiges Leben in einer ungepflegten Umgebung vor. Darüber hinaus vermitteln Sie mit geputzten Räumen den Eindruck, dass Sie ihr Eigenheim kontinuierlich in einem **guten Zustand** gehalten haben.

LICHT

Menschen sprechen besonders **helle Immobilien** an. Je heller die Räume sind, umso größer wirken sie. Stellen Sie bei Besichtigungsterminen daher alle Lampen auf **maximale Leuchtkraft**, auch wenn die Sonne scheint. Öffnen Sie Sichtblenden, Jalousien und Gardinen. Beleuchten Sie insbesondere **dunkle Ecken** und Wände mit einer extra Beistell- oder Stehlampe.

FRISCHLUFT UND GERÜCHE

Lassen Sie Teppiche und Polster reinigen, um **unangenehme Gerüche zu vermeiden**. Kochen Sie vor den Besichtigungen keine stark riechenden Gerichte mit Fisch, Knoblauch, Schinken, Zwiebeln, Kohl etc.

Halten Sie sich Haustiere, sollten sie darauf achten, dass Käfig, Katzenklo oder Hundekorb frisch gereinigt sind. Von ihnen können ebenfalls unangenehme Gerüche ausgehen. Und natürlich: **Nicht in den Innenräumen rauchen**. Am besten, Sie verstauen den Aschenbecher, selbst wenn dieser auf der Terrasse steht. Auch hier gilt, dass sich Kaufinteressierte auch mit Ihrem Lebensstil identifizieren.

Manche Eigentümer*innen kochen kurz vor der Besichtigung **Kaffee oder Tee**, um einen angenehmen Geruch zu schaffen. Das ist eine gute Idee. Es gab auch schon Kunden von uns, die kurz vorher Kekse oder Kuchen gebacken haben. Von künstlichen Duftspendern raten wir hingegen ab. Stehen von diesen mehrere in der Wohnung, wirft dies bei den Personen, die besichtigen, häufig Fragen auf.

Kurz vor der Besichtigung sollten Sie **lüften**. Jede Immobilie und jede Familie haben ihren eigenen Geruch. Daran werden Sie nichts ändern. Sie können es Kaufinteressierten bei der Besichtigung aber so angenehm wie möglich machen.

INSZENIEREN UND DEKORIEREN

Weniger Alltag, mehr Wellness. Käufer sprechen Immobilien an, die ihrem **Lifestyle** entsprechend präsentiert werden. Seien Sie also kreativ bei der Inszenierung Ihrer Wohnräume und Außenbereiche für den Verkaufsprozess:

- ▶ Decken Sie den Tisch, wie in einem **modernen Restaurant**.
- ▶ Verwandeln Sie Ihr Badezimmer in ein **Wellness-Spa** mit Kerzen und gefalteten Handtüchern.
- ▶ Platzieren Sie in der **Leseecke** ein Buch und ein Rotwein-Glas auf dem Beistelltisch.

- ▶ Schlagen Sie in der Küche ein **Kochbuch** auf und legen Sie **Schneidebrett, Messer und frisches Gemüse** bereit.
- ▶ Legen Sie auf dem Terrassentisch eine **Tageszeitung** bereit und stellen Sie einen Becher Kaffee daneben.
- ▶ Stapeln Sie im **Kamin das Holz** und machen Sie ihn im Winter an.

Im Prinzip geht es darum, die Vorstellungskraft der Kaufinteressierten zu wecken, damit diese sich, in den von Ihnen vorbereiteten Szenen, ein Leben in Ihrer Immobilie vorstellen können.

Frisches Obst: Platzieren Sie einen frischen Obstkorb und Blumen in der Immobilie. So vermitteln Sie unterbewusst den Eindruck, dass Sie ein gesundes Leben führen, auf sich Acht geben und Kaufinteressierte dies auch können, wenn sie in Ihrer Immobilie leben.

MÄNGEL UND TABUS

Immobilien suchende sollen von Ihrem Eigenheim angesprochen und **nicht getäuscht werden**. Tabu ist, nachhaltige Schäden und Mängel zu verstecken. Beachten Sie, dass ein Home Staging keine Sanierung ersetzt und Mängel nicht wissentlich verdeckt werden sollten. Dies kann im Nachhinein zu **Schwierigkeiten** führen. Als Verkäufer*in haften Sie auch nach dem Verkauf der Immobilie für **arglistig verschwiegene Mängel**. Schlimmstenfalls können die neuen Eigentümer*innen bei gravierenden Mängeln den Verkauf rückabwickeln.

LEERE IMMOBILIEN

Leerstehende Immobilien gewinnen, wenn sie mit einer **Basis-Möblierung** versehen sind. Diese soll Personen, die die Immobilie besichtigen beziehungsweise Fotos davon sehen, ansprechen und ihnen vermitteln, **wie man den Raum nutzen kann**. Ihnen wird ein Gefühl für die **Größe** der einzelnen Zimmer gegeben. Professionelle Home Stager unterhalten für solche Fälle ein eigenes Lager mit **Mietmöbeln und Dekoartikeln**, die nur für die Dauer des Verkaufs aufgestellt werden.

Als Maklerunternehmen haben wir mehrere Sets solcher Möbelattrappen: von der Einbauküche, über Wohnzimmer- und Schlafzimmereinrichtung bis zum Esstisch mit Stühlen. Diese können problemlos und schnell in leerstehenden Immobilien aufgestellt werden. Dass es sich nicht um echte Möbel handelt, fällt den meisten Menschen erst auf den zweiten Blick auf.

GEERBTE IMMOBILIEN

Insbesondere bei Erbschaften ist die Immobilie meist noch vollständig eingerichtet und die Erbenden sind häufig überwältigt von der Flut an Gegenständen, die sie ausräumen, verkaufen, verschenken und entsorgen müssen. Wenn die

Möbel einem neutralen Geschmack entsprechen, empfehlen wir eine **Basis-Möblierung während der Verkaufsphase** stehenzulassen, sodass Kaufinteressierte ein Gefühl für die Nutzung der Räume und die Größenordnungen haben. Sollten die Möbel hingegen nicht mehr zeitgemäß, also eher altbacken sein, empfiehlt es sich, sie leer zu räumen und danach mit der Vermarktung zu beginnen.

Darüber hinaus gelten auch bei geerbten Immobilien **dieselben Regeln wie bei einer selbst bewohnten**: Je besser sie vorbereitet sind, desto höher wird vermutlich der Verkaufserlös ausfallen. Uns ist bewusst, dass insbesondere Erbende eine **starke emotionale Bindung** an die Immobilie haben, etwa weil es ihr Elternhaus ist, in dem sie aufgewachsen sind. Gute Makler*innen werden Ihnen zur Seite stehen, wenn Hilfe nötig ist. Wir arbeiten zum Beispiel mit **professionellen Firmen**, die Haushalte auflösen, sowie Sozialkaufhäusern zusammen, die Möbel abholen und für einen guten Zweck weitergeben.

KAPITEL 8: IMMOBILIE FOTOGRAFIEREN



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel8>

Wichtig zu wissen

- ✓ Bereiten Sie die Immobilie auf den **Fototermin** vor.
- ✓ Machen Sie sich mit Ihrer **Ausrüstung** und den unterschiedlichen **Kameraeinstellungen** vertraut.
- ✓ Achten Sie beim Fototermin auf **Wetter und Sonnenstand**.
- ✓ Nutzen Sie einen **Zeit- oder Fernauslöser**.
- ✓ Fotografieren Sie **gerade** und knapp über der **Ablagehöhe**.
- ✓ Fotografieren Sie die Immobilie **systematisch**, z.B. Etage für Etage, Raum für Raum, damit Sie nichts vergessen.
- ✓ Machen Sie lieber **zu viel Fotos** als zu wenige.
- ✓ Neben den Fotos der einzelnen Zimmer sollten Sie **Detailaufnahmen** von besonderen Ausstattungsgegenständen machen.
- ✓ Verbessern Sie gegebenenfalls die Ausleuchtung der Fotos im Nachhinein mit einem **Bildbearbeitungsprogramm**.

Inhalt dieses Kapitels

1. Vorbereitung des Fototermins
2. Die Ausrüstung
3. Die Kameraeinstellungen
4. Arten von Immobilienfotos
5. Der Fototermin
6. Bild- & Nachbearbeitung
7. Tipps für Smartphone-Fotos

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir Ihnen, wie Sie von Ihrer Immobilie **gute Fotos anfertigen**, die **Kamera richtig einstellen** und worauf Sie darüber hinaus achten sollten.

Fotos sind **das Erste**, was potenzielle Käufer*innen von Ihrer Immobilie sehen. Die meisten **Menschen schauen sich** in einem Inserat oder Exposé **zuerst die Bilder an**, bevor sie Texte lesen. Je besser die Aufnahmen sind, umso mehr **Nachfrage** generieren Sie und desto **besser und schneller** wird sich die Immobilie verkaufen.

VORBEREITUNG DES FOTOTERMINS

IMMOBILIE VORBEREITEN (HOME STAGING)

Bevor Sie Ihre Immobilie fotografieren, sollte diese für den Verkauf vorbereitet werden. Beim Home Staging geht es darum, die **Attraktivität der Immobilie zu steigern**, sodass diese möglichst vielen Kaufinteressierten gefällt. Mähen Sie zum Beispiel vor dem Fototermin den Rasen, stellen Sie die Gartenmöbel raus, dekorieren Sie leere Räume und führen Sie Schönheitsreparaturen durch.

Mehr zum Thema Home Staging erfahren Sie im Kapitel „Immobilie vorbereiten“. Dort haben wir auch eine umfassende Checkliste und Anleitung für Sie zusammengestellt.

WETTER UND JAHRESZEIT

Um keine bösen Überraschungen am Tag des Termins zu erleben, sollten Sie vorab das **Wetter im Auge behalten** und auf Eventualitäten wie Regen, Wind etc. vorbereitet sein. Wir als Maklerunternehmen nutzen www.windfinder.de. Der Anbieter stellt Wetterinformationen im Stundentakt zur Verfügung. Achten Sie darauf, dass Sie am Tag des Fototermins möglichst **ideales Wetter** haben. Im besten Fall scheint die Sonne, der Himmel ist blau und vereinzelt sind kleine Wolken zu sehen. **Kontraste und Farben** wirken bei Sonnenschein am stärksten auf den Fotos. Wenn es an diesem Tag regnet, schneit, neblig oder besonders dunkel ist, sollten Sie den **Fototermin verschieben**. Innenfotos lassen sich bei bedecktem Wetter durchaus machen, jedoch ist in einem solchen Fall ein **zweiter Termin für die Außenfotos** angeraten.

Auch die **Jahreszeit** spielt eine Rolle. Für Innenaufnahmen ist die Jahreszeit egal, vorausgesetzt, die Immobilie besitzt keine übergroßen Fensterflächen mit Blick ins Grüne. Bei **Außenfotos** hingegen ist die Jahreszeit für gute Ergebnisse entscheidend. Grüne Bäume, blühender Raps und bunte Gärten verleihen den Fotos das gewisse Etwas. Wenn Sie **keinen Zeitdruck** haben, sollten die **Fotos im Frühjahr, Sommer oder Herbst** gemacht werden, nicht im Winter.

LICHT, SONNENSTAND UND TAGESZEIT

Machen Sie alle Gardinen, Rollos und Vorhänge auf und schalten Sie alle Lichter und Lampen ein, um die **Immobilie möglichst hell** auf den Fotos zu präsentieren. Achten Sie auch auf den **Sonnenstand**. Steht die Sonne zu tief, werden Farben verfälscht, entstehen Schatten oder die Sonne blendet stark. Morgens ist das Licht meistens kälter, in den Abendstunden wird das Licht wärmer. Deshalb sollten Sie darauf achten, dass die **Sonne bei Ihrem Shooting möglichst weit oben** steht. Grundsätzlich empfiehlt sich für den Fototermin eine Uhrzeit zwischen **11 und 16 Uhr**. Wenn Sie wissen, dass bestimmte Perspektiven auf Ihre Immobilie bei einem gewissen Sonnenstand besonders schön sind, können Sie diesen Sonnenstand zu jeder x-beliebigen Zeit einsehen mithilfe der Internetseiten www.sun-calc.net oder www.sonnenvverlauf.de.

DIE AUSRÜSTUNG

KAMERA

Die meisten Hobbyfotograf*innen haben vermutlich eine Kamera mit einem APS-C-Sensor zuhause, während Profis mit Vollformat-Kameras fotografieren. Aber auch mit einem guten Smartphone können Sie beeindruckende Bilder schießen, wenn Sie wissen wie es geht. Eine Kamera mit APS-C-Sensor geht preislich bei circa 400 Euro los und gibt es von unterschiedlichen Herstellern wie Sony, Canon oder Nikon. Professionelle Vollformat-Kameras kosten deutlich über 1000 Euro.



Smartphone APS-C-Kamera Vollformatkamera

ABBILDUNG 7 UNTERSCHIEDLICHE KAMERA-TYPEN

Grundsätzlich ist es egal welche Kamera Sie nutzen. Entscheidend ist, ob Sie sich damit auskennen und wissen, wie man nicht nur Automatikfunktionen nutzt, sondern mit Belichtungszeiten, Entfernungen, Licht, Stativ, Einsatz des Blitzes etc. arbeitet. Machen Sie sich also mit Ihrer Kamera vertraut. Im Unterkapitel zur Kameraeinstellung gehen wir genauer darauf ein, wie Sie Ihre Kamera beziehungsweise Ihr Smartphone (mit entsprechender Foto-App) für die Immobilienfotografie optimal konfigurieren.

Ersatz-Akku und Speicherkarte: Je nachdem, wo der Fototermin stattfindet, sollten ausreichend Speicherplatz und Akku-Kapazität für ein längeres Shooting vorhanden sein. Es gibt nichts Ärgerlicheres, als wenn die Speicherkarte voll oder der Akku leer ist, während sich gerade die Lichtverhältnisse verbessern, weil die Sonne rauskommt.

OBJEKTIVE

Objektive sind ein wichtiger Bestandteil einer guten Kameraausrüstung. Bei der Immobilienfotografie können Sie die meisten Bereiche mit einem **Standard-Zoom-Objektiv**, einem **Ultraweitwinkelobjektiv** sowie einer **Festbrennweite** abdecken.



ABBILDUNG 8 DIE BRENNWEITEN-ANGABE AUF DEM OBJEKTIV

In den meisten angebotenen Kamerasets ist bereits ein **Zoom-Objektiv** (z.B. 18-55 mm) vorhanden. Dieses eignet sich hervorragend für **Außenaufnahmen**, wo der Fokus auf dem zu fotografierenden Haus liegt. Auch für Detailfotos können Sie dieses Zoom-Objektiv benutzen, falls Sie kein Festbrennweiten-Objektiv besitzen.

Mit dem **Ultraweitwinkel-Objektiv** können Sie **ganze Räume** abbilden und so das **Raumgefühl** optimal wiedergeben. Bei Kameras mit APS-C-Sensor eignet sich ein Ultraweitwinkelobjektiv mit **minimal 10-12 mm Brennweite**. Bei Objektiven unter 10 mm Brennweite befindet man sich im Bereich der **Fisheye-Objektive**. Diese verfälschen das Raumgefühl und sind nur für Panoramabilder geeignet. Bei **Vollformat-Kameras** wird aufgrund des **Crop-Faktors** ein Objektiv mit **minimal 16-18 mm** benötigt.

Je nach **Brennweite** des Objektivs, lässt sich ein **größerer oder kleinerer Ausschnitt des Raums** fotografieren. Sie wird in **Millimetern** angegeben. Es gibt auch Zoom-Objektive, mit denen man die Brennweite anpassen kann – man kann also raus- oder reinzoomen.



ABBILDUNG 9 VERGLEICH UNTERSCHIEDLICHER BRENNWEITEN

Ein Festbrennweiten-Objektiv ist bestens für die Erstellung von Detailfotos geeignet. Fotografieren Sie am besten mit einer Brennweite mit etwa 50 mm. Damit kann man die Details der Immobilie hervorragend abbilden und erhält ein tolles Ergebnis mit **Bokeh-Effekt** (verschwommener Hintergrund, scharfer Vordergrund).



ABBILDUNG 10 BOKEH-EFFEKT: HINTERGRUND UNSCHARF, MOTIV SCHARF

STATIV UND WASSERWAAGE

Um **gerade und unverwackelte** Fotos auf der **richtigen Höhe** zu machen, sollte unbedingt mit einem **Stativ** fotografiert werden. Auch wenn Sie mit einem Smartphone fotografieren, empfehlen wir ein Stativ. Sie sollten allerdings darauf achten, dass es nicht zu sperrig ist. In kleineren Innenräumen könnte das zu einer Herausforderung werden. **Reisestative** eignen sich hervorragend in engen Räumen, können aber gleichermaßen auch für Außenaufnahmen verwendet werden. Sie sind beweglich, leicht und kompakt. Statten Sie das Stativ optimalerweise mit einem **Kugelkopf** aus, damit Sie maximal flexibel in den Perspektiven sind.

Um **stürzende Linien** zu vermeiden, sollten Sie sich eine **Wasserwaage** zulegen. Diese kostet wenig und verhindert ungerade Fotos. Die Wasserwaage wird meistens in den **Blitzschuh der Kamera** gesteckt. So erkennt man auf den ersten Blick, ob sie gerade ausgerichtet ist. In Verbindung mit dem Kugelkopf auf dem Stativ geht so das Einstellen leichter von der Hand. Alternativ oder ergänzend sollten Sie auch die **Rasterlinien auf dem Kamera-Display** einblenden, damit Sie eine Referenz haben, ob die Kamera wirklich geradesteht. Dies ist eine Funktion, die Sie auch auf dem Smartphone nutzen sollten.

DIE KAMERA-EINSTELLUNGEN

BELICHTUNG

Generell sollten Sie **ohne Blitz** fotografieren, denn Sie möchten die Immobilie möglichst in ihrer **natürlichen und üblichen Beleuchtung** darstellen. Auch reflektiert der Blitz Licht von glatten Oberflächen und Glas und würde die Immobilie sehr "kalt" darstellen. Deaktivieren Sie also den eingebauten Blitz. Arbeiten Sie stattdessen mit **längeren Belichtungszeiten**.

Die Belichtung der Fotos wird von drei Faktoren beeinflusst:

- ▶ Der **Sensibilität des Sensors (ISO-Wert)**: Je höher der ISO-Wert, umso lichtempfindlicher ist der Sensor.
- ▶ Die **Blendenzahl (F-Zahl)**: Je kleiner die Blendenzahl, desto größer ist die Öffnung der Linse und desto mehr Licht fällt auf den Sensor.
- ▶ Die **Belichtungsdauer**: Je länger der Sensor belichtet wird, desto heller wird das Foto.

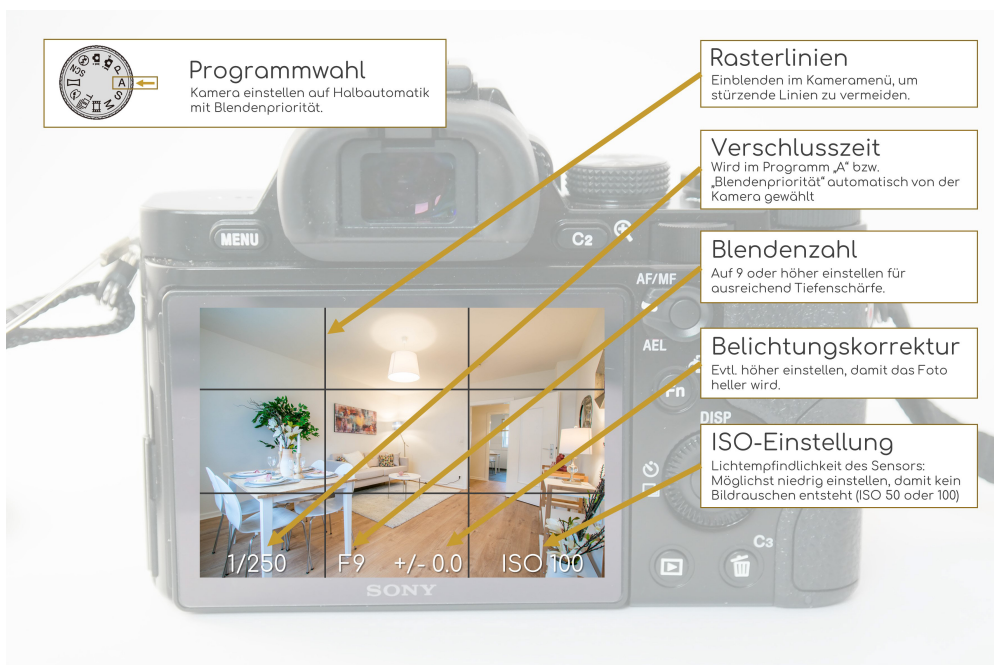


ABBILDUNG 11 KAMERA-EINSTELLUNGEN UND WAS DIESE BEDEUTEN

KAMERA EINSTELLEN

1. Optimalerweise fotografieren Sie die Immobilie im **Halbautomatik-Modus mit Blendenpriorität**. Dies erreichen Sie, indem Sie das **Drehradchen Ihrer Kamera in Position „A“** drehen.

2. Nun stellen Sie die ISO-Zahl Ihrer Kamera ganz runter auf **50 oder 100** – je nach Modell. So vermeiden Sie **Bildrauschen** und erhöhen die Bildqualität. Eine geringe ISO-Zahl bedeutet, dass die **Lichtempfindlichkeit des Sensors minimiert** wird, wodurch **längere Belichtungszeiten** nötig werden. Die **Belichtungszeit** wird nachher von der Kamera selber gewählt.
3. Die **Blende (F-Zahl)** sollte auf **9** gestellt werden, damit ausreichend **Tiefenschärfe** vorhanden ist. Die Fotos sollten **durchgehend scharf** sein. Je höher, desto mehr Tiefenschärfe. Jedoch erhöht sich auch die **Belichtungszeit** mit höherer Blendenzahl. 9 ist ein guter Kompromiss.
4. Achten Sie darauf, dass sich nun die **Belichtungszeit deutlich erhöht**. Greifen Sie zu einem stabilen **Stativ** und arbeiten Sie mit **Selbstausslöser**. Entweder per **Fernbedienung oder Zeitauslöser**.
5. **Belichtungskorrektur**: Bei dunklen Räumen können Sie im Menü der Kamera außerdem die **Belichtung erhöhen**. Häufig wird hier ein sogenanntes **Histogramm** angezeigt, auf dem Sie ablesen können, ob das Foto **über- oder unterbelichtet** ist. Das **Histogramm** sollte möglichst **weitläufig** von links nach rechts gleich verteilt sein.

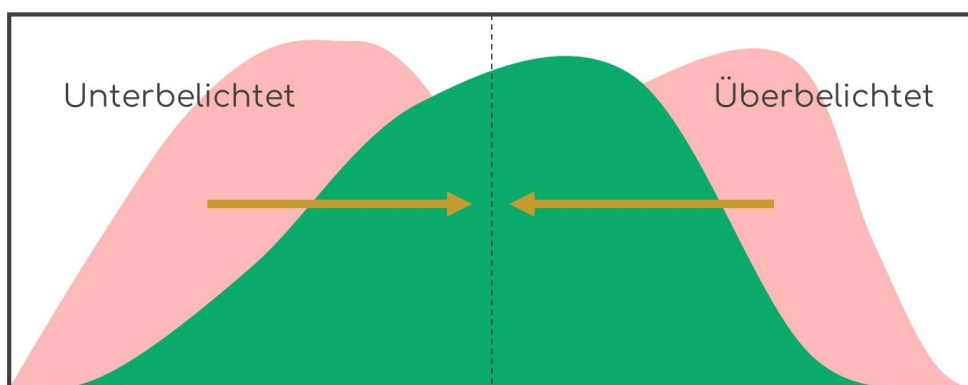


ABBILDUNG 12 HISTOGRAMM

Auto-Fokus oder manueller Fokus: Sie können Ihre Immobilie mit dem Autofokus oder im manuellen Fokus fotografieren. Grundsätzlich können Sie bei der Immobilienfotografie guten Gewissens mit dem Autofokus arbeiten, da das Motiv sich nicht bewegt.

HIGH DYNAMIC RANGE (HDR)

Wenn Sie bei Innenfotos eine **optimale Belichtung der Innenräume** und auch den **Blick aus dem Fenster** fotografieren wollen, müssen Sie **HDR-Fotos** erstellen. Hierbei handelt es sich um eine von der Kamera generierte **Bildfolge**. In den

meisten Fällen wird ein **unterbelichtetes**, ein **normal belichtetes** sowie ein **überbelichtetes Bild** erstellt. Aber auch Bildfolgen mit fünf oder mehr Aufnahmen sind machbar. Diese Aufnahmen werden im Nachhinein mit einem Bearbeitungsprogramm zu einem **optimal belichteten Foto** **zusammengefügt**. Innenräume werden schön hell, aber auch der Blick aus dem Fenster wird so optimiert und ist nicht milchig und überbelichtet. Viele moderne Kameras haben übrigens bereits eine **HDR-Funktion** eingebaut, was Ihnen das spätere Zusammenfügen der Bilder erspart. Auch moderne Smartphones bieten diese Möglichkeit.



ABBILDUNG 13 HDR: AUS MEHREREN FOTOS WIRD EINES

DATEIFORMAT

Wenn Sie die Fotos aufwendig nachbearbeiten wollen, sollten die Bilder im **RAW-Format** erstellt werden und nicht, wie meistens voreingestellt, im **JPEG-Format**. Bilder im RAW-Format können umfangreicher bearbeitet werden, weil sie **ohne Komprimierungsverlust** abgespeichert werden. Jedoch sind sie auch deutlich **größer** und benötigen **mehr Speicherplatz** und **Rechenleistung** in der Nachbearbeitung. Auch sind RAW-Fotos deutlich **dunkler in der Aufnahme** und müssen daher nachbearbeitet werden.

Wenn Ihr PC nur eine mittelmäßige Rechenleistung hat und Sie die Fotos nur geringfügig nachbearbeiten wollen, können Sie die Fotos im **JPEG-Format** schießen. Aufgrund der geringeren Datei-Größe, sind die Fotos nachher einfacher zu bearbeiten.

ARTEN VON IMMOBILIENFOTOS

WEITWINKEL - FOTOS

Weitwinkel-Fotos sind das **gängigste Format** bei der Immobilienfotografie. Sie werden meistens im Format 2:3 erstellt und für Exposés, Zeitungsanzeigen und Immobilienportale verwendet. Der Weitwinkel des Objektivs ermöglicht es, den Raum bestmöglich in seiner Gesamtheit zu erfassen, statt nur einzelne Raumecken oder Möbel.



ABBILDUNG 14 BEISPIEL WEITWINKELFOTO

Fotos vom unaufgeräumten Keller und der Garage: Es empfiehlt sich auch von möglicherweise unaufgeräumten Keller- oder Abstellräumen ein paar Fotos zu machen, selbst wenn sie nicht im Exposé oder Inserat gezeigt werden. Vielleicht fragen Immobiliensuchende während der Vermarktung danach. Dann können Sie problemlos welche liefern. Wenn Sie einen Keller oder eine Garage besitzen, sollten Sie am besten zumindest ein Foto davon auch im Inserat und Exposé aufnehmen. Menschen schauen hauptsächlich Bilder und erinnern sich auch besser an diese. Haben Sie keine Fotos von diesen Nebenräumen, verfügt in der Vorstellung der Kaufinteressierten Ihre Immobilie eventuell weder über Kellerräume noch über eine Garage.

DETAILFOTOS

Wenn Sie Armaturen, Böden, Holzbalken, Pflanzen oder andere liebevolle Details herausstechen lassen möchten, sollten Sie **Detailfotos** machen. Bei diesem Format wird mit dem **Bokeh-Effekt** gearbeitet, sodass der **Fokus auf einem einzelnen Gegenstand** liegt und der **Hintergrund unscharf** ist. Ein paar eingestreute Detailfotos im Inserat und Exposé lockern dieses auf und machen die Präsentation der Immobilie interessanter.



ABBILDUNG 15 BEISPIEL DETAILFOTO

LUFTAUFNAHMEN

Mit Bildern aus der Vogelperspektive bekommen Kaufinteressierte einen umfangreichen Eindruck Ihres **gesamten Grundstücks** sowie der **umliegenden Nachbarschaft**. Darüber hinaus können Sie so die Lage zu benachbarten Gewässern, Wäldern oder Parks darstellen. Außerdem sticht die Perspektive in den **Ergebnislisten der Immobilienportale** meistens deutlich heraus, wodurch **höhere Klickzahlen** erzielt werden. Üblicherweise werden Luftbilder mit Drohnen aufgenommen. Informieren Sie sich vorher unbedingt über die **örtliche Gesetzeslage für Drohnenflüge**. Diese unterscheiden sich je nach Region. Eine Alternative ist eine Aufnahme mit einem **Hochbildstativ**, das sich mithilfe eines Teleskopmasts auf 12 oder 14 Meter Höhe ausfahren lässt.



ABBILDUNG 16 BEISPIEL LUFTAUFNahme



ABBILDUNG 17 BEISPIEL LUFTAUFNahme

360-GRAD- UND PANORAMAFOTOS

Mit 360-Grad-Bildern kann ein virtueller 3D-Rundgang von der Immobilie erstellt werden, in dem sich Kaufinteressierte am Desktop oder Smartphone von Raum zu Raum klicken können. Als Maklerunternehmen nutzen wir die 360-Grad-Fotografie sehr häufig, da Kund*innen ein vollständigeres Bild von der Immobilie vermittelt werden kann, ohne diese direkt zu besichtigen. Das System hat sich auch während der Pandemie bewährt, um die Zahl der Besichtigungen vor Ort und die Anzahl der Kontakte zu reduzieren. Für 360-Grad-Aufnahmen wird eine 360-Grad-Kamera benötigt. Das weitverbreitetste Modell ist die Ricoh Theta.



ABBILDUNG 18 360-GRAD-FOTO: GRUNDLAGE FÜR EINEN VIRTUELLEN RUNDGANG

VIDEOS

Videos eignen sich hervorragend für virtuell authentische Besichtigungen. Filmen Sie, wie sie durch die Immobilie gehen und erzählen Sie dabei etwas über die Räume, in denen Sie sich gerade befinden. So können Sie Dinge hervorheben, ein Raumgefühl vermitteln und etwas über die Entstehung oder auch Planung der Immobilie erzählen.

DER FOTOTERMIN

SYSTEMATISCH FOTOGRAFIEREN

In Innenräumen sollten Sie versuchen, aus jeder Ecke des Raums zu fotografieren. Stellen Sie sich auch in den Türrahmen und fotografieren Sie in den Raum hinein. Je nach Größe sind 4 bis 5 Aufnahmen pro Zimmer nicht unüblich. Das folgende Schaubild hilft Ihnen die richtigen Perspektiven für jeden Raum zu finden:

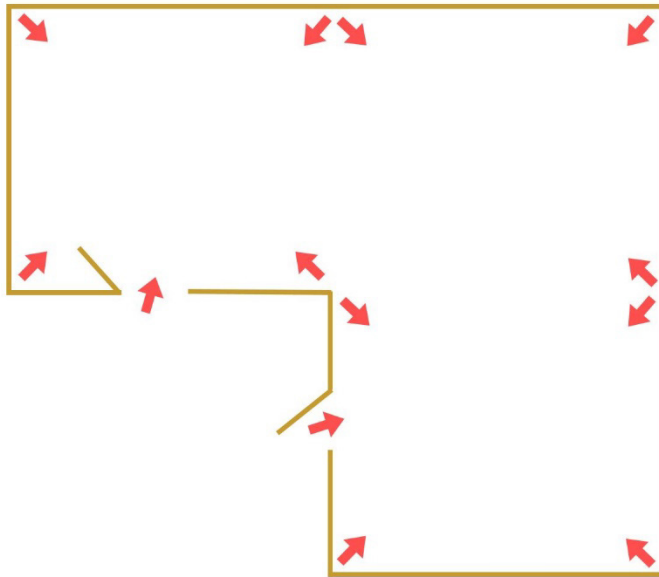


ABBILDUNG 19 MÖGLICHE FOTOSTANDPUNKT IM RAUM

Im **Außenbereich** sollten Sie das Haus aus **verschiedenen Perspektiven** ablichten und im **Nachhinein die schönsten Fotos** heraussuchen. Im Garten, in Garagen oder auf Balkonen gilt dasselbe Prinzip, wie in Innenräumen. Versuchen Sie auch hier aus jeder Ecke ein Foto zu schießen. Arbeiten Sie sich so **systematisch** durch die Immobilie.

Versuchen Sie sich nicht an einer Perspektive "festzubeißen". Probieren Sie einfach mehrere aus und machen Sie **lieber zu viele Aufnahmen als zu wenige**. Beim Bearbeiten können Sie die schönsten heraussuchen. Stellen Sie sich vor, Sie sind mit den Aufnahmen unzufrieden oder es fehlen zusätzliche Perspektiven – das Wetter soll aber in den Folgetagen regnerisch sein. Dann heißt es warten.

Bildbearbeitung macht heutzutage vieles möglich. Die **Perspektive** kann im Nachhinein allerdings nicht mehr verändert werden. Achten Sie also beim Fotografieren darauf. Auch sollten Sie von Vornherein **unliebsame Dinge** im Bild lieber **direkt zur Seite räumen** oder auf dem Foto aussparen, statt auf eine aufwendige Retusche im Nachhinein zu vertrauen.

Kameraeinstellung vor den Aufnahmen nochmal prüfen: Bevor Sie starten, achten Sie darauf, dass Ihre Kamera richtig eingestellt ist. Es könnte sein, dass Sie unwissend gegen Tasten oder Rädchen gekommen sind oder sie zwischen der Probe und dem eigentlichen Shooting anderweitig von Familienmitgliedern genutzt wurde. Mit welchen Einstellungen Sie optimalerweise fotografieren, haben wir Ihnen weiter oben im entsprechenden Unterkapitel erklärt.

STÜRZENDE LINIEN VERMEIDEN

Bei der Immobilienfotografie ist es wichtig, **gerade Fotos** zu machen und stürzende Linien zu vermeiden. Mit **stürzenden Linien** ist gemeint, dass der Raum oder das Haus auf der Aufnahme "kippt", weil die Kamera versehentlich nach vorne oder hinten geneigt wurde.



ABBILDUNG 20 VERANSCHAULICHUNG "STÜRZENDE LINIEN"

Besonders in Innenräumen sollten Sie ausschließlich mit Stativ und Wasserwaage oder eingeblendeten Rasterlinien fotografieren. Wenn Sie kein Profi sind, darf im **Außenbereich** die eine oder andere stürzende Linie passieren. Häufig hat man draußen **keine andere Wahl**, als die Kamera schräg zu halten, damit später das gesamte Haus zu sehen ist. Vermeiden ließe sich dies nur durch ein

teures Spezial-Objektiv – einem Tiltobjektiv. Wenn man sich besser auskennt, kann man auch in der Nachbearbeitung, mit der **Objektiv-Korrektur-Funktion**, das "kippende" Haus begradigen. Hierfür benötigen Sie jedoch ein professionelles Bildbearbeitungsprogramm wie z.B. Adobe Photoshop Lightroom.

Stehleiter benutzen: Nutzen Sie eine Stehleiter für Außenfotos Ihres Hauses. Somit muss die Kamera nicht so stark angewinkelt werden und das Haus präsentiert sich auf den späteren Fotos natürlicher und aufrechter.

FOTOGRAFIEHÖHE

Achten Sie beim Fotografieren im Innenbereich darauf, dass die Kamera **nicht zu tief und nicht zu hoch** positioniert ist. **Augenhöhe** ist in Innenräumen normalerweise **zu hoch** für Immobilienfotos. Als Faustformel gilt hier die ungefähre Höhe beziehungsweise knapp über der **Höhe von Küchen-Arbeitsplatten**: circa 100 bis 120 cm.



ABBILDUNG 21 DIE RICHTIGE FOTOGRAFIE-HÖHE

Fernauslöser und Stativ: Vermeiden Sie unscharfe Fotos. Aufgrund der verlängerten Belichtungszeit im Halbautomatik-Programm sollten Sie mit einem Fern- oder Zeitauslöser und Stativ arbeiten. Gleichzeitig fällt es Ihnen leichter, die richtige Fotografie-Höhe einzuhalten und gerade Fotos zu machen.

BILD- & NACHBEARBEITUNG

Für Einsteiger und auch Fortgeschrittene eignet sich das Bildbearbeitungsprogramm **Adobe Photoshop Lightroom**. Dieses ist übersichtlich gestaltet und einfach zu handhaben. Selbst erfahrene Fotograf*innen arbeiten damit. Wenn Sie Fotos nur begradigen und ein wenig aufhellen möchten, raten wir zum **kostenlosen Programm Photoscape**.

Probieren Sie sich aus und tasten Sie sich an die Bearbeitung und das Bildbearbeitungsprogramm heran. Hilfreich sind hierbei **Tutorial-Videos** zu ihrem jeweiligen Bildbearbeitungsprogramm. Hier gilt tatsächlich die Devise „**Learning by doing**“. Jedes Bild ist einzigartig und sollte dementsprechend individuell hinsichtlich **Helligkeit, Kontrast, Farben** etc. angepasst werden.

Beim Exportieren der Bilder können Sie die endgültige Qualität der Bild-Datei bestimmen und entscheiden, in welchem Format es exportiert werden soll. In der Regel eignen sich **JPEG-Dateien** ideal für die Onlineportale. Achten Sie darauf, dass die Bild-Datei am Ende nicht zu groß ist.

TIPPS FÜR SMARTPHONE-FOTOS

Auch mit zeitgemäßen Smartphones lassen sich sehr gute Immobilienfotos machen. Anbei ein paar Tipps:

- ▶ Ziehen Sie die Fotos mit einem Kabel vom Smartphone auf Ihren PC und schicken Sie diese nicht per WhatsApp oder E-Mail an Ihren Computer, um keine **Auflösungsverluste** zu haben.
- ▶ Am Smartphone können Fotos häufig nachbearbeitet werden: Helligkeit anpassen, Kontrast verbessern etc. ist dabei möglich. Nutzen Sie jedoch **keine künstlerischen Effekte oder Filter**, wie diese bei Instagram üblich sind.
- ▶ Machen Sie die Fotos **im Querformat**, nicht im Smartphone-üblichen Hochformat.
- ▶ Wenn Ihr Smartphone **mehrere Linsen** hat, können Sie **Weitwinkel-Aufnahmen** auch mit dem Handy machen.
- ▶ Schalten Sie den **Blitz aus**.
- ▶ Fotografieren Sie mit einem **Stativ**. Es gibt extra Klemm-Halterungen für Smartphones, die sich auf ein Stativ schrauben lassen.

- ▶ Stellen Sie gegebenenfalls das **Bildformat** um auf 2:3. Am Handy ist das übliche Bildformat 4:3.
- ▶ Auch fürs Smartphone gibt es spezielle **kostenpflichtige Foto-Apps** mit denen im Programm **Halbautomatik** fotografiert werden kann.
- ▶ Arbeiten Sie auch am Smartphone mit dem **Zeitauslöser**, zum Beispiel mit **2 Sekunden**.

KAPITEL 9: EXPOSÉ ERSTELLEN



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel9>

Wichtig zu wissen

- ✓ Ein Exposé besteht üblicherweise aus Deckblatt, Objekt-, Ausstattungs- und Lagebeschreibung, vielen Fotos, vollständigen Grundrissen, tabellarischen Angaben und Kontaktinformationen des Eigentümers.
- ✓ Das Exposé ist einer der **ersten Eindrücke**, den Interessierte von Ihrer Immobilie haben. Bereiten Sie dieses daher bestmöglich und ansprechend vor.
- ✓ Andere **Menschen**, die Kaufinteressierte bei ihrer Entscheidungsfindung einbeziehen, **beurteilen** Ihre Immobilie häufig **nur anhand des Exposés**.
- ✓ Der **Objekttitel** sollte möglichst die **Vorteile** Ihrer Immobilie hervorheben und keine Banalitäten enthalten.
- ✓ Das **Titel-Foto** sollte den **Charakter** Ihrer Immobilie in einem Bild zusammenfassen.
- ✓ Die **Ausstattungsbeschreibung** ist der erste Text, den Sie schreiben sollten.
- ✓ Die **Objektbeschreibung** leiten Sie am besten mit einem zusammenfassenden Absatz ein. Ein Fragenkatalog hilft Ihnen bei der Formulierung dieser Textrubrik.
- ✓ Die **Lagebeschreibung** sollten Sie ganz zum Schluss Ihrer Exposé-Erstellung verfassen, da diese eher selten gelesen wird: Häufig leben die Immobiliensuchenden in der Nähe und sind mit den Standortqualitäten vertraut.
- ✓ Lassen Sie Ihre **Grundrisse professionell überarbeiten** und aktualisieren. Hierfür gibt es spezielle Dienstleistungsfirmen.
- ✓ In einer **Tabelle** können Sie sämtliche Detailinformationen übersichtlich darstellen.
- ✓ Machen Sie nicht nur Angaben zu **Kontaktmöglichkeiten**, sondern auch zu Ihrer **Erreichbarkeit** und den **Möglichkeiten einer Terminvereinbarung**.

Inhalt dieses Kapitels

1. Aufbau des Exposés
2. Das Deckblatt
3. Der Objekttitle
4. Das Titelfoto
5. Die Ausstattungsbeschreibung
6. Die Objektbeschreibung
7. Die Lagebeschreibung
8. Die Fotos im Exposé
9. Die Grundrisse im Exposé
10. Tabellarische Angaben
11. Kontaktdaten & Terminvereinbarung

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir, wie Sie ein **Exposé richtig aufbauen**, wie Sie die **Texte ansprechend verfassen** und worauf Sie darüber hinaus achten sollten.

DER AUFBAU DES EXPOSÉS

Für den Verkauf Ihrer Immobilie sollten Sie ein **detailliertes Exposé** erstellen: also eine Verkaufsbroschüre für Ihr Haus oder Ihre Wohnung. Es ist einer der **ersten Berührungspunkte**, die Immobiliensuchende mit Ihrer Immobilie haben. Besonders **Interessierte mit konkreten Kaufabsichten** werden das von Ihnen erstellte Dokument eingehend studieren. Darüber hinaus können Sie davon ausgehen, dass **weitere Menschen**, die diese in ihrer Entscheidung beeinflussen, anhand des Exposés ein Urteil über Ihre Immobilie fällen.

Ein Exposé beinhaltet üblicherweise **drei Textkategorien: Objekt-, Ausstattungs- und Lagebeschreibung**. Hinzu kommen weitere Angaben wie Grundriss-Pläne, Fotos, tabellarische Angaben zur Immobilie und die Kontaktdaten des Eigentümers. Auch ein **Deckblatt** sollte nicht fehlen. Den perfekten Aufbau eines Exposés gibt es nicht. Wichtig ist, dass es eine gute, in sich schlüssige **Struktur** hat.

Unsere Empfehlung für die **Abfolge der Angaben**:

- ▶ Deckblatt
- ▶ Lagebeschreibung
- ▶ Objektbeschreibung
- ▶ Ausstattungsbeschreibung
- ▶ Weitere Seiten mit Fotos der Immobilie
- ▶ Grundrisse
- ▶ Zusätzliche tabellarische Daten der Immobilie
- ▶ Kontaktdaten des Anbieters und Informationen zur Besichtigung.

Natürlich können Sie ihr Exposé auch anders gliedern. Dies ist jedoch die Struktur, die auch von den meisten **Immobilienportalen** vorgegeben wird. Das erleichtert Ihnen die Übernahme der Inhalte in das spätere **Online-Inserat**.



TIPPS FÜR DIE EXPOSÉ-ERSTELLUNG

- ▶ Nehmen Sie sich Zeit für die Exposé-Erstellung.
- ▶ Es ist der **erste Eindruck**, den ein Interessent von Ihrer Immobilie hat.
- ▶ Bedenken Sie, dass das Exposé meistens der **einzige Eindruck von Freunden, Bekannten und Verwandten** der Interessierten ist, die diese in ihrer Kaufentscheidung beeinflussen können.
- ▶ Arbeiten Sie **Vorteile und Highlights** Ihrer Immobilie heraus.
- ▶ Vermeiden Sie es, **weniger wichtige Details** zu sehr anzupreisen.
- ▶ Stellen Sie wichtige **Pluspunkte** Ihres Objektes an den **Anfang** von Objekt- und Ausstattungsbeschreibung.
- ▶ Machen Sie sich bewusst, dass die **wenigsten Menschen ein Exposé komplett durchlesen**. In den meisten Fällen wird die Objekt- und Ausstattungsbeschreibung nur überflogen.
- ▶ Alle relevanten Informationen sollten **kurz und knapp** enthalten sein. Insbesondere eine **tabellarische Aufstellung** am Ende des Exposés ist hilfreich.
- ▶ **Mut zur Lücke**: Es muss sich nicht jede Kleinigkeit im Exposé-Text wiederfinden.
- ▶ **Verweisen Sie auf Fotos**: Hier und da ist es sinnvoll, einen Hinweis im Text zum Foto zu geben, statt lange darüber zu schreiben. Beispiel: „Hier befindet sich auch die Sauna (siehe Foto 5)“.
- ▶ **Seien Sie ehrlich** und erwähnen Sie auch notwendige Modernisierungen oder Reparaturen. Dies macht Sie und das Exposé **glaubwürdig und schafft Vertrauen**.

PROGRAMM UND DATEIFORMAT

Für die Erstellung des Exposés empfehlen wir Ihnen gängige Textverarbeitungsprogramme wie **Microsoft Word** oder die kostenlosen Open-Source-Varianten **Open Office** beziehungsweise **Libre Office**. Professionelle Grafiker*innen arbeiten mit **Adobe InDesign**. Wenn Sie mit diesem Programm jedoch nicht vertraut sind, sollten Sie auf die klassischen Textverarbeitungsprogramme zurückgreifen.

Abspeichern sollten Sie das Exposé nicht nur im Word-Format (.docx), sondern auch im **PDF-Format** (.pdf), sodass Sie dieses auch per **E-Mail** verschicken oder den Kaufinteressierten zum **Download** anbieten können. Das PDF-Format hat den Vorteil, dass die Formatierung auf allen Endgeräten erhalten bleibt und das

Dokument immer so dargestellt wird, wie Sie es erstellt haben. Bei Besichtigungen sollten Sie außerdem **ausgedruckte Exemplare** dabeihaben.

DAS DECKBLATT

Den ersten Eindruck des Exposés vermitteln Sie über das **Deckblatt**. Wählen Sie ein **Foto**, dass Ihre Immobilie auf Anhieb beschreibt und überlegen Sie sich einen prägnanten **Objekttitel**. Darüber hinaus sollten Sie versuchen, die folgenden Punkte auf der ersten Seite Ihres Exposés darzustellen:

- ▶ Objekttitel
- ▶ Ansprechendes Foto der Immobilie
- ▶ Adresse der Immobilie
- ▶ Grobe Eckdaten
- ▶ Angebotspreis
- ▶ Wichtigste Kontaktangaben

DER OBJEKTITEL

Der Objekttitel (Headline) ist die Überschrift, unter der die Immobilie vermarktet wird. Folgende **Eigenschaften** eignen sich gut, um im Objekttitel genannt zu werden:

- ▶ **Spezielle Lagen:** z.B. Sackgasse, Feldrand, Hafennähe, Alleinlage, versteckte Lage, in grüner Umgebung.
- ▶ **Besonderer Blick:** z.B. auf den See, über die Stadt, ins Grüne, über die Felder.
- ▶ **Nennenswerte Ausstattung:** neue Küche, modernes Bad, rustikales Eichenparkett, geräumige Doppelgarage, sonnige Südwest-Terrasse.
- ▶ **Zustand oder Alter:** z.B. renovierungsbedürftig, neuwertig, gepflegt.
- ▶ **Exakte Objektart** z.B. Altbau, Neubau, Schwedenhaus, Holzhaus, Maisonette-Wohnung, Bungalow, Villa, Penthaus, Erdgeschosswohnung.
- ▶ **Zielgruppe:** z.B. für zwei Personen, Single-Wohnung, für die Großfamilie, für mehrere Generationen, für die junge Familie.
- ▶ **Grundstück oder Garten:** z.B. mit riesigem Grundstück, mit nichteinsehbarem Garten, mit Anbau-Reserve.
- ▶ **Grundriss:** z.B. mit pfiffigem Grundriss, mit flexiblem Schnitt, mit offenem Wohnkonzept.
- ▶ **Stil, Architektur, Charakter, Wohngefühl, Ambiente:** z.B. im Bauhausstil, mit gemütlichem Ambiente, mit historischem Charakter.

Für uns als Maklerunternehmen hat sich die Vorgehensweise bewährt den Objekttitel in zwei Teile zu unterteilen: Eine **Top-Headline**, entweder kreativ formuliert oder den stärksten Vorteil betonend, und eine **Sub-Headline**, die weitere wichtige beschreibende Argumente liefert:

Top-Headline	-	Sub-Headline
Feldrandlage	-	Geräumiges Zweifamilienhaus mit Blick über die Felder
Die höchste Dachterrasse von Musterstadt	-	Modernes Wohnen im Bauhaus-Stil
Original Bauernhaus von 1860	-	Historisches Fachwerkhaus mit eigenem Badesteg in der Mitte Musterdorfs

ABBILDUNG 22 AUFTEILUNG DES OBJEKTTITELS IN TOP-HEADLINE & SUB-HEADLINE

Vermeiden Sie simple Objektfakten im Titel: Das Wiederholen simpler Objektfakten im Titel sollten Sie vermeiden. Hierzu zählen Angaben wie Immobilienart (Haus/Wohnung), Zimmerzahl, Grundstücksgröße oder die Wohnfläche. Insbesondere im Online-Inserat werden diese, ebenso wie die Lage, unter dem Titel in der Ergebnisliste angezeigt. Ein Beispiel für einen schlechten Objekttitel wäre also: 5-Zimmer-Haus mit 120 m² Wohnfläche und 800 m² Garten in Musterstadt.

BEISPIELE FÜR GELUNGENE OBJEKTTITEL

- ▶ **Pippi-Langstrumpf-Haus:** Modernisiertes Holzhaus mit großem Garten und Feldrandlage in Musterdorf.
- ▶ **Amerikanisches Wohnen:** Weißer Bungalow mit 100m²-Terrasse und beheiztem Swimmingpool.
- ▶ **Versteckte Lage:** Renovierungsbedürftiges Altbau-Haus für Individualisten mitten in Musterstadt.
- ▶ **Die höchste Dachterrasse von Musterstadt:** Modernes Wohnen im Bauhausstil.
- ▶ **Feldrandlage:** Geräumiges Zweifamilienhaus mit Blick über die Felder.
- ▶ **Auf der Suche nach dem Prinzen:** Renovierungsbedürftiges Fachwerkhaus mit separatem Baugrundstück.
- ▶ **Blick bis zum See:** Renovierte Maisonette-Wohnung mit Südwest-Balkon und Aufzug.
- ▶ **Seeblick für zwei Personen:** Hochwertiger Bungalow mit Wintergarten in außergewöhnlicher Lage am See.
- ▶ **Original Bauernhaus von 1860:** Historisches Fachwerkhaus mit eigenem Badesteg in der Mitte Musterdorfs.
- ▶ **Big City Lifestyle:** Schicke und zentrale Erdgeschosswohnung mit Süd-Balkon in Muster-Stadtteil.

- ▶ **Diamant in der Schleife:** Auf schnellem Wege in die Innenstadt Musterdorfs.

Unterschied zwischen Exposé- und Inserattitel: Im Objekttitle des Exposés ist es sinnvoll, die genaue Lage der Immobilie zu nennen (z. B. "in Musterdorf" oder "im beliebten Stadtteil XYZ"). Im Objekttitle der Onlineanzeige sollten Sie hingegen darauf verzichten, da Sie nur begrenzt Zeichen zur Verfügung haben und die Portale den Stadtteil oder den Ort sowieso in der Ergebnisliste unter dem Objekttitle anzeigen. Jedoch sollten die Titel im Exposé und im Inserat zumindest ähnlich sein, damit ein gewisser Wiedererkennungseffekt bei den Immobiliensuchenden eintritt, wenn sie das Dokument das erste Mal öffnen. Gleiches gilt für das Titelfoto.

WEITERE TIPPS FÜR DEN OBJEKTTITLE

- ▶ **Emotionalisieren Sie Merkmale:** anstatt Küche, besser: Landhausküche, Bad: italienisches Designerbad etc.
- ▶ **Vermeiden Sie simple Objektfakten:** z.B. Immobilienart (Wohnung/Haus), Zimmeranzahl, Grundstücksgröße oder Wohnfläche.
- ▶ **Ortsangabe in der Headline** (z.B. "in Musterstadt"): Im Exposé-Titel ist das sinnvoll, im Online-Inserat unnötig (Zeichenbegrenzung).
- ▶ **Vermeiden Sie Abkürzungen im Titel:** Die einzige sinnvolle Ausnahme ist vermutlich das Wort „renovierungsbedürftig“ mit „renovierungsbed.“ abzukürzen, da dieses wirklich viele Zeichen braucht. Ansonsten vermeiden Sie Abkürzungen wie ETW, EFH, ELW oder Angaben wie 5-Zi.-Whg. (=simpler Objektfakt).
- ▶ **Setzen Sie Ausrufezeichen nur sehr gezielt ein.** Dies lässt Ihre Anzeige seriöser wirken.
- ▶ **Nutzen Sie das "&"-Zeichen, statt das Wort "und":** Dies spart Zeichen und ist allgemein geläufig in Überschriften.
- ▶ **ÜBERSCHRIFTEN SOLLTEN NICHT IN KAPITALSCHREIBWEISE GESCHRIEBEN WERDEN:** Das menschliche Gehirn kann diese schlechter lesen als die gängige Schreibweise.
- ▶ **Nutzen Sie bildliche Adjektive:** Überprüfen Sie, ob Sie Ihren Objekttitle mit treffenden, beschreibenden Adjektiven aufwerten können.

DAS TITELFOTO

Das Titelfoto ist das **erste Foto**, das Immobiliensuchende von Ihrem angebotenen Haus oder Ihrer Wohnung sehen. Im Optimalfall verwenden Sie für das **Online-Inserat dasselbe Foto** wie auf dem Deckblatt des Exposés, damit Sie einen **Wiedererkennungseffekt** hervorrufen.

Als Titelfoto bieten sich **Außen-** aber auch **Innenfotos** an. Dies kommt ganz darauf an, welche **Stärken und Vorteile** Ihre Immobilie hat. Verkaufen Sie ein Haus, das sich von außen ästhetisch präsentiert, verwenden Sie ein Außenfoto. Verkaufen Sie eine Wohnung sollten Sie eher Innenfotos nutzen.

Innenfoto statt Außenfoto bei Wohnungen: Häufig sehen wir, dass insbesondere Wohnungen mit einem Titelfoto der Fassade der Wohnungseigentumsanlage aus den 1960er, 1970ern oder 1980er Jahren vermarktet werden. Nutzen Sie in einem solchen Fall lieber ein Innenfoto.



Versuchen Sie mit dem Titelfoto das **Wohn- und Lebensgefühl** Ihrer Immobilie wiederzugeben.

- ▶ Hat Ihre Immobilie einen besonders schön angelegten **Garten**, bietet sich vielleicht ein Foto mit Perspektive auf das Haus vom Garten an.
- ▶ Liegt sie nahe Lage zum **See oder Meer**, bietet sich ein Luftbild mit dem Wasser im Hintergrund an.
- ▶ Ist Ihre Immobilie besonders **stilvoll eingerichtet** und ausgestattet und wollen Sie das Lebensgefühl widerspiegeln, verwenden Sie ein Innenfoto – zum Beispiel vom Wohnzimmer.
- ▶ Präsentiert sich Ihre Immobilie von der **Straßenansicht** sehr repräsentativ, nutzen Sie ein Außenfoto.

Die Auswahl des richtigen ersten Fotos ist manchmal schwerer als man denkt. Die Frage ist, welche Objekteigenschaften für die Immobiliensuchenden beson-

ders wichtig sind. Ist es die Nähe zum Wasser oder das Lebensgefühl in der Immobilie? Das Image in einem Haus mit ansprechender Jugendstil-Fassade zu wohnen oder einen besonders schönen Blick vom Balkon zu haben? Unsere Empfehlung ist, dass Sie **mehrere Titelfotos auswählen** und diese unbeteiligten Personen vorlegen und um eine ehrliche Meinung bitten. Sie können auch unterschiedliche Titelfotos für die einzelnen Portale ausprobieren und schauen, welche besser funktionieren.

Luftbildaufnahmen: Luftaufnahmen eignen sich besonders gut für Häuser mit einem besonderen Garten, einer großen Grundstücksfläche oder einer exponierten Lage beziehungsweise mit einem außergewöhnlichen Blick (Feldrandlage, Nähe zum Wasser etc.). Darüber hinaus stechen Luftbildaufnahmen aus der Ergebnisliste der Portale hervor, aufgrund der ungewohnten Perspektive, sodass die Klickzahlen höher sind als bei konventionelleren Aufnahmen. Jedoch sollte man Luftbildaufnahmen nur einsetzen, wenn diese aufgrund der Vorteile der Immobilie Sinn machen und nicht einfach nur der Technik wegen.

DIE AUSSTATTUNGSBESCHREIBUNG

Die Ausstattungsbeschreibung ist der **erste Text, den Sie für das Exposé erstellen sollten**. Er ist in Portalen von Immowelt und Immonet der oberste angezeigte Text zur Immobilie – vor der Objektbeschreibung. Im Portal ImmoScout24 wird hingegen zuerst die Objektbeschreibung angezeigt.

Es macht Sinn, mit der Ausstattungsbeschreibung zu starten, wenn Sie Ihr Exposé neu erstellen. Für die Ausstattungsbeschreibung empfehlen wir Ihnen eine **Auflistung in Stichpunkten**. Sie sollte thematisch logisch und leicht lesbar sein. Die perfekte Vorbereitung für die Ausstattungsbeschreibung, und auch den Rest des Exposés, ist eine umfängliche **Checkliste**, die Sie am besten vorher einmal durchgehen oder anlegen.



TIPPS FÜR DIE AUSSTATTUNGSBESCHREIBUNG

Beginnen Sie mit einem **Brainstorming** und erstellen Sie eine umfängliche **Stichpunktliste** zu Ihrer Immobilie. Nehmen Sie erstmal alles auf, was Ihnen in den Sinn kommt. Folgende Kriterien helfen Ihnen dabei:

- ▶ **Kennzahlen:** z.B. Grundstücksgröße Wohnfläche, Zimmerzahl etc.
- ▶ **Lage-Charakteristika:** z.B. Feldrandlage, Sackgasse, Spielstraße, Eckgrundstück, Südwest-Ausrichtung, besondere Aussicht.
- ▶ **Infrastruktur:** nächste Supermärkte, Ärzte, Schulen, Kitas, Bushaltestellen, Autobahnauffahrten, Bahnhof, S-Bahn, Entfernungen.
- ▶ **Aufteilung und Grundriss:** Für wen ist die Immobilie geeignet (z.B. junge Familie mit 1 bis 2 Kindern, Paare, Wohnen auf einer Ebene etc.)? Gibt es zusätzliche Nutzflächen, die zur Verfügung stehen? Keller, Garage, Gartenhaus, Abstellraum?
- ▶ **Gartenmerkmale:** z.B. eingewachsener/nichteinsehbarer Garten, Kräutergarten, Gemüsebeete, Gartenhaus etc.
- ▶ **Gebäudemerkmale:** z.B. Stil des Hauses: Landhaus, Stadtvilla, Holzständer-Haus, Hanglage etc.
- ▶ **Technische Merkmale:** z.B. super Energiekennwert, Gas-Brennwert-Heizung von 2018 mit Solarunterstützung, Kunststofffenster von 2015, Sprossenfenster, etc.
- ▶ **Ausstattungsmerkmale:** z.B. Eichen-Parkett der Marke XYZ, offene moderne Küche der Marke ABC mit Vollholz-Arbeitsplatte, vom Tischler aufgearbeitete Holzterasse, offener Kaminofen, Südwest-Terrasse mit elektrischer Markise, etc.
- ▶ **Modernisierungen:** z.B. neues Dach aus dem Jahr 2010, neue Heizung aus 2012, neue dreifach verglaste Kunststofffenster aus 2009, neues Vollbad etc.
- ▶ **Raumbeschreibungen:** z.B. zeitloses Bad, moderne Küche im Landhausstil.
- ▶ **Notwendige Erneuerungen:** Einbauküche sollte erneuert werden, Terrassen-Belag sollte ersetzt werden etc.

Sortieren Sie die Stichpunkte thematisch und anschließend nach Priorität:

- ▶ **Thematische Sortierung:** Welche Punkte gehören thematisch zusammen? Z.B. energetische Merkmale wie Fenster, Heizung, Fassade, z.B. alles zum Garten und den Außenbereichen, z.B. alles zum Erdgeschoss, z.B. alles zur Lage etc.
- ▶ **Themenblöcke nach Priorität sortieren:** Welche Punkte sind am Wichtigsten für Kaufinteressierte und bilden den größten Vorteil für die Immobilie? Wichtige Themenblöcke und Stichpunkte sollten Sie nach oben schieben in Ihrer Auflistung und als Erstes benennen.

Angaben aus Verwalterunterlagen: Schauen Sie bei Eigentumswohnungen auch in die Protokolle der Eigentümerversammlungen. Welche Sanierungen und Sonderumlagen stehen an? Wie hoch sind die Instandhaltungsrücklagen? Wie ist die Höhe des Hausgeldes?

BEISPIEL EINER AUSSTATTUNGSBESCHREIBUNG

Lage

- ▶ Feldrand-Lage mit Weitblick aus dem Dachgeschoss.
- ▶ Bushaltestelle direkt um die Ecke.
- ▶ 15 Autominuten vom Stadtzentrum entfernt.
- ▶ Grund- und Gemeinschaftsschule sowie Kitas in Fahrrad- und Bus-Reichweite.

Erdgeschoss

- ▶ Circa 115 m² verteilt auf 3 Zimmer, zzgl. Küche, Gäste-WC, Hauswirtschaftsraum und Vollbad
- ▶ Offener Wohnbereich.
- ▶ Knisternder dänischer Kamin im Wohnzimmer; professionell verlegter und gut gepflegter Laminatboden im gesamten Erdgeschoss.
- ▶ Beheizter Wintergarten mit Deckenspots und Blick in den Garten.
- ▶ Vom Tischler aufgearbeitete Holzterasse mit historischen Verzierungen.
- ▶ Moderne Hochglanz-Küche mit Kochinsel.
- ▶ Einbaugeräte der Marke Siemens (Geschirrspüler, Induktionsherd, Backofen, Dampfgarer, Kühlschrank und eingebaute Kaffeemaschine mit Wärme-Schublade).
- ▶ Neuwertiges Vollbad mit bodentiefer Dusche und sprudelnder Badewanne.
- ▶ Entspannungssauna der Marke ABC.
- ▶ Zeitloses Gäste-WC mit separater Dusche.
- ▶ Hauswirtschaftsraum mit Waschmaschinenanschluss.

Dachgeschoss

- ▶ Circa 85 m² verteilt auf 3 Zimmer, zzgl. Duschbad und Ankleidezimmer.
- ▶ Zahlreiche Gauben für mehr Stehhöhe.
- ▶ Hohe, offene Decken bis unters Dach.
- ▶ Modernes weißes Duschbad mit bodentiefer Dusche und Glastrennwand.

Garten und Außenanlagen

- ▶ Südwest-Terrasse mit Kunststoff-Holz-Planken und elektrischer Markise.
- ▶ Idyllisch angelegter Garten mit diversen Wegen aus Granit.
- ▶ Tragende Obstbäume im hinteren Teil des Gartens.
- ▶ Gartenhaus mit Licht und Stromanschluss.
- ▶ Carport mit Platz für zwei Pkw.
- ▶ Gepflasterte Auffahrt (neu gemacht in 2010).

Energetische Fakten

- ▶ Top-Energieverbrauchskennwert (95,3 kWh).
- ▶ Neues isoliertes Dach mit Hochglanz-Pfannen aus 2010.
- ▶ Dreifach verglaste, dunkelgraue Kunststofffenster aus 2010.
- ▶ 20 cm dicke Wärmedämmfassade.
- ▶ Einbruchsichere Haustür der Marke ABC.
- ▶ Gas-Brennwertheizung mit Solarunterstützung aus 2010.
- ▶ Fußbodenheizung im Erdgeschoss, Heizkörper im Dachgeschoss.
- ▶ Teilweise erneuerte Elektrik (FI-Schalter vorhanden).

Keller

- ▶ Trockener und sanierter Teilkeller von 1923.
- ▶ 4 großzügig dimensionierte Kellerräume inklusive Heizungskeller.
- ▶ Separater Kellerniedergang vom Garten.
- ▶ Sanierung und Trockenlegung der Kellerwände in 2010.
- ▶ Werkbank im Hobbyraum (wird mitverkauft).

DIE OBJEKTBSCHREIBUNG

Die Objektbeschreibung sollte nicht in Stichworten, sondern als **Fließtext** verfasst sein. Sie ist mit der Ausstattungsbeschreibung der wichtigste Text des Exposés. Beim Portal **ImmoScout24** wird die Objektbeschreibung vor dem Ausstattungstext und der Lagebeschreibung angezeigt. Wichtige **Vorteile und Highlights** Ihrer Immobilie sollten Sie in diesem Text gleich **zu Anfang** erwähnen. Ein besonderer Vorteil kann eine herausragend schöne Lage sein – zum Beispiel Feldrand oder Sackgasse. Auch wenn es noch einen separaten Lagetext gibt, sollten Sie sich hier nicht von der vorgegebenen Struktur einschränken lassen. **Vorteile des Standorts** sollten Sie bereits in der **Objektbeschreibung** erwähnen.

AUFBAU DER OBJEKTDESCHEIBUNG

Der Objekttext ist der am schwierigsten zu formulierende Exposé-Teil. Hier sollten Sie insbesondere den **Charakter** und die wichtigsten Vorteile der Immobilie beschreiben. Die bereits fertige Ausstattungsbeschreibung in Stichpunktform hilft Ihnen die richtigen Worte zu finden und **Prioritäten** zu setzen.

Suchen Sie sich die 2 bis 4 größten Vorzüge raus, welche die Immobilie wirklich besonders machen, zum Beispiel:

1. die energetische Modernisierung,
2. die perfekte Aufteilung für zwei Personen und
3. die Feldrandlage

oder

1. das große Grundstück mit eingewachsenem Garten,
2. das Platzangebot (Zimmeranzahl und Vollkeller),
3. die gut angebundene stadtnahe Lage.

Um eine mögliche **Schreibhürde** zu überwinden, ist es geschickt, die Objektbeschreibung mit einem **zusammenfassenden Absatz** einzuleiten, der folgende Punkte nennt:

- ▶ besondere Lage,
- ▶ Stil des Hauses/der Wohnung,
- ▶ genauere Objektart,
- ▶ und nähere Informationen zu Grundstück oder Ausstattung.

Beispiel:

„Das liebevoll gepflegte Zweifamilienhaus im Stil der 1980er Jahre steht in einer ruhigen Sackgasse des beliebten Stadtteils XYZ. Das 900m² große und leicht zu pflegende Grundstück bietet eine geräumige Doppelgarage, ein verwunschenes Gartenhaus und diverse sonnige Sitzgelegenheiten. Der Garten ist im hinteren Bereich nicht einsehbar.

Der großzügige Eingangsbereich ist ebenerdig zu erreichen. Der helle Flur...“

Im Anschluss an den Einleitungsabsatz folgt die eigentliche Beschreibung der Immobilie.

Dopplungen zur Ausstattungsbeschreibung: Es macht nichts, wenn es Dopplungen zur Ausstattungsbeschreibung gibt. Stellen Sie sich vor, die Ausstattungsbeschreibung ist die komplette "Waagschale", mit allen Argumenten für Ihre Immobilie. Die Objektbeschreibung ist die daraus kondensierte „Charakterbeschreibung“.

INSPIRATION FÜR DIE OBJEKTBE SCHREIBUNG

Anbei ein paar Anregungen, die Ihnen helfen, die richtigen Worte zu finden und die entscheidenden Dinge in Ihrem Text anzusprechen:

- ▶ Für welche **Zielgruppe** eignet sich die Immobilie besonders? Für kleine oder großen Familien, für Paare, für Singles, für Zweitwohnungssuchende etc.
- ▶ Wie lässt sich die **Architektur** und der Stil der Immobilie beschreiben?
- ▶ Aus welchem **Baujahr** ist die Immobilie? Wurde diese laufend modernisiert oder ist sie originalgetreu?
- ▶ Handelt es sich um einen typischen **Baustil** für den Ort oder die Region?
- ▶ Steht das Haus unter **Denkmalschutz** oder gibt es eine auffällige Fassade?
- ▶ Wurden besondere **Materialien** beim Bau verwendet?
- ▶ Wie viele **Geschosse** hat die Immobilie? Gibt es ein ausgebautes Dachgeschoss, einen Voll- oder Teilkeller?
- ▶ Wurde das Haus **massiv gebaut** oder handelt es sich um ein Holz- oder Fertighaus?
- ▶ Wie gelangt man in die **Immobilie**? Gibt es einen Flur, einen Treppenaufgang oder -abgang, ein Gäste-WC? Ist der Zutritt barrierefrei, stufenlos oder gibt es ein Eingangspodest?
- ▶ Wie viele und welche **Räume** gibt es? Wie werden diese derzeit genutzt und wie könnten sie alternativ genutzt werden? Wie lässt sich das Grundriss-Konzept beschreiben? Ist der Grundriss flexibel?
- ▶ Was zeichnet die **Wohnräume** aus? Welche Ausstattungsmerkmale sind nennenswert?
- ▶ Wie sind **Böden und Wände** ausgestattet und in welchem Zustand sind sie?
- ▶ Was gibt es zur **Küche** zu sagen? Aus welchem Jahr ist diese, welche Geräte sind enthalten, welche besonderen Funktionen sind nennenswert? Gibt es eine Kochinsel, einen Vorratsraum und genügend Platz für eine Sitzgelegenheit?
- ▶ Wie viele **Bäder** und separate WCs gibt es und in welchem Zustand sind sie? Handelt es sich um ein Tageslicht-Bad mit Fenster oder Belüftung, ein Vollbad mit Wanne oder nur um ein Duschbad? Liegen Waschmaschinen- und Trockneranschluss im Bad oder im Hauswirtschaftsraum? Gibt es einen Handtuchtrockner oder eine Fußbodenheizung?

- ▶ Welche größeren **Modernisierungen** wurden in den letzten 10 bis 20 Jahren vorgenommen?
- ▶ Um welche **Fenster** handelt es sich, wie sind diese isoliert und wie sind die Lichtverhältnisse in der Immobilie? Gibt es Jalousien oder Rollläden?
- ▶ Hat die Immobilie eine besondere **Aussicht**?
- ▶ Gibt es **Balkone oder Terrassen** und in welche Himmelsrichtung sind diese ausgerichtet? Aus welchen Materialien besteht ihr Belag: Natur- oder Betonstein, Holzplanken? Gibt es eine Markise, Beleuchtung, Sicht- oder Windschutz, Strom- und Wasseranschluss oder ein Außenkamin?
- ▶ Wie ist der **Garten** angelegt? Ist dieser einfach zu pflegen oder aufwendig angelegt? Welche Sträucher, Bäume und Pflanzen wachsen dort? Gibt es einen gemauerten Grill?
- ▶ Hat die Immobilie einen **Hauswirtschaftsraum oder Keller**? Wie viele Abstellräume gibt es? Welche Anschlüsse sind dort vorhanden? Gibt es einen außen liegenden Treppenabgang? Wo lassen sich Fahrräder, Outdoor-Kinderspielsachen und Weihnachtsdeko verstauen?
- ▶ Wurden besondere **Technologien** verbaut? Photovoltaik-Anlage, Solar-Warmwasserunterstützung, Smart-Home-Verkabelung, Videoüberwachung, Entkalkungsanlage?



WEITERE TIPPS FÜR DIE OBJEKTBESCHREIBUNG

- ▶ Verwenden Sie viele bildlich beschreibende **Adjektive** und vermeiden Sie abgedroschene Wörter wie "schön" oder "toll". Besser: die knarrende Holztreppe, der knisternde Ofen, der gesellige Küchentresen.
- ▶ **In der Kürze liegt die Würze:** Wenn es sich um eine kleine Immobilie handelt, dann ist es völlig in Ordnung, wenn die Objektbeschreibung nur zwei oder drei Absätze lang ist.
- ▶ Setzen Sie richtig **Absätze:** Erst mehrere Sätze, die thematisch zusammengehören, bilden einen Absatz. Trennen Sie diese am besten mit einer Leerzeile für eine bessere Lesbarkeit im Exposé und Inserat. Dies erhöht die Lesebereitschaft, da der Text auf den ersten Blick strukturiert wirkt.
- ▶ Vermeiden Sie **Übertreibungen** und machen Sie Kleinigkeiten nicht bedeutender als sie sind.
- ▶ **Direktansprachen** („Hier können Sie...“) sind eine Frage des Geschmacks. Gezielt, und nicht zu oft eingesetzt, nimmt die Direktansprache Leser*innen an die Hand. Zu häufig verwendet, kann es auf manche bevormundend wirken.

- **Imaginäre Führung durch die Immobilie:** Die Objektbeschreibung kann Elemente einer gedachten Führung enthalten, sollte aber nicht ausschließlich daraus bestehen (z.B. zur Rechten finden Sie..., zur Linken gelangen Sie..., im Obergeschoss erwartet Sie...). Eine gedankliche Führung durch die Immobilie hilft manchmal beim Schreiben der Objektbeschreibung, um den richtigen "Flow" zu finden.

BEISPIEL EINER OBJEKTDESCRIPTION

Das elegante Reihemittelhaus im Stil der 1990er Jahre steht in verkehrsberuhigter Lage von Musterstadt. Auf dem 550 m² großen Eigenland-Grundstück befinden sich neben dem Haus eine überdachte Sonnenterrasse (nach Südwesten ausgerichtet), ein Carport der Marke ABC und ein geräumiges Gartenhaus mit Werkbank. Das Haus mit der zeitlosen Klinkerfassade wurde 1997 in massiver Bauweise errichtet. Auf den ersten Blick fällt der malerische Vorgarten ins Auge. Die Immobilie befindet sich in einem gepflegten Zustand. In den letzten Jahren wurden die Badezimmer, die Parkettböden und die Küche modernisiert.

Der liebevoll gestaltete Garten bietet Kindern ausreichend Platz zum Toben. Die mit einer Markise beschattete Terrasse ist nach Südwesten ausgerichtet. Hier lässt sich die Sonne bis in die Abendstunden genießen.

Die Immobilie hat eine Größe von circa 120 m² Wohnfläche, die sich auf 5 Zimmer verteilt. Darüber hinaus stehen Ihnen circa 60 m² Abstell- und Nutzfläche zur Verfügung. In der Nutzfläche ist ein praktischer Vollkeller enthalten. Aufgrund des Grundrisses eignet sich das Haus hervorragend für junge Familien.

Innen präsentiert sich das Objekt in einem jung gebliebenen Charme. Besonders hervorzuheben ist das offene Wohnkonzept. Beim Betreten des Hauses gelangt man zunächst in einen kleinen Flur, von dem das Gäste-WC, die beeindruckende Küche und das offene Wohnzimmer abgehen. Über eine solide Wangentreppe gelangt man in das Dachgeschoss, in dem sich das geräumige Schlafzimmer, die zwei gleich großen Kinderzimmer und das erneuerte Vollbad befinden.

Hobbyköche aufgepasst: Die 5 Jahre alte Designer-Küche ist luxuriös ausgestattet und befindet sich in einem wenig genutzten Zustand. Vorhanden sind: Backofen mit Reinigungsfunktion, ein Dampfgarer, ein aktueller Induktionsherd mit Bora-Dampfabszug, ein versteckter Geschirrspüler, ein Side-by-Side-Kühlschrank im amerikanischen Stil und ein fest verbauter Kaffee-Vollautomat der Marke Siemens inklusive Wärmeschublade.

Wellness zuhause: Insgesamt gibt es im Haus ein Vollbad, ein Duschbad und ein separates Gäste-WC. Die Bäder sind circa 5 Jahre alt und befinden sich in sehr gutem Zustand. Zur Ausstattung gehören großflächige hellgraue Fliesen, neuwertige Grohe-Armaturen und Ambiente-Beleuchtung.

Noch ein paar Detailinformationen: Die Wände sind größtenteils glatt verputzt und weiß gestrichen. Bei den Böden in den Wohnräumen handelt es sich um

Parkett. Die Elektrik ist überwiegend 3-adrig und auf aktuellem Stand. Ein FI-Schalter ist vorhanden. Eine Gasheizung von 2004 versorgt das Haus über eine Fußbodenheizung mit Wärme. Der Energiebedarf beziehungsweise -verbrauch lässt sich dem Energieausweis entnehmen.

Die Immobilie ist nicht vermietet und wird frei übergeben. Übergeben werden kann das Haus frühestens zum 01.01.20XX.

DIE LAGEBESCHREIBUNG

Die Lagebeschreibung sollten Sie **zum Schluss** formulieren. Sie mag im gedruckten oder digitalen PDF-Exposé thematisch sinnvoll der **erste Text** sein, jedoch wird diese in den Portalen immer erst **ganz zum Schluss** des Inserats angezeigt. Sie können also davon ausgehen, dass dieser Textteil **eher selten gelesen wird**. Der Grund: Viele Menschen auf Immobiliensuche wohnen bereits in der Nähe und kennen sich gut aus. Für sie ist eine Lagebeschreibung überflüssig. Deshalb sollten Sie Ihre anfängliche **Motivation und Energie** lieber in die **Ausstattungs- und Objektbeschreibung** investieren. Entscheidende Standortvorteile sollten Sie zudem in diesen beiden Textfeldern zur Sprache bringen.

Auch bei der Lagebeschreibung gilt: **das Wichtigste zuerst**. Die Mikrolage ist der wichtigste Punkt. Wie ist das Haus gelegen? Danach sollten Sie auf die **Makrolage**, den Ort, die **Infrastruktur** und die **Versorgung** mit Ärzten, Schulen, Kitas etc. eingehen.

Typische Standortkriterien, die Sie benennen sollten:

- ▶ **Kinderfreundlichkeit:** Spielplatz, Kita, Schule, Kindergarten, Bushaltestelle etc.
- ▶ **Freizeitwert:** Badestelle, Spazierwege, Fahrradwege, Sportmöglichkeiten, etc.
- ▶ **Nahversorgung:** Supermärkte, Wochenmärkte, Drogerie, Gartencenter etc.
- ▶ **Ärztliche Versorgung** und Apotheken
- ▶ **Infrastruktur und Entfernungen:** Bahnhof, Autobahnauffahrt, Stadtzentrum, Bushaltestelle etc.
- ▶ **Aussicht**
- ▶ **Wohngefühl im Ort beziehungsweise Stadtteil.**

Lagekarte einbinden: Markieren Sie den Standort Ihrer Immobilie auf einer Karte. Am besten können Sie dafür die auf Open Source basierende Karte OpenStreetMap nutzen. Mit dem bei Windows vorinstallierten „Snipping Tool“ machen Sie von dem richtigen Ausschnitt der Lage einen Screenshot. Vergessen Sie nicht die Quelle der Karte anzugeben: „Open Database License (ODbL)“. Screenshots von Google-Karten sind für Druckprodukte lizenzrechtlich verboten.

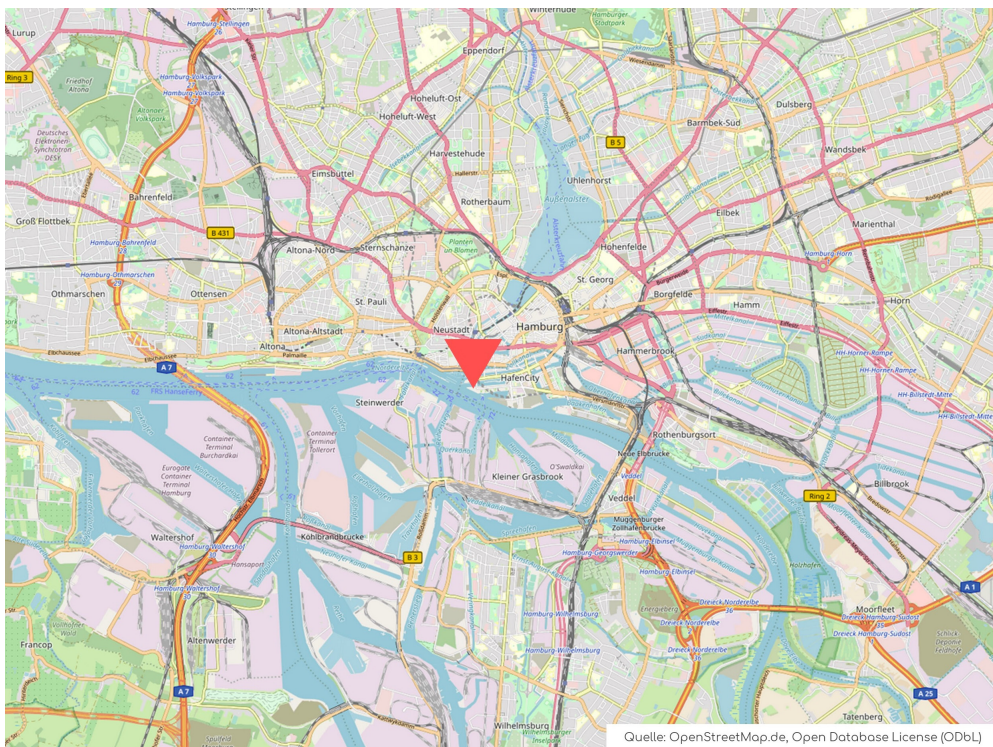


ABBILDUNG 23 OPENSTREETMAP-KARTE ALS ERGÄNZUNG FÜR DIE LAGEBESCHREIBUNG

DIE FOTOS IM EXPOSÉ

Bilder sagen mehr als tausend Worte. Zeigen Sie viele Fotos von Ihrer Immobilie in Ihrem Exposé. Wie Sie Ihre Liegenschaft richtig fotografieren, haben wir bereits im Kapitel „Immobilie fotografieren“ ausführlich erklärt.

Um die Fotos im Exposé richtig anzuordnen, können Sie einem bestimmten Schema oder einer Reihenfolge folgen:

- ▶ Außenbilder der Immobilie
- ▶ Garten
- ▶ Wohnzimmer
- ▶ Küche
- ▶ Badezimmer
- ▶ Schlaf- und Gästezimmer
- ▶ Nutzflächen, wie Keller oder Garage

Wenn Sie auch **Detailaufnahmen** von bestimmten Ausstattungsmerkmalen Ihrer Immobilie gemacht haben (z.B. von Böden, Armaturen etc.), streuen Sie diese hier und da, an der passenden Stelle, ein. Dies lockert eine **Aneinanderreihung von Außen- und Innenraumfotos** auf und hilft Ihnen, mehr **Emotionalität und Wertigkeit** zu vermitteln. Zeigen Sie darüber hinaus die Räume aus **mehreren Perspektiven**, um ein besseres **Raumgefühl** zu vermitteln. Im Gegensatz zum Online-Inserat haben Sie im Exposé **keine Beschränkung**, wie viele Fotos Sie zeigen können. Vielmehr erwarten Kaufinteressierte sogar, dass im Exposé mehr Fotos enthalten sind als im öffentlich einsehbaren Online-Inserat.

Fotos von Keller und Garage: Im Exposé sollten Sie auch das eine oder andere Foto von der Garage oder dem Keller zeigen, auch wenn dieser eigentlich nicht vorzeigbar ist. Immobiliensuchende merken sich eher Bilder als Texte. Haben Sie kein Foto von der Garage oder dem Keller im Exposé, kann es sein, dass sie denken, dass es keinen Keller gibt.

DIE GRUNDRISSSE IM EXPOSÉ

Grundrisse sind ein wichtiger **Bestandteil** des Exposés. Sie helfen den Kaufinteressierten bei der **Orientierung** in Ihrer Immobilie. Versuchen Sie sich in deren Blick hinein zu versetzen: Als Interessent*in versuchen sie anhand des Grundrisses nachzuvollziehen, wie viele **Zimmer** die Immobilie hat, wie diese einzurichten und erreichbar sind.

Auf folgende **Punkte** sollten Sie bei der Grundriss-Darstellung achten:

- ▶ Grundrisse möglichst **groß** darstellen (z.B. 1 Grundriss pro Seite)
- ▶ Grundrisse **korrigieren**, überarbeiten (falls veraltet)
- ▶ **Maßketten** darstellen (falls vorhanden, sonst nachmessen und einzeichnen)
- ▶ **Himmelsrichtung** einfügen
- ▶ **Terrassen und Balkone** einzeichnen
- ▶ **Zimmer benennen**
- ▶ **Türen** einzeichnen
- ▶ Bezeichnung von **Geschossen** (z.B. Erd- oder Dachgeschoss)



Grundrisse professionell überarbeiten lassen: Sie können Ihre Grundrisse neu zeichnen und designen lassen für eine ansehnliche Darstellung in Exposé und Inserat. Hierzu gibt es kostengünstige Onlineanbieter. Sie können hier Ihre eingescannten und händisch korrigierten Grundrisse einschicken und neu zeichnen lassen in einem Design Ihrer Wahl.



TABELLARISCHE ANGABEN IM EXPOSÉ

Neben der Objekt-, Ausstattungs- und Lagebeschreibung ist es sinnvoll, eine Rubrik mit **tabellarischen Detailinformationen** aufzunehmen. Hier kann alles untergebracht werden, was sich **nicht für die Beschreibungstexte eignet**. Außerdem gibt dies den Leser*innen einen **Überblick** über wichtige Eckdaten.

Folgende Informationen können Sie in folgender **Struktur und Tabellenform** aufnehmen:

Eckdaten

- ▶ Objektart z.B. Einfamilienhaus, Doppelhaus, Reihenhause, Etagenwohnung, Erdgeschosswohnung etc.
- ▶ Adresse der Immobilie
- ▶ Stadt-/Ortsteil/Gemeinde

Kaufpreis und Verfügbarkeit

- ▶ Kaufpreis
- ▶ Provision z.B. provisionsfrei, von Privat etc.
- ▶ Verfügbar ab z.B. nach Vereinbarung, ab sofort, ab 01.01.20XX, etc.
- ▶ Aktuelle Nutzung z.B. Bewohnt, Leerstand, vermietet etc.
- ▶ Nutzung bei Übergabe z.B. frei, vermietet.

Flächen und Zimmer

- ▶ Wohnfläche
- ▶ Nutzfläche
- ▶ Grundstücksgröße
- ▶ Anzahl der Zimmer
- ▶ Anzahl der Badezimmer
- ▶ Anzahl Abstellräume

Bauweise

- ▶ Baujahr
- ▶ Bauweise z.B. massiv, Fertighaus, Holzständerwerk
- ▶ Dachform z.B. Satteldach, Walmdach etc.
- ▶ Durchschnittliche Deckenhöhe
- ▶ Anzahl Etagen inklusive Keller
- ▶ Anzahl Wohneinheiten
- ▶ Keller z.B. kein Keller, Vollkeller, Teilkeller
- ▶ Anzahl Stellplätze
- ▶ Elektroinstallation z.B. 3-adrig, (teilweise noch) 2-adrig, zuletzt (teilweise) erneuert im Jahr 20XX
- ▶ FI-Schalter z.B. vorhanden, nicht vorhanden

Heizung

- ▶ Baujahr Heizung
- ▶ Befeuerung, z.B. Gas mit Solarunterstützung, Öl, Holz-Pellets, Fernwärme, Luft-Wärmepumpe etc.
- ▶ Heizungsart z.B. Heizkörper, Fußbodenheizung etc.

Sonstige Ausstattungsmerkmale

- ▶ Terrasse, z.B. 30 m², Süd-Ausrichtung
- ▶ Balkon, z.B. 7 m², Südwest-Ausrichtung
- ▶ Kamin/Ofen
- ▶ Sauna
- ▶ Pool, z.B. Außenpool
- ▶ Photovoltaik-Anlage, z.B. circa XX.XXX kWh/Jahr
- ▶ Wintergarten, z.B. 25 m², beheizt, unbeheizt
- ▶ Rollläden/Jalousien, z.B. nur im Erdgeschoss
- ▶ ...

Internet/Fernsehen

- ▶ Internetgeschwindigkeit, z.B. 100 Mbit/s
- ▶ Internetanbieter, z.B. Telekom, Vodafone, Stadtwerke, etc.
- ▶ Fernsehanschluss, z.B. Kabel, Satellit, etc.

Flurstück und Grundbuch

- ▶ Flurstück-Nummer und Gemarkung, z.B. XX/Y Gemarkung Musterstadt
- ▶ Grundbuchblatt-Nr., z.B. XXX von Musterstadt
- ▶ Eingetragene Wohn- beziehungsweise Nutzrechte oder Belastungen
- ▶ Bekannte Bau- und Altlasten im Bau- und Altlastenkataster

Teilungserklärung (bei Wohnungen oder WEG-geteilten Immobilien)

- ▶ Urkundenrollen-Nr. und Notariat der Teilungserklärung inklusive Ergänzungserklärungen.
- ▶ Miteigentumsanteile laut Teilungserklärung, z.B. 250 von 10.000.

Erbbaurecht

- ▶ Erbbauzins pro Monat/ Quartal/ Jahr
- ▶ Restlaufzeit Erbbaurechtsvertrag, z.B. 60 Jahre
- ▶ Erbbaurechtsgebende Person oder Organisation (z.B. Kirche)
- ▶ Vorliegendes Kaufangebot Grundstück, z.B. 150.000 Euro aus dem Jahre 20XX

Mieteinnahmen (bei vermieteten Immobilien)

- ▶ Mieteinnahmen kalt pro Jahr (Rohmieterträge)
- ▶ Nebenkostenvorauszahlung pro Jahr
- ▶ Mieteinnahmen warm pro Jahr
- ▶ Vermietet seit

- ▶ Vermietet bis



Letzte Modernisierungen

Am besten erstellen Sie hier eine Aufstellung aller nennenswerten Modernisierungen, Erneuerungen, Reparaturen und Renovierungen inklusive des Jahres, in dem diese ausgeführt wurden. Eine einfache vorgefertigte Tabelle befindet sich ebenfalls in der zum Download bereitgestellten Nebenkostenaufstellungs-Excel.

Nebenkostenaufstellung (für Häuser)

- ▶ Grundsteuer
- ▶ Niederschlagswasser
- ▶ Straßenreinigung
- ▶ Strom
- ▶ Wasser
- ▶ Abwasser
- ▶ Heizkosten
- ▶ Internet und Telefon
- ▶ Gebäudeversicherung
- ▶ Müllabfuhr
- ▶ Feuerstättenbescheid/Schornsteinfeger
- ▶ Heizungswartung
- ▶ Sonstige Kosten



Hausgeld- und Nebenkostenaufstellung (für Wohnungen)

- ▶ Hausgeld inklusive sonstiger Nebenkosten gesamt oder pro Monat
- ▶ Heizkosten pro Monat

- ▶ Stromkosten pro Monat
- ▶ Wasserkosten pro Monat
- ▶ Zuführung zur Instandhaltungsrücklage pro Monat
- ▶ Höhe der Instandhaltungsrücklagen (der gesamten Hausgemeinschaft)
- ▶ Instandhaltungsrücklagenhöhe (Anteil Wohnung)
- ▶ Geplante Sonderumlagen, z.B. für eine Balkonsanierung

Energieausweis

- ▶ Energieausweis-Art, z.B. Verbrauchs- oder Bedarfsausweis
- ▶ Energieausweis gültig bis, z.B. 01.01.2029
- ▶ End-Energieverbrauch/-bedarf, z.B. XXX kWh/(m²*a)
- ▶ Energieeffizienzklasse (falls angegeben), z.B. A, B, C etc.
- ▶ Wesentlicher Energieträger, z.B. Gas, Öl, Strom.

Energieausweis-Daten nicht vergessen! Die Energieausweisdaten sollten Sie unbedingt im Exposé mitaufnehmen, um Ihrer gesetzlichen Pflicht nachzukommen. Alternativ können Sie eine Kopie des Energieausweises in das Exposé aufnehmen. Eine Tabelle der wichtigsten Daten ist jedoch am übersichtlichsten. Wo und wie Sie einen Energieausweis erstellen lassen können erfahren Sie im Kapitel „Unterlagen beim Immobilienverkauf“.

KONTAKTDATEN & TERMINVEREINBARUNG

Zum Schluss des Exposés sollten Sie noch Ihre Kontaktdaten und Informationen zur Besichtigung aufnehmen. Folgende Punkte können Sie hier angeben:

- ▶ Ansprechpartner
- ▶ E-Mail-Adresse
- ▶ Telefonnummer
- ▶ Erreichbarkeit, z.B.: Mo. bis Fr., 17 bis 19 Uhr, Sa. und So. 11 bis 18 Uhr, ansonsten bitte auf die Mailbox sprechen.
- ▶ Mögliche Besichtigungstermin-Zeiten, z.B.: Uns passt es immer gut donnerstags und freitags ab 16 Uhr. Um vorherige Terminabsprache wird gebeten.
- ▶ Link für Besichtigungstermin-Buchungen, z.B. www.doodle.com oder www.calendly.com
- ▶ Offene Besichtigung, z.B.: Mo., 17 bis 19 Uhr, Sa. und So. 11 bis 18 Uhr, um vorherige Anmeldung per Mail wird gebeten.
- ▶ Weitere Unterlagen, z.B. "Weitere Objektunterlagen schicken wir gerne auf Nachfrage zu." oder "Link zum Unterlagen-Download: www.wetransfer.com/XXX"

Separate Kontaktdaten für den Immobilienverkauf: Manche Eigentümer richten sich für die Vermarktung eine eigene E-Mail-Adresse beziehungsweise eine separate Prepaid-Handynummer ein, um die Vermarktungsaktivitäten vom sonstigen Privatleben zu trennen. Sollten Sie mit viel Nachfrage rechnen, können Sie Ihren Verkauf somit besser strukturieren und organisieren.

KAPITEL 10: INSERAT ERSTELLEN



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel10>

Wichtig zu wissen

- ✓ Stellen Sie sicher, dass Sie die vollständigen Kontaktdaten von allen Kaufinteressierten haben.
- ✓ Erfragen Sie **weitere Informationen mit offenen Fragen** („W-Fragen“), damit Sie diesen ausreichend kennenlernen.
- ✓ Überlegen Sie, zu welchem **Zeitpunkt der Vermarktung** Sie eine **Finanzierungsbestätigung** haben möchten.
- ✓ Beantworten Sie **Anfragen per E-Mail** zeitnah.
- ✓ Legen Sie sich **vorformulierte Antwort-Schreiben** zurecht.
- ✓ Seien Sie auf zahlreiche **Telefongespräche** vorbereitet.

Inhalt dieses Kapitels

1. Die Immobilienportale
2. Das Online-Inserat
3. Diskreter Verkauf
4. Zeitungsinserat

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir Ihnen, wo und wie Sie die **Immobilie inserieren**, welche **Angaben** Sie darin machen sollten und wie Sie Ihre Immobilie **diskret** anbieten können.

DIE IMMOBILIENPORTALE

Damit Sie den optimalen Verkaufspreis für Ihre Immobilie erzielen, sollten Sie diese so **reichweiten- und aufmerksamkeitsstark** wie möglich inserieren. Dies verschafft Ihnen mehr **Nachfrage** und somit eine bessere **Verhandlungsposition**. Wenn Sie eine Maklerfirma beauftragen, wird sich diese um die Insertion kümmern. Gute Vermittlungsfirmen haben mit allen **großen Portalen** Verträge auch für besonders aufmerksamkeitsstarke **Top- oder Premium-Platzierungen**.

DIE WICHTIGSTEN IMMOBILIENPORTALE

Üblicherweise werden Immobilien heute über das Internet angeboten. Die 4 größten Portale, auf denen Sie Ihre Immobilie inserieren sollten, sind:

- ▶ ImmoScout24
- ▶ Immowelt
- ▶ Immonet
- ▶ Ebay Kleinanzeigen

Die Portale Immowelt und Immonet gehören mittlerweile zusammen, sodass Immobilien automatisch auf beiden Plattformen erscheinen. Mit der Insertion in den genannten Portalen werden Sie vermutlich **80 bis 90 Prozent** aller Suchenden erreichen. Neben den großen Immobilienportalen gibt es noch **zahlreiche kleinere**:

- ▶ **ivd24**: Das eigene Portal des Immobilienverbands Deutschland (ivd), in dem ein Großteil der Makler*innen organisiert sind.
- ▶ **Kalaydo**: Ein weiteres Kleinanzeigen-Portal, vergleichbar mit Ebay Kleinanzeigen.
- ▶ **1A-Immobilienmarkt**

Maximale Reichweite: Je mehr Menschen auf Ihre Immobilie aufmerksam werden, desto mehr Kaufinteressierte generieren Sie und desto wahrscheinlicher ist es, dass Sie den optimalen Preis erzielen. Scheuen Sie also nicht die Kosten und inserieren Sie Ihre Immobilie möglichst auf allen 3 beziehungsweise 4 großen Immobilienportalen.

KOSTEN DER IMMOBILIENPORTALE

Im Folgenden geben wir Ihnen eine von uns recherchierte Preisübersicht der von den Portalen angegebenen Preise für Privatinserenten (Stand 30.04.2021 und ohne Gewähr). Verkaufen Sie Ihre Immobilie hingegen über ein Maklerunternehmen, wird dieses die Immobilie für Sie bewerben und die Inseratkosten tragen.

Preise ImmoScout24 Verkauf Wohnimmobilie Privatanbieter

	7 Tage	14 Tage	30 Tage	60 Tage	90 Tage
Basis-Platzierung	k.A.	k.A.	169,90 € bzw. 0 €* [*]	249,90 €	299,90 €
Top-Platzierung (vor Basis-Platzierungen)	k.A.	k.A.	239,90 €	359,90 €	479,90 €
Premium-Platzierung (vor Top-Platzierungen)	k.A.	k.A.	329,90 €	489,90 €	599,90 €

* 0€ mit Weiterverkauf Ihrer Daten

Preise ImmoWelt inkl. ImmoNet Verkauf Wohnimmobilie Privatanbieter

	1 Woche	2 Wochen	4 Wochen	8 Wochen	12 Wochen
Einsteigeranzeige	k.A.	74,90 €	104,90 €	179,90 €	k.A.
Platzierung vor Einsteigeranzeigen	k.A.	109,90 €	159,90 €	264,90 €	k.A.
Platzierung vor Einsteigeranzeigen + farbliche Hervorhebung	k.A.	184,90 €	259,90 €	444,90 €	k.A.

ebay Kleinanzeigen

	7 Tage	14 Tage*	28 Tage*	56 Tage*	84 Tage*
Eine Anzeige	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Top-Anzeige (Platzierung vor kostenlosen Anzeigen)	7,95 €	15,90 €	31,80 €	63,60 €	95,40 €
Highlight (farbliche Hervorhebung)	2,95 €	5,90 €	11,80 €	23,60 €	35,40 €
Top-Anzeige und Highlight	10,90 €	21,80 €	43,60 €	87,20 €	130,80 €

* aus Gründen der Vergleichbarkeit zu den reinen Immobilienportalen haben wir die Preise hochgerechnet auf Basis des 7 Tage-Preises.

Buchen Sie Top- oder Premium-Platzierungen: Oft ist es angeraten, bei Portalen extra Kosten zu zahlen, damit die Immobilie besonders prägnant platziert wird. Dadurch wird die Nachfrage gesteigert; die Zahl der Kaufinteressierten erhöht. Diese nennen sich Top- oder Premium-Platzierungen. Ihre Immobilienofferte wird in der Ergebnisliste besonders weit oben angezeigt und eher wahrgenommen. Gemäß unseren Erfahrungen lohnen sich diese Mehrausgaben.

WIE LANGE EIN INSERAT SCHALTEN?

Entscheiden Sie sich für den von uns empfohlenen reichweitenstarken Weg mit einer Insertion auf allen 3 beziehungsweise 4 großen Portalen und einer zusätzlichen Sonder-Platzierung, sollten Sie mit Inseratskosten von circa 630 Euro pro Monat rechnen. Wie lange Ihre Immobilie inseriert sein wird, hängt grundsätzlich von Ihrer Angebotspreis-Strategie ab. Verfolgen Sie die Strategie des Bieterverfahrens mit einem attraktiven Angebotspreis, wird die Laufzeit von einem Monat mit großer Wahrscheinlichkeit ausreichen. Starten Sie mit einer klassischen Angebotspreis-Strategie mit einem marktüblichen Verhandlungsspielraum, sollten Sie mit einer Insertion von 1 bis 3 Monaten rechnen. Verfolgen Sie die Liebhaberpreis-Strategie oder rufen Sie unbeabsichtigt einen überhöhten Mondpreis auf, müssen Sie sich auf eine längere Laufzeit einstellen.

*Lassen Sie nicht Ihre Kontaktdaten weiterverkaufen: Die großen Immobilienportale bieten den Service einer sogenannten „Maklerempfehlung“ oder kostenlosen Immobilienbewertung an. Unser Rat lautet, darauf zu verzichten. Dies sind keine objektiven Empfehlungen guter Makler*innen oder eine rein kostenlose Immobilienbewertung. Vielmehr werden hierbei Ihre Kontaktdaten an 1 bis 5 Makler*innen verkauft, die einen entsprechenden Vertrag mit den Portalen abgeschlossen haben. Ihre Kontaktdaten werden hier pro Makler für circa 90 bis 300 Euro weiterverkauft – und zwar mehrere Male. Recherchieren Sie stattdessen selber im Internet nach einem passenden Dienstleister. Tipps zur richtigen Auswahl von Makler*innen finden Sie im entsprechenden Kapitel dieses Buchs.*

DAS ONLINE-INSERAT

AUFBAU DES INSERATS

Üblicherweise werden Ihnen folgende **Abfragen** in den Immobilienportalen bei der Erstellung des Inserats begegnen. Diese sind in der Regel als **(Pflicht-)Felder** eingestellt:

- ▶ Adresse der Immobilie
- ▶ Angabe, ob Sie die Adresse der Immobilie veröffentlichen wollen oder nicht.
- ▶ Wohnfläche
- ▶ Nutzfläche

- ▶ Grundstücksfläche
- ▶ Zimmeranzahl
- ▶ Anzahl Badezimmer
- ▶ Anzahl Geschosse
- ▶ Baujahr
- ▶ Frei ab (sofort beziehungsweise zu einem bestimmten Termin)
- ▶ Besonderer **Haus-/Wohnungstyp** (Doppelhaus, Reihenhaushaus, Einfamilienhaus, Bungalow etc.).
- ▶ Angabe, ob die Immobilie aktuell **vermietet** ist beziehungsweise als **Kapitalanlage** genutzt wird.
- ▶ Angebots- beziehungsweise **Kaufpreis** (lassen Sie dieses leer, wird Ihr Inserat mit dem Hinweis "auf Anfrage" veröffentlicht).
- ▶ **Hausgeld** beziehungsweise **Nebenkosten** pro Monat.
- ▶ Anzahl der **Pkw-Stellplätze**
- ▶ **Energieausweisdaten** (Ausweisart, Baujahr laut Energieausweis, Endenergiebedarf/-verbrauch in kWh/(m²a), wesentlicher Energieträger).
- ▶ Heizungsart
- ▶ Checkboxen, welche die **Ausstattung** abfragen (Bad mit Wanne, Gäste-WC, Terrasse, Garten, möbliert, Einbauküche, barrierefrei, rollstuhlgerecht, als Ferienwohnung geeignet, Einliegerwohnung, Denkmalschutz)
- ▶ **Zustand** (Neubau, Altbau, saniert, renoviert, renovierungsbedürftig)
- ▶ **Keller** (voll unterkellert, teilweise unterkellert, nicht unterkellert)
- ▶ **Bilder, Fotos und Dokumente** (Innen- und Außenfotos, Grundrisse, Titelfoto, weitere Dokumente zum Download wie Exposé, Lageplan, Aufstellung der Mieterträge etc.)
- ▶ **Texte** (Objekttitel, Objektbeschreibung, Ausstattungsbeschreibung, Lagebeschreibung, Sonstiges)
- ▶ **Kontaktdaten** (Soll den Immobiliensuchenden nur das Kontaktformular angezeigt werden oder zusätzlich Ihr Name und Ihre Telefonnummer?)

Im Feld „Sonstiges“ können Sie zum Beispiel folgende Informationen unterbringen:

- ▶ jährliche Mieteinnahmen (bei vermieteten Immobilien).
- ▶ Höhe des Erbbauzinses und Hinweis auf Erbpacht (falls dies der Fall ist).
- ▶ Angaben zu möglichen Besichtigungsterminen oder Ihrer Erreichbarkeit.
- ▶ Anfragen von Maklerunternehmen willkommen oder unerwünscht?

BESCHREIBUNGSTEXTE

Halten Sie sich vor Augen, dass Menschen zuerst **Fotos** schauen und erst danach die **Texte** lesen. Sehr lange Texte werden darüber hinaus erfahrungsgemäß **selten vollständig gelesen**. Die großen Immobilienportale haben für die Länge der Texte daher eine **Zeichenbegrenzung** eingebaut:

- ▶ **Immowelt/Immonet**: 2500 Zeichen inklusive Leerzeichen für Texte,
- ▶ **ImmoScout24**: 2000 Zeichen inklusive Leerzeichen,
- ▶ **Ebay Kleinanzeigen**: 4000 Zeichen inklusive Leerzeichen.

Im Idealfall haben Sie zum Zeitpunkt der Inserat-Erstellung bereits ein **Exposé** von Ihrer Immobilie angefertigt. Falls nicht, können Sie dies mit Hilfe des Kapitels "Exposé erstellen" nachholen. Dort finden Sie auch eine **Word-Vorlage** für diese Verkaufsunterlage. Kaufinteressierte erwarten im Exposé **weiterführende Informationen** zur Immobilie, statt der gleichen Daten der Online-Anzeige. Haben Sie die Texte, wie in unserer Anleitung logisch aufgebaut, also so, dass die wichtigsten Informationen am Anfang der Texte genannt werden, können Sie einfach einen **verkürzten Teil Ihrer Exposé-Texte** für das Online-Inserat verwenden. Sie können darin außerdem darauf hinweisen, dass sich noch mehr Informationen und weitere Fotos im Exposé befinden, das Sie auf Anfrage versenden.

Objekt- und Ausstattungsbeschreibung: Wir empfehlen für den Objekttext einen Fließtext, der den Charakter der Immobilie bestmöglich wiedergibt und die wichtigsten Vorteile am Anfang nennt. Für die Ausstattungsbeschreibung empfehlen wir eine geordnete Stichpunktform, um das Inserat übersichtlich zu halten und nicht mit zu viel Text zu überfrachten. Auch wichtige Merkmale zur Lage Ihrer Liegenschaft sollten Sie in der Objekt- beziehungsweise Ausstattungsbeschreibung erwähnen, da die Lagebeschreibung erfahrungsgemäß kaum gelesen wird. Weitere Informationen zum Thema erfahren Sie im Kapitel "Exposé erstellen".

OBJEKTTITEL

Der Objekttitle wird in den Portalen in der Ergebnisliste neben dem Titelfoto der Immobilie dargestellt. Wie man einen guten Objekttitle verfasst, lesen Sie im Kapitel "Exposé erstellen". Die Überschrift sollte Immobiliensuchende zum **Weiterlesen** animieren. Je nach **Endgerät** (Smartphone, Tablet oder Desktop-PC) und der **gebuchten Platzierung** wird der Objekttitle in den Portalen unterschiedlich lang dargestellt und nach einer bestimmten **Zeichenanzahl** mit drei Punkten abgeschnitten.

- ▶ **ImmoScout24:** 100 Zeichen inklusive Leerzeichen, abgeschnitten nach 30 oder 60 Zeichen in der Ergebnisliste auf dem Desktop.
- ▶ **Immowelt und Immonet:** 150 Zeichen inklusive Leerzeichen, abgeschnitten nach 30 Zeichen in der Ergebnisliste.
- ▶ **Ebay Kleinanzeigen:** 65 Zeichen inklusive Leerzeichen.

Weitere Tipps für den Objekttitle im Inserat:

- ▶ Nennen Sie die wichtigsten **Vorteile**, die Ihre Immobilie ausmachen.

- ▶ Verzichten Sie auf **Ortsangaben, Eckdaten zur Immobilie oder Immobilienart**: Diese sind direkt unter dem Objekttitle in der Ergebnisliste und im Inserat ersichtlich. Nutzen Sie den Platz für den Objekttitle, um die Vorteile der Immobilie darzustellen.
- ▶ Verwenden Sie **Adjektive**, aber vermeiden Sie nichtssagende Floskeln.
- ▶ Verzichten Sie auf **Großschreibung (KAPITALE)**, da diese schlecht lesbar sind.
- ▶ Vermeiden Sie **Abkürzungen**, die nicht geläufig sind.

TITELFOTO

Das Titelfoto ist das **erste Bild**, das Kaufinteressierte von Ihrer Immobilie erhalten. Zum Beispiel wird auf dem Portal **ImmoScout24** in der Ergebnisliste auf der **mobilen Website** und in der **Mobile-App** nicht mal mehr ein **Objekttitle** unter dem ersten Foto angezeigt, sodass das **Titelfoto für sich sprechen muss**.

Im Kapitel "Exposé erstellen" haben wir umfassend das Thema Titelfoto behandelt, weshalb wir Ihnen empfehlen, dort weiterzulesen. Für die Insertion sollten Sie außerdem bei der **Fotoauswahl** darauf achten, dass diese in allen geläufigen **Bildformaten** gut aussieht.

- ▶ Die **Ergebnislisten** und Inserate aller Portale nutzen für die Fotodarstellung auf dem **Desktop** ein **Bildverhältnis von 4:3**.
- ▶ Die **Ergebnislisten in der Mobil-Version** werden jedoch schmalere Bildausschnitte Ihrer in 4:3 hochgeladenen Fotos darstellen (z.B. 2:3 und 16:9)

Anbei eine Veranschaulichung der unterschiedlichen Bildformate:



ABBILDUNG 25 VERANSCHAULICHUNG BESCHNITT DES TITELFOTOS IN DEN PORTALEN

"Mobile first": Achten Sie darauf, dass Ihr Inserat auf mobilen Endgeräten (Smartphones und Tablets) gut aussieht und kontrollieren Sie Ihr Inserat zum Schluss in den Browser- und App-Versionen der Portale. Sie können davon ausgehen, dass circa 80 Prozent der Immobiliensuchenden die mobile Version sehen und nur 20 Prozent an einem Desktop-Rechner nach ihrem Traumhaus suchen.

VERÖFFENTLICHUNG DER IMMOBILIEN-ADRESSE

Die Veröffentlichung der Adresse im Online-Inserat hat **Vor- und Nachteile**. Für Privatverkäufer ist eine **Veröffentlichung zu empfehlen**: Veröffentlichen Sie die Adresse, wird die Immobilie auch auf der **geografischen Kartendarstellung** im Portal und der **Umkreissuche** angezeigt. Außerdem können Immobiliensuchende sehen, ob ihnen die **Lage** zusagt oder ob die Immobilie aufgrund dessen ausscheidet. Sie ersparen sich also eventuell **Arbeit**, da diese Immobilieninteressierten erst gar keine **Anfrage** stellen. Auf der anderen Seite sollten Sie darauf

vorbereitet sein, dass Kaufinteressierte an Ihrer angebotenen Liegenschaft **unangemeldet vorbeifahren oder -laufen** und vielleicht nicht davor zurückschrecken, **spontan zu klingeln**. Bevorzugt geschieht dies **nach Feierabend oder am Wochenende**. Da Sie die Immobilie möglichst gut in der Besichtigung präsentieren wollen, sollten Sie genau abwägen, ob Sie solchen **Überraschungsbesuch** eintreten lassen wollen.

Möchten Sie **diskret verkaufen**, macht eine Angabe der Adresse im Inserat **keinen Sinn**. Ist Ihre Immobilie aktuell **nicht bewohnt** und ist dies auf Fotos erkennbar, sollten Sie ebenfalls **von einer Veröffentlichung der Adresse absehen**.

Viele **Makler*innen veröffentlichen die Adresse nicht**, weil sie mit so vielen Kaufinteressierten wie möglich in **Kontakt** kommen wollen und jede **Anfrage** wertvoll ist. Kommt die Immobilie aufgrund der Lage nicht infrage, kann das Maklerunternehmen eventuell eine andere anbieten oder die Kaufinteressierten in seine **Suchkartei** aufnehmen. Bei einem guten Maklerunternehmen ist außerdem davon auszugehen, dass alle Suchenden entsprechend abgearbeitet und nach Anfrage **qualifiziert** werden. Darüber hinaus stellen Makler*innen sicher, dass Kaufinteressierte **zuerst mit dem Maklerunternehmen** und nicht den Eigentümer*innen in **Kontakt** treten – immerhin wurde dieses von Letzteren mit dem Verkauf beauftragt.

EIGENTÜMER-KONTAKTDATEN

Viele Eigentümer*innen legen sich für die Vermarktung der eigenen Immobilie eine **separate E-Mail-Adresse** und eine eigene **Prepaid-Handynummer** zu, die sie im Inserat veröffentlichen. Somit können sie die Aktivitäten auf diesen beiden Kanälen bündeln. Immerhin wird der Verkauf parallel zu ihrem **Alltag** stattfinden, oft an **Wochenenden**.

Auf der Handynummer können Sie eine **Mailbox-Nachricht** einrichten für Kaufinteressierte und mitteilen, wann Sie in der Regel zurückrufen. Darüber hinaus können Sie schon entsprechende Daten erfragen:

- ▶ Vollständige **Kontaktdaten** der Kaufinteressierten, inklusive E-Mail-Adresse.
- ▶ Wann sind die **Anfragenden gut zu erreichen**?
- ▶ Falls eine **Besichtigung** gewünscht ist, wann es terminlich am besten passt.

Auf die separat eingerichtete **E-Mail-Adresse**, über die später die **Anfragen** eingehen, können Sie einen **Auto-Reply** einrichten, der das **Exposé im Anhang** enthält oder einen **Link zum Download** weiterer Unterlagen. Für Downloads eignet sich zum Beispiel der Online-Cloud-Dienst **WeTransfer**, mit dem Sie **Downloadlinks für Unterlagen** bereitstellen können, die viel **Speicherplatz** benötigen.

*"Bitte keine Makleranfragen": Trotz entsprechenden Hinweisen "Bitte keine Makleranfragen" im Inserat (zum Beispiel unter "Sonstiges"), sollten Sie darauf vorbereitet sein, dass Makler*innen diesen Hinweis ignorieren und trotzdem versuchen Kontakt mit Ihnen aufzunehmen.*

Statt sich darüber zu ärgern, ist es sinnvoller Vorbereitungen zu treffen, sodass Sie die Makleranfragen aussortieren können. Eine separate E-Mail-Adresse und eine eigene Prepaid-Handynummer mit entsprechender MailBox-Nachricht ist hier die Lösung.

DISKRETER VERKAUF

Manche Eigentümer*innen wünschen eine **diskrete Vermarktung** ihrer Immobilie. Bedenken Sie jedoch: Im Sinne der Erzielung des **bestmöglichen Verkaufsergebnisses** ist eine **offene und reichweitenstarke Vermarktung** einer **diskreten Vermittlung** vorzuziehen. Überlegen Sie als Eigentümer*in genau, warum Sie ihr Haus oder ihre Wohnung diskret vermarkten wollen, ob Sie diesen Weg gezwungenermaßen gehen müssen und ob Sie bereit sind auf **mehrere tausend Euro Verkaufspreis** zu verzichten, zugunsten einer **Vermarktung mit niedriger Reichweite**.

Gute Gründe für eine diskrete Vermarktung sind zum Beispiel:

- ▶ Sie betreiben ein **Gewerbe** und es ist zu vermuten, dass Buchungen oder **Geschäft ausbleibt**, wenn am Markt bekannt wird, dass Sie die Immobilie verkaufen möchten.
- ▶ Sie sind eine in der Öffentlichkeit **bekannte Persönlichkeit**.
- ▶ Die **Anzahl der potenziellen Käufer** für Ihre Immobilie ist so klein, dass diese eigentlich bekannt sind und direkt angesprochen werden können.

100 PROZENT DISKRETER VERKAUF

Eine **100 Prozent diskrete Vermarktung** ist eigentlich nur mit einem **professionellen Maklerunternehmen** oder einem **guten Netzwerk** umzusetzen. Statt die Immobilie am offenen Markt zu inserieren, werden ausschließlich Kaufinteressierte per **Direktansprache** kontaktiert, von denen man weiß, dass die betreffende Immobilie für sie infrage kommt. Ein **Nachteil** ist, dass man nicht weiß, ob es **weitere Interessierte** gegeben hätte, die vielleicht einen **höheren Preis** bezahlt hätten. Die **Verhandlungsposition** als Eigentümer*in kann mangels alternativer Kaufinteressierten ein **Problem** sein.

Professionelle Käufer*innen sprechen bei einem solchen Kauf von einem **“Off-Market-Geschäft”**, mit für sie mehreren Vorzügen: **wenig Wettbewerb** beziehungsweise **exklusiver Zugang** zum Angebot, eine **gute eigene Verhandlungsposition**.

“QUASI-DISKRETER” VERKAUF

Häufig ist eine 100 Prozent diskrete Abwicklung vielleicht gar nicht nötig. Ein Mittelweg ist hier die diskrete Vermarktung mit Hilfe eines **“verdeckten Inserats”**, das mit **hoher Reichweite** am Markt und in den Portalen inseriert wird. Folgendermaßen kann hier vorgegangen werden:

- ▶ Deaktivierung der **Veröffentlichung der Objekt-Adresse** im Inserat.
- ▶ Bewerbung mit einem unkenntlich gemachten, **unscharfen Foto** der Immobilie.
- ▶ Alternativ: Bewerbung der Immobilie im Inserat ausschließlich mit **Innen-aufnahmen**.
- ▶ Anpassung der **Inserat-Texte**, sodass die Immobilie nicht sofort anhand einzeln beschriebener Merkmale erkennbar ist.
- ▶ **Qualifizierung** jedes einzelnen Kaufinteressierten (Name, Anschrift etc.), bevor das **detaillierte Exposé** verschickt wird.
- ▶ Optional: Unterzeichnung einer **Vertraulichkeitsvereinbarung** vor Herausgabe weiterer Informationen.





ABBILDUNG 26 BEISPIEL FÜR EIN DISKRET INSERiertes ANGEBOT

Vorteil dieser Methode ist, dass **nicht auf den ersten Blick** im Internet ersichtlich ist, um **welche Immobilie es sich handelt**. Man ist nicht fest gebunden an den bereits bekannten Kreis der **Kaufinteressierten**. Man nutzt dennoch die **hohe Reichweite** des Internets. Von **Nachteil** ist, dass eine **100-prozentige Diskretion** häufig nicht gewährleistet werden kann, da sich im Prinzip alle auf das Inserat melden können. Um eine möglichst **hohe Diskretion** zu erzielen, sollten **alle Kaufinteressierten**, die sich melden, **qualifiziert** werden oder sogar eine **Vertraulichkeitsvereinbarung** vor Zusendung weiterer Informationen unterschreiben. Wenn Sie die **Qualifizierung** selbst durchführen, bedenken Sie, dass unter Umständen bereits aufgrund Ihres **Namens** Rückschlüsse von Interessierten auf Ihre Immobilie gezogen werden können. Meistens werden diskrete Verkäufe von **Makler*innen** durchgeführt, welche die **Identität der Eigentümer*innen** während des Verkaufsprozessen sehr lange schützen können.

ZEITUNGSINSERAT

Eine Zeitungsanzeige macht unserer Erfahrung nach nur Sinn, wenn

- ▶ Sie die Anzeige als (geringfügige) **Reichweiten-Verlängerung** Ihres Online-Inserats nutzen und Interessierten mit einem **Link** weitere Informationen bereitstellen.
- ▶ Sie ein **Bieterverfahren** durchführen.

- Sie **Neubau-Immobilien** verkaufen.

Die Reichweite unter **ernstzunehmenden Kaufinteressierten** ist in der Zeitung **deutlich niedriger** als im Internet. Zeitungsanzeigen werden heutzutage hauptsächlich von Makler*innen und professionellen Anbieter*innen geschaltet. Damit sollen weniger Kaufinteressierte als vielmehr **Eigentümer*innen angesprochen** werden. Besitzen Sie eine Immobilie und lesen regelmäßig Zeitung, nehmen Sie eventuell die **Marktteilnehmenden** und deren **Angebote** in der Zeitung als Erstes wahr, bevor Sie konkretere Gedanken zum Verkauf Ihrer Immobilie hegen – so die Vermutung der inserierenden Maklerunternehmen.

Aus unserer Erfahrung melden sich **keine bis sehr wenige** ernsthafte und passende Interessierte auf Zeitungsanzeigen – auch wenn die **Resonanz** zu Anfang groß erscheinen mag. Auf klassische Fließtextanzeigen "Von Privat" werden sich vermutlich hauptsächlich melden:

- **Makler*innen**, die Ihnen ihre Vermittlungsleistung anbieten wollen.
- **Schnäppchenjäger**, die vermuten, dass Eigentümer*innen, die in Eigenregie veräußern, eher laienhaft arbeiten und hoffen, dass die Immobilie noch nicht in den großen Immobilienportalen inseriert ist (Stichwort: "Off-Market-Geschäft").

Zeitungsanzeigen haben leider den entscheidenden **Nachteil**, dass Suchende außer der sehr wenigen Eckdaten **keinen weiteren Eindruck von der Immobilie** bekommen. Sie sollten deshalb vor Vereinbarung eines Besichtigungstermins unbedingt den Interessierten ein **Exposé** zur Verfügung stellen, damit diese sich genauer informieren können und keine unnötigen **Besichtigungstermine** durchgeführt werden. Melden sich diverse Interessierte, werden Sie auf jeden Fall **viel Arbeit** haben, diesen weitere Informationen zukommen zu lassen.

Sollten Sie sich dennoch für eine **Fließtext-Zeitungsanzeige** entscheiden, empfehlen wir Ihnen in der Anzeige weitere Informationen per **Website- oder Download-Link** zur Verfügung zu stellen. Entweder Sie verlinken hier auf eines Ihrer **Online-Inserate** in den Portalen oder auf einen **Download-Link für das Exposé**. Von einer Angabe Ihrer **Telefonnummer** raten wir ab, da Sie ansonsten viele **Gespräche** mit Makler*innen oder uninformierten Kaufinteressierten führen müssen, die sich nur auf die groben Eckdaten Ihrer Anzeige melden. Kontaktmöglichkeiten geben Sie erst im Exposé oder Online-Inserat an.

Download-Links: Mit dem kostenlosen Online-Service www.bittly.com können Sie lange Links kürzen, sodass Sie Zeichen für die Fließtext-Anzeige sparen. Außerdem können Sie hier nachvollziehen, wie viele Menschen Ihren Link aufgerufen haben und ob Ihre Anzeige erfolgreich war. Mit dem kostenlosen Service [WeTransfer](http://www.wetransfer.com) können Sie Dateien mit einem Download-Link bereitstellen. Diesen können Sie ebenfalls gut in der Fließtext-Anzeige platzieren.

KAPITEL 11: INTERESSIERTEN-QUALIFIZIERUNG & ANFRAGEN BEANTWORTEN



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel11>

Wichtig zu wissen

- ✓ Stellen Sie sicher, dass Sie die **vollständigen Kontaktdaten** von jedem Kaufinteressierten haben.
- ✓ Stellen Sie offene **W-Fragen**, damit Sie Kaufinteressierte ausreichend kennenlernen. W-Fragen erfragen das Warum, Was, Wieso etc. Darauf können Gesprächspartner*innen nicht mit Ja oder Nein antworten, sondern müssen ausführlicher werden. So erhalten Sie wichtige Informationen.
- ✓ Überlegen Sie, an welcher Stelle der Vermarktung Sie von Kaufinteressierten eine **Finanzierungsbestätigung** möchten.
- ✓ Beantworten Sie zeitnah **Anfragen** per E-Mail.
- ✓ Legen Sie sich vorformulierte **Antwort-Schreiben** zurecht.
- ✓ Seien Sie auf viele **Telefongespräche** vorbereitet.

Inhalt dieses Kapitels

1. Die Interessierten-Qualifizierung
2. Anfragen richtig beantworten

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir Ihnen, wie Sie Kaufinteressierte qualifizieren, Anfragen optimal beantworten und sich beim Erstkontakt verhalten sollten.

DIE INTERESSIERTEN-QUALIFIZIERUNG

Nachdem Sie die Immobilie inseriert haben, werden **Anfragen per E-Mail und Telefon** von Immobiliensuchenden bei Ihnen eingehen, die ein Exposé oder **weitere Informationen** beziehungsweise **Unterlagen** wünschen – oder direkt nach einem **Besichtigungstermin** fragen. Lernen Sie diese kennen: Je nachdem, welche Vermarktungsstrategie und Besichtigungsvariante Sie durchzuführen, sollten Sie diesen vor Vereinbarung eines Besichtigungstermins mehr oder weniger **„auf den Zahn fühlen“**. Im Maklerdeutsch spricht man von **„qualifizieren“**. Sie soll-

ten versuchen die Interessierten so gut wie möglich **kennenzulernen**, die **Beweggründe des Kaufs** verstehen und möglichst sicher sein, dass sie sich ihr Traumhaus leisten können.

Leider wissen Sie zu Anfang der Vermarktung nicht, welche Suchenden **echte Kaufabsichten** haben und welche nur aus purer **Neugier** Ihre Immobilie besichtigen. Wir als Maklerunternehmen unterscheiden hier zwischen **“echten” Kaufinteressierten** und **“Besichtigungstouristen”** beziehungsweise **“Katalysator-Interessierten”**. Führen Sie individuell vereinbarte Besichtigungstermine durch, sollten Sie **“Besichtigungstouristen”** im Vorfeld aussortieren. Setzen Sie hingegen auf eine getaktete oder eine offene Besichtigung, helfen Ihnen **“Besichtigungstouristen”**: Echte Interessierte merken, dass es Mitbewerber*innen gibt, eine gewisse Konkurrenz vorhanden ist. Dies ist ein Vorteil für Ihre Verhandlungsposition oder steigert vielleicht die Preisbereitschaft echter Kaufinteressierter.

VOLLSTÄNDIGE KONTAKTDATEN

Vor Besichtigung sollten Sie unbedingt die **vollständigen Kontaktdaten** von jedem Besichtigungs-Interessierten haben. So wissen Sie, mit wem Sie es zu tun haben. Immerhin zeigen Sie fremden Menschen Ihre Immobilie und teilen im Rahmen des Verkaufsprozesses **persönliche Informationen**:

- ▶ Vollständiger Vor- und Nachname
- ▶ Vollständige Adresse
- ▶ Telefonnummer
- ▶ E-Mail-Adresse

Haben Sie noch keine vollständigen Kontaktdaten, sollten Sie diese **vorher erfragen**. Zustandekommen kann dies dadurch, dass Interessierte das **Kontaktformular** bei ihrer Anfrage über ein Immobilienportal **unvollständig ausgefüllt** haben oder direkt bei Ihnen **anrufen**, um einen Besichtigungstermin zu vereinbaren.

WEITERE KAUFINTERESSIERTEN- INFORMATIONEN

Folgende **weitere Informationen** sollten Sie im Verlauf des Kontakts mit Kaufinteressierten in Erfahrung bringen. Entweder **vor der Besichtigung**, wenn Sie die Besichtigungen individuell vereinbaren, beziehungsweise **nach oder während dem Besichtigungstermin**, wenn Ihre Besucher Kaufinteresse zeigen:

- ▶ **Finanzierbarkeit der Immobilie:** Führten die Immobiliensuchenden bereits ein Gespräch mit Finanzierungsberater*innen oder einer Bank? Wissen Sie, welche Immobilie sie sich zu welchem Preis leisten können?
- ▶ **Ernsthaftigkeit der Anfrage:** Wie lange sind die Kaufinteressierten bereits auf der Suche? Weshalb wird eine neue Immobilie gesucht? Welche anderen Objekte haben sie sich angesehen? Was suchen sie genau, wo können sie gegebenenfalls Kompromisse eingehen (Lage, Größe, Stadt oder Gemeinde, Ausstattung der Immobilie etc.)?
- ▶ **Abwicklungsmodalitäten:** Bis wann soll eine neue Immobilie gefunden werden bzw. wann müsste im gegebenen Fall eine Übergabe stattfinden?

- ▶ **Weitere Infos zum Vertrauensaufbau:** In welcher Lebenssituation befinden sich die Interessierten? Leben sie in Scheidung? Haben diese einen neuen Job und ziehen deshalb um? Wie würden sie die Immobilie nutzen?

Weitere Infos, die Sie im Falle einer **genaueren** Qualifizierung **vor** einem **Besichtigungstermin** erfragen sollten:

- ▶ Haben die Kaufinteressierten bereits das **Exposé** gesehen?
- ▶ Wurden die **Exposé-Texte** wirklich gelesen?
- ▶ Haben die Kaufinteressierten den **Immobilienstandort** bei Google-Maps im Vorfeld recherchiert oder sind an der Immobilie vorbeigefahren? Somit stellen Sie sicher, dass die Lage kein Ausschlussgrund ist.

Die unterschiedlichen Kaufinteressierten befinden sich in unterschiedlichen **Stadien ihrer Suche**. Menschen, die schon **länger Ausschau** halten und bereits mehrere Objekte besichtigt haben, werden **schneller eine Entscheidung** für oder gegen Ihre Immobilie treffen, als solche, die noch **am Anfang** stehen und keine Vergleiche haben. Dies bedeutet jedoch nicht, dass Sie noch unerfahrenen Suchenden eine Besichtigung verwehren sollten. Sie sollten jedoch im Hinterkopf behalten, dass **erfahrene Interessierte** vermutlich **„standfesteres“ Interesse** haben, wenn die Immobilie passt und Sie ihnen ihre **Kaufabsicht** unterbreiten.

BEGEHRlichkeit SIGNALISIEREN

Sie steigern die Begehrlichkeit und damit die **wahrgenommene Wertigkeit** Ihrer Immobilie, wenn Sie Kaufinteressierten glaubhaft vermitteln, dass **sich mehrere Menschen dafür interessieren**. Sie vermitteln somit unterschwellig: *„Wenn viele andere Menschen in Betracht ziehen die Immobilie zu kaufen, scheint dies ein gutes Angebot zu sein, das sein Geld wert ist: eine Kaufentscheidung sollte nicht allzu lange aufgeschoben werden.“* Am besten können Sie diesen Effekt nutzen, indem

- ▶ sich Interessierte **kurz bei Besichtigungen begegnen**, am Anfang oder Ende einer solchen.
- ▶ Sie schon im Telefonat erwähnen, dass Sie an Tag XY **bereits einen Besichtigungstermin vereinbart haben** und es für Sie gut passen würde, wenn die Besichtigung davor oder danach gelegt werden könnte.
- ▶ Sie in der Besichtigung erwähnen, dass Sie diese oder kommende Woche **weitere Besichtigungen geplant haben**.

Wichtig: Im Sinne des aufzubauenden Vertrauens, das Ihnen die Interessierten entgegenbringen, sollten Sie immer authentisch und ehrlich sein.

VERTRAUENAUFBAU

Bauen Sie Vertrauen auf. Bedenken Sie, dass es beim Immobilienverkauf um **Vertrauensaufbau zwischen Ihnen und den Käufer*innen** geht. Einerseits möchten Sie die passende Person finden, an die Sie mit einem **guten Gefühl** verkaufen möchten. Andererseits soll diese auch den **Kaufpreis bezahlen** können. Zudem wollen Ihnen auch Kaufinteressierte Vertrauen schenken. Sie wollen auf Ihre **Aus- und Zusagen** bauen und erwarten Ehrlichkeit.

Beiderseitiges Vertrauen ist Grundlage für die **spätere Verhandlung**. Solange der notarielle Kaufvertrag nicht unterschrieben ist beziehungsweise Übergabe und Kaufpreiszahlung noch ausstehen, müssen Sie sich auf Ihre Kaufwilligen **verlassen können**. Vertrauen wird dadurch aufgebaut, dass Sie und die Käufer*in bereitwillig **Informationen austauschen**, sodass der jeweils andere das Gefühl bekommt, alle entscheidungsrelevanten Informationen zu erhalten und **nichts verschwiegen wird**.

FINANZIERUNGSBESTÄTIGUNG

Die meisten Menschen, die sich für Ihre Immobilie interessieren, werden diese **finanzieren** müssen oder wollen. Unsere Empfehlung ist, dass Sie hier **keine Unterschiede** machen. Manche werden Ihnen als **großen Pluspunkt** sagen, dass sie **nicht finanzieren** müssen, sondern das Geld als **liquide Mittel** haben. Letztendlich kann Ihnen als Verkäufer **egal sein**, ob Kaufinteressierte die Immobilie **mit einer Bank finanzieren** oder den **Betrag auf dem Konto** liegen haben. Bis zur Unterzeichnung des Kaufvertrags ist ausreichend Zeit vorhanden, sodass finanzierende Interessent*innen Darlehensanträge stellen und Kreditverträge rechtzeitig vorlegen können.

Am Anfang des persönlichen Kontakts sollten Sie erfragen, ob die Kaufinteressierten bereits ein **Gespräch mit einer Finanzierungsberater*in** geführt haben und wissen, bis zu welchem **Betrag** ihre Bank bereit ist, einen Immobilienerwerb zu finanzieren. Eine Rückabwicklung des Kaufvertrags, weil Kaufinteressierte sich ihre Wunschimmobilie nicht leisten können, kommt äußerst selten vor.

Wägen Sie also ab, wie konsequent Sie das Thema Finanzierungsbestätigung zu Anfang des Interessierten-Kontakts ansprechen. Viele Eigentümer haben die Idee, dass Interessierte eine Finanzierungsbestätigung der Bank **vor Besichtigung**, Kaufzusage oder Notariatsbeauftragung vorlegen sollen. Für potenzielle Käufer*innen, die keine Finanzierung benötigen, ist dies kein Problem: Ihr Bankberater bestätigt in einem kurzen Schreiben, dass das notwendige Kapital zur Verfügung steht. In dieser Position sind jedoch die wenigsten.

Die einzig "handfeste" Bestätigung bei einer Finanzierung mit einer Bank stellen **Darlehensverträge** dar, die sich **direkt auf die Immobilie** beziehen und die **Darlehensnehmende** nur noch unterschreiben müssen. Bis jetzt haben wir es im Vermittlungsaltag noch nicht erlebt, dass Kaufinteressierte bereits **zur ersten Besichtigung** fertige **Kreditverträge** mitgebracht haben, die sich auf die **besichtigte Immobilie** beziehen. Dies ist ein Prozess, für den Interessierte und ihr Insti-

tut 1 bis 2 Wochen benötigen. **Banken** können zudem Darlehnsverträge nur basierend auf **konkrete Immobilien** ausstellen, deren Wert etc. sie intern selbst nochmals prüfen. Immer öfter wollen finanzierende Banken für diese Darlehenszusage sogar einen **Kaufvertragsentwurf des Notariats** sehen, also das Darlehen erst zu einem recht **späten Zeitpunkt** der Immobilienvermarktung zusagen.

Hinzu kommt, dass jede **Kreditanfrage**, auch wenn der Darlehensvertrag nicht abgeschlossen wird, von der **Schufa** registriert wird und die **Bonitätseinstufung** negativ beeinflusst und somit zu **schlechteren Konditionen** bei zukünftigen Anfragen der Interessierten führt.

Die Konsequenz daraus: Bis zum Notariatstermin müssen Sie das **Vertrauen** haben und sich auf den Interessierten verlassen oder auf das **vertrauensaufbauende Schreiben** eines Finanzierungsberaters zählen, welches besagt, dass sich die Kaufinteressierten mit **großer Wahrscheinlichkeit** die Immobilie leisten können – verbindlich ist das aber nicht.

ANFRAGEN RICHTIG BEANTWORTEN

E-MAIL - ANFRAGEN BEANTWORTEN

Hauptsächlich werden **Anfragen von Kaufinteressierten** bei Ihnen als E-Mail eingehen, mit mehr oder weniger vollständig angegebenen **Kontaktdaten** und mehr oder weniger umfangreichen **persönlichen Informationen**. Aber bereits daraus lässt sich häufig erkennen, wer **großes** und wer **geringes Interesse** hat. Sind die Kontaktdaten richtig oder nur unvollständig angegeben? Wurde nur die vorausgefüllte Nachricht aus dem Kontaktformular des Internetportals übernommen, scheint den Anfragenden der Kontakt zu Ihnen und damit das Interesse an Ihrer Immobilie nicht allzu groß zu sein.

Die **vorausgefüllte Nachricht aus Portalen** liest sich meist so oder so ähnlich:

"Ich interessiere mich für Ihr Angebot und möchte gerne einen Besichtigungstermin vereinbaren. Bitte nehmen Sie Kontakt mit mir auf."

Motiviertere Immobiliensuchende werden Ihnen hingegen eine Nachricht wie diese schicken:

Sehr geehrte/r Herr/Frau XYZ,

wir sind auf Ihr Immobilienangebot gestoßen und wären sehr an einem Exposé und einem Besichtigungstermin interessiert.

Mein/e Mann/Frau [Vorname Frau/Mann] und ich kommen aus [Ort]. Wir sind schon seit längerem auf der Suche nach einer passenden Immobilie in [Ort der Immobilie], da wir uns beruflich verändern wollen.

Mein/e Mann/Frau ist beruflich tätig als ABC bei XYZ und ich arbeite als ABC bei XYZ. Mit einem Finanzierungsberater haben wir bereits gesprochen. Eine zu finanzierende Summe von XXX.XXX Euro ist machbar.

Da wir beide berufstätig sind, wäre für uns ein Besichtigungstermin immer montags, dienstags oder donnerstags ab 17 Uhr gut möglich. Am besten erreichen Sie uns unter der Handynummer (0123-456789).

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldung.

Mit freundlichen Grüßen,

Familie XYZ.

Achten Sie bei den Anfragen darauf, welche Häkchen die Suchenden im Kontaktformular des Portals gesetzt haben:

- ▶ Weitere Informationen/Exposé anfordern
- ▶ Rückruf gewünscht
- ▶ Besichtigung vereinbaren

Anfragen per E-Mail sollten Sie generell **zeitnah** beantworten. Mindestens einmal täglich sollten Sie Ihr Postfach bearbeiten. Sie kennen das von sich selbst: Man ist es gewohnt, auf eine elektronische Anfrage **sofort oder zeitnah** eine Rückmeldung zu erhalten. Möchten Sie bereits vor Exposé-Versand genauer aussortieren und Interessierte qualifizieren, sollten Sie jede Anfrage individuell und nicht automatisiert beantworten.

Reicht es Ihnen, Interessierte **vor oder während des Besichtigungstermins** zu qualifizieren, können Sie in Ihrem E-Mail-Programm einen **Autoresponder oder Autoreply** einrichten, mit dem das **Exposé automatisch** versendet wird, sobald die Anfrage eingeht. Interessierte erhalten das **Exposé** mit weiteren Informationen zur Immobilie dann **unmittelbar und automatisiert**. Ziehen Sie in Betracht, sich für die Vermarktung der Immobilie eine **separate E-Mail-Adresse** und eine **Prepaid-Handynummer** einzurichten, die Sie nur für den Immobilienverkauf verwenden. Im Kapitel "Immobilie inserieren" haben wir hierzu weitere Informationen.

Beantworten Sie jede E-Mail händisch, sollten Sie sich eine **Muster-Antwort** bereitlegen und vorschreiben – Sie werden nämlich **häufig ähnliche E-Mails** schreiben. Ein solcher Text könnte so aussehen:

Sehr geehrter Herr/Frau XYZ,

vielen Dank für Ihre Anfrage. Im Anhang sende/n ich/wir Ihnen das Exposé meiner/unserer Immobilie in der Musterstraße 1, 12345 Musterstadt im PDF-Format.

Zu Ihren Fragen, die Sie in der E-Mail gestellt haben:

- *XXX...*

Ein Besichtigungstermin würde mir/uns gut passen am Montag, den XX.XX.XXXX, zwischen XX und XX Uhr, oder am Dienstag, den XX.XX.XXXX, zwi-

schen XX und XX Uhr, da ich/wir an diesen Tagen schon jeweils einen Besichtigungstermin vereinbart habe/n und somit die Termine nacheinander legen könnte/n.

Alternativ/Optional: Um es allen Interessierten und mir/uns zu erleichtern, habe ich einen Terminbuchungskalender eingerichtet, in dem Sie sich einfach eintragen können.

Link zum Terminbuchungskalender: www.doodle.com/XXXXXX oder www.calendly.com/maxmustermann

*(Sollten Sie Makler*in sein, bitte/n ich/wir Sie von einer Buchung abzusehen, da ich/wir die Immobilie privat verkaufen möchte/n.)*

Alternativ/Optional: Im Anhang der E-Mail habe/n ich/wir Ihnen neben dem Exposé noch folgende weitere Unterlagen zur Information angehängt: Grundbuchauszug, Flurkarte, Wohnflächenberechnung, (...).

Alternativ/Optional: Falls Sie weitere Unterlagen zur Immobilie einsehen möchten oder vorab eine Finanzierung prüfen wollen, habe/n ich/wir alle uns zur Verfügung stehenden Unterlagen unter folgendem Link bereitgestellt: <https://wetransfer.com/XXXXXXX> (Optional: Das Passwort für den Download lautet XXXXXX ODER das Passwort für den Download teile/n ich/wir Ihnen nach einem persönlichen Telefonat gerne mit).

Alternativ/Optional: Telefonisch erreichen Sie mich/uns am besten immer zwischen XX und XX Uhr unter folgender Telefonnummer: 01234-567890. Sollte/n wir/ich nicht erreichbar sein, hinterlassen Sie uns eine Mailbox-Nachricht; wir rufen zeitnah zurück.

Mit freundlichen Grüßen aus Musterstadt

Max Mustermann

TELEFONATE RICHTIG FÜHREN

Sie sollten sich während der Zeit der Insertion und Besichtigungsphase auf **viele Telefonate mit fremden Menschen** einstellen. Fällt Ihnen dies schwer, sollten Sie auf Hilfe von einem Vertrauten zurückgreifen, die Ihnen während des Verkaufs zur Seite stehen oder ein gutes Maklerunternehmen mit dem Verkauf beauftragen. Auch für die Besichtigungen sollten Sie sich im **Umgang mit fremden Menschen und Small Talk wohlfühlen**. Fühlen Sie sich dabei unwohl, laufen Sie Gefahr, den Immobilienverkauf **vorschnell zum Ende bringen zu wollen**, in **Kaufverhandlungen frühzeitig einzuknicken**. Dabei wäre vielleicht ein höherer Preis durchsetzbar gewesen.

Führen Sie in dieser frühen Phase **keine Preisgespräche am Telefon**. Manche Kaufinteressierte fragen bereits im **ersten Telefonat**, ohne die Immobilie gesehen zu haben, ob Sie den **Immobilienpreis reduzieren** würden. Antworten Sie hier ungeschickt, verschenken Sie bares Geld und schwächen Ihre **Verhandlungsposition**. In ersten Telefonaten sollten Sie **Preisgespräche abblocken** und

darauf verweisen, dass die Anrufer*innen **die Immobilie noch nicht gesehen haben**. Wie Sie auf Preisgespräche richtig antworten, erfahren Sie im Kapitel über die Kaufpreisverhandlung.

Im **Telefonat** haben Sie die erste Chance, Interessierte **näher kennenzulernen** beziehungsweise offene Fragen zu deren **Qualifizierung** zu stellen, nicht zuletzt, um zu erfahren, ob sich eine **Besichtigung lohnt**. Wie streng Sie die Qualifizierung in dieser Phase umsetzen, hängt davon ab, welche **Besichtigungs-Variante** sie wählen. Sie sollten jedoch auf jeden Fall sicherstellen, dass Sie von allen Interessierten die **vollständigen Kontaktdaten** haben.

Überlegen Sie genau, welche **Themen** Sie **erst in der Besichtigung** ansprechen möchten und was Sie bereits im **vorangehenden Telefongespräch** erfragen. Bedenken Sie, dass es bei der ersten Besichtigung darum geht, ob die Immobilie **überhaupt und grundsätzlich** für die Interessierten infrage kommt und ob sie sich vorstellen können, in dieser **zu leben** oder diese zu erwerben. **Zu viele Detailinformationen**, die telefonisch oder während der Erstbesichtigung angesprochen werden, können Ihre Gesprächspartner*innen **überfordern**. Ins **Detail** geht es meist im Rahmen einer **längeren Zweitbesichtigung**. Es gibt also ausreichend Gelegenheit, Ihr Wissen mitzuteilen. Entscheidungsrelevante **Mängel** (wie Baulasten) sollten Sie jedoch rechtzeitig mitteilen, am besten bereits im Exposé erwähnen, um unnötige Besichtigungen zu vermeiden.

KAPITEL 12: BESICHTIGUNG



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel12>

Wichtig zu wissen

- ✓ Es gibt 3 **Besichtigungsmodelle**: individuell vereinbarte, getaktete und offene Besichtigungen.
- ✓ Sie sollten die **Immobilie authentisch präsentieren**, so wie Sie diese guten Bekannten zeigen würden.
- ✓ Starten und enden Sie im **schönsten Raum**.
- ✓ Halten Sie ein **Exposé** und weitere **Unterlagen** bereit.
- ✓ Bereiten Sie die **Immobilie** auf die Besichtigung vor.
- ✓ **Reservieren** Sie die Immobilie **nicht vorschnell** für die erstbesten Interessierten, die Kaufabsichten äußern.

Inhalt dieses Kapitels

1. Individuelle Besichtigungen
2. Getaktete Besichtigungen
3. Offene Besichtigungen
4. Vorbereitung der Besichtigung
5. Die Besichtigung durchführen
6. Die Zweitbesichtigung

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir Ihnen, wie eine **optimale Besichtigung** abläuft, welche **Arten von Besichtigungen** es gibt und auf welche Punkte Sie bei der **Objektpräsentation** achten sollten.

Haben Sie sich noch keine Gedanken gemacht, wie Sie die **Besichtigungen takten möchten, vereinbaren und durchführen wollen**, sollten Sie dies spätestens **jetzt tun**. Generell stehen Ihnen **drei Modelle** zur Verfügung:

1. **Komplett individuell vereinbarte Besichtigungen**
2. **Hintereinander getaktete Besichtigungen**
3. **Offene Besichtigung beziehungsweise Open House** (mit oder ohne **Anmeldung**)

INDIVIDUELL VEREINBARTE BESICHTIGUNGEN

Die Nachfrage nach Ihrer Immobilie hält sich im Rahmen, sodass Sie mit allen Interessierten, die sich melden, einen individuellen Termin vereinbaren können – entweder per Telefon oder E-Mail.

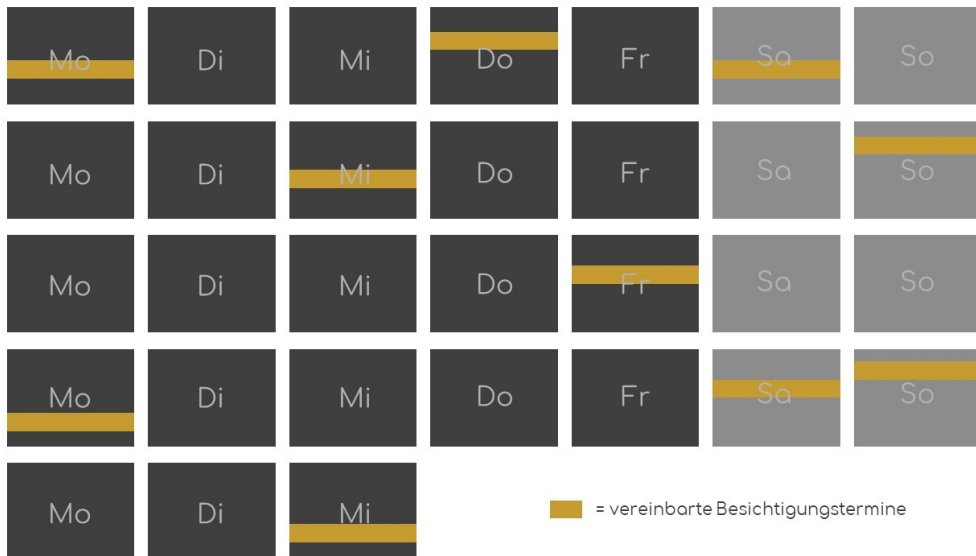


ABBILDUNG 27 VERANSCHAULICHUNG INDIVIDUELLE BESICHTIGUNGEN

Bei individuellen Besichtigungen macht es Sinn **direkt im Inserat** nach möglichen **Terminoptionen** zu fragen. Teilen Immobiliensuchende Ihnen direkt bei der **Kontaktaufnahme** mögliche Termine mit, sparen Sie sich im Optimalfall einen Schritt in der **Terminkoordination**. Folgenden **Text** könnten Sie zum Beispiel im Feld **„Sonstiges“** im Inserat verwenden oder im **Exposé aufnehmen**:

„Für die Vereinbarung eines Besichtigungstermins wird um eine persönliche Kontaktaufnahme per Telefon (ab 18 Uhr) oder E-Mail gebeten. Sollten Sie nur die Mailbox erreichen oder eine E-Mail schreiben, teilen Sie gerne mit, welche Terminzeiträume für Sie passen.“

Bitte haben Sie Verständnis, dass wir vor Preisgabe weiterer Informationen oder der Vereinbarung eines Besichtigungstermins auf die Mitteilung Ihrer vollständigen Kontaktdaten Wert legen, das heißt: Vor- und Nachname, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse.“

INTERESSIERTEN-QUALIFIZIERUNG BEI INDIVIDUELLEN BESICHTIGUNGEN

Im Falle von komplett individuell abgesprochenen Besichtigungsterminen sollten Sie die **Interessierten-Qualifizierung** vor der **Terminvereinbarung** **strenger durchführen** und versuchen, von allen möglichst viele **Informationen** zur Suchdauer, dem Antrieb für die Immobiliensuche etc. zu erhalten. Immerhin bereiten Sie sich und Ihre Immobilie **auf jeden Termin vor**: aufräumen, sauber machen, andere private Termine verschieben etc. Daher sollten nur solche Leute Ihre vier Wände begehen, die ein möglichst **konkretes Interesse am Erwerb** haben.

VOR- UND NACHTEILE INDIVIDUELLER BESICHTIGUNGEN

Vorteile:

- ▶ Termine können **flexibel und individuell** vereinbart werden.
- ▶ Sie haben **ausreichend Zeit** während der Besichtigung und können die Interessierten genauer kennenlernen, wenn Sie **keine Besichtigung im direkten Anschluss** mit einem anderen haben (Vertrauensaufbau).
- ▶ Potenzielle Käufer*innen haben schon bei der Erstbesichtigung die Möglichkeit tiefer in **technische Detailfragen** einzusteigen, da **mehr Zeit** zur Verfügung steht.

Nachteile:

- ▶ Bei **unzureichender Vorqualifizierung** kann es sein, dass viele **Besichtigungen erfolglos verlaufen**, wenn sich frühzeitig im Termin herausstellt, dass die Immobilie doch nicht infrage kommt.
- ▶ Sagen Interessierte **spontan ab**, war Ihr **zeitlicher Aufwand** für die Vorbereitung des einzelnen Termins **umsonst** (falls kein direkter Folgetermin im Anschluss vereinbart ist).
- ▶ Bei **großer Nachfrage** ist die individuelle Terminvereinbarung sehr **arbeitsintensiv** und Sie sind als **Eigentümer*in** vielleicht versucht, an die **Erstbesten zu verkaufen**, weil Sie **keine Lust auf weitere Terminkoordination** haben.
- ▶ Ihre **Verhandlungsposition** ist im Vergleich zu den anderen Besichtigungsvarianten **schwächer**, da Interessierte unter Umständen davon ausgehen, dass sie **die Einzigen sind** oder es nur wenige Mitbewerber*innen gibt.
- ▶ Gefahr, dass der Besichtigungstermin in die **Länge** gezogen wird, da Sie sehr viel zur Immobilie erzählen wollen und **kein Zeitlimit** definiert ist. Dies führt manchmal zu **Fehleinschätzungen** von Eigentümer*innen. Resultat: Sie als Eigentümer*in haben ein gutes Bauchgefühl, das die Besichtigenden **starkes Kaufinteresse** hatten. Tatsächlich wollten diese aber nur **höflich sein** und Sie nicht unterbrechen.
- ▶ Größere Chance für Interessierte eine **persönliche Bindung** zu Ihnen aufzubauen. Aber damit besteht auch die Gefahr, dass Sie sich leichter von diesen **um den Finger wickeln lassen** und eine **frühzeitige Kaufzusagen** aussprechen, obwohl weitere Personen Kaufabsichten haben.

GETAKTETE BESICHTIGUNGEN

Ist die Nachfrage relativ hoch, bietet es sich an **Besichtigungs-Zeiträume** im Vorhinein zu planen, in denen Sie Interessierten **Besichtigungs-Slots** anbieten. Als Maklerunternehmen arbeiten wir hier meistens mit **2 bis 3 Zeitfenstern pro Woche** über einen Zeitraum von **mehreren Wochen** hinweg.

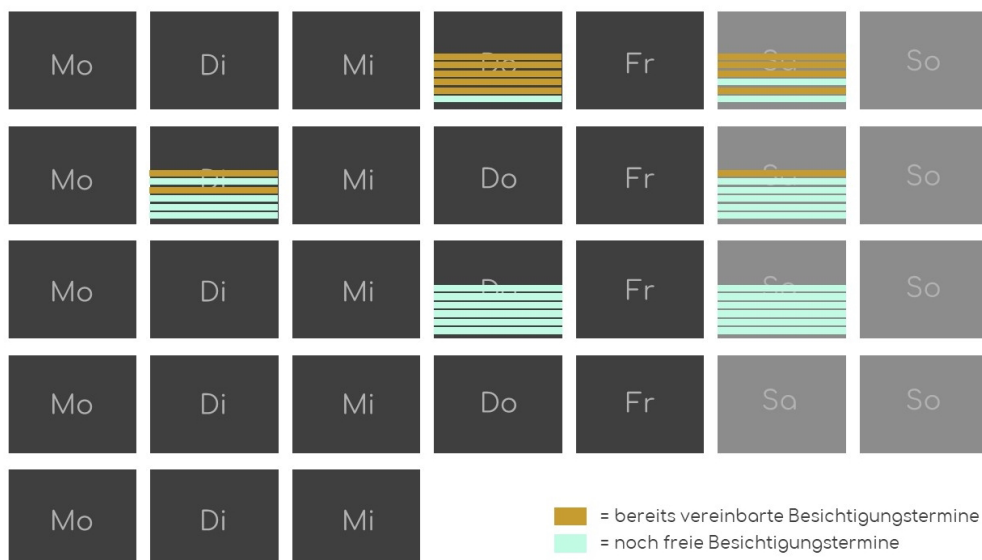


ABBILDUNG 28 VERANSCHAULICHUNG GETAKTETE BESICHTIGUNGEN

Folgenden Text könnten Sie zum Beispiel im Feld "Sonstiges" im Inserat verwenden oder im Exposé aufnehmen:

"Besichtigungstermine sind am Dienstag, den XX.XX.XXXX, und Samstag, den XX.XX.XXXX, zu folgenden Uhrzeiten möglich:

16 Uhr, 16.30 Uhr, 17 Uhr, 17.30 Uhr, 18 Uhr, 18.30 Uhr.

Um eine persönliche Absprache/Anmeldung eines Termins per Telefon oder E-Mail wird gebeten. Oder: Einen Termin buchen können Sie unter folgendem Link: [www.de](http://www....de).

Bitte haben Sie Verständnis, dass wir vor Preisgabe weiterer Informationen oder der Vereinbarung eines Besichtigungstermins auf die Mitteilung Ihrer vollständigen Kontaktdaten Wert legen: Vor- und Nachname, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse."

Nutzen Sie für die Terminkoordination von getakteten oder offenen Besichtigungen kostenlose Online-Planungstools. Mit den Internetseiten www.doodle.com oder www.calendly.com können Kaufinteressierte **eigenständig Besichtigungstermine buchen**. Sie können Zeitfenster vorgeben, in denen diese Ihren Termin auswählen. Auch zur Organisation **offener Besichtigungen** bietet sich dieses Vorgehen an. Es vereinfacht für alle Beteiligten die Terminabstimmung.

INTERESSIERTEN-QUALIFIZIERUNG BEI GETAKTETEN BESICHTIGUNGEN

Im Rahmen von getakteten Besichtigungen setzen Sie auf den Effekt, dass sich Besucher*innen am Anfang oder Ende einer Besichtigung begegnen. Hierfür ist

es wichtig, dass Sie **genügend Begehungen** an einem Nachmittag oder frühen Abend haben. In einem solchen Fall sollten Sie die **Interessierten-Qualifizierung nicht zu streng durchführen**. Ein Muss sind jedoch die vollständigen Kontaktdaten aller Kaufinteressierten.

VOR- UND NACHTEILE VON GETAKTETEN BESICHTIGUNGEN

Vorteile:

- ▶ Sie können sich auf **feste Zeiten** für die Besichtigungen einstellen und diese freihalten. Die Besichtigungsphasen sind **gut planbar**.
- ▶ Sie können jeden Kaufinteressierten **persönlich** durch die Immobilie führen.
- ▶ Sie nutzen den **Effekt**, dass sich Interessierte eventuell kurz **zu Ende oder am Anfang der Besichtigung über den Weg laufen**; sie machen die Immobilie begehrenswerter.
- ▶ Sie können die vorgesehenen **Besichtigungs-Slots bereits im Exposé oder Inserat angeben** und signalisieren mit dieser Pflicht zur Online-Terminbuchung, dass Ihre Immobilie begehrt ist.
- ▶ Interessierte, die an vorgegebenen Terminen **verhindert sind**, sortieren sich aus, da die Besichtigung für diese vermutlich doch **nicht so wichtig** war, etwa um sich einen Tag frei zu nehmen oder Überstunden abzubauen. Im **Einzelfall** können Sie immer noch einen **Extratermin** für stark Interessierte ermöglichen.
- ▶ Bei **kurzfristigen Terminabsagen** verlieren Sie nicht so viel Zeit, wie bei individuell geplanten Besichtigungen: Die nächsten Besucher*innen kommen in einer halben Stunde. Bedenken Sie, dass Sie die Immobilie immer auf Besichtigungstermine vorbereiten.
- ▶ Eine **Corona-konforme Durchführung** ist möglich, da es sich um Einzeltermine handelt.

Nachteile:

- ▶ Sie haben nur **begrenzt Zeit** für die einzelnen Immobiliensuchenden in der Erstbesichtigung, da eventuell der nächste wartet.
- ▶ Haben Sie **zu wenig Nachfrage**, müssen Sie mit **Wartezeiten** rechnen, falls Termin-Slots unglücklich und nicht hintereinander gebucht werden. Kaufinteressierten wird vermutlich auffallen, dass die Termine nicht gut gebucht sind, wenn das Inserat schon mehrere Wochen online ist und viele Termine in Ihrem Online-Kalender noch frei sind.

OFFENE BESICHTIGUNGEN (OPEN HOUSE)

Offene Besichtigungen sind ein gutes Vorgehen, um **Besichtigungen maximal effizient abzuwickeln** und reizen den **Effekt** aus, dass sich Interessierte vor dem Haus begehen, wenn die einen zur Besichtigung kommen, die anderen gehen. Die **Nachteile** einer offenen Besichtigung, insbesondere in **Pandemiezeiten**, sind nicht zu unterschätzen. Wägen Sie genau ab, ob Sie sich als Privatverkäufer*in diese Art der Besichtigung zutrauen.

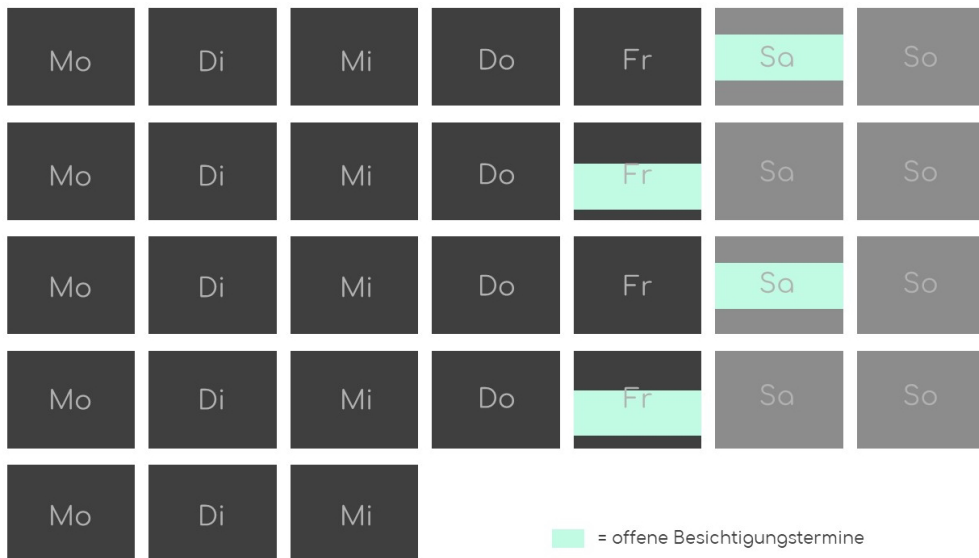


ABBILDUNG 29 VERANSCHAULICHUNG OFFENE BESICHTIGUNG

Offene Besichtigungen können entweder **komplett offen**, ohne vorherige Anmeldung, oder mit **Anmeldung** geplant werden. Folgende Texte könnten Sie zum Beispiel im Feld "Sonstiges" im Inserat verwenden oder im Exposé aufnehmen:

"Open House! Offene Besichtigungstermine sind am Freitag, den XX.XX.XXXX, und Samstag, den XX.XX.XXXX, von 16 bis 18 Uhr. Kommen Sie einfach vorbei!"

ODER:

"Open House! Offene Besichtigungstermine sind am Freitag, den XX.XX.XXXX, und Samstag, den XX.XX.XXXX, von 16 bis 18 Uhr. Um eine persönliche Anmeldung per Telefon oder E-Mail wird gebeten. Oder: Anmelden können Sie sich unter folgendem Link: [www.de](#).

*Optional: Spontane Besucher*innen sind ebenfalls willkommen.*

Bitte haben Sie Verständnis, dass wir vor Preisgabe weiterer Informationen oder der Anmeldung zur offenen Besichtigung auf die Mitteilung Ihrer vollständigen Kontaktdaten Wert legen: Vor- und Nachname, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse."

INTERESSIERTEN- QUALIFIZIERUNG BEI OFFENEN BESICHTIGUNGEN

Da offene Besichtigungen eine Einladung an alle sind, macht eine **strenge Qualifizierung** vor dem Termin **keinen Sinn**. Arbeiten Sie mit einer offenen Besichtigung **mit Anmeldung**, sollten Sie, wie bei den anderen Besichtigungsmodellen, darauf achten, dass Besucher*innen vorab ihre **Kontaktdaten** mitteilen.

VORBEREITUNG EINER OFFENEN BESICHTIGUNG

Wir empfehlen Ihnen, diverse Exemplare eines **Vordrucks zur Abfrage der Kontaktdaten** mitzunehmen, welche die Interessierten ausfüllen müssen, die nicht angemeldet sind, bevor Sie diese ins Haus lassen. Aus **Diskretionsgründen** sollten Sie hier **nicht mit einer für jeden sichtbaren Anmelde**liste arbeiten. Für Interessierte, die sich vorab angemeldet haben, können Sie eine **eigene Liste** vorbereiten, die Sie **abhaken**. Ergänzt mit einem **Notizfeld** können Sie im Nachhinein diese auseinanderhalten und behalten so den Überblick, wer zur offenen Besichtigung erschienen ist.

Bei offenen Terminen, bei denen sich mehrere Personen in den Räumlichkeiten befinden, sollten Sie darauf achten, dass im Haus **keine Wertsachen frei zugänglich sind und mit mehreren Personen die Besichtigung begleiten**, um die Interessierten gut betreuen zu können. Außerdem sollte die **Nachfrage hoch sein**, da ansonsten der Effekt, den sie erzielen möchten (Begehrlichkeit Ihrer Immobilie), nicht eintritt. Ist dies nicht der Fall, hätten Sie sich den Aufwand sparen und besser individuelle Termine vereinbaren können. Darüber hinaus sollten Sie, ähnlich wie bei der getakteten Besichtigung, **ausgedruckte Exposés** sowie eventuell ein **Merkblatt** vorbereiten, das Sie jedem mitgeben können.

VOR- UND NACHTEILE OFFENER BESICHTIGUNGEN

Vorteile:

- ▶ Maximale **Ausnutzung des Begehrlichkeitseffekts**, da sich Interessierte gegenseitig sehen. Immobiliensuchende, die sich Ihre Immobilie nicht angeschaut hätten, wenn die Hürde für eine Besichtigung höher gelegen hätte, wirken als **„Katalysator“** für andere Interessierte, die **echte Kaufabsichten** haben.
- ▶ **Effiziente und zeitsparende Art** vielen Interessierten in kurzer Zeit die Immobilie zu zeigen.
- ▶ 100-prozentige **Planbarkeit** der Besichtigungszeiten.
- ▶ Sie können die vorgesehenen **Termine bereits im Exposé oder Inserat** angeben.
- ▶ Interessierte, die vorgeben, an den Terminen nicht zu können, haben vermutlich ein geringes Interesse. Diese können Sie **frühzeitig aussortieren**. Im Einzelfall können Sie einen **Extratermin** vereinbaren.
- ▶ Sie **verlieren keine Zeit**, wenn einzelne, angemeldete Interessierte nicht erscheinen.

Nachteile:

- ▶ **Qualifizierung und Vertrauensaufbau** während der Besichtigung eher schwierig, da Sie zu wenig Zeit haben, einzelne Personen wirklich kennenzulernen.
- ▶ Viele **„Besichtigungstouristen“**, ohne echtes Kaufinteresse, sind anwesend.

- ▶ Gefahr, dass **Gegenstände abhandenkommen**. Dies ist bei unserem Maklerunternehmen allerdings bei offenen Terminen noch nicht vorgekommen.
- ▶ In **Pandemiezeiten** ein kaum durchführbares Modell wegen der Abstandsgebote.
- ▶ Bei wenig Interessierten ist der **Aufwand der Planung** unverhältnismäßig hoch.

VORBEREITUNG DER BESICHTIGUNG

IMMOBILIE VORBEREITEN

Zuerst sollten Sie sicherstellen, dass Ihr **Haus oder Ihre Wohnung** auf den Besichtigungstermin **gut vorbereitet** ist. Im Kapitel zum Thema "Home Staging" sprechen wir im Detail darüber. Bei der Besichtigung ist insbesondere die **Inszenierung** wichtig:

- ▶ Wasser und Trinkgläser für die Interessierten bereitstellen.
- ▶ Garderobebereich freiräumen (Jacken, Schuhe etc. aus dem Sichtfeld).
- ▶ Ablagen und Tische freihalten.
- ▶ Alles sollte **sauber und trocken** sein.
- ▶ Kleinkram wegräumen.
- ▶ Im Bad Hygieneartikel in Schränke räumen.
- ▶ Frische **Handtücher** im Bad bereitlegen
- ▶ Frische **Blumen** dezent positionieren.
- ▶ **Esstische** eventuell dezent decken.
- ▶ **Lüften**, Gerüche vermeiden, Kaffee aufsetzen.
- ▶ **Kamin** anmachen oder Holz darin bereitlegen.
- ▶ Vorher den Müll rausbringen.
- ▶ Vor der Besichtigung nicht rauchen, **Aschenbecher** verstauen.
- ▶ **Wäsche** und gebrauchte Handtücher aus dem Sichtfeld legen.
- ▶ **Design-Akzente** in Bad und Küche positionieren.
- ▶ Toilettendeckel schließen
- ▶ Alle **Lampen** anschalten.
- ▶ Alle **Türen** zum Flur öffnen.
- ▶ **Blenden, Jalousien, Gardinen** öffnen.
- ▶ **Gartenmöbel** mit Sitzauflagen bestücken.
- ▶ Zeitung oder Zeitschriften an **Sitzgelegenheiten** bereitlegen.

Wir empfehlen unseren Eigentümern für Besichtigungen einen **Wäschekorb oder Umzugskarton** bereitzustellen mit passenden **Dekoartikeln**, die vorher platziert werden. **Persönliche Gegenstände** (zum Beispiel Kosmetik- und Hygieneartikel im Bad) können für die Zeit der Begehung darin gelagert werden. Für **Betten** bietet sich eine **weiße Tagesdecke** an, um die bunte Bettwäsche zu „verstecken“ und die Schlafzimmer neutraler erscheinen zu lassen.

EXPOSÉ UND UNTERLAGEN VORBEREITEN

Je nach **Besichtigungsmodell** fallen **unterschiedliche Vorbereitungen** an. Optimalerweise haben Sie für jeden Interessierten das **Exposé in ausgedruckter Form** zum Mitnehmen vorrätig. Sie können davon ausgehen, dass dieses in den Folgetagen vielen Verwandten, Bekannten, Gebäudesachverständigen oder Finanzierungsberater*innen gezeigt wird.

Darüber hinaus bietet es sich an, ein zusätzliches ausgedrucktes Handout in Form eines **Merkblatts** vorzubereiten. Auf diesem können Sie zum Beispiel vermerken:

- ▶ **Download-Link für weitere Unterlagen** zur Immobilie für die Finanzierungsprüfung. So sparen Sie sich den Aufwand, jedem Interessierten wichtige Objektunterlagen separat zuschicken zu müssen, falls der Link nicht im Exposé enthalten ist.
- ▶ Ein paar Worte zum geplanten **Ablauf der Vermarktung**: Zum Beispiel, dass Sie erst alle Besichtigungen durchführen möchten, um allen Interessierten dieselbe Chance zu geben. Danach entscheiden Sie das weitere Vorgehen. Eventuell **Datum der letzten vereinbarten Besichtigung** eintragen oder bis wann Sie eine **Rückmeldung** erwarten, ob Kaufinteresse besteht.
- ▶ Hinweise zu einer möglichen **Zweitbesichtigung**: Zum Beispiel, dass gerne ein individueller Termin für eine Zweitbesichtigung vereinbart werden kann.
- ▶ **Häufig gestellte Fragen**, die Ihnen bereits von mehreren Interessierten gestellt wurden. Diese können Sie regelmäßig aktualisieren.

Neben dem Exposé und dem optionalen Merkblatt, sollten Sie die **vollständigen Unterlagen** zur Besichtigung **ausgedruckt** vorliegen haben, um Detailfragen direkt beantworten zu können. Welche Unterlagen Sie benötigen, besprechen wir im Kapitel "Unterlagen für den Immobilienverkauf".

TYPISCHE FRAGEN VON INTERESSIERTEN

Auf diese **häufig gestellten Fragen** sollten Sie vorbereitet sein:

- ▶ **Wie lange wohnen Sie schon hier?** Seit wann besitzen Sie die Immobilie?
- ▶ Bis wann benötigen Sie eine **Rückmeldung** über Zu- oder Absage eines Kaufs?
- ▶ Wäre eine **zweite Besichtigung** möglich?
- ▶ Zu wann stellen Sie sich eine **Übergabe** der Immobilie vor?
- ▶ Können **Einrichtungsgegenstände** übernommen werden?
- ▶ Haben Sie weitere **Unterlagen** zur Immobilie?
- ▶ Wie ist das Zusammenleben in der **Nachbarschaft**?
- ▶ Gibt es **Kinder** in der Nachbarschaft und in welchem Alter sind sie?
- ▶ Wo sind der nächste **Kindergarten** und die nächste **Kita, Grundschule und weiterführende Schule**?
- ▶ Kann **angebaut oder erweitert** werden?

- ▶ Sind Ihnen **Mängel** oder wiederkehrende Schäden und Schwachpunkte der Immobilie bekannt?
- ▶ Welche **Modernisierungen, Renovierungen und Sanierungsmaßnahmen** sind vorgenommen worden?
- ▶ Welche **Handwerksarbeiten** wurden professionell und welche in Eigenleistung durchgeführt?
- ▶ Welche **Wände** sind tragend?
- ▶ Steht das Haus unter **Denkmalschutz**?

Typische Fragen, mit denen **Kaufinteressierte** ihre **Verhandlungsposition** ausloten:

- ▶ Aus welchem **Grund** möchten Sie verkaufen?
- ▶ Wie viele **Besichtigungen** hat es bereits gegeben?
- ▶ **Seit wann** ist die Immobilie im **Verkauf**?
- ▶ Haben Sie bereits **Kaufangebote** vorliegen?
- ▶ Gibt es noch **Verhandlungsspielraum**? Ist am Preis noch was zu machen?
- ▶ Wie sind Sie auf den **Preis** gekommen?

Die Frage nach dem **Grund des Verkaufs** sollten Sie im Sinne des **Vertrauensaufbaus** ehrlich beantworten. Handelt es sich bei dem Grund um **Trennung, Krankheit oder finanzielle Not** sollten Sie darauf verweisen, dass die Immobilie nicht mehr zu Ihren weiteren **Zukunftsplänen** passt und Sie sich verändern wollen. Es kann Ihre **Verhandlungsposition** schwächen, wenn Sie Interessierten mitteilen, dass Sie mehr oder weniger **gezwungen sind**, die Immobilie zu veräußern.

Lassen Sie sich mit **Fragen zum Angebotspreis** nicht verunsichern. Preisnachfragen sind **kein Anzeichen für näheres Interesse**. Vielmehr zielen diese Fragen darauf ab, Ihre **Verhandlungsbereitschaft zu testen** und auszuloten, wie dringend der Verkauf für Sie ist. Mehr zum Thema Preisnachfragen finden Sie Antworten im Kapitel "Kaufpreisverhandlung".

Bei vermieteten Immobilien sollten Sie außerdem auf die folgenden Fragen vorbereitet sein:

- ▶ Werden die **Mieten** pünktlich bezahlt?
- ▶ **Seit wann** wohnen die einzelnen **Mietparteien** in der Wohnung oder im Haus?
- ▶ Wurde seitdem die **Miete erhöht**?
- ▶ Welche **Art Mietvertrag** wurde abgeschlossen, wie Indexmiete, unbefristeter oder befristeter Vertrag?
- ▶ Sind die **Mieter** ruhig, ordentlich und gehen sie pfleglich mit ihren vier Wänden um?
- ▶ Wäre eine **Kündigung wegen Eigenbedarf** möglich?

DIE BESICHTIGUNG DURCHFÜHREN

DER OPTIMALE ABLAUF EINER BESICHTIGUNG

Führen Sie die Besichtigung so durch, als würden Sie Gästen oder guten Bekannten Ihre Immobilie zeigen. So schaffen Sie eine **authentische Atmosphäre**. Gäste bitten Sie vermutlich zuerst ins **Wohn- beziehungsweise Esszimmer** mit Blick nach draußen. Vielleicht treten Sie von hier aus zunächst auf die **Terrasse oder den Balkon**. Verkaufen Sie ein Haus, bietet es sich jetzt an, die **Außenbesichtigung** anzuschließen. Danach zeigen Sie die **weiteren Wohnbereiche**, bevor Sie den **Keller** besichtigen und wieder im **Wohn- oder Esszimmer** enden.

Vermeiden Sie eine **"technisch logische Begehung"**. Insbesondere **gut strukturierte Eigentümer*innen** machen den Fehler, ihre Besichtigung **logisch** aufzubauen. Sie beginnen in dem weniger attraktiven Keller und enden auf dem Dachboden – oder andersherum. Besser ist es, mit den **attraktiven Wohnbereichen**, den Blicken nach draußen, zu starten. Denn die **ersten Eindrücke** prägen sich immer am besten ein.

Unsere Empfehlung für die **Reihenfolge der Besichtigung**:

1. **Blick von vorne** auf die Immobilie und den Eingangsbereich.
2. **Betreten des Eingangsbereichs**.
3. **Wohn- beziehungsweise Esszimmer** mit Blick auf Terrasse oder Balkon.
4. **Austritt auf die Terrasse**
5. **Außenbesichtigung**
6. **Weitere Wohnräume**, obere Etagen.
7. **Nebenflächen** wie Keller, Garage.
8. **Abschluss: Wohn- beziehungsweise Esszimmer**.

Ob Sie **zuerst draußen** starten oder mit der **Innenbesichtigung** beginnen, hängt auch von Ihrer **persönlichen Präferenz** und der **Immobilie** ab. Eine goldene Regel gibt es nicht. Sie können Ihre Gäste auch fragen, ob sie erst um das Haus gehen und danach die Innenräume besichtigen möchten. Oder umgekehrt.

„**Wer vorgeht, der führt.**“ Das bedeutet: Bewohnen Sie selbst die Immobilie, werden Kaufinteressierte erwarten, dass Sie **durch die Räume führen** und verschiedene Dinge erläutern. Steht das Objekt leer, können sich die Kaufinteressierten **frei durch die Räumlichkeiten** bewegen, während Sie für Rückfragen oder Erläuterungen in der Nähe bleiben. Führen Sie die Gäste, sollten Sie auf Ihren **Redeanteil** achten und **nicht zu viele Informationen** vermitteln und **Geschichten** erzählen. Vielmehr sollten Sie den Interessierten den nötigen **Freiraum** gewähren, die Freiflächen und Zimmer auf sich wirken zu lassen, sich Gedanken zu machen und sich vorzustellen, in der Immobilie zu wohnen. Ermutigen Sie Ihre Besucher*innen stattdessen, **Fragen von sich aus zu stellen**, seien Sie offen, nahbar und auskunftsbereit, um Vertrauen aufzubauen. So vermeiden Sie, dass sie ausschweifend über Dinge erzählen, die den Immobiliensuchenden zum jetzigen Zeitpunkt unwichtig sind.

Lassen Sie **Fotos während der Besichtigung** zu. Häufig kommt die Frage, ob Interessierte **Fotos** oder ein **Video** von der Immobilie machen dürfen. Im Sinne der **Verkaufpsychologie** sollten Sie dies zulassen. Zum einen signalisieren Sie, dass Sie **nichts zu verbergen** haben. Zum anderen werden Interessierte die Fotos mit Sicherheit später noch mal durchschauen, um sich den **Vor-Ort-Termin** später **nochmals vor Augen zu führen**: Ein gutes Zeichen für Ihre Vermarktungsbemühungen! Sie sollten allerdings darauf hinweisen, dass Bilder und Videos **nicht weitergegeben** und ausschließlich für den **privaten Gebrauch** genutzt werden dürfen.

DAS ABSCHLUSSGESPRÄCH

Planen Sie am Ende der Besichtigung ein **kurzes Abschlussgespräch** ein mit weiteren Fragen. Beenden Sie die Besichtigung im **Keller, dem Dachboden oder der Garage**, ist dies dafür ein denkbar **ungünstiger Ort**. Enden Sie deshalb wieder im **schönsten Raum** Ihrer Immobilie. Sie können das Gespräch, bei einem Glas Wasser oder einer Tasse Kaffee führen, oder auch im Stehen. Dies ist auch ein guter Zeitpunkt, das **ausgedruckte Exposé**, ein vorbereitetes **Merkblatt** oder **weitere Unterlagen** denjenigen Interessierten mitzugeben, die ernsthaftes Interesse signalisieren.

Bereiten Sie **mehrere Unterlagen-Pakete** vor. Drucken Sie statt nur einem Unterlagenpaket und Exposé gleich **zwei oder drei** weitere aus, die Sie im **Sichtfeld** der Interessierten bereitlegen. So signalisieren Sie, dass Sie darauf vorbereitet sind, auch **weiteren Interessierten** Unterlagen mitzugeben.

RÜCKMELDUNGEN & ABSAGEN

Seien Sie im Falle einer **unerwarteten Absage** nicht enttäuscht. Die Immobiliensuchende sind in der Regel gut erzogen und werden Ihnen nicht vor den Kopf stoßen wollen. Daher wird es für Sie als Eigentümer*in **eher schwer einzuschätzen sein**, ob die Interessenten nach der Erstbesichtigung weiterhin **Interesse** haben. Bei einer anschließenden **Absage** der Interessierten sind Immobilienverkäufer*in häufig **überrascht** oder sie erhalten **gar keine Nachricht**, weil ihren Gesprächspartner*innen eine Absage, diese schlechte Nachricht, eventuell **unangenehm** ist. Es fällt Immobiliensuchenden leichter, Makler*innen – als **unabhängigen Dritten** – zu sagen, dass die Immobilie für sie **nicht infrage kommt** als den Eigentümer*innen.

Bitten Sie um **Rückmeldung per E-Mail**. Teilen Sie Kaufinteressierten zum Schluss der Besichtigung mit, dass Sie sich über **eine kurze E-Mail in den nächsten Tagen** freuen würden, ob die Immobilie weiterhin infrage kommt oder nicht. Somit **senken Sie die Hürde zur Kontaktaufnahme** im Falle einer **Absage** und erhöhen die **Rückmeldungsquote**. Personen, die sich einen Kauf vorstellen können, werden Sie ohnehin per Telefon oder E-Mail kontaktieren und nach einem **zweiten Besichtigungstermin** fragen.

DIE DAUER EINES BESICHTIGUNGSTERMINS

Die Dauer eines Besichtigungstermins hängt von der Besichtigungsvariante ab, die Sie gewählt haben und davon, ob Sie auf den Effekt setzen wollen, dass Interessierte sich gegenseitig sehen. Für **individuell vereinbarte Besichtigungen**, auf die kein Anschlusstermin folgt, sollten Sie circa **30 bis 60 Minuten** einplanen. Bei **getakteten Besichtigungen** hingegen können Sie sich an folgenden Empfehlungen orientieren: Für normal große Häuser (100 bis 160 m² Wohnfläche), planen wir bei uns im Unternehmen meistens **30 Minuten pro Besichtigung** ein; für Wohnungen etwa 20 Minuten.

Da es während der ersten Besichtigungen darum geht, Suchenden einen **ersten Eindruck** zu geben, ist dies in der Regel ausreichend. Weiter in die Tiefe und ins Detail geht es meistens im Rahmen einer **Zweitbesichtigung**, zu der häufig auch **Bekannte und/ oder Bausachverständige** hinzugezogen werden. Für die individuell vereinbarte Zweitbesichtigung wird auch **mehr Zeit** eingeplant.

DIE IMMOBILIE RESERVIEREN

Führen Sie erst **alle geplanten Besichtigungen** durch, bevor Sie die Immobilie für die erstbesten Kaufinteressierten **reservieren**, diesen die Immobilie **versprechen** oder weiteren Suchenden **absagen**. Bekommen Sie bereits zu Anfang Ihrer geplanten Besichtigungsphase erste Kaufabsichten mitgeteilt, sollten Sie diesen Personen verständlich machen, dass Sie sich **über die Entscheidung sehr freuen**, Sie jedoch **weitere Besichtigungen** vereinbart haben, die Sie durchführen möchten, bevor Sie eine **Entscheidung** treffen, an wen Sie verkaufen möchten. Zum einen machen Sie damit die Immobilie **begehrter** für Interessierte, da Sie mitteilen, dass sie diese nicht sofort haben können. Zum anderen kann Ihnen für die **Kaufpreisverhandlung** nichts Besseres passieren, als dass Sie weitere Personen mit **konkreten Kaufabsichten** haben.

Lassen Sie jedoch nicht zu viel Zeit verstreichen. Kaufinteressierte werden sich **2 bis 3 Wochen** stark mit Ihrer Immobilie beschäftigen. Wir als Maklerunternehmen sprechen dabei vom **„emotionalen Momentum“**. Dauert die **Einigung oder Zusage** zum Verkauf Ihrerseits länger, wenden sich Kaufinteressierte vielleicht **anderen Angeboten** zu oder **distanzieren sich emotional** von Ihrer Immobilie, um nicht allzu sehr enttäuscht zu sein, weil sie befürchten **nicht zum Zuge** zu kommen, je länger sie nichts von Ihnen gehört haben.

Nach der letzten geplanten Besichtigung sollten Sie auswerten, welche **Rückmeldungen** Sie bekommen haben und wie viele **Kaufinteresse** bekundet haben: Ist nur **eine Person** kaufwillig, können Sie mit dieser in **individuelle Verhandlungen** treten oder an diese die Immobilie verkaufen. Haben Ihnen **mehrere Interessierte** eine Kaufabsicht mitgeteilt, können Sie überlegen ein **Bieterverfahren** durchzuführen, um einen höheren Preis als den Angebotspreis zu erzielen. In den seltensten Fällen bleibt nach einer gesunden Nachfrage **kein Interessent** mit Kaufabsicht übrig – vorher werden Sie vermutlich zumindest das eine oder andere **Angebot unter Ihrem Angebotspreis** erhalten. Auch hier ist dann **individuelles Verhandlungsgeschick** gefragt. Über die Kaufpreisverhandlung sprechen wir im entsprechenden Kapitel.

BESICHTIGUNG VON VERMIETETEN IMMOBILIEN

Ist Ihre Immobilie vermietet, sollten Sie frühzeitig mit den **Mieter*innen** über Ihre **Verkaufsabsichten** reden. Im Optimalfall haben Sie ein angenehmes, **professionelles Verhältnis** zu Ihren Mieter*innen und diese kooperieren bei Ihren **Verkaufsbemühungen**. Überrumpeln Sie diese nicht mit Ihren Verkaufsabsichten, indem Sie direkt einen **Besichtigungstermin mit Kaufinteressierten** vereinbaren möchten. Vielleicht haben die Mieter*innen auch selbst Interesse, ihre vier Wände zu kaufen?

Da Besichtigungen für ihre Mieter*innen mit **viel Aufwand** verbunden sind, haben wir in der Vergangenheit diesen einen **finanziellen Anreiz** beziehungsweise **Gutschein** gegeben, sobald die Immobilie verkauft war. Dies ist vielleicht eine **Idee**, die Sie übernehmen könnten. Somit wertschätzen wir die **Zeit und emotionale Belastung** der Mieter*innen, die mit einem Verkauf einhergehen. Immerhin kann ein Verkauf für sie eine **ungewisse Zukunft** einläuten, falls neue Eigentümer*innen Eigenbedarf geltend machen.

Sie befinden sich beim Verkauf auch in einer Abhängigkeit vom Mieter*innen hinsichtlich:

- ▶ **Fotos** der Immobilie und Wohnräume
- ▶ **Zugang** zur Wohnung
- ▶ **Präsentation** der Wohnung zu den Besichtigungsterminen.
- ▶ **Informationen**, die der Mieter während der Besichtigung den Kaufinteressierten mitteilt.

Haben Sie eine **schlechte Beziehung** zu Ihren Mieter*innen oder stellen sich diese als unkooperativ heraus, bietet es sich an, die Immobilie von einem **unbeteiligten Dritten oder Makler*innen** verkaufen zu lassen, die in der **Vermieter-Mieter-Beziehung** vermitteln können. Stellen sich Mieter*innen dennoch quer, bleibt Ihnen nur der **rechtlich vorgeschriebene Weg**, Besichtigungen rechtzeitig vorher **schriftlich** anzukündigen. Weitere Infos zu dem Thema finden Sie auf der Website vom Mieterschutzbund. Viele Eigentümer*innen bevorzugen es daher, ihre Immobilie dann zu verkaufen, wenn **Mieter*innen gerade ausgezogen** sind. Zum einen macht dies den **Verkauf und die Besichtigungen einfacher**. Zum anderen kann zumeist ein **höherer Verkaufspreis** erzielt werden, da Käufer*innen selbst einziehen beziehungsweise sie vielleicht zu einem höheren Mietpreis neu vermieten können.

Mieter*innen sollten bei Besichtigungen anwesend sein. Denn es gilt: **Ein Kauf bricht Miete nicht**. Das bedeutet, Käufer*innen würden die Mieter*innen mit **übernehmen**. Da ist es verständlich, dass Kaufinteressierte die Bewohner kennenlernen möchten. Lassen Sie außerdem Fragen, die Kaufinteressierte Mieter*innen stellen, zu. Üblicherweise werden hier **folgende Fragen** gestellt:

- ▶ Wie lange wohnen Sie schon hier?
- ▶ Fühlen Sie sich wohl?
- ▶ Wollen Sie hier wohnen bleiben?
- ▶ Sind Ihnen **Mängel** bekannt?

- ▶ Welche **Reparaturen** beziehungsweise Erneuerungen wurden in der Wohnung zuletzt durchgeführt?

DIE ZWEITBESICHTIGUNG

Möchten Interessierte die Immobilie ein **weiteres Mal sehen**, ist dies ein eindeutiges Zeichen für **konkrete Kaufabsichten**. Eine Zweitbesichtigung dauert wesentlich länger als eine Erst-Besichtigung. Sie sollten sich darauf einstellen, dass bei Zweitbesichtigungen vom Interessierten **weitere Personen** in die **Entscheidungsfindung** einbezogen werden, wie Freund*innen, Bekannte, Verwandte, Handwerker*innen oder Bausachverständige. Im Gegensatz zur Erstbesichtigung sollten Sie als **Eigentümer*in** bei der Zweitbesichtigung möglichst **anwesend sein**, auch wenn Sie ein Vermittlungsunternehmen beauftragt haben, da Sie die Immobilie am besten kennen. Darüber hinaus sollten Sie alle vorhandenen **Bauunterlagen** griffbereit haben.

Motive von Kaufinteressierten für eine Zweitbesichtigung:

- ▶ Die Immobilie noch mal sehen und **auf sich wirken lassen**.
- ▶ **Meinungen** von Familie, Freunde, Bekannte, Experten einholen.
- ▶ Räume, Wände, Deckenhöhen etc. ausmessen.
- ▶ Mögliche **Umbauten** oder sinnvolle Modernisierungen kalkulieren.
- ▶ Die Immobilie **bautechnisch** verstehen.
- ▶ **Risiko minimieren** und eventuell **Mängel** oder anstehende größere Sanierungsmaßnahmen im Vorfeld erkennen.
- ▶ In persönliche **Kaufpreisverhandlungen** mit Ihnen als Eigentümer*in einsteigen.

Behalten Sie im Hinterkopf, dass es für Kaufinteressierte bei der Zweitbesichtigung darum geht, die Immobilie genauer in Augenschein zu nehmen. Wenn **Bausachverständige** dabei sind, wird es auch um Bautechnik und -physik, sinnvolle Modernisierungen, Erneuerungen, Schäden und Mängel an der Immobilie gehen. Dabei steht nicht im Vordergrund, die **Immobilie schlecht zu reden**. Vielmehr soll mit Kaufinteressierten realistisch abgeklärt werden, ob neue Eigentümer*innen nach dem Erwerb mit anstehenden **Kosten** rechnen müssen.

Lassen Sie bei der zweiten Besichtigung die Kaufinteressierten entscheiden, was und in welcher **Reihenfolge** sie die Räumlichkeiten begehen wollen. Halten Sie sich am besten im **Hintergrund** und stehen Sie nur für **Fragen** zur Seite – insbesondere, wenn weitere Entscheidungsbeeinflusser*innen dabei sind.

Sind **Bauexpert*innen** oder **Handwerker*innen** mit von der Partie, sollten Sie sich nicht darüber ärgern, wenn diese in ihren **Aussagen zur Immobilie sehr direkt** sind. Bleiben Sie **freundlich und auskunftsfreudig**. Im Optimalfall waren Ihnen eventuell angesprochene **Schwachpunkte** bereits vor dem Zweitbesichtigungstermin bewusst und Sie sind **offen damit umgegangen**, sodass Sie nun argumentieren können, dass diese von Ihnen bei der **Angebotspreisfindung** berücksichtigt worden sind. Werden **Mängel** gefunden, die Ihnen nicht bekannt waren, werden Käufer*innen diese vermutlich als **Verhandlungshebel** nutzen. Mehr dazu im Kapitel Kaufpreisverhandlung.

KAPITEL 13: KAUFPREISVERHANDLUNG



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel13>

Wichtig zu wissen

- ✓ Der Erfolg einer Kaufpreisverhandlung wird maßgeblich von Ihrer Verhandlungsposition beeinflusst.
- ✓ Bereiten Sie sich auf die Kaufpreisverhandlung vor.
- ✓ Lernen Sie Ihre Kaufinteressierten vorher kennen.
- ✓ Überlegen Sie sich Argumente, Verhandlungspunkte, Forderungen und Ziele.
- ✓ Seien sie vorbereitet auf Nachfragen, die auf den Preis abzielen, und legen Sie sich passende Antworten zurecht.
- ✓ Beherzigen Sie die Tipps zur Verhandlung, die wir Ihnen weiter unten im Kapitel an die Hand geben.
- ✓ Haben Sie mehrere Kaufinteressierte, können Sie ein Bieterverfahren durchzuführen.

Inhalt dieses Kapitels

1. Die Verhandlungsposition
2. Vorbereitung auf die Preisverhandlung
3. Preisnachfragen
4. Tipps für die Verhandlung

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir, wie Sie **Nachfragen**, die auf den Preis abzielen, richtig beantworten, Sie sich auf **Preisverhandlungen** vorbereiten und diese professionell führen.

DIE VERHANDLUNGSPOSITION

Jede Verhandlung ist individuell. Einen **Königsweg**, der immer zum optimalen Ergebnis führt, **gibt es nicht**. Entscheidend für den Verlauf einer Kaufpreisverhandlung ist Ihre **Verhandlungsposition**: Gibt es mehrere **Kaufwillige** oder nur eine Person? Haben diese **Finanzierungszusagen** ihrer Bank? Haben Sie als Eigentümer*in bis hierhin **Fehler** gemacht, wird es schwer, diese bei Verhandlungsgesprächen zu kitten. Im Optimalfall haben Sie **bei Angebotspreis, Exposé, Besichtigungsterminen etc.** alles richtig gemacht und eine **gute Verhandlungsposition**. Wie Sie diese **Weichen richtig stellen**, haben wir im Kapitel „Die Möllherm-Methode“ zusammengefasst und in den vorausgegangenen Kapiteln umfangreich beschrieben.

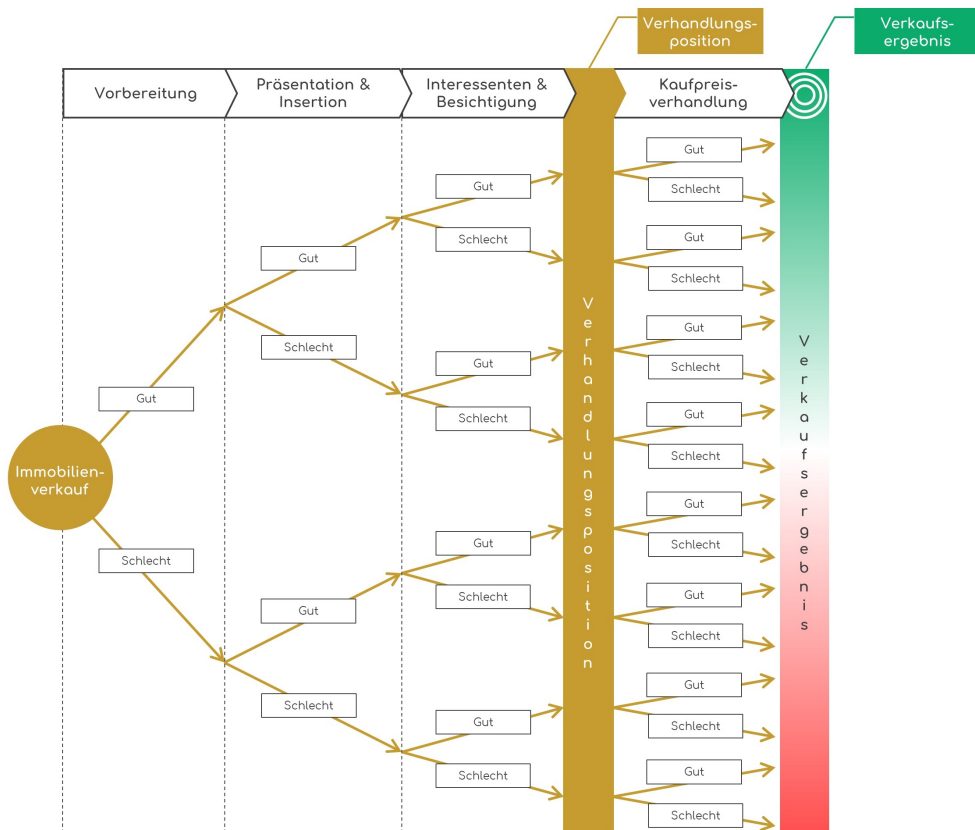


ABBILDUNG 30 DER WEG ZU EINER GUTEN VERHANDLUNGSPOSITION

Umgekehrt gilt: Haben Sie den Immobilienverkauf nicht ordentlich vorbereitet (Unterlagen, Bewertung und Angebotspreisstrategie) und Ihre Immobilie nicht optimal und reichweitenstark präsentiert, werden Sie vermutlich nicht die maximal mögliche Nachfrage erzielen und vielleicht nur einen oder sehr wenige Kaufinteressierte gewinnen. Haben Sie außerdem Fehler bei der Interessentenbetreuung oder Besichtigung gemacht, die Ihnen vielleicht nicht bewusst sind, ist Ihre Verhandlungsposition vermutlich eher schlecht.

Vielleicht kann die Kaufpreisverhandlung mit einer schlechten Verhandlungsposition trotzdem zu einem für Sie annehmbaren Ergebnis führen, jedoch werden Sie nie wissen, ob nicht noch mehr drin gewesen wäre. Dies ist die Denkfalle, in welche die meisten Eigentümer tappen: Einzig den Erfolg der Kaufpreisverhandlung betrachten, anstatt den gesamten Verkaufsprozess zu sehen.

BEISPIEL FÜR EINE GUTE VERHANDLUNGSPOSITION

- Sie haben mehrere kaufwillige Personen, die sich bewusst sind, dass sie nicht die Einzigen sind und von denen Sie sicher sind, dass sie sich die Immobilie leisten können.

- ▶ Sie kennen die **Hintergründe ihrer Kaufabsichten**.
- ▶ Sie kennen ihren **finanziellen Budget-Rahmen**.
- ▶ Sie **bevorzugen keine Kaufwilligen** und fühlen sich niemandem verpflichtet.
- ▶ Interessierte konnten im Laufe der Vermarktung **Vertrauen** zu Ihnen aufbauen.
- ▶ Sie haben **keine vorschnellen Zusagen** oder Ähnliches getroffen.
- ▶ Auf **Preisnachfragen** sind Sie absichtlich noch nicht eingegangen.
- ▶ **Anfragen und Nachfragen** sind immer noch hoch, falls Sie die Immobilie weiterhin inserieren.
- ▶ Weitere Interessierte zu generieren stellt für Sie keinen großen **Mehraufwand** oder eine große Belastung dar.
- ▶ Die Immobilie war nicht allzu lange **am Markt inseriert** (weniger als 3 Monate).
- ▶ Sie haben **keine Not** (zeitlich und finanziell) verkaufen zu müssen und haben den Kaufwilligen plausibel und unverfänglich mitgeteilt, weshalb Sie veräußern wollen.
- ▶ **Mängel und Schäden** haben Sie von Anfang an transparent kommuniziert.
- ▶ **Flächen- und Baujahresangaben** haben Sie 100-prozentig korrekt angegeben.
- ▶ Sie schalten eine **Verhandlungsführer*in** ein, die Sie während der Verhandlungsphase begleitet und berät sowie zwischen Ihnen und den Kaufinteressierten vermittelt.
- ▶ Sie sind mit **Verhandlungen vertraut**, haben dies öfter gemacht und bleiben cool, auch wenn es mehrere Tage hin und her geht.

BEISPIEL FÜR EINE SCHLECHTE VERHANDLUNGSPPOSITION

- ▶ Sie haben aktuell **nur einen Kaufinteressierten**. Dieser weiß, dass er zurzeit der Einzige ist.
- ▶ Ihnen liegen nur **unzureichende Informationen** vor, weshalb diese Person Ihre Immobilie kaufen möchte.
- ▶ Sie kennen nicht die **finanziellen Möglichkeiten** dieses Interessierten oder können diese nicht einschätzen.
- ▶ Sie haben es verpasst, **Vertrauen** aufzubauen beziehungsweise dieses durch ungeschicktes Verhalten beschädigt.
- ▶ Sie haben dem Interessierten vorschnell eine **Quasi-Zusage** gegeben.
- ▶ Sie haben sich in einem der **ersten Gespräche** bereits verhandlungsbereit gezeigt.
- ▶ **Anfragen und Nachfrage** sind aktuell verhalten; weitere Besichtigungen nicht vereinbart oder in Sicht.
- ▶ Weitere Kaufinteressierte zu finden, bedeutet für Sie einen **hohen Aufwand** oder stellt eine große emotionale Belastung dar.
- ▶ Sie haben eine **außergewöhnlich hohe Motivation**, die Immobilie zu verkaufen (Trennung, Krankheit, Geldsorgen, Zeitdruck) und haben den Interessierten von Ihrer misslichen Lage berichtet.
- ▶ Die Immobilie war schon **lange am Markt inseriert** (über 6 Monate).

- ▶ Bei einer Zweitbesichtigung wies eine Bauexpert*in auf **Mängel und Schäden** hin, die Sie nicht kannten.
- ▶ **Angaben** von Ihnen im Inserat, Exposé oder während der Besichtigung (z.B. Größe der Wohnfläche oder Baujahr) haben sich bei genauerer Prüfung als falsch erwiesen.
- ▶ Sie führen die **Verhandlung** allein, ohne eine dritte Person oder Verhandlungsführer*in, die Ihnen zur Seite stehen könnte.
- ▶ Sie sind **unerfahren mit Verhandlungssituationen** und fühlen sich in dieser unwohl, sodass Sie eine Verhandlung am liebsten vorschnell zu einem Ende führen möchten.

VORBEREITUNG AUF DIE PREISVERHANDLUNG

Um ein gutes Verhandlungsergebnis zu erzielen, sollten Sie sich **vorbereiten**. Ihnen ist nicht geholfen, wenn Ihnen **die besten Argumente erst hinterher einfallen**. Überlegen Sie vorher, mit **wem** Sie verhandeln, **was** sie ansprechen wollen, **welche Argumente** Sie vorbringen können und in **welche Richtung** ihre Gesprächspartner*innen argumentieren könnten. Es geht nicht darum, die besten Argumente zu haben, sondern diese so zu platzieren, dass sie **kaum zu entkräften** sind. Letztendlich verhandeln Sie nicht nur den **Preis**, sondern ein **Gesamtpaket** – auch wenn der **Preis** meistens das wichtigste Kriterium ist.

IHR VERHANDLUNGSPARTNER

Im Optimalfall haben Sie diese Informationen zu ihren Verhandlungspartner*innen bereits zu einem **früheren Zeitpunkt** in Erfahrung gebracht – im Rahmen Ihrer Interessierten-Qualifizierung, der Besichtigung oder der zurückliegenden Telefonate und E-Mails. Folgende **Informationen** können wichtig sein, damit Sie **Verhandlungspartner*innen** und Ihre **eigene Verhandlungsposition** richtig einschätzen:

- ▶ Weshalb suchen sie eine Immobilie zum Kauf? (**Motivation**)
- ▶ Weshalb möchten Kaufinteressierte Ihre Immobilie im Speziellen kaufen? Welche **Merkmale** sind diesen besonders wichtig? (Dies könnte zum Beispiel die Lage sein.)
- ▶ Seit wann sind die Verhandlungspartner*innen auf **Immobilien**suche?
- ▶ Bis wann muss ein **neues Heim** gefunden sein?
- ▶ Wie viele Immobilien haben sich die Kaufwilligen schon angeschaut? Welche **anderen Objekte** haben sie in der Vergangenheit angesehen und weshalb kamen die nicht infrage?
- ▶ Haben die Kaufinteressierten weitere **Besichtigungstermine**? Wenn Ja: Um welche Immobilien handelt es sich?
- ▶ Wurde den Interessierten schon mal ein **Objekt vor der Nase weggeschnappt**? Haben sie sich mal im Nachhinein geärgert, bei einem anderen Objekt nicht zugeschlagen zu haben?
- ▶ Können sich die Kaufwilligen Ihre **Immobilie leisten**? Gab es Gespräche mit **Finanzierungsberater*innen**? Wie hoch ist ihr **Budget**?

Ausführlicher sprechen wir über das Thema im Kapitel „Interessierten-Qualifizierung“.

VERHANDLUNGSPUNKTE

In den meisten Fällen ist der **Preis** für Käufer*innen und Verkäufer*innen der **entscheidende Verhandlungspunkt**. Jedoch gibt es darüber hinaus **weitere Aspekte**, die in eine Verhandlung eingebracht werden können. Am Ende wird immer ein **Gesamtpaket** verhandelt:

- ▶ Die Kaufpreishöhe
- ▶ Das Datum der Kaufpreiszahlung.
- ▶ Eine Anzahlung (nach dem Notariatsvertrag).
- ▶ Reservierungsvereinbarung und/ oder -gebühr (vor Notariatsvertrag).
- ▶ Inventar und Gegenstände, die in der Immobilie verbleiben und mitveräußert werden.
- ▶ Räumung, Entrümpelung und Entsorgung von Unrat.
- ▶ Übergabedatum und einhergehende **Doppelbelastungen** (Mietzahlungen, Kreditraten, Nebenkosten etc.).
- ▶ **Zustand der Immobilie** bei Übergabe (noch durchzuführende Handwerksleistungen, Rückbaumaßnahmen etc.).
- ▶ Bei Wohnungen außerdem: **Separate Stellplätze**, geplante **Sonderumlagen** für Modernisierungen, Höhe der **Instandhaltungsrücklagen**.
- ▶ Wahl des Notariats
- ▶ **Vorfälligkeitsentschädigungen** beziehungsweise die Übernahme von laufenden Krediten.
- ▶ **Aufschiebende Bedingungen**.
- ▶ **Heizvorräte** (Öl im Tank, Kaminholz-Vorräte), die gegebenenfalls mitverkauft werden.

PREISNACHFRAGEN

Auf Preisnachfragen von Kaufinteressierten während des ersten Telefonats oder der Erstbesichtigung sollten Sie **nicht eingehen**. Sagen Sie ihnen, dass sie Ihre Immobilie noch nicht kennen oder vollständig gesehen haben. Bedenken Sie, dass Preisnachfragen **kein Signal eines größeren Interesses** sind. Eventuell wollen Kaufwillige nur Ihre **Verhandlungsbereitschaft** testen.

Auch zu einem späteren Zeitpunkt müssen Sie behutsam vorgehen, wenn Interessierte auf den Preis zu sprechen kommen. **Geschickte Verhandler*innen** kommen auf das Thema auf eine **subtile Art** zu sprechen, z.B. mit der Frage: **“Wie sind Sie auf den Preis gekommen?”** Je glaubhafter Sie dies beantworten, desto besser. Bedenken Sie, dass **nicht Sie das Thema Preis eröffnen oder weitertreiben**, sondern immer die Kaufwilligen. Schließlich möchten diese etwas von Ihnen.

Folgende Ansatzpunkte für Ihre Argumentation sind denkbar:

MIT DER NACHFRAGE ARGUMENTIEREN

Dies ist das mächtigste Argument. Sie signalisieren, dass sich noch **andere Suchende** für die Immobilie interessieren und der Preis daher **gerechtfertigt und fair** angesetzt ist. Am besten Sie können dies sogar belegen, indem Sie bereits bei der **Terminvereinbarung** sagen, dass an diesem Tag schon **weitere Besichtigungen** geplant sind. Seien Sie **aber vorsichtig**: Pokern Sie mit dieser Argumentation, obwohl es **wenig Nachfrage** gibt, könnten **Interessierte abspringen**, ohne weiter über den Preis zu sprechen, da Sie deutlich gemacht haben, dass andere eventuell bereit sind, den Preis zu zahlen.

Beispiel-Antworten:

“Die Nachfrage ist wirklich sehr gut. Ich habe täglich Anfragen und besichtige im Moment mehrmals die Woche.”

“Ich habe nach Ihnen noch zwei (drei, vier) weitere Besichtigungen. Ich scheine den Preis gut taxiert zu haben. Für mich ist der Marktpreis entscheidend.”

*MIT EINSCHÄTZUNGEN VON EXPERT*INNEN ARGUMENTIEREN*

Eine weitere Möglichkeit auf Preisnachfragen zu reagieren, ist sich **auf Expert*innen-Einschätzungen zu beziehen**, also Makler*innen oder Gebäudesachverständige, die den **Immobilienwert** berechnet haben. Kaufwillige müssten in diesem Fall die **Autorität und Kompetenz unabhängiger Dritter** anzweifeln, was selten geschieht. Haben Sie den Angebotspreis **unnachvollziehbar hoch** über einer solchen **Expertise** angesetzt, sollten Sie **nicht darauf verweisen**, dass Ihnen die **Einschätzung schriftlich** vorliegt. Es kann sein, dass Interessierte diese sehen möchten und Ihnen das **Vertrauen absprechen**, wenn Sie das Dokument nicht teilen wollen.

MIT RECHERCHIERTEN VERGLEICHSPREISEN ARGUMENTIEREN

Die dritte Argumentationsmöglichkeit ist, sich auf **selbst recherchierte Vergleichspreise**, erfolgreich verkaufter Vergleichsimmobilien in der **Nachbarschaft** oder **Vergleichspreis-Datenbanken** zu beziehen. Je konkreter und nachvollziehbarer Sie darlegen können, dass Ihre Immobilie in das **recherchierte Preisgefüge** passt, desto besser. Bei dieser Argumentation sollten Sie betonen, was Ihre Immobilie von den Vergleichsobjekten **unterscheidet**. Ein weiterer Faktor, den Sie hier mit ins Spiel bringen können, ist die **Zeit**. Vergleichspreise beruhen immer auf **Vergangenheitsdaten**. In der aktuellen Situation entwickelt sich der **Immobilienmarkt** in den meisten Regionen **nach oben**, teils rasant. Vergleichspreise können Sie zum Beispiel auf den großen **Immobilienportalen** (ImmoScout24, Immowelt, Immonet) einsehen, etwa in **Marktberichten** von regionalen Maklerunternehmen oder **Kaufpreissammlungen** und **Grundstücksmarktberichten** von örtlichen Gutachterausschüssen.



MIT DER FRÜHEN VERMARKTUNGSPHASE ARGUMENTIEREN

Wenn Sie noch am Anfang der Vermarktung stehen und nicht abschätzen können, wie sich die Nachfrage entwickelt, können Sie das Thema aufschieben und Interessierten mitteilen, dass Sie gerade erst mit dem Verkauf begonnen haben. Sie schließen damit den Verhandlungsweg nicht völlig aus. Bis dahin müssen Kaufwillige mit dem Risiko leben, dass jemand anderes zuschlägt. Sie spielen hier mit dem Trend des "FOMO" ("Fear of missing out"). Darüber hinaus machen Sie Interessierten klar, eine der Ersten zu sein, die das Objekt sehen.

Beispiel-Antworten:

"Ich habe die Vermarktung gerade erst begonnen. Die Nachfrage ist gut, daher möchte ich über den Preis aktuell noch nicht sprechen."

"Ich bin gerade erst mit dem Verkauf gestartet. Sollte die Immobilie in einigen Wochen noch inseriert sein, würde ich mich freuen, wieder von Ihnen zu hören. Vielleicht bin ich dann gesprächsbereit."

VERHANDLUNGSBEREITSCHAFT SIGNALISIEREN

Sollten Sie keine anderen vielversprechenden Kaufwilligen oder Anfragen haben, können Sie sich vorsichtig auf eine Verhandlung einlassen. In diesem Fall könnten sie auf eine Preisnachfrage erwidern "Was schätzen Sie, wie viel die Immobilie wert ist?". Dies ist besser, als danach zu fragen, wie viel jemand zu zahlen bereit ist oder zu erfragen, welchen Preis sich die Kaufinteressierten vorstellen. Kommen Interessierte im Anschluss nicht selber darauf zu sprechen, können Sie fragen, wie sie zu dieser Preiseinschätzung gelangen. Da Ihre Verhandlungspartner*innen vielleicht wirklich erwerben möchten, werden sie es vermeiden, Ihre Immobilie schlecht zu reden. Darüber hinaus können Sie einhaken und weitere Pluspunkte ergänzen. Machen Sie sich bewusst, dass Käufer*innen zu nächst immer das niedrigste Gebot machen werden.

TIPPS FÜR DIE VERHANDLUNG

PREISSCHRITTE

Machen Sie sich klar, dass es (vermutlich) um Ihren wertvollsten Besitz geht und Sie mit Zahlen "jonglieren", die weit jenseits Ihres Alltags liegen. Auch wenige

tausend Euro sind ein großer Betrag, für den die meisten Menschen mehrere Monate oder sogar Jahre arbeiten müssen. Verhandeln Sie also nicht nur in **5.000- oder 10.000-Euro-Schritten**, sondern nutzen Sie **weitere Verhandlungspunkte**, die Ihnen zur Verfügung stehen. Auf der anderen Seite sollten Sie den Verkauf nicht an **Kleinigkeiten** scheitern lassen: Im **Hunderterbereich** sollten Sie **großzügig**, im **Tausenderbereich** eher **knauserig** sein.

SPIELEN SIE AUF ZEIT

Sie müssen die **Verhandlung nicht persönlich, an einem Tisch, oder an einem Tag** abschließen. Eine Verhandlungssituation ist vielen Menschen **unangenehm**, der sie am liebsten schnell entkommen wollen. Der schnellste, aber nicht beste Ausweg ist, **in der Verhandlung vorschnell nachzugeben**. Sie könnten Kaufwilligen zum Beispiel antworten, dass sie noch eine Nacht (oder mehrere) drüber schlafen müssen oder: "Schwierig... Diesen Vorschlag muss ich erst mal mit meinem Partner (meinen Kindern, meinen Miterbenden...) besprechen." Es ist üblich, dass sich **Verhandlungen über mehrere Tage** ziehen und beide Seiten schlaflose Nächte haben. Ist die Immobilie weiterhin inseriert, spielt die **Zeit** für Sie: Es könnten sich jederzeit **neue Interessierte** melden, die den aktuellen Kaufwilligen die Immobilie **vor der Nase wegschnappen**.

ERST WICHTIGE PUNKTE, DANN UNWICHTIGERE VERHANDELN

Versuchen Sie die **schwierigen Verhandlungspunkte** (zum Beispiel den Preis) möglichst zu **Anfang der Verhandlung** zu thematisieren und nehmen Sie **unbedeutendere Aspekte** (Übergabedatum etc.) **später** hinzu. Haben Sie die unbedeutenderen Punkte bereits zu Anfang ausgehandelt und kommen erst zum Schluss auf den Preis zu sprechen, wird es schwer, **in kleinen Schritten aufeinander zu zugehen** und die gesamte Klaviatur möglicher **Verhandlungspunkte** zu spielen.

Haben Sie **viele Aspekte**, die Ihnen wichtig sind, sollten Sie mit ihren Verhandlungspartner*innen die zu klärenden Themen **nacheinander** diskutieren, **anstatt alle auf einmal** anzusprechen. Der **Umfang Ihrer Forderungen** wird Ihren Gesprächspartner*innen sofort bewusst. Sie können dies bis zum Handschlag **auf die Spitze treiben**: "Abgemacht, wenn wir uns außerdem darauf einigen, dass..." Andersherum, sollten Kaufwillige dies bei Ihnen probieren, können Sie antworten: "Angenommen ich komme Ihnen mit ... entgegen und Sie mir dafür bei ..., wären wir uns dann einig?"

KORREKTE ANGABEN UND KEINE MÄNGEL VERSCHWEIGEN

Gehen Sie sicher, dass **alle Angaben im Exposé, Inserat und während der Besichtigung stimmen** und Sie den Immobiliensuchenden **keine versteckten Mängel oder Schäden verschwiegen** haben. Ansonsten kann es passieren, dass **abweichende Angaben** zu Ihren **Ungunsten** in der Kaufpreisverhandlung gegen Sie verwendet werden. Schlimmer noch wäre es, wenn diese **nach der Beurkundung** auffliegen und die Käufer*innen möglicherweise **Schadensersatzansprüche** geltend machen.

INVENTAR ALS EXTRA

Sie können bei der Kaufpreisfindung zunächst **größere Inventargegenstände** außen vorlassen, z.B. die Einbauküche, das Gartenhaus oder die Photovoltaikanlage. Während der anschließenden **Kaufpreisverhandlung** können Sie diese **in die Waagschale werfen** und ohne Zusatzkosten mit anbieten. Das Inventar, über das Sie verhandeln, muss allerdings einen gewissen **Zeitwert** haben. Dies macht zudem nur Sinn, wenn Sie dies im **Inserat, Exposé und der Besichtigung** bereits **glasklar angegeben** haben und wirklich bereit sind, diese Gegenstände nach Verkauf auszubauen und weiterzuverwenden. Im **schlechtesten Fall** legen Käufer*innen auf die Gegenstände **keinen Wert** und Sie haben einen **wirkungslosen Verhandlungspunkt** eingebracht und sich dazu noch **Mehrarbeit** einheimst. Weitere Verhandlungspunkte, die Sie ins Feld führen können, sind: ein separater Pkw-Stellplatz, wenn dieser auf einem eigenen Grundbuchblatt eingetragen ist.

VERHANDELN SIE AUF AUGENHÖHE

Seien Sie nicht eingeschüchtert. Führen Sie Gespräche auf **Augenhöhe**. Insbesondere erfahrene Kaufwillige, mit weiterem eigenen Immobilienbesitz, könnten versucht sein, sie einzuschüchtern, weil sie nur eine Immobilie ihr Eigentum nennen können. Lassen Sie sich nicht verunsichern.

VERHANDLUNGSFÜHRER

Führen Sie Verhandlungen nicht allein, sondern nehmen Sie sich **Hilfe** hinzu. Somit können Sie die **Rollen** aufteilen. Es gibt dann einen **Verhandlungsführenden**, der die Forderungen stellt und das Gespräch führt. Daneben gibt es den **"strategischen Beisitzer"**, der einen kühlen Kopf behält und den Führenden dahingehend überwacht, dass dieser nicht von der vorab vereinbarten **Verhandlungslinie** abweicht. Haben Sie ein Maklerunternehmen beauftragt, übernimmt dieses die Rolle des Verhandlungsführenden. **Makler*innen** dienen zudem als **Intermediäre**, weil sie die **Verhandlung lenken** und Sie davor bewahren, **vorschnell Zusagen** zu geben. Meistens erfolgt die Verhandlung in diesem Fall auch nicht persönlich zwischen Ihnen und den Kaufwilligen.

SCHRIFTLICHE KAUFANGEBOTE

Legen Sie auf eine **schriftliche Übersendung des Kaufpreisangebots** wert. Kaufinteressierte werden das Angebot vermutlich **schriftlich begründen**, sodass Sie Zeit haben, Ihre **Antwort vorzubereiten** und zu überlegen, was Sie erwidern wollen. Verkaufen Sie Ihre Immobilie privat, können Sie daraufhin das **persönliche Gespräch** suchen und Ihre Argumente und Sichtweise im **Direktkontakt** vortragen. Haben Sie ein Maklerunternehmen beauftragt, wird die Verhandlung in den seltensten Fällen direkt und persönlich zwischen Ihnen und den Kaufwilligen stattfinden, sondern von Angestellten des Maklerunternehmens moderiert.

FORMULIERUNG IHRER FÖRDERUNGEN

Formulieren Sie Ihre Punkte **offen** und als **Vorschläge**. So behalten Sie alle Optionen über den Ausgang der Verhandlung in der Hand: "Eine Lösung könnte so aussehen, dass..." oder "Wir könnten uns vorstellen, dass..." oder "Wäre es nicht für beide Seiten von Vorteil, wenn...". So verhindern Sie absolute und vermeintlich **unverhandelbare Formulierungen**, die Sie vielleicht später schwach dastehen lassen, wenn sie doch ein wenig nachgeben zugunsten eines anderen Verhandlungspunktes.

WETTBEWERBSANGEBOTE

Sollten Kaufwillige darauf zu sprechen kommen, dass **andere Immobilien** in der Umgebung zu **geringeren Preisen** angeboten werden oder wurden, sollten Sie den **Fokus auf die eigene Immobilie** lenken und erwidern, dass Ihnen das andere Objekt und die **genauen Verkaufsumstände** unbekannt sind und daher keine Einschätzung abgeben wollen. Die Kaufwilligen werden ihre **Gründe** haben, gerade Ihre Immobilie erwerben zu wollen, sonst würden sie nicht mit Ihnen verhandeln.

KEIN NACHLASS OHNE GEGENLEISTUNG

Geben Sie möglichst nicht im **Preis** oder **anderen Verhandlungspunkten** nach ohne **Gegenleistung**. Schauen Sie sich die oben vorgeschlagenen Verhandlungspunkte vorher genau an. In welchen Punkten wäre Ihnen geholfen, wenn Kaufinteressierte Ihnen entgegenkommen? Während der Verhandlung laufen Sie sonst Gefahr, dass Ihnen nichts einfällt. Sie können z.B. darüber verhandeln, dass nach dem Notariatstermin ein Teil des Kaufpreises bereits vor der Übergabe zu zahlen ist (Anzahlung). Somit hätten Sie **Eigenkapital für Ihre Anschusimmobilie** oder andere Zwecke zur Verfügung, bevor Sie die Immobilie übergeben. Bringen Sie die **Anzahlung** jedoch **plausibel begründet** ins Spiel, damit Sie nicht den Eindruck erwecken, dass Sie auf das Geld angewiesen sind. Dies würde Ihre **Verhandlungsposition verschlechtern**. Denken Sie an die offene Formulierung: "Wir könnten uns vorstellen, dass..., wenn Sie... ". **Inszenieren Sie Ihr Zugeständnis** dabei ausreichend und teilen Sie mit, wie schwer Ihnen dies fällt, damit Ihr Gegenüber das Zugeständnis entsprechend **wertschätzt**.

DIE RICHTIGE INSZENIERUNG

Neben den reinen Argumenten ist die **Inszenierung** wichtig, damit Sie möglichst die rationale Ebene durchdringen und die **Emotion** Ihrer Verhandlungspartner*innen ansprechen. Bekommen Sie etwa ein Angebot von Interessierten, könnten Sie sich zuerst erschrocken und überrascht **ans Herz fassen**. Oder, wenn Sie ein schriftliches Angebot erhalten, antworten Sie erstmal spontan mit "Da hätte ich aber wirklich mehr von Ihnen erwartet." Sollten andersherum, Ihre Verhandlungspartner*innen diese **Masche** anwenden, sollten Sie gelassen bleiben und nachhaken, was genau an Ihrem Angebot sie überrascht.

FREUNDLICH UND VERSTÄNDNISVOLL

Bleiben Sie immer **freundlich** und lassen Sie sich nicht von Emotionen überwältigen oder zu einer **emotionalen Gegenreaktion** hinreißen, sollten Verhandlungspartner*innen aufgebracht oder unangemessen argumentieren. Zeigen Sie **Verständnis**, dass Sie deren Sichtweise nachvollziehen können und die **Offenheit** mit der verhandelt wird, wertschätzen. Achten Sie darauf, dass Verhandlungspartner*innen immer das **Gesicht wahren** und alle Beteiligten mit einem **guten Gefühl** aus dem Gespräch gehen. Ansonsten kann es passieren, dass die Verhandlung in eine **Sackgasse** führt, dass sie abgebrochen wird oder trotz Handschlag doch kein Kaufvertrag zustande kommt, da die Käufer*innen einen Rückzieher machen.

VERHANDELN SIE NICHT IN PROZENT

Geringe **Prozentpunkte** hören sich erstmal nach **wenig Geld** an. Bei 450.000 Euro sind 5 Prozent allerdings 22.500 Euro. Verhandeln Sie immer in **absoluten Zahlen**. Wenn Ihnen ein Angebot gemacht wird, rechnen Sie hingegen den **Preisnachlass** für sich in Prozent aus. Wenn der geforderte Preis **10 Prozent (oder mehr)** unter Ihrem Angebotspreis liegt und Ihre Immobilie realistisch eingepreist angeboten wird, sollten Sie entschieden mit **„Nein“** antworten. „Verkaufen fängt beim **Neinsagen** an“, wie man so schön sagt.

MIT UNGERADEN ZAHLEN VERHANDELN

Ähnlich wie der Tipp im Kapitel Angebotspreis-Strategie, können Sie auch **mit ungeraden Zahlen verhandeln**. Sie signalisieren so, dass der unrunde Betrag einen **bestimmten Grund** hat, den Sie sich gut überlegt haben. Diesen sollten Sie jedoch **plausibel begründen** können. Angebote mit krummen Zahlen haben angeblich mehr **Aussicht auf Erfolg** als glatte Beträge.

„IN DER MITTE TREFFEN“

Treffen sich beide Verhandlungsparteien preislich in der **Mitte**, ist dies in der Regel für Sie **kein Verhandlungserfolg**. Als Eigentümer*in ist Ihr aufgerufener **Angebotspreis** bereits vor Verhandlungsstart **fixiert**. Kaufinteressierte können ein **Gegenangebot** beliebig **niedrig** ansetzen, um darauf zu spekulieren, dass Sie sich in der Mitte treffen.

MIETKAUF-ANGEBOTE

Gehen Sie auf eventuelle **Mietkauf-Angebote** nicht ein. Vermutlich gibt es einen handfesten **Grund**, wieso Kaufwillige bei der Bank **keine Finanzierung** in nötiger Höhe erhalten. Weshalb sollten Sie Käufer*innen finanzieren, die von Banken abgelehnt werden?

AKZEPTIEREN SIE KEIN BARGELD

Hier handelt es sich eventuell um **Schwarzgeld**. Sind die Käufer*innen noch nicht im Grundbuch eingetragen, ist der **gesamte notarielle Kaufvertrag ungültig** und

könnte rückabgewickelt werden. **Geldwäsche** ist im Immobilienbereich tatsächlich ein **großes Problem** in Deutschland. Sie wissen nicht, wo das Geld herkommt: Drogen, Waffen, Menschenhandel? Hören Sie auf Ihr Gewissen. Außerdem machen Sie sich **strafbar**. Sie sollten sich auch fragen, ob solche Erwerber*innen die Richtigen für Ihre Immobilie sind.

PROVISION KOMPLETT IN DEN KAUFPREIS EINRECHNEN

Ist ein **Maklerunternehmen** mit der Vermittlung betraut und eine **Käuferprovision** vereinbart, können Sie als Eigentümer*in mit den Erwerber*innen aushandeln, die Käuferprovision **auf den Kaufpreis aufzuschlagen** und diese als Eigentümer*in nach Kaufpreiszahlung an das Maklerunternehmen zu zahlen. Käufer*innen schonen so ihr **Eigenkapital**. Sie können sich einen **höheren Kaufpreis** zu **günstigeren Finanzierungsbedingungen** leisten, da von der Bank **mehr Eigenkapital** angerechnet wird und der, um die Käuferprovision erhöhte, Kaufpreis eventuell **komplett finanzierbar** ist. Zwar erhöht sich in diesem Fall die **Grund-erwerbsteuer** ein wenig, jedoch überwiegt der **Vorteil** einer günstigeren beziehungsweise **umfänglicheren Finanzierung**.

RESERVIERUNGSVEREINBARUNG UND -GEBÜHR

Verhandeln Sie persönlich und mündlich mit Kaufwilligen, sollten Sie im Anschluss die getroffenen **Vereinbarungen verschriftlichen**. Hierzu könnten Sie eine **Reservierungsvereinbarung** nutzen, die Sie und die Käufer*innen unterschreiben. Um einen Kaufvertrag handelt es sich dabei jedoch nicht. Immobilienverkäufe müssen immer **notariell beurkundet** werden. Vielmehr ist die Reservierungsvereinbarung eine **Kaufabsichtserklärung** und eine **Zusage der Eigentümer*innen**, weitere **Verkaufsbemühungen** einzustellen beziehungsweise zu unterbrechen.

Sie können auch verhandeln, dass Sie die Reservierungsvereinbarung mit einer **Gebühr** verbinden, welche die Erwerber*innen nach der Unterschrift und vor dem Notariatstermin überweisen. Dies mindert für Sie als Eigentümer*in das **Risiko**, dass die Käufer*innen abspringen. Bedenken Sie, dass es sich dabei **nicht um eine Anzahlung** handelt, die nachher mit dem Kaufpreis verrechnet wird. Dies wäre **rechtlich unzulässig**. Stattdessen **rücküberweisen** Sie die Gebühr nach erfolgreichem Kaufvertragsabschluss. Auch sollte nicht vereinbart werden, dass die Reservierungsgebühr **pauschal einbehalten** wird, wenn der Kaufvertrag nicht zustande kommt. Stattdessen verrechnen Sie die Reservierungsgebühr mit den **nachweislichen Mehrkosten**, die Ihnen entstehen, um einen **anderen Käufer** zu finden, bis maximal zur Höhe der gezahlten Gebühr. Denken Sie daran, eine **zeitliche Begrenzung** der Reservierung aufzunehmen beziehungsweise bis wann ein Kaufvertrag in Auftrag gegeben sein muss oder dieser beurkundet werden soll. Die Gebühr darf außerdem **nicht unverhältnismäßig hoch** sein.

Unsere Empfehlung lautet: Statt einer Reservierungsgebühr oder -vereinbarung, **beauftragen Sie direkt das Notariat** mit einem entsprechend vorbereiteten **Formular**, das die Kaufentschlossenen unterschreiben. Die Erstellung des **Kaufvertragsentwurfs** verursacht bereits **Kosten**, die auch anfallen, wenn der Vertrag platzt. Somit herrscht bereits ein gewisser finanzieller Druck.



NACHVERHANDLUNGEN BEIM NOTARIAT

Sehen Sie von Nachverhandlungen beim Notariat ab. Dies ist **risikoreich** und Sie **verspielen das Vertrauen** der Käufer*innen. Die Wahrscheinlichkeit ist hoch, dass diese den **Termin abbrechen**. Auch besteht die Gefahr, dass Sie im Nachgang zum geplatzten Vertrag die **Notariatsrechnung** begleichen müssen. Wenn Sie unserer Anleitung Schritt für Schritt gefolgt sind, haben Sie im besten Fall bereits die Kaufinteressierten herausgesucht, mit denen Sie das optimale Verkaufsergebnis erzielen, sodass eine hinterlistige, überraschende **Nachverhandlung** unnötig ist.

MEHRERE KAUFINTERESSIERTE: BIETERVERFAHREN

Haben Sie die Angebotspreisstrategie des Bieterverfahrens gewählt oder nach einer klassischen Vermarktung am Ende der Besichtigungsphase **mehrere Kaufwillige**, können Sie überlegen eine **Gebotsphase** durchzuführen mit dem Ziel, den finalen Verkaufspreis zu verbessern. Wie Sie in diesem Fall vorgehen, besprechen wir im Kapitel "Bieterverfahren".

KAPITEL 14: KAUFVERTRAG & NOTARIATSTERMIN



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel14>

Wichtig zu wissen

- ✓ Ein Immobilienverkauf muss **notariell beurkundet** werden.
- ✓ Die **Notariatskosten** werden in Deutschland üblicherweise zum größten Teil **von den Käufer*innen bezahlt**. Deshalb wählen diese meistens das Notariat aus.
- ✓ Nutzen Sie für die **Notariatsbeauftragung** ein entsprechendes Formular, um alle Informationen gebündelt zur Verfügung zu stellen.
- ✓ Der **Ablauf** der notariellen Abwicklung ist **komplex**.
- ✓ Die **Notariats- und Grundbuchkosten** sind **gesetzlich festgeschrieben** (Gebührenordnung). Sie orientieren sich am **Kaufpreis** der Immobilie.
- ✓ Setzen Sie das Notariat über alle **Absprachen**, die den Verkauf betreffen, in Kenntnis, damit diese in den Vertrag einfließen.

Inhalt dieses Kapitels

1. Ablauf der notariellen Kaufvertragsabwicklung
2. Auswahl des Notariats
3. Die Notarbeauftragung
4. Der Kaufvertrag
5. Der Beurkundungstermin
6. Notariats- und Grundbuchkosten
7. Weitere Tipps zum Notariatstermin

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir Ihnen, wie der Immobilienverkauf **notariell beurkundet** wird, welche Punkte sich üblicherweise in einem Kaufvertrag befinden sollten und was darüber hinaus **zu bedenken** ist.

ABLAUF DER NOTARIELLEN KAUFVERTRAGSABWICKLUNG

Immobilienkaufverträge müssen in Deutschland von **Notar*innen** beurkundet werden. Dies dient allen Beteiligten zum **Schutz**. Üblicherweise beinhaltet die **notarielle Abwicklung** folgende Schritte:

1. **Notariatsbeauftragung:** Sie, die Käufer*innen oder Sie beide beauftragen gemeinschaftlich ein Notariat damit, einen Kaufvertragsentwurf zu erstellen.
2. **Kaufvertragsentwurf:** In der Regel hat das Notariat einen Kaufvertragsentwurf innerhalb von **3 bis 5 Werktagen** erstellt, sofern alle notwendigen Informationen zur Verfügung stehen. Das Notariat verschickt den Entwurf zur Durchsicht an alle Beteiligten per Post oder E-Mail.
3. **Vorbesprechung und Terminvereinbarung:** Häufig haben Käufer*innen und Verkäufer*innen noch den einen oder anderen **Änderungswunsch oder Fragen**. Diese lassen sich im Vorfeld entweder telefonisch, schriftlich oder persönlich klären. Jetzt sollte außerdem ein gemeinsamer **Beurkundungstermin** gefunden werden.
4. **Notariatstermin:** Der Termin wird meistens innerhalb von **2 Wochen nach Kaufvertragsentwurf** anberaumt. Während des Termins wird der Kaufvertrag von der Notar*in verlesen, Besonderheiten werden gegebenenfalls erläutert. Auch kleine Änderungen können noch vorgenommen werden. Zum Schluss signieren beide Vertragsparteien den Vertrag.
5. **Auflassungsvormerkung:** Zur Sicherheit der Erwerber*innen, damit die Immobilie nicht ein zweites Mal verkauft werden kann, lässt das Notariat direkt nach dem Termin im Grundbuch eine Auflassungsvormerkung eintragen. Damit wird der geplante Wechsel der Eigentümerschaft markiert.
6. **Verzicht auf Vorkaufsrecht:** Das Notariat kümmert sich um die Einholung des Verzichts von Vorkaufsrechten der Gemeinde oder Stadt. Diese machen nur ganz selten davon Gebrauch.
7. **Zustimmung der Verwaltung:** In älteren Teilungserklärungen ist oft festgehalten, dass die Verwaltungsfirma einem Verkauf zustimmen muss. Das Notariat kümmert sich um die Zustimmung. Die Verwaltung kann einen Verkauf ablehnen, sofern bisherige Eigentümer*innen bei der Eigentümergemeinschaft noch Schulden haben.
8. **Grundschildlöschung und/oder -bestellung:** Sind noch alte, bereits abbezahlte Grundschilden im Grundbuch eingetragen, lässt das Notariat diese mithilfe entsprechender Formulierungen im Kaufvertrag löschen beziehungsweise bestellt unter Hinzunahme der neuen Eigentümer*innen eine neue Grundschildbestellung. Diese Grundschildbestellung müssen Käufer*innen separat beim Notariat beurkunden. Meist erfolgt dies im Anschluss an den Kaufvertragsabschluss.
9. **Grunderwerbsteuer und Unbedenklichkeitsbescheinigung:** Arbeitet das Finanzamt zügig, werden Käufer*innen bereits jetzt aufgefordert, ihre anfallende Grunderwerbsteuer zu bezahlen. Ist diese beglichen, stellt das Finanzamt die sogenannte Unbedenklichkeitsbescheinigung aus. Diese leitet das Notariat an das Grundbuchamt weiter. Dieses ist angehalten, keine Eigentumsumschreibung ohne Unbedenklichkeitsbescheinigung vorzunehmen.
10. **Kaufpreiszahlung:** In der Regel benachrichtigt das Notariat rechtzeitig vor Kaufpreiszahlungsdatum Erwerber*innen und deren Bank, welche Kaufpreisteile wohin überwiesen werden sollen. Vielleicht besteht noch

eine valutierende abzulösende Restschuld der bisherigen Eigentümer*innen bei einer Bank, sodass nach Ablösung dieser nur der Restbetrag auf das Konto der Verkaufenden überwiesen wird.

11. **Übergabe:** Ist der gesamte Kaufpreis gezahlt und das vereinbarte Datum für die Übergabe gekommen, übergeben die Verkäufer*innen die Immobilie an die neuen Eigentümer*innen.
12. **Eigentumsumschreibung:** Ist das Notariat schriftlich von den Verkäufer*innen benachrichtigt worden, dass alle Gelder eingegangen sind, stößt dieses beim Grundbuchamt die Eigentumsumschreibung an. Es kann mehrere Wochen dauern, bis die Erwerber*innen den Gebührenbescheid vom Grundbuchamt erhalten, worin auch mitgeteilt wird, dass das Grundeigentum übertragen ist. Mit der Eigentumsumschreibung beginnt auch die Frist für das Sonderkündigungsrecht der Gebäudeversicherung.

Weitere Informationen rund um die Übergabe erhalten Sie im Kapitel "Übergabe".

AUSWAHL DES NOTARIATS

Es macht **keinen Unterschied**, ob Sie als Verkäufer*in das Notariat aussuchen oder die Käufer*in. Das **Notariat** ist in Bezug auf Angelegenheiten, die Gegenstand der Beurkundung sind, **unparteiisch**. Notar*innen tragen ein öffentliches Amt, das der **präventiven Rechtskontrolle** dient.

Traditionell wird in Deutschland der größte Teil der **Notariatskosten** von den **Käufer*innen** getragen, weshalb diese **meistens entscheiden**, bei welchem Notariat die Beurkundung vorgenommen werden soll. Kommt der Punkt bei der **Kaufpreisverhandlung** nicht zur Sprache, können Sie davon ausgehen, dass die Erwerber*innen das Notariat bezahlen. Sie können jedoch auch festlegen, dass diese Kosten von Ihnen bezahlt oder zwischen beiden Vertragsparteien geteilt werden sollen.

In den allermeisten Fällen wird ein Notariat in der **Nähe der Immobilie** ausgewählt, da diese einen **elektronischen Grundbuch-Zugang** zum regionalen Amtsgericht haben. Außerdem kennen die Büros vor Ort die **Ansprechpartner*innen**, **Abläufe** und **üblichen Bearbeitungszeiträume in den Ämtern**. Die Beurkundung findet normalerweise in den **Bürräumen des Notariats** statt. In Ausnahmefällen findet sie in der zu verkaufenden Immobilie oder anderen Räumlichkeiten statt.

WUNSCHNOTARIAT

Haben Sie als Eigentümer*in ein **Wunschnotariat**, sollten Sie dieses am besten **vor der Kaufpreisverhandlung** mitteilen. Oder: Wenn der Wunsch nicht allzu entscheidend ist, können Sie das Büro den Käufer*innen als **unverbindlichen Vorschlag** mitteilen, falls diese kein Notariat kennen.



DIE NOTARBEAUFTRAGUNG

Für den Kontrakt braucht das Notariat **diverse Angaben** von Ihnen sowie den Käufer*innen. In der Regel benötigt es die unten genannten Angaben. Jede Immobilientransaktion ist individuell. Sollte das Notariat weitere Angaben benötigen, wird es sich mit Ihnen in Verbindung setzen:

Vertragsparteien

- ▶ Vollständige Namen und Anschriften
- ▶ Steueridentifikationsnummern
- ▶ Personalausweisdaten (Geburtsdatum, Geburtsort, Personalausweisnummer)
- ▶ Angaben zum Familienstand

Bevollmächtigte Personen beziehungsweise Vertretende

- ▶ Vollständiger Name und Anschrift
- ▶ Personalausweisdaten (Geburtsdatum, Geburtsort, Personalausweisnummer)
- ▶ beglaubigte Vollmachten

Angaben zur Immobilie

- ▶ Adresse
- ▶ Grundbuchblatt-Nummer und zuständiges Amtsgericht
- ▶ Art der Immobilie (Realeigentum oder Teil-/Wohnungseigentum)
- ▶ Bekannte (nicht offensichtliche) Mängel
- ▶ Sonstige Zusicherungen von Eigenschaften oder Absprachen
- ▶ Mietverhältnisse
- ▶ Inventarliste (falls etwas mitverkauft wird)
- ▶ Weitere Ihnen bekannte Belastungen, die nicht aus dem Grundbuch ersichtlich sind (z.B. Bau- oder Altlasten).

Bei Teil- oder Wohnungseigentum

- ▶ Höhe der Instandhaltungsrücklage
- ▶ Kontaktdaten der Verwalterfirma
- ▶ Wohnungsnummer

- ▶ Teilungs- und Ergänzungserklärungen

Kaufpreis, Übergabe und Finanzierung

- ▶ Kaufpreishöhe
- ▶ Übergabedatum
- ▶ Zahlungsdatum
- ▶ Kontodaten der bisherigen Eigentümer*innen
- ▶ Finanzierung der Immobilie
- ▶ Ablösung oder Bestellung von Grundschulden



SEPARATE GRUNDBÜCHER

Stellplätze oder Ähnliches liegen bei Teil- oder Wohnungseigentum häufig in **separaten Grundbüchern**. Vergessen Sie nicht dies dem Notariat mitzuteilen, damit der Kaufvertrag **alles beinhaltet**, was verkauft werden soll. Es kommt häufiger vor, als man denkt, dass ein Stellplatz oder separater Müllabstellplatz **vergessen wird**. Besonders ärgerlich ist es, wenn dies erst Jahre oder Jahrzehnte später erkannt wird, wenn ein abermaliger Verkauf der Immobilie ansteht.

NOTARIATSBEAUFTRAGUNG UNTERSCHREIBEN

Haben Sie die Befürchtung, dass die **Kaufwilligen noch einen Rückzieher** machen, können Sie überlegen, nur diese die Notariatsbeauftragung unterschreiben zu lassen. Im Falle eines **Nichtzustandekommens** bleiben Sie als Verkäufer*in nicht auf den Kosten für den Kaufvertragsentwurf sitzen. Seien Sie sich bewusst, dass Sie andersherum dieselbe Vermutung bei den Erwerbenden wecken und das **Vertrauen aufs Spiel setzen**. Als Maklerunternehmen lassen wir deshalb möglichst **beide Parteien** die Notariatsbeauftragung unterschreiben. In dem seltenen Fall, dass ein Vertrag nicht zustande kommt, springen **andere Kaufwillige** eventuell ein.

DER KAUFVERTRAG

Ein notarieller Kaufvertrag für eine Immobilie ist ein **komplexes Vertragswerk**. Selbst Notariate müssen sich regelmäßig weiterbilden, um den aktuellen rechtlichen Ansprüchen gerecht zu werden. Auch wenn die Regelungsabsichten meistens ähnlich sind, hat jedes einen **eigenen Mustervertrag mit eigener Struktur und eigenen Formulierungen**. Diese Formulierungsvorlage passt das Notariat für den jeweiligen Immobilienverkauf an.

Das Notariat schreibt den Vertrag also nicht von Grund auf neu. Es kann sein, dass Sie im Entwurf **Alternativ-Formulierungen** finden, die das Notariat markiert hat, wenn noch Angaben fehlen. Außerdem kann es passieren, dass Sie an der einen oder anderen Stelle merken, dass eine Formulierungsvorlage verwendet wurde. Diese **Unzulänglichkeiten** werden jedoch spätestens **bei der Beurkundung korrigiert** oder gestrichen, sobald der Kaufkontrakt allen Beteiligten vorgelesen wird.

Üblicherweise werden Ihnen folgende Paragraphen beziehungsweise Abschnitte im Kaufvertrag begegnen:

- ▶ Angaben zu den Vertragsparteien
- ▶ Kaufgegenstand, Grundbuch und Sachstand
- ▶ Kauf/Verkauf
- ▶ Kaufpreis
- ▶ Kaufpreisfinanzierung
- ▶ Vollstreckungsunterwerfung
- ▶ Zustand, Sach- und Rechtsmängel
- ▶ Übergabe, Übergang von Besitz, Nutzen, Lasten, Gebäudeversicherung
- ▶ Eigentumsübergangs- beziehungsweise Eigentumsverschaffungsvormerkung
- ▶ Auflassung
- ▶ Durchführungserklärungen und Vollmachten
- ▶ Kosten und Steuern
- ▶ Vorkaufs- und Rücktrittsrecht
- ▶ Maklerklausel (falls vorhanden)
- ▶ Belehrungen und Hinweise des Notariats
- ▶ Ausfertigungen und Abschriften
- ▶ Schlussformel

Bevor der Notariatstermin stattfindet, sollten Sie die Zeit nutzen, den **Kaufvertragsentwurf zu lesen und Unklarheiten, Unstimmigkeiten oder Änderungswünschen** mit dem Notariat besprechen. Auch wenn Sie als Verkäufer*in das Notariat vermutlich nicht bezahlen, steht dieses **allen Beteiligten** beratend zur Seite. Das Notariat wird im Anschluss eine korrigierte Version des Vertrages an alle Parteien verschicken.

ÄNDERUNGSWÜNSCHE

Handelt es sich um größere oder **entscheidende Änderungswünsche** am Notarvertrag, sollten Sie diese **vorher mit Käufer*in beziehungsweise Makler*in besprechen**. Am besten, Sie haben bereits in der **Kaufpreisverhandlung** an alles gedacht. Es führt möglicherweise zum **Vertrauensbruch** mit den Erwerbenden, sollten Sie eigenmächtig **entscheidende Passagen ändern** oder aufnehmen lassen. Außerdem ist es ärgerlich, wenn die Käufer*innen erst mit **Zusendung** des aktualisierten Kaufvertragsentwurfs davon erfahren. Auf der anderen Seite sollten Sie sich **kleine, unwichtigere Änderungswünsche** für den **Tag der Beurkundung** aufsparen. In den meisten Beurkundungsterminen werden vor Ort immer noch **Kleinigkeiten** geändert und angepasst.

DER BEURKUNDUNGSTERMIN

Für den **Beurkundungstermin** sollten Sie, je nach Länge des Kaufvertrags, circa **1,5 bis 2,5 Stunden** einplanen. Sollten Sie persönlich nicht zur Beurkundung erscheinen können, können Sie entweder im Vorfeld jemanden **notariell bevollmächtigen** oder eine **vollmachtlose Vertretung** bestimmen, die Sie am Tag der Beurkundung vertritt. In letzterem Fall müssen Sie den Vertrag jedoch **trotzdem notariell nachbeurkunden** – zum Beispiel bei einem Notariat in Ihrer Nähe.

Folgendermaßen läuft ein **Beurkundungstermin** üblicherweise ab:

- ▶ **Kopien des Personalausweises** oder Reisepasses: Auch Notariate (genauso wie Maklerunternehmen) unterliegen dem **Geldwäschegesetz** und müssen eine Fotokopie Ihres Personalausweises oder Reisepasses anfertigen. Meistens passiert dies ganz zu Anfang bei der Anmeldung im Notariat und wird von den Notariatsfachangestellten erledigt.
- ▶ **Datenschutzfragebogen**: Auch werden die meisten Notariate Sie kurz nach Ankunft auffordern, einen Datenschutzfragebogen auszufüllen, um dem aktuellen **Datenschutzgesetz** gerecht zu werden.
- ▶ **Beginn der Beurkundung**: Alle Kaufvertragsparteien (oder deren Bevollmächtigte) sowie die Notar*in gehen ins Beurkundungszimmer.
- ▶ **Überprüfung der Geschäftsfähigkeit und Identität**: Bevor Notar*innen den Kauvertrag vorlesen, überprüfen sie nochmals die Ausweise und gleichen die Daten mit denen des Kaufvertrags ab.
- ▶ **Verlesen des Kaufvertrags**: Der komplette Vertrag wird vorgelesen – eventuell mit Unterbrechungen, weiteren mündlichen Erklärungen der Formulierungen, Änderungen und Korrekturen.
- ▶ **Abschluss**: Unterschrift aller beteiligten Parteien unter dem Kaufvertrag inklusive Notar*in.

Im Anschluss an die **Beurkundung** bestellen die Käufer*innen häufig direkt die **Grundschild**, welche ebenfalls notariell beurkundet werden muss.

NOTARIATS- UND GRUNDBUCHKOSTEN

Die **Notariatskosten** sind gesetzlich festgeschrieben und orientieren sich hauptsächlich an der **Kaufpreishöhe** der verkauften Immobilie. In der Regel **bezahlen Käufer*innen den größten Teil** der Ausgaben, wenn dies nicht anders vereinbart worden ist. Sollten Sie jedoch noch **Grundschilden** in Abteilung 3 des Grundbuchs eingetragen haben, muss das Notariat diese löschen lassen. Die Kosten dafür tragen üblicherweise Sie. Andersherum finanzieren die meisten Käufer*innen den Kauf der Immobilie und müssen eine neue **Grundschild** mithilfe des Notariats bestellen. Die hierfür anfallenden Kosten tragen die Käufer*innen.

Notar- und Grundbuchkosten-
Rechner:



<https://moe.immo/buch-notarkosten>

WEITERE TIPPS ZUM NOTARIATSTERMIN

FINANZIERUNGSBESTÄTIGUNG

Vor dem Notariatstermin sollten Sie sicher sein, dass sich **die Käufer*innen die Immobilie leisten können**. Wir wollen Ihnen hier keine Angst machen: Eine **Rückabwicklung**, weil sich Interessierte die Immobilie doch nicht leisten können, kommt sehr selten vor. Finanzierende Käufer*innen könnten zum Beispiel die **Darlehensverträge** beziehungsweise Grundschuldbestellung zum Notariatstermin mitbringen. Käufer*innen, die für den Erwerb **kein Darlehen** benötigen, könnten ein **Schreiben der Bank** mit einer Aufstellung ihrer liquiden Mittel vorlegen.

Weitere Informationen zum Thema Finanzierungsbestätigung haben wir im Kapitel „Interessierten-Qualifizierung“ zusammengestellt.

INVENTARLISTE

Viele Käufer*innen möchten einen Teil **des Kaufpreises auf Inventar** übertragen, das sie miterwerben. So lassen sich **Grunderwerbsteuern** sparen. Hier sollte darauf geachtet werden, dass es sich bei Einbaumöbeln etc. um **realistische Wertangaben** handelt. Es ist zum Beispiel unwahrscheinlich, dass ein Haus für 200.000 Euro eine Einbauküche mit einem **Zeitwert** von 50.000 Euro enthält. In einem solchen Fall würde das **Finanzamt** hellhörig werden und **Rechnungen oder Belege** einfordern. Auch sollten Käufer*innen dieses Vorgehen mit ihrer finanzierenden Bank vorab besprechen.

Vorlage Inventar- & Zubehörliste:



<https://moe.immo/buch-inventar>

AUSZUG AUS DEM BAU- UND ALTLASTENVERZEICHNIS

Ist Ihre Immobilie mit **Bau- oder Altlasten** verbunden, sollten Sie diese unbedingt mitteilen beziehungsweise einen **Auszug aus dem jeweiligen Register** vorlegen. Optimal ist es, wenn Sie diese bereits **vor Vermarktungsstart** im Rahmen der **Unterlagenbeschaffung** organisieren, um Kaufinteressierte entsprechend zu informieren. Das Notariat sieht die Register in der Regel nicht ein und schreibt dies auch so in den Kaufvertrag. Es wäre ärgerlich, wenn die Erwerbenden erst im Beurkundungszimmer auf das Thema aufmerksam werden. Im Kapitel „Unterlagen“ stellen wir Ihnen zwei Vorlagen bereit, mit Hilfe dessen Sie die Auszüge anfordern können.

HAFTUNG UND GEWÄHRLEISTUNG DES VERKÄUFERS

Bestandsimmobilien werden normalerweise verkauft **„wie gesehen“** beziehungsweise **„wie sie stehen und liegen“**. Käufer*innen sollten also vorher die Immobilie eingehend besichtigt haben und Sie als Eigentümer*in sollten keine **Mängel und Schäden** verschwiegen haben. Gebrauchte Immobilien werden fast immer **ohne Gewährleistung** veräußert. Haben Sie jedoch einen Mangel verschwiegen, haften Sie unter Umständen auch nach dem Verkauf dafür. Notar*innen kennen nur die Aktenlage und die Informationen zur Immobilie, die Sie mitteilen.

NEBENABREDEN SOWIE BAR- ODER SCHWARZGELD

Das Notariat kennt etwaige **Nebenabsprachen** zwischen Ihnen und den Käufer*innen nicht. In den meisten Kaufverträgen wird ein Hinweis aufgenommen, dass es **keine Nebenabreden** gibt. Überlassen Sie den Erwerbenden Teile Ihres Mobiliars oder Einbauten, sollten Sie dies dem Notariat mitteilen, damit dies als **Abgabe in den Kaufvertrag einfließt**. Nehmen Sie keine illegalen **Bar- oder Schwarzgeld-Zahlungen** an, um Steuern zu hinterziehen. Sie riskieren, dass der Vertrag im Nachhinein für **nichtig** erklärt wird. Außerdem machen Sie sich **strafbar**.

NACHVERHANDLUNGEN BEIM NOTARIAT

Sollten Käufer*innen bei der Beurkundung Punkte **erneut verhandeln wollen**, um Sie zu überrumpeln, sollten Sie sich überlegen, ob diese die richtigen Vertragspartner*innen sind. Auch Sie selbst sollten kurz vor Vertragsunterzeichnung keine überraschenden Verhandlungen starten. Sie verspielen das **Vertrauen der Käufer*innen**; womöglich platzt der Verkauf. Nähere Informationen zum Thema Nachverhandlungen finden Sie im Kapitel „Kaufpreisverhandlung“.

ENERGIEAUSWEIS

Das Notariat wird im Kaufvertrag vorlesen, dass ein **Energieausweis** übergeben wurde. Diesen sollten Sie spätestens zur Beurkundung mitbringen. Nähere Informationen zum Energieausweis finden Sie im Kapitel zum Thema Unterlagen.

UNTERLAGEN ZUR BEURKUNDUNG MITBRINGEN

Für den Fall der Fälle sollten Sie **weitere Unterlagen** der Immobilie zum Beurkundungstermin mitbringen. Insbesondere bei Wohnungs- und Teileigentum sollten Sie die **Teilungs- und Ergänzungserklärungen** dabei haben. Ist aus den **Protokollen der Eigentümerversammlungen** ersichtlich, dass größere Sanierungs- oder Modernisierungsmaßnahmen geplant sind, die eine **Sonderumlage** erfordern, sollten Sie diese Protokolle zum Termin mitbringen und dem Notariat diesen Umstand mitteilen, damit dies in den Kaufvertrag einfließen kann.

LESEEXEMPLAR DES KAUFVERTRAGS

Viele Notar*innen haben zur Beurkundung den Kaufvertrag nur als **Original** vorliegen, das vorgelesen und nachher unterschrieben wird. Möchten Sie den Vertrag mitlesen, sollten Sie den Kaufvertragsentwurf vor dem Beurkundungstermin ausdrucken oder im Notariat ein **Leseexemplar** erfragen.

HÖHE DER INSTANDHALTUNGSRÜCKLAGE

Häufig soll bei Teil- und Wohnungseigentum auch die **Höhe der Instandhaltungsrücklage**, die auf die zu beurkundende Einheit entfällt, im Kaufvertrag aufgenommen werden, damit Käufer*innen hierauf keine **Grunderwerbsteuer** zahlen müssen. Informieren Sie sich kurz vor dem Beurkundungstermin noch mal bei der **Verwalterfirma**, wie hoch diese aktuell ist oder schlagen Sie diese im letzten **Wirtschaftsplan** nach. Nähere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Unterlagen“.

EHELEUTE BEIM IMMOBILIENVERKAUF

Leben Eheleute im Güterstand der **Zugewinnngemeinschaft** und hat eine Partner*in im Vorfeld die Immobilie in die Ehe eingebracht, wird das Wohneigentum einen wesentlichen **Vermögensbestandteil** beider darstellen. In diesem Fall **muss der Ehepartner dem Verkauf zustimmen**. Oder nimmt am besten an der Beurkundung teil.

NOTARANDERKONTO BEIM IMMOBILIENVERKAUF

Viele Eigentümer*innen kennen das **Notaranderkonto** noch von ihrem eigenen Immobilienerwerb. Hierbei handelt es sich um ein **Treuhandkonto**. Heutzutage wird das Notaranderkonto nur noch selten für die **Kaufpreiszahlung** genutzt. Notariate sind aus **Kostengründen** angehalten, möglichst eine **Direktzahlung** zwischen Veräußernden und Erwerbenden zu vereinbaren.

FRÜHERER ODER SPÄTERER ÜBERGABETERMIN

Sie können den Notar bitten, das **Übergabedatum** so im Vertrag zu formulieren, dass die **Übergabe flexibel durchgeführt** werden kann. Insbesondere bei **sehr weit in der Zukunft** liegenden Übergabezeitpunkten vereinbaren beide Vertragsparteien dies gerne. So beispielsweise, weil Sie als Verkäufer*in Ihre neue Immobilie bereits früher beziehen können als erwartet und die Käufer*innen in

ihre bisherige Bleibe so schnell wie möglich einziehen möchten. Das eingetragene Datum stellt jedoch den **spätesten Zeitpunkt** dar. Soll die Übergabe später stattfinden, als im Notarvertrag vereinbart, sollten Sie Kontakt zu den Käufer*innen und Ihrem Notariat aufnehmen, ob dies möglich ist.

Finanzieren die Erwerbenden die Immobilie, zahlen sie unter Umständen bereits **Bereitstellungszinsen** ab dem vereinbarten Zahlungsdatum. Lehnen sie eine spätere Übergabe ab, wird der Kaufpreis vereinbarungsgemäß bezahlt, müssen Sie die Immobilie am Übergabetermin übergeben. Bezahlen die Käufer*innen den Kaufpreis nicht rechtzeitig, ist im Kaufvertrag normalerweise ein **Verzugszins** vereinbart. Mehr zum Thema Übergabe erfahren Sie im Kapitel „Übergabe“.

DAS NOTARIAT IST KEINE STEUERBERATUNGSKANZLEI

Haben Sie **steuerliche Fragen** zum Verkauf, sollten Sie diese im Voraus mit einer **Steuerberatungskanzlei** klären. Notar*innen haben gewiss viele Kenntnisse zu solchen Fragen, **dürfen Sie allerdings nicht dazu beraten**.

KAPITEL 15: ÜBERGABE



Video & Podcast zum Kapitel:
<https://moe.immo/buch-kapitel15>

Wichtig zu wissen

- ✓ Übergeben Sie die Immobilie erst, wenn Sie den Kaufpreis erhalten haben.
- ✓ Vor und nach Übergabe sind diverse Dinge zu erledigen, um die Sie sich als Verkäufer*in kümmern sollten.
- ✓ Erstellen Sie ein **Übergabeprotokoll**, um den wirtschaftlichen Übergang der Rechte, Lasten und Pflichten zu dokumentieren.
- ✓ Übergeben Sie auch alle relevanten **Unterlagen** zur Immobilie.

Inhalt dieses Kapitels

1. Ablauf der Übergabe
2. Übergabeprotokoll und -termin

In diesem Kapitel unseres Handbuchs „Immobilie verkaufen“ erklären wir, wie eine **Übergabe** beim Immobilienverkauf abläuft, wie Sie ein **Übergabeprotokoll** erstellen und worauf Sie darüber hinaus achten sollten.

ABLAUF DER ÜBERGABE

Wurde der Kaufpreis vollständig bezahlt und ist das vertraglich vereinbarte **Datum der Übergabe** gekommen, sollten Sie sich mit den Käufer*innen in Verbindung setzen, um einen **Termin für die Übergabe** zu vereinbaren.

Folgende Schritte finden im Zeitraum der Übergabe statt:

1. **Benachrichtigung vom Notariat:** Das Notariat benachrichtigt die künftigen Eigentümer*innen, auf welches **Konto** der **Kaufpreis** zu überweisen ist. Eventuell müssen noch valutierende **Restschulden** der Verkäufer*innen abgelöst werden. Daher kann es sein, dass die **Kaufpreiszahlung aufgeteilt wird** – ein Teil an die Bank der Verkäufer*innen, ein Teil auf das Konto der Verkäufer*innen, wie im Kaufvertrag fixiert. Vielleicht besteht die Verkaufspartei aus mehreren Eigentümer*innen (z.B. bei einer Erbengemeinschaft), sodass der Betrag aufgeteilt wird.
2. **Kaufpreiszahlung:** Käufer*innen teilen der **finanzierenden Bank** mit, wohin die Zahlungen zu leisten sind. Im Falle einer Finanzierung wird das Geld direkt an die Verkäufer*innen überwiesen.

3. **Verkäufer*in benachrichtigt Notariat:** Ist das Geld eingegangen, teilen die Verkäufer*innen dies dem Notariat **schriftlich** mit, sodass dieses die **Eigentumsumschreibung** und **Löschung der Auflassungsvormerkung** anstoßen kann.
4. **Terminvereinbarung der Übergabe:** Ist der Kaufpreis bezahlt, vereinbaren beide Vertragsparteien den **Übergabetermin**. Meistens geschieht dies **kurzfristig**.
5. **Übergabetermin:** Die **Immobilie**, alle dazugehörigen **Schlüssel** und **Original-Unterlagen** werden übergeben. Außerdem werden die **Zählerstände** von Strom, Gas etc. abgelesen. Die Übergabe kann mit einem **Übergabeprotokoll** dokumentiert werden.
6. **Ummelden Strom, Wasser, Gas, Telefon, Internet etc.:** Die bisherigen Eigentümer*innen melden sich bei den entsprechenden Lieferanten ab; die Nachfolgenden melden sich an.
7. **Stromgrundversorger beziehungsweise Netzbetreiber:** Beim Strom sollten die bisherigen Eigentümer*innen außerdem die Grundversorger- beziehungsweise Netzanbieterfirma informieren. Diese ist nicht zwangsläufig das Lieferunternehmen. Wird dies vergessen, kann es sein, dass sich die neuen Eigentümer*innen nicht anmelden können.
8. **Ummelden Grundsteuer, Niederschlagswasser und Straßenreinigung:** Diese Gebühren werden von der Gemeinde oder Stadt abgerechnet. Beim Wechsel der Eigentümer*innen ist zu bedenken, dass ein Wechsel der Rechnungsempfänger für Grundsteuer und Niederschlagswasser nur zum Jahresanfang vollzogen werden kann. Deshalb sollten sich beide Vertragsparteien darüber einigen, wie die **anteiligen Kosten ausgeglichen werden**, falls die Immobilie beispielsweise zur **Jahresmitte** veräußert wird.
9. **Müllabfuhr:** Die Käufer*innen sollten sich beim **Entsorgungsunternehmen** anmelden.
10. **Schornsteinfeger*in:** Käufer*innen sollten der betreuenden Schornsteinfeger-Firma die neuen Besitzverhältnisse mit den entsprechenden Kontaktdaten mitteilen.
11. **Eigentumsumschreibung und Gebäudeversicherung:** Das Notariat stößt nach Kaufpreiszahlung und Übergabe die **Eigentumsumschreibung** im Grundbuchamt an. Verkäufer*innen sollten rechtzeitig, am besten nach dem Beurkundungstermin, die **Gebäudeversicherung** über die Transaktion informieren. Die neuen Eigentümer*innen können nach der erfolgten Eigentumsumschreibung die Gebäudeversicherung mit einem **Sonderkündigungsrecht** wechseln.

Falls die Immobilie vermietet ist:

- ▶ **Mieter*innen benachrichtigen:** Als Verkäufer*in sollten Sie rechtzeitig vor Übergabe Ihre Mieter*innen **schriftlich** über den Wechsel der Eigentümer*innen informieren und die neuen **Kontakt- und Kontodaten** angeben.
- ▶ **Verwaltung informieren:** Beschäftigen Sie eine Verwaltung, sollten Sie das Unternehmen über den abgeschlossenen Verkauf informieren. Die Verwalterfirma kümmert sich um den Rest.

- ▶ **Übergabe der Mietkautionen:** Haben Sie Mietkautionen von Mieter*innen hinterlegt, sollten Sie diese nach Kaufabschluss an die neuen Eigentümer*innen übergeben.
- ▶ **Übergabe der Original-Mietverträge und Korrespondenz:** Außerdem sollten Sie die Original-Dokumente Ihrer Mietverhältnisse den neuen Eigentümer*innen übergeben.

IMMOBILIE FRÜHER ÜBERGEBEN ALS VEREINBART

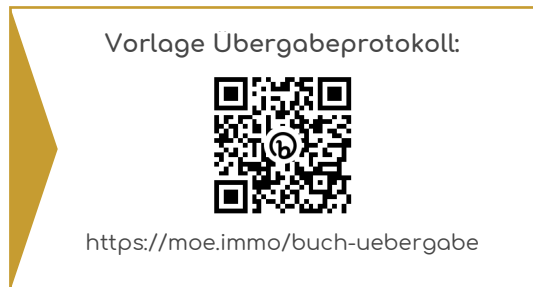
Möchten Sie die Immobilie **früher übergeben** als im Kaufvertrag vereinbart, sollten Sie mit Notariat und Käufer*innen bereden, ob dies möglich ist. Häufig werden bereits im Kaufvertrag entsprechende Formulierungen aufgenommen. Finanzieren Käufer*innen die Immobilie, muss das Bankinstitut hinzugezogen werden, um zu klären, ob der Kaufpreis früher bezahlt werden kann. Häufig wohnen die künftigen Eigentümer*innen noch zur Miete und haben eine dreimonatige Kündigungsfrist und möchten Doppelbelastungen vermeiden.

ÜBERGABEPROTOKOLL UND -TERMIN

Der **Übergabetermin** dauert zumeist zwischen einer **halben und eineinhalb Stunden**, je nachdem wie viel Zeit Sie für Small Talk, Erklärungen und Erläuterungen der Immobilie benötigen. Im Prinzip gehen beide Vertragsparteien noch einmal gemeinsam durch die Immobilie, um festzustellen, ob diese im **vertraglich vereinbarten Zustand** übergeben wird. Im Anschluss werden **Schlüssel und Unterlagen** übergeben und die **Zählerstände** abgelesen. Festgehalten wird dies in einem **Übergabeprotokoll**, dass Käufer und Verkäufer unterschreiben. Eine detaillierte Protokollierung jedes einzelnen kleinen Schadens oder „Bohrlochs“, wie viele es von der Übergabe von Mietwohnungen kennen, findet in der Regel nicht statt. Nicht zuletzt, weil die meisten frisch gebackenen Eigentümer*innen vor dem Einzug umfassend renovieren beziehungsweise sanieren.

Im **Übergabeprotokoll** sind üblicherweise folgende **Aspekte** enthalten:

- ▶ **Adresse** der Immobilie
- ▶ **Anwesende Personen** (Käufer*innen, Verkäufer*innen, Vertretende)
- ▶ **Zählerstände** und -nummern (Strom, Gas, Wasser, etc.) dokumentieren.
- ▶ **Dokumentation** der übergebenen **Schlüssel**.
- ▶ **Übergabezustand** der Immobilie („wie vereinbart“ oder „Nachbesserungen des Verkäufers erforderlich“).
- ▶ **Liste** der übergebenen **Immobilien-Dokumente**
- ▶ **Unterschrift, Ort, Datum**



VERTRETUNG FÜR DIE ÜBERGABE

Sollten Sie zur Übergabe nicht kommen können, ist es möglich eine andere Person zu **bevollmächtigen**. Dies kann eine Person Ihres Maklerunternehmens sein. Hierbei sollten die Vertretenden jedoch **aus der Haftung genommen** werden. Insbesondere bei **vermieteten Immobilien** findet häufig **keine Übergabe vor Ort** statt. Meistens erhalten Käufer*innen die Unterlagen, Schlüssel etc. von den bisherigen Eigentümer*innen per Post. Eine schriftliche Protokollierung der Übergabe ist **keine Pflicht**.

SCHLÜSSEL PER POST VERSCHICKEN

Sollten Sie Schlüssel verschicken wollen, sparen Sie nicht an **Porto und Verpackungsmaterial**. Einfach aufgeklebte Schlüssel auf Briefpapier gehen häufig in den **Sortiermaschinen der Post** verloren. Am besten werden Schlüssel immer **händisch übergeben**. Sollte dies nicht möglich sein, verschicken Sie diese mit **Zeugen** mit einem **versicherten Paket per Einschreiben**, sodass die Annahme gegengezeichnet werden muss. Handelt es sich bei den Schlüsseln um eine **Schließanlage**, deren Austausch bei **Verlust sehr kostspielig** ist, sollten Sie genau überlegen, ob Sie diese per Post verschicken wollen.

ZU ÜBERGEBENDE UNTERLAGEN

Im Rahmen der Übergabe sollten Sie folgende Unterlagen übergeben:

- ▶ Original-Bauunterlagen, soweit diese Ihnen vorliegen.
- ▶ Original-Energieausweis.
- ▶ Bedienungsanleitungen für Heizungsanlage etc.
- ▶ Versicherungspolice der Gebäudeversicherung.
- ▶ Grundsteuerbescheid
- ▶ Zurückliegende Handwerker- und sonstige **Rechnungen** (bestehende Gewährleistungen).
- ▶ Bestehende **Wartungsverträge**, z.B. für die Gastherme.
- ▶ **Bescheinigungen der Schornsteinfeger*innen**
- ▶ Original-Mietverträge und wichtige zurückliegende Korrespondenz mit den Mieter*innen.
- ▶ **Kautionsparbücher** der Mieter*innen.

Mehr dazu im Kapitel „Unterlagen“ für den Immobilienverkauf.

MATERIALIEN & LINKS

LINKS ZU DEN VIDEO-, PODCAST-, HÖRBUCH-, UND ONLINE-VERSIONEN DER EINZELNEN KAPITEL:

- ▶ Die Möllerherm-Methode: <https://moe.immo/buch-einfuehrung>
- ▶ Ablauf eines Immobilienverkaufs: <https://moe.immo/buch-kapitel1>
- ▶ Immobilienverkauf mit oder ohne Makler*in: <https://moe.immo/buch-kapitel2>
- ▶ Die Immobilie bewerten: <https://moe.immo/buch-kapitel3>
- ▶ Unterlagen: <https://moe.immo/buch-kapitel4>
- ▶ Angebotspreisstrategie: <https://moe.immo/buch-kapitel5>
- ▶ Bieterverfahren: <https://moe.immo/buch-kapitel6>
- ▶ Immobilie vorbereiten: <https://moe.immo/buch-kapitel7>
- ▶ Immobilie fotografieren: <https://moe.immo/buch-kapitel8>
- ▶ Exposé erstellen: <https://moe.immo/buch-kapitel9>
- ▶ Inserat erstellen: <https://moe.immo/buch-kapitel10>
- ▶ Interessierten-Qualifizierung und Anfragen: <https://moe.immo/buch-kapitel11>
- ▶ Besichtigung: <https://moe.immo/buch-kapitel12>
- ▶ Kaufpreisverhandlung: <https://moe.immo/buch-kapitel13>
- ▶ Kaufvertrag und Notariatstermin: <https://moe.immo/buch-kapitel14>
- ▶ Übergabe: <https://moe.immo/buch-kapitel15>

RECHERCHE & HILFE

- ▶ Immobilienpreisberichte: <https://moe.immo/buch-preisbericht>
- ▶ Bodenrichtwert-Suche: <https://moe.immo/buch-brw>
- ▶ Online-Notarsuche: <https://moe.immo/buch-notarsuche>
- ▶ Grundrissüberarbeitung: <https://moe.immo/buch-grundriss>
- ▶ Exposé-Text-Generator: <https://moe.immo/buch-generator>

ONLINE-RECHNER

- ▶ Online-Sachwert-Rechner: <https://moe.immo/buch-sw>
- ▶ Online-Vergleichswert-Rechner: <https://moe.immo/buch-vgl>
- ▶ Online-Ertragswert-Rechner: <https://moe.immo/buch-ert>
- ▶ Notar- und Grundbuchkosten-Rechner: <https://moe.immo/buch-notarkosten>

VORLAGEN & CHECKLISTEN

- ▶ Formular Notarbeauftragung: <https://moe.immo/buch-notar>
- ▶ Vorlage Übergabeprotokoll: <https://moe.immo/buch-uebergabe>
- ▶ Unterlagen-Checkliste: <https://moe.immo/buch-unterlagen>
- ▶ Vorlage Unterlagen-Vollmacht: <https://moe.immo/buch-vollmacht>
- ▶ Vorlage Grundbuchauszug anfordern: <https://moe.immo/buch-grundbuch>

- ▶ Vorlage Teilungserklärung anfordern: <https://moe.immo/buch-te>
- ▶ Vorlage Flurkarte anfordern: <https://moe.immo/buch-flur>
- ▶ Vorlage Wohnflächenberechnung: <https://moe.immo/buch-wfl>
- ▶ Vorlage Baulastenverzeichnis anfordern: <https://moe.immo/buch-bl>
- ▶ Vorlage Altlastenverzeichnis anfordern: <https://moe.immo/buch-altlasten>
- ▶ Vorlage Nebenkostenaufstellung: <https://moe.immo/buch-nebenkosten>
- ▶ Vorlage Mietaufstellung: <https://moe.immo/buch-miet>
- ▶ Home-Staging-Checkliste: <https://moe.immo/buch-hs>
- ▶ Word-Exposé-Vorlage: <https://moe.immo/buch-expose>
- ▶ Ausstattungs-Checkliste: <https://moe.immo/buch-ausstattung>
- ▶ Vorlage Vertraulichkeitsvereinbarung: <https://moe.immo/buch-vertraulich>
- ▶ Vorlage Inventar- & Zubehörliste: <https://moe.immo/buch-inventar>

