

Den optimalen Preis für Ihre Immobilie finden

Unterlagen, die Ihre Käufer erwarten

Ihr Eigenheim im besten Licht präsentieren

Kapitel 1

So machen Sie Ihre Immobilie fit für den Verkauf

Der Entschluss ist gefasst: Sie wollen Ihr Haus verkaufen. Oder Sie denken zumindest ernsthaft darüber nach und wollen sich nun mithilfe dieses Buchs eine Vorstellung davon machen, was nun auf Sie zukommt. Dann mal los. Wir führen Sie Schritt für Schritt durch den gesamten Verkaufsprozess bis hin zu Ihrem eigenen Auszug. Aber bis dahin vergeht noch eine Menge Zeit.

Recherche: Was ist mein Haus eigentlich wert?

Fangen wir doch gleich mit der Frage aller Fragen an: Wie viel Geld bringt meine Immobilie eigentlich? Natürlich kennen Sie noch ihren Kaufpreis und wissen um die Höhe der noch ausstehenden Hypothekendarlehen. Doch diese beiden Größen interessieren Ihre potenziellen Käufer nur am Rande und beeinflussen schon gar nicht deren Preisvorstellung.

Entscheidend ist vielmehr eine andere Größe: der Verkehrs- oder Marktwert. Was das ist, legt bereits das Baugesetzbuch in § 194 fest:

Der Verkehrswert (Marktwert) wird durch den Preis bestimmt, der in dem Zeitpunkt, auf den sich die Ermittlung bezieht, im gewöhnlichen Geschäftsverkehr nach den rechtlichen Gegebenheiten und tatsächlichen Eigenschaften, der sonstigen Beschaffenheit und der Lage des Grundstücks oder des sonstigen Gegenstands der Wertermittlung ohne Rücksicht auf ungewöhnliche oder persönliche Verhältnisse zu erzielen wäre.

Oder kurz gesagt: Der Verkehrswert ist der Betrag, den Ihr Käufer zu zahlen bereit ist.

Verfahren zur Bewertung Ihrer Immobilie

Aber wie bekommen Sie eine Vorstellung davon, welche Preisvorstellungen im Kopf Ihrer potenziellen Käufer herumspuken? In der Praxis haben sich hierfür drei Verfahren mit nüchternen Namen etabliert:

- ✓ Das Vergleichswertverfahren
- ✓ Das Sachwertverfahren
- ✓ Das Ertragswertverfahren

Das Sachwertverfahren orientiert sich an tatsächlich gezahlten Preisen, das Ertragswertverfahren an der Miethöhe und kommt daher vor allem bei vermieteten Eigentumswohnungen zum Einsatz. In der Praxis hat sich aber das dritte Verfahren durchgesetzt: das Vergleichswertverfahren. Dabei wird, simpel gesprochen, Ihre Immobilie mit ähnlichen Objekten in Ihrer Region verglichen. Für den Laien klingt das erst einmal nach einer Herausforderung, aber im digitalen Zeitalter ist diese vergleichsweise leicht zu meistern. Zum einen gibt es verschiedene Onlinerechner, zum anderen die großen Immobilienportale.

Probieren Sie es doch einmal aus: Gehen Sie auf eine der einschlägigen Websites wie [immobilienscout24.de](https://www.immobilienscout24.de) und geben Sie unter dem Stichpunkt »Suchen« die Eckdaten Ihrer Wohnung oder Ihres Hauses ein: Standort, Quadratmeterzahl und Extras und werfen Sie dann einen Blick auf die Ergebnisse. In den Ballungsräumen könnte Sie das Angebot erst einmal erschlagen, auf dem Land dagegen ab und an auch mal enttäuschen. Auf jeden Fall sehen Sie nun zum ersten Mal, was zum Verkauf stehende Immobilien in Ihrer Region konkret bringen.

Alternativ können Sie auch den Service der großen Portale nutzen und sich erst einmal die Preisentwicklung für Häuser oder Wohnungen in Ihrer Region in den vergangenen Wochen oder Monaten anschauen. Gespeist wird diese Datenbank durch tatsächliche Verkäufe. Allerdings schwanken diese Preise gerade im ländlichen Raum teilweise beträchtlich, je nachdem ob gerade eine Villa oder lediglich einige in die Jahre gekommene kleinere Häuser verkauft wurden.



Professionelle Unterstützung bei der Suche nach dem richtigen Preis bieten Makler und Gutachter. Gut verdrahtete Makler in einer Region wissen recht genau, welche Objekte zu welchem Preis zu vermarkten sind und geben Ihnen bereits beim Erstgespräch wichtige Anhaltspunkte.

Quellen zur Preisrecherche

Eine wichtige Quelle hatten wir ja bereits genannt: die großen Immobilienportale. Doch es wäre fahrlässig, sich allein auf die schnelle Onlinerecherche oder gar das Wort eines Maklers zu verlassen. Ein wenig mehr Mühe sollten Sie sich für die Suche nach dem richtigen Verkaufspreis für Ihre Immobilie schon machen. Informationen bieten beispielsweise

- ✓ die Immobilienanteile der Tageszeitungen und Wochenblätter,
- ✓ Fachmagazine,

- ✓ Marktberichte von Maklern und Kommunen,
- ✓ Studien und Statistiken von regionalen Anbietern und unabhängigen Instituten.

Zug um Zug erhalten Sie so ein Gefühl, welche Immobilien zu welchen Preisen in Ihrer Stadt verkauft werden. Und noch eine Quelle sollten Sie nicht unterschätzen: das Gespräch mit Freunden, Nachbarn und Multiplikatoren. Es ist beispielsweise Gold – oder besser – Geld wert zu wissen, zu welchem Preis die Wohnung schräg gegenüber in einem größeren Komplex vor Kurzem verkauft wurde und zu welchem Preis die junge Familie drei Häuser weiter ein Eigenheim in Ihrer Siedlung erworben hat.



Die Quelle Nummer eins für Ihre Preisrecherche sind die großen Immobilienportale wie immobilienscout24.de und immowelt.de. Sie enthalten Marktstatistiken sowie eine Fülle aktueller Angebote aus Ihrer Region. Nehmen Sie sich ein paar Stunden Zeit und analysieren Sie die Angebote. Schließlich werden Sie als Verkäufer bald im Wettbewerb mit ihnen stehen.

Fakten, die über den Preis entscheiden

Natürlich ist jede Immobilie ein Stück weit anders. Jede hat ihren eigenen Charme und unverwechselbare Eigenschaften. Und je nachdem wie begehrt diese Faktoren sind, können sie beim Verkauf durchaus eine Rolle spielen. Doch erst einmal geht es ja um den Überblick. Und hier entscheiden in erster Linie ganz klassische Faktoren über den Preis:

- ✓ Wohnfläche in Quadratmetern
- ✓ Nutzfläche in Quadratmetern
- ✓ Grundstücksfläche in Quadratmetern
- ✓ Baujahr
- ✓ Modernisierungsgrad
- ✓ Ausstattung
- ✓ Alter technischer Geräte wie Heizung und Sanitäranlagen
- ✓ Und natürlich der Klassiker: Lage, Lage, Lage

Und Ihr selbst ausgebauter Dachstuhl? Die zauberhafte Laube im Garten? Und der Hobbykeller? All das und noch viel mehr kann – wie gesagt – durchaus zusätzliches Interesse wecken. Sie sind aber erst einmal gut beraten, wenn Sie Ihre Preisvorstellungen sehr rational begründen und emotionale Faktoren hintanstellen.

Fleißarbeit: die Zusammenstellung der Unterlagen

Auch im digitalen Zeitalter benötigen Sie für den Verkauf Ihrer Immobilie noch jede Menge Papier. Das beginnt bei einer Verkaufsunterlage, dem sogenannten Exposé, und hört mit Bauplänen und Handwerkerrechnungen noch lange nicht auf. Zeit also, sich einen Überblick zu verschaffen und dann die Regale zu durchforsten.

Ihre Verkaufsunterlage Nummer 1: das Exposé

Allein mit einem Preisschild versehen, verkauft sich Ihre Immobilie leider noch nicht. Potenzielle Käufer wollen schon ein wenig mehr wissen. Genau diese Informationen fasst das Exposé zusammen. Es enthält Angaben über

- ✓ die Lage des Objekts,
- ✓ die Wohn-, Nutz und Grundstücksfläche,
- ✓ den Grundriss,
- ✓ die Ausstattung,
- ✓ den Energieausweis,
- ✓ den Verkaufs- beziehungsweise Bezugstermin,
- ✓ die Nebenkosten.

So nüchtern wie das jetzt hier klingt, sollte Ihr Exposé aber nicht aussehen. Es lebt vor allem von Bildern und Zeichnungen. Je besser sich Ihre Interessenten vorstellen können, wie es ist, in Ihren vier Wänden zu leben, desto eher nehmen sie Kontakt auf.

So gelingen die perfekten Schnappschüsse

»Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte« – dieses Sprichwort gilt gerade bei Ihrem Verkauf. Die folgenden Tipps helfen, damit Ihre Fotos auch wirklich zum Verkaufserfolg beitragen:

1. Nehmen Sie sich Zeit für Ihre Fotosession.
2. Räumen Sie die Räume und Flure vorher auf.
3. Nutzen Sie Lichteffekte.
4. Achten Sie auf Details – Ihr Lieblingsplatz im Garten oder die Frühstücksecke darf bei den Aufnahmen nicht fehlen.
5. Nutzen Sie Bildbearbeitungsprogramme und bringen Sie so noch mehr Licht und Farbe in die eigenen vier Wände.



Ein Exposé ist eine Verkaufsunterlage und sollte daher perfekt aussehen. Bevor Sie selbst an Grafikprogrammen verzweifeln, ziehen Sie lieber bei dessen Erstellung einen Profi zurate. Und auch beim Druck sollten Sie nicht sparen: Ein digitaler Ausdruck eines Copy-Shops sieht einfach besser aus als jede Variante Ihres heimischen Tintenstrahldruckers.

Alles auf einen Blick: Baupläne und Grundrisse

Irgendwo in Ihren Unterlagen steckt sicher noch der Bauplan Ihrer Immobilie oder zumindest der Grundriss Ihrer eigenen vier Wände. Die sollten rechtzeitig vor dem Verkauf hervorkramen und Ihrem Exposé in Kopie beifügen. So sehen Interessenten auf einen Blick,

- ✓ wie sich die Zimmer aufteilen,
- ✓ welche Wände tragend sind,
- ✓ wie Ihr Eigenheim ausgerichtet ist, sprich wann wie viel Licht in welche Räume fällt,
- ✓ wie viel Stellfläche Ihnen nach Berücksichtigung von Türen, Fenstern, Treppen und Co. noch bleibt.

Immer mehr Verkäufer machen sich die Mühe und erstellen mithilfe geeigneter Software selbst einen Grundriss für den Verkauf. Solche Programme, die beispielsweise die großen Immobilienportale vorhalten, erleichtern es potenziellen Käufer mehr als jeder kopierte Grundriss, im Kopf gleich mit der Einrichtung der einzelnen Räume zu beginnen.



Wenn Ihr Haus in die Jahre gekommen ist, kann es sich lohnen, noch vor Verkaufsstart mit einer Bauvoranfrage bei der Kommune nachzuweisen, welche Umbauten ohne Probleme machbar sind. Ein Klassiker ist das Aufstocken und damit der Gewinn zusätzlichen Raums. Ein entscheidendes Kriterium gerade für Familien mit mehreren Kindern. Das kostet zwar Geld, erweitert aber den Interessentenkreis und kann sich im Verkaufsprozess durchaus bezahlt machen. Die zugehörigen Pläne gehören natürlich auch in Ihr Exposé.

Unverzichtbar: der Energieausweis

In Zeiten der »Gretamanie« und »Fridays for Future« gewinnt das Thema Energieverbrauch auch bei Immobilien immer stärker an Bedeutung. Der Energieausweis enthält die entsprechenden Angaben in gebündelter Form. Und ohne diesen Ausweis funktioniert ohnehin kein Verkauf mehr, Ihre potenziellen Käufer können dessen Vorlage verlangen. Mehr noch: Seit der Novelle der Energieeinsparverordnung im Jahr 2014 müssen Verkäufer den Energie-Effizienzstandard bereits in der Immobilienanzeige nennen.

Drei Werte stehen beim Energieausweis im Mittelpunkt:

1. **Primärenergiebedarf.** Dieser Wert beantwortet die Frage, wie viel Energie in Ihre Immobilie hineinfließt.

2. **Endenergiebedarf.** Dieser Wert ist der aussagekräftigere, denn er steht für den tatsächlichen Verbrauch Ihres Eigenheims.
3. **Energieverbrauchskennwert.** Hier fließen die realen Verbrauchswerte der vergangenen drei Jahre ein.

Ein Wert fehlt interessanterweise: die Energiekosten. Aber selbstverständlich halten Sie für Ihre Käufer auch die letzte Gas-, Fernwärme- oder Heizölrechnung parat.

Zum Schmökern: Protokolle der Eigentümerversammlung

Dieser Punkt betrifft nur die Verkäufer von Eigentumswohnungen, die sich zumindest einmal im Jahr mit den anderen Eigentümern Ihrer Immobilie treffen. Dort dürfen sie dann über Themen wie Instandhaltung, bauliche Veränderungen, Nebenkosten und die Hausordnung entscheiden. Irgendwen trifft immer die Pflicht, ein Protokoll zu führen, und in die Runde zu schicken. Glücklicherweise sind die Eigentümergemeinschaften, bei denen diese Arbeit der Hausverwalter übernimmt – natürlich gegen zusätzliche Gebühr.

Diese Protokolle geben Ihren Käufern nicht nur Aufschluss über die jüngsten Reparaturen, sondern spiegeln vor allem die Stimmung wider. Lange Sitzungen, knappe Mehrheiten und aufgeschobene Entscheidungen sprechen für ein zumindest nicht konfliktfreies Klima in der Eigentümergemeinschaft. Manch einen schreckt schon das ab. Es macht aber überhaupt keinen Sinn, solche Konflikte unter den Teppich zu kehren. Denn ein einigermaßen gewiefter Käufer wird vor einer Entscheidung bei einigen Nachbarn klingeln und sich selbst ein Bild machen.



Halten Sie zumindest die Protokolle der drei letzten Eigentümerversammlungen in Kopie für potenzielle Interessenten bereit. Falls Sie diese nicht mehr finden, bitten Sie den jeweiligen Protokollführer, Ihnen die Unterlagen nochmals zu senden. Und wenn Sie nicht mehr wissen, wer das war, fragen Sie einfach einen Nachbarn.

Zum Beweis: Rechnungen und Wartungsprotokolle

Wer eine Immobilie kauft, kauft jede Menge Technik mit, obwohl er in der Regel davon meist nur wenig versteht. Um die daraus resultierende Unsicherheit zu minimieren, sollten Sie folgende Dokumente parat haben:

- ✓ Wartungsprotokolle für Wärme- und Wasserversorgung
- ✓ Rechnungen über die letzte Modernisierung der Heizung
- ✓ Belege über die regelmäßige Überprüfung des Öltanks
- ✓ Belege über technische Verbesserungen wie elektrische Rollläden oder den Einbau der Fußbodenheizung im Wohnraum
- ✓ Belege über nachträgliche Dämmungsmaßnahmen bei älteren Häusern

Je nach Ausstattung Ihrer Immobilie kommen weitere Unterlagen hinzu; das kann die Solarthermieanlage auf dem Dach ebenso betreffen wie den kleinen Swimmingpool oder die Sauna samt Whirlpool im Keller. In allen Fällen geht es darum, dass potenzielle Käufer verstehen, dass Sie Ihre Technik tipptopp in Schuss gehalten haben und sie daher bedenkenlos einziehen können.

Die Kür: Betriebsanleitungen und Ähnliches



Wer seine Käufer positiv überraschen will, legt noch einen drauf und stellt zusätzlich sämtliche Betriebs- und Gebrauchsanleitungen sowie Dokumentationen über die gesamte Haustechnik bereit. Dieser Punkt gewinnt im digitalen Zeitalter immer mehr an Bedeutung, da es für Laien eine Herausforderung ist, ein Smarthome vom ersten Tag an zu verstehen. Aber toll finden sie es schon, wenn Lampen aufgrund von Bewegung oder Stimme an- und ausgehen und sich Rollläden und Rollos wie von Zauberhand öffnen und schließen.

Smarthome mit Hindernissen

Wer das Haus von Michael Schmitz im Westen von Köln betritt, bekommt leicht ein beklemmendes Gefühl. Gewohnte Handreichungen wie das An- und Ausschalten von Licht über Schalter oder der Griff zu einer Fernbedienung verpuffen ergebnislos. Als er nach seiner Pensionierung die Villa zum Kauf stellte, erwies sich sein Faible für ein Smarthome am Anfang als echtes Verkaufshindernis. Gut betuchte Interessenten zeigten sich zwar begeistert, wenn er bei der Besichtigungstour von Raum zu Raum per Stimme Licht und Musik einschaltete oder eine Markise ausfuhr. Doch im Gespräch musste er dann öfter die Frage erdulden, ob das Haus auch anders funktionieren würde. Zähneknirschend rüstete er nach drei Besichtigungsterminen die Technik ab und stieß gleich auf mehr Entgegenkommen. Sein Fazit: Das Smarthome ist zwar die Zukunft, aber in der Gegenwart noch nicht jedermanns Sache.



Brauche ich ein gesondertes Gutachten für den Verkauf? Auch diese Frage beschäftigt viele Verkäufer. Die generelle Antwort: nicht wirklich, auch wenn das mancher Gutachter jetzt nicht gerne liest. Eigentlich sollten Sie Ihr Haus gut genug kennen, um es zu veräußern. In einigen Situationen machen die Immobilienspezialisten aber dennoch Sinn. Das gilt beispielsweise beim Verkauf bei einer Scheidung oder nach einer Erbschaft sowie der Übernahme einer Betreuung. In allen Fällen könnte weniger der Käufer, sondern vielmehr ein Familienmitglied oder Freund später den Kaufpreis anzweifeln und behaupten, Sie hätten zu billig verkauft. Ein Gutachten bietet in diesen und weiteren Fällen einen guten Schutz gegen unberechtigte Vorwürfe.

Hand- und Kopfarbeit: Bringen Sie Ihre Immobilie auf Vordermann!

Bevor Sie jetzt mit der Vermarktung loslegen, sollten Sie Ihre eigenen vier Wände einmal mit den Augen Ihrer potenziellen Käufer betrachten. Wenn in Ihren Augen alles 100-prozentig in Ordnung ist, bitten Sie einen Freund, das Gleiche zu machen. Warum? Normalerweise entspricht Ihr Zuhause Ihren Vorstellungen vom Wohnen und über die Jahre haben Sie sich an den etwas verwilderten Vorgarten, das abgeschrammte Parkett und das alltägliche Chaos gewöhnt. Ein Käufer wird dies aber mit ganz anderen Augen sehen und mit Verweis darauf den Preis zu drücken versuchen. Wenn Ihr Freund Sie jetzt auf diese Schwachstellen aufmerksam macht, seien Sie ihm nicht böse. Im Gegenteil: Da Sie voraussichtlich einen höheren Verkaufspreis erzielen, ist zumindest ein Abendessen beim besten Italiener der Stadt für ihn drin.

Garten und Fassade überprüfen

Der erste Blick macht bereits viel aus. Von daher sollten Sie im Vorfeld Ihres Verkaufs – am besten sogar *bevor* Sie Ihr Objekt überhaupt anbieten –

- ✓ das Laub vom letzten Herbst aus dem Garten entfernen,
- ✓ die vermoosten und vertrockneten Stellen im Rasen ausbessern,
- ✓ das Unkraut auf den Wegen beseitigen,
- ✓ die rumliegenden Gartengeräte, Spielzeuge und Ähnliches im Keller verstauen,
- ✓ die abgeblätterten Fenster- und Türrahmen an der Vorderseite ausbessern,
- ✓ verrottetes Holz in der Außenfassade erneuern.

Kleinere Arbeiten können und sollten Sie selbst übernehmen. Ansonsten kann es sich auch rechnen, einen Gärtner oder einen Maler zu beauftragen. Denn mit diesen kleinen Verschönerungen nehmen Sie Interessenten wichtige Argumente aus der Hand, später den Preis zu drücken.

Frühjahrsputz unabhängig von der Jahreszeit erledigen

Für das Innere Ihres Hauses oder Ihrer Wohnung gilt Ähnliches: Wenn der erste Eindruck stimmt, steigt die Zahlungsbereitschaft beziehungsweise sinkt die Verhandlungsmasse Ihrer Interessenten. Für Sie als Verkäufer bedeutet dies: Egal ob Sie im Frühjahr, Sommer, Herbst oder Winter in die Vermarktung einsteigen wollen, steht ein Frühjahrsputz an. Der umfasst

- ✓ die gründliche Reinigung und Lüftung aller Räume,
- ✓ das Aufpolieren von Armaturen und anderen glänzenden Teilen,
- ✓ das Aufräumen aller Räume inklusive Keller und Speicher.

»Muss das sein?«, mag sich mancher Putzmuffel jetzt fragen. Ja, lautet die Antwort, wenn Sie nicht unnötig Geld verschenken wollen, schon.

Kleinere Schäden reparieren

Während Sie Ihr Haus auf Vordermann bringen, werden Sie immer wieder kleinere Schäden registrieren wie

- ✓ abgesplitterte Farbe an Geländern und Rahmen,
- ✓ fehlende Steckdosen- oder Lichtschalterummantelungen,
- ✓ lose Verkleidungen bei Einbauschränken und -küchen,
- ✓ verrostete Schlösser,
- ✓ lose hängende Kabel,
- ✓ fehlende oder kaputte Randleisten.

Nach dem Wischmopp sollten Sie mit Blick darauf auch noch Ihren Handwerkskasten nehmen und eine Runde durch Ihr Haus machen. Und wenn Sie sich selbst zwei linke Hände attestieren, bitten Sie doch einen Freund darum. Irgendwer wird ja auch in den vergangenen Jahren mal für kleinere Arbeiten eingesprungen sein, oder?

Bei größeren Schäden stellt sich dagegen wiederum die Frage, ob Sie selbst noch aktiv werden sollen oder eine Preisminderung deswegen in Kauf nehmen. Typische Fälle sind:

- ✓ veraltete Türen und Fenster,
- ✓ verfärbte Wände,
- ✓ verrostete Armaturen,
- ✓ kaputte Fliesen,
- ✓ abgelaufene Teppichböden,
- ✓ energiefressende Elektrogeräte.

Wenn Sie solche Mängel bereits selbst stören, könnte sich auch bei Ihren Kaufinteressenten der Eindruck verfestigen, dass Ihre Immobilie dann doch zu sehr abgewohnt sei als dass sich der Renovierungsaufwand noch lohne. In diesen Fällen macht es Sinn, selbst einen Handwerker zu beauftragen und dessen Rechnung auf die Kaufpreisforderung draufzurechnen. Anderenfalls können Sie auch einen Kostenvoranschlag einholen und den Käufer proaktiv auf die aktuelle Schwäche hinweisen und ihm so deutlich machen, dass sich der Aufwand im Rahmen hält. Wie schon bei den kleineren Reparaturen gilt ansonsten: Heimwerker sind im Vorteil.

Pimp up my home: der neue Trend aus den USA

In den USA ist es bereits gang und gäbe, seine Immobilie vor dem Verkauf auf Vordermann zu bringen. Und zunehmend entdecken auch Deutschlands Verkäufer die Vorteile einer solchen Strategie. Ihre oft voll im Berufs- und Familienleben stehenden Käufer haben von der ersten Besichtigung an das Gefühl, sie könnten hier direkt einziehen – der geforderte Preis rückt ein Stück weit in den Hintergrund. Um so weit zu kommen, müssen Sie allerdings einiges machen.

Hardware erneuern: renovieren vor dem Verkauf

Noch ist es in Deutschland üblich, dass der Käufer renoviert und modernisiert. Aber dieser Grundsatz steht nirgendwo geschrieben und ist auch nicht in Stein gemeißelt. Also überlegen Sie doch mal, was Sie so alles machen würden, wenn Sie Ihr Haus oder Ihre Wohnung heute kaufen würden. Gehen Sie im Kopf mal alle Räume und die Technik durch. Spätestens jetzt fällt Ihnen auf:

- ✓ Bad und Küche sind die Jahre gekommen.
- ✓ Der Boden ist verschlissen.
- ✓ Das Dach ist vermoost.
- ✓ Die Haussicherung – von der Haustür bis zur Alarmanlage – entspricht nicht mehr dem Stand der Technik.
- ✓ Die Heizung ist veraltet.

Bei jedem dieser Punkte können Sie sich überlegen, ob Sie eine »kleine« oder eine »große« Lösung wählen. Sprich: Bad und/oder Küche erneuern oder sich nur auf Oberflächen und Armaturen beschränken. Das Dach ausbessern oder sanieren. Die Haussicherung verbessern oder neu installieren und bei der Heizung beispielsweise eine Solarthermieanlage ergänzen oder auch hier eine zeitgemäße Komplettlösung wählen.



Wer schon einen Käufer an der Angel hat, kann die Renovierungen auch mit ihm absprechen. Manch einer ist froh, wenn er die lästige Arbeit abgenommen bekommt und zahlt bereitwillig den Löwenanteil der fälligen Rechnung.

Besonders heikel, weil kostspielig ist das Thema Heizung beziehungsweise der energetischen Sanierung samt Außenfassade sowie Fenster und Türen. Fakt ist: Wenn Sie noch eine klassische Öl- oder Gasheizung im Keller haben, wird jeder halbwegs gewiefte Käufer diese Tatsache als Verhandlungsmasse nutzen. Da können Sie noch so viele Rechnungen über Wartungen und Modernisierungen präsentieren – die Zeit für diese Relikte aus dem 20. Jahrhundert läuft ab. Wer nicht selbst investieren will, sollte zumindest einen Fachmann zurate ziehen und eruieren, welche Heizungsart sich für seine Immobilie am besten eignet.

Gleiches gilt für die energetische Sanierung: Wenn sie ein kritisches Thema ist, sollten Sie als gewiefter Verkäufer proaktiv damit umgehen und mit einem Kostenvoranschlag aufzeigen, wie sich Ihre Immobilie auf den neuesten Stand bringen lässt. Aber vielleicht ist es dann doch cleverer, selbst noch in die neuen Fenster zu investieren und mit dieser Rechnung Ihre höhere Kaufpreisforderung zu begründen? Zumal Sie dann ja auch noch mit den nun erheblich niedrigeren Heizkosten argumentieren können.

Raumgefühl optimieren: die eigenen vier Wände inszenieren

»Mehr Schein als Sein« – der Kern der Pimp-up-my-home-Idee bezieht sich aber weniger auf den kostspieligen Austausch der Hardware, sondern dreht sich mehr um eine perfekte Inszenierung der zum Verkauf stehenden Räume und Grundstücke. Und hier gibt es in Deutschland in der Tat noch erheblichen Verbesserungsbedarf. Wenn Immobilien zum Verkauf stehen,

- ✓ ist das Mobiliar oft in die Jahre gekommen,
- ✓ ist der letzte Anstrich schon ein paar Jahre her,
- ✓ wirken viele – vor allem die kleineren – Räume selbst bei Tageslicht dunkel,
- ✓ fehlen Farbakzente und grüne Inseln.

Alternativ kommt es auch häufig vor, dass die Vorbewohner bereits ausgezogen sind und die Interessenten durch leere, abgewohnte Räume streifen. Auch das lädt nicht zum Träumen ein und mindert letztendlich den Kaufpreis. Um diesem Schicksal zu entgehen, setzen Designprofis an verschiedenen Stellen an.



Die Aufwertung einer Immobilie mit dem Ziel, ein Haus oder eine Eigentumswohnung in kürzerer Zeit und mit einem höheren Erlös zu verkaufen, nennt sich im Fachjargon Homestaging.

Lichteffekte können Käufer begeistern

Klassischerweise gibt es in Deutschland in jeder Decke einen Anschluss für eine Lampe, gekoppelt mit dem Lichtschalter an der Tür, die dann den ganzen Raum beleuchtet. Das mag praktisch sein, schön ist es aber nicht. Viel attraktiver wirkt oft eine indirekte Beleuchtung über Fluter oder Strahler, die bestimmte Nischen, Ecken oder Dekorationsgegenstände herausheben. Genau solche Lichteffekte sollten Sie vor dem ersten Besichtigungstermin auch in Ihren vier Wänden schaffen. Vielleicht müssen Sie dazu noch in ein oder zwei Strahler investieren oder ein paar alte Glühbirnen gegen LED-Leuchten austauschen.

Aber das Ergebnis könnte Sie sogar selbst überzeugen. Plötzlich erstrahlt Ihre Leseecke in warmem Licht, der Deckenfluter bringt Ihr schönstes Bild zum Leuchten und in der Küche kommt plötzlich der angeleuchtete Vitrinenschrank ins Rampenlicht und lässt die abgewetzten Küchenfronten schon fast vergessen.



Mit Lichteffekten darf man es nicht übertreiben. Pro Raum sollten Sie mit maximal drei Lichtquellen auskommen.

Mietmöbel laden zum Wohnen ein

Falls Sie bereits eine neue Bleibe gefunden haben oder planen, das bisherige Mobiliar zu verschrotten, sollten Sie sich mit dem Thema Mietmöbel beschäftigen. Einige Homestaging-Spezialisten bieten mittlerweile Onlinekonfiguratoren, mit denen Sie sich eine Grundausstattung zusammenstellen können. Die Konfiguratoren fragen üblicherweise nach

- ✓ dem Stil der Ausstattung,
- ✓ dem Umfang der Ausstattung (Sessel, Couch, Tisch et cetera) sowie
- ✓ dem Zeitraum der Miete

und senden anschließend ein Angebot. Klingt sehr amerikanisch, ist es auch, könnte Ihnen im Vergleich zu leeren Räumen oder veraltetem Mobiliar aber einen etwas besseren Verkaufspreis ermöglichen.



Wenn Sie auf Mietmöbel setzen, stellen Sie Ihren eigenen Geschmack hinten. Entscheidend ist der Blick potenzieller Käufer und diese dürften eher auf eine moderne, zeitlose Einrichtung stehen.

Pflanzen verbessern die Raumatmosphäre

Zimmerpflanzen sind nicht jedermanns Sache: Sie brauchen regelmäßige Pflege und sind ansonsten schnell ein traurig anzusehender Staubfänger. Vor dem Verkauf sollten Sie unabhängig von Ihrer Einstellung dazu aber über einige Zukäufe in verschiedenen Räumen nachdenken – und das aus drei Gründen:

- 1. Pflanzen sind ein Hingucker und schaffen Geborgenheit.**
- 2. Pflanzen können von weniger schönen Ecken in einzelnen Räumen ablenken.**
- 3. Blumensträuße vermitteln ein gutes Wohngefühl.**

Idealerweise ist das alles nicht neu für Sie und Ihr grüner Daumen zeigt sich auf Ihrer Terrasse und im Garten ebenso wie im Inneren Ihres Heimes. Ansonsten ist jetzt die Zeit für einen Ausflug zum Gartencenter oder Baumarkt gekommen. Denn schon ein Blumenkasten mit simplen Stiefmütterchen wirkt einladender als das vertrocknete Heidekraut aus dem vergangenen Jahr.

Mit Stoffen und Deko zaubern

Kein Inneneinrichter wird darauf verzichten, in Ihren Räumen noch besondere Akzente zu setzen. Und genau das sollten Sie nun auch noch machen. Denken Sie doch einmal darüber nach,

- ✓ Ihre zweckmäßige Couch mit einer Decke farblich aufzupeppen,
- ✓ mit zwei, drei bunten Kissen die Einheitsfarbe der Sitzecke aufzulockern,
- ✓ mit einer Schale oder Vase eine Raumecke aufzuwerten,
- ✓ mit frühlingshaften Vorhängen den Blick in den herbstlichen Garten zu verschönern,
- ✓ ungewöhnliche Deko-Objekte mehr in die Mitte Ihres Raums zu rücken.



Vorsicht: Wenn Sie einmal mit dieser Arbeit anfangen, können Sie nur noch schwer aufhören. Und vielleicht verlieben Sie sich dabei noch einmal neu in Ihre bisherige Bleibe. Aber Sie wollten ja umziehen und verkaufen, oder?

Selbst ist der Immobilieneigentümer: So lassen sich Interessenten anlocken

Die Gründe, warum Sie Ihre Immobilie verkaufen wollen, kennen nur Sie selbst. Und noch etwas kennen Sie selbst am besten: Ihr Haus oder Ihre Wohnung. Sie wissen genau

- ✓ was Ihre Immobilie auszeichnet,
- ✓ durch welche Besonderheiten sie sich von anderen Objekten unterscheidet,
- ✓ warum ihre Lage ihr größter Pluspunkt ist,
- ✓ was das Außergewöhnliche an ihrer Ausstattung ist.

Auch wenn es ein wenig Arbeit macht, seine Immobilie selbst zu vermarkten und zu verkaufen – angesichts Ihres Wissens rund um das Objekt und möglicherweise auch der Liebe, die Sie für die Details in Ihrem Haus oder Ihrer Wohnung aufbringen, kann der Verkaufsprozess sogar richtig Spaß machen. Schließlich ernten Sie bei jeder Besichtigung auch die Anerkennung der Interessenten. Versuchen Sie es ruhig!

Die gängigsten Platzierungen für Ihr Verkaufsangebot

Sie glauben ja gar nicht, wie viele Wege es gibt, eine Immobilie zum Verkauf anzubieten – und diese breite Palette lässt Sie nahezu jede Zielgruppe erreichen, die Sie mit Ihrem Objekt ansprechen wollen.

Da wären zu nennen

- ✓ Internetportale,
- ✓ eigene Websites,
- ✓ soziale Medien,
- ✓ Zeitungen und Wochenblätter,

- ✓ Mund-zu-Mund-Propaganda,
- ✓ die Mieter.

Klar, die naheliegendste Lösung sind sicherlich die digitalen Platzhirsche. Onlineportale wie

- ✓ Immobilienscout24.de
- ✓ Immowelt.de
- ✓ Immonet.de
- ✓ 1a-immobilienmarkt.de

Neben ihrer Stärke, täglich Tausende Interessenten anzulocken, bieten fast alle weiterführende Dienstleistungen an. Um Ihre Immobilie top zu präsentieren, sind Ihnen diese als Verkäufer gerade recht. Wer will, kann am Computer zu Hause sogar einen Grundriss seines Hauses oder seines Apartments erstellen und mit dem fällt es Interessenten erheblich leichter, sich die Räume vorzustellen. Zwar sind derlei Service-Angebote nicht immer kostenlos, aber die Gebühren dafür halten sich in Grenzen – und die Vorteile, die Sie als Verkäufer davon haben, sind immens. Probieren Sie es einfach mal aus!

Neben den Immobilienportalen finden sich auch viele regionale Plattformen, unter anderem von Banken, Immobilien-Fachzeitschriften oder anderen Organisationen. Einige beschränken sich auf die bestimmte Region. Das muss Sie aber nicht weiter stören, weil Interessenten, die ein Objekt in dieser Stadt oder dieser Gemeinde kaufen wollen, bei ihrer Recherche sicherlich auch auf solch ein Portal stoßen.

Unabhängig davon, ob großes oder kleines Portal: Schieben Sie Ihre Immobilie möglichst geschickt ins Rampenlicht. Auch wenn das möglicherweise ein paar Euro mehr kostet als das Standardpaket der Anbieter. Diese Investition ist es wert – nicht dass Ihr Immobilienschatz nur einer von Zehntausenden ist.

Wer befürchtet, mit seinem Inserat in der Masse der Annoncen zu verschwinden, kann sich auch eine eigene Website basteln. Falls Sie selbst Routine im Aufbau von Internetseiten haben, legen Sie gleich los. Anderenfalls machen Sie sich auf die Suche nach einem Website-Profi. Er hilft Ihnen, die wichtigsten Punkte rund um Ihre Immobilie perfekt zu präsentieren. Dazu zählen unter anderem

- ✓ ein Titel, der neugierig macht,
- ✓ eine Beschreibung der Vorzüge Ihrer Immobilie,
- ✓ der Energieausweis,
- ✓ der Grundriss,
- ✓ die Ausstattung,
- ✓ Fotos von Außen- und Innenansicht des Objekts.

Kurz gesagt, all die Informationen, die Sie auch in ein Inserat eines Immobilienportals packen würden.

Möglicherweise sind Sie aber meistens nur noch mit Ihrem Smartphone online unterwegs. Wunderbar! Da stellen Sie Ihre Immobilie doch auch in den Sozialen Medien vor. Warum sollten Sie nicht über

- ✓ Facebook,
- ✓ Twitter,
- ✓ Instagram und
- ✓ YouTube

Werbung für Ihre Immobilie machen? Dafür passen Sie sich idealerweise an das Kommunikationsverhalten des jeweiligen Netzwerkes an. Auf Instagram werden nun mal nur Fotos gepostet, auf YouTube gerne kurze Filmchen angeklickt. Gelingt es Ihnen, Aufmerksamkeit zu erhaschen, werden Sie staunen, wie schnell sich das Verkaufsangebot Ihrer Immobilie herumspricht.

Wer es liebt, sich morgens mit einer Tasse Kaffee und einer Zeitung an den Frühstückstisch zu setzen, dem ist es vielleicht lieber, eine Annonce in einer überregionalen Zeitung oder dem örtlichen Blatt zu schalten. »So was gibt es noch?«, staunt jetzt vielleicht so mancher Leser unter Ihnen. Ja, in der Tat – und das Erstaunliche ist, dass Immobilienverkäufer auch hier Erfolg haben können. Einzige Herausforderung: Sie kommen mit all den Abkürzungen klar, die sich über die Jahrzehnte hinweg für Immobilienannoncen manifestiert haben. Kapitel 8 informiert Sie ausführlich darüber, was all die kryptischen Kürzel bedeuten, ebenso lohnt sich ein Blick auf die Schummelseite.



Je eingängiger der Titel Ihrer Immobilienanzeige ist, desto eher lesen Interessenten sie. Ein guter Titel macht neugierig und verlockt dazu, sich genau dieses Inserat genauer anzuschauen.

Kapitel 8 informiert auch über alles Wissenswerte einer erfolgreichen Mund-zu-Mund-Propaganda. Wie oft haben Sie schon selbst erlebt, dass die Apothekerin oder der Vorsitzende des Sportvereins im Laden oder bei einer Veranstaltung erzählt hat, dass beispielsweise Herr xy sein Haus verkauft oder Familie yz ihre Wohnung. Auch in Einrichtungen wie Kindergärten, Schulen oder Nachhilfeinstituten erfährt man so manches rund um die Gemeinde: geplante Neubauten, den Ausbau des örtlichen Einkaufszentrums – oder eben den Verkauf von dieser oder jener Immobilie.

Machen Sie sich diese Mund-zu-Mund-Propaganda zunutze. Streuen Sie

- ✓ in Ihrem Freunde- und Bekanntenkreis,
- ✓ im Sportverein,
- ✓ in Ihrer Musikgruppe,

- ✓ in Ihren Sprachkursen,
- ✓ in der Nachbarschaft,

dass Sie Ihre Immobilie verkaufen wollen. Es wird sich sehr schnell herumsprechen und ehe Sie sich versehen, klingelt vielleicht schon der erste Interessent an Ihrer Haustür.



Wollen Sie Ihre Netzwerke nutzen, um den Verkauf Ihrer Immobilie zu streuen, seien Sie ein wenig vorsichtig. Drängen Sie Ihre privaten Interessen und Anliegen nur in einem ausgewogenen Maße Personen auf, mit denen Sie nur beruflich zu tun haben. Prüfen Sie im Vorfeld kritisch, ob es in diesem Kreis okay wäre, den Verkauf bekanntzugeben, oder eben nicht. Schließlich wollen Sie ja Ihre geschäftlichen Partner, Kunden oder Auftraggeber nicht verärgern.

Als Immobilieneigentümer steht Ihnen noch ein weiterer Kanal als Vertriebskanal offen: Ihr Mieter. Möglicherweise hat er ja großes Interesse daran, das Haus oder die Wohnung zu kaufen. Und wenn er Ihnen obendrein auch noch sympathisch ist, steht nichts im Weg, ihm die Immobilie zum Kauf anzubieten, oder? Da Sie sich auf diese Weise jede Menge Arbeit sparen, könnten Sie ihm die Immobilie durchaus zu einem »Freundschaftspreis« anbieten. Nein, nein, Sie müssen jetzt nicht fürchten, dass wir Sie dazu auffordern, Ihre Immobilie zu verschleiern. Aber bedenken Sie: Sie sparen sich Kosten für Inserate, Sie sparen Zeit und vor allem sparen Sie Nerven.

Oft lohnt es sich auch, die Nachbarn anzusprechen. Wer seine Wohngegend schätzt, sich dort wohlfühlt und bisher einfach nicht das passende Objekt gefunden hat oder sich möglicherweise noch gar nicht mit dem Thema Immobilienkauf beschäftigt hat, der schlägt unter Umständen sofort zu, wenn ihm ein attraktives Objekt angeboten wird.

Wie Sie in der Verhandlung eine gute Figur machen

Ob Sie Ihren geplanten Verkauf erfolgreich abschließen, hängt viel von Ihrer Immobilie ab. Aber eben nicht nur – ein gehöriger Teil auch von Ihnen als Verkäufer. Sobald Sie Ihre Marketingmaßnahmen angeschoben haben, gilt es, sich möglichst perfekt auf die ersten Interessenten und späteren Verhandlungspartner vorzubereiten. Was Sie dafür tun müssen? Ganz einfach! Zunächst machen Sie sich bewusst, dass

- ✓ eine gute Vorbereitung auf die Gespräche mit den Interessenten und die Besichtigungstermine unabdingbar ist.
- ✓ es kritische Aspekte beim Erstkontakt gibt, die Sie unbedingt beachten müssen.
- ✓ gewisse Argumente mehr überzeugen als andere.
- ✓ Sie rational und nicht emotional vorgehen sollten.

Versetzen Sie sich in die Situation Ihres Interessenten: Er entdeckt Ihre Annonce und würde die Immobilie gerne besichtigen. Möglicherweise hat er auch noch ein paar Fragen im Vorfeld. Also meldet er sich bei Ihnen. Und schon sind Sie gefordert, denn idealerweise schaffen Sie jetzt eine Gesprächsatmosphäre, die einerseits locker ist, aber andererseits sachlich und informativ.

Steht dann der erste Besichtigungstermin an, gilt Ähnliches: Steht Ihr Interessent vor der Tür oder im Vorgarten, liegt es an Ihnen, ihm seinen Aufenthalt in Ihrer Immobilie möglichst angenehm zu gestalten. Natürlich versuchen Sie auch dann wieder, eine lockere Stimmung zu verbreiten, ohne dabei Ihr Ziel – den Verkauf Ihres Objekts – aus den Augen zu verlieren. Verpacken Sie die wissenswerten Informationen über Ihre Immobilie für Ihren potenziellen Käufer nett. So preisen Sie die Vorzüge Ihres Hauses oder Ihrer Wohnung, ohne prahlerisch oder zu aufdringlich zu wirken.

Selbstredend ist es, dass Sie herumliegende Gartengeräte, abgekaute Bälle Ihres Hundes oder Teller mit Essensresten auf dem Tisch aufgeräumt haben, ehe der Termin mit dem Interessenten ansteht. Stattdessen legen Sie die Unterlagen griffbereit, nach denen Sie Ihr potenzieller Käufer sicherlich fragen wird. Das sind unter anderem

- ✓ Baupläne,
- ✓ Energiepass,
- ✓ Belege zu größeren Renovierungsarbeiten,
- ✓ Protokolle der Eigentümerversammlungen und Betriebskostenabrechnungen (beim Verkauf von Eigentumswohnungen).



Auch wenn Sie in dieser Phase des Verkaufs viel Stress haben, achten Sie streng darauf, zuverlässig erreichbar zu sein und pünktlich zu den vereinbarten Besichtigungsterminen zu erscheinen. Natürlich halten Sie auch alle Absprachen ein – seien es Rückrufe, seien es Unterlagen, die Sie mailen wollten, oder seien es Kontakte zu Handwerkern, die Sie beauftragt hatten und mit denen Ihr Interessent gerne sprechen würde.

Wollen mehrere Interessenten Ihre Immobilie besichtigen, sollten Sie sich überlegen, ob Sie

- ✓ einen Sammeltermin für alle anbieten oder
- ✓ einen Termin pro Anfrage vereinbaren.

Jede Alternative hat natürlich Vor- und Nachteile. Welche genau, erklärt Ihnen Kapitel 8 ausführlich.

Die Argumente, warum gerade Ihre Immobilie etwas ganz Besonderes ist, bleiben unabhängig davon aber die gleichen. Für Ihre Immobilie spricht beispielsweise, dass sie

- ✓ ideal für eine vierköpfige Familie ist.
- ✓ zentrumsnah liegt und mit den öffentlichen Verkehrsmitteln ideal zu erreichen ist.
- ✓ eine Lage im Grünen aufweist.
- ✓ in einem Wohngebiet mit hervorragender Infrastruktur liegt.
- ✓ keine weiten Wege zum Kindergarten oder der Schule hat.

- ✓ sich gleich in der Nähe eines großen Einkaufszentrums befindet.
- ✓ einen tollen Garten hat, der jeden Menschen mit grünem Daumen jubeln lässt.
- ✓ eine Ausstattung hat, die seniorengerecht ist.

So oder so ähnlich könnten die Argumente lauten, mit denen Sie potenzielle Käufer ködern könnten. Sicherlich fallen Ihnen noch mehr ein, wenn Sie Ihre Immobilie betrachten und nach überzeugenden Argumenten für einen Kauf suchen.

Signalisiert ein potenzieller Käufer ernsthaftes Interesse, haben Sie natürlich auch die passenden Antworten parat, wenn er beispielsweise Kritik übt an

- ✓ der alten Ölheizung,
- ✓ den altmodischen Fliesen im Bad,
- ✓ den niedrigen Türstöcken im Erdgeschoss,
- ✓ dem muffigen Geruch im Keller,
- ✓ den engen Treppen.

Wie Sie sich perfekt auf solch ein Gespräch mit einem Interessenten vorbereiten können, verrät Ihnen Kapitel 8. Dort erfahren Sie auch, warum ein Zeitplan für diese Phase des Verkaufsprozesses enorm hilft und welche Fehler Sie unbedingt vermeiden sollten, um nicht unnötig im Kaufpreis nachgeben zu müssen.

Falls Ihnen all das über den Kopf wächst und Sie sagen: »Herrje, das schaffe ich nie alles!«, dann wägen Sie die Vor- und Nachteile ab, die solch ein Selfmade-Verkauf mit sich bringt. Möglicherweise ist es Ihnen ja lieber, sich professionelle Hilfe zu holen und Ihre Immobilie lieber einem Makler anzuvertrauen. Falls Sie sich noch nicht sicher sind oder Sie die Vor- und Nachteile nicht alle im Auge haben, blättern Sie doch in Kapitel 8 und informieren sich darüber ausführlich. Das hilft Ihnen bestimmt, sich eine abschließende Meinung zu bilden, ob Sie Ihr Objekt selbst verkaufen wollen oder nicht.

Experte mit viel Marktwissen: die Unterstützung eines Maklers

Sie wollen Ihr Haus oder Ihre Wohnung nicht auf eigene Faust verkaufen? Kein Problem, dann ziehen Sie einen Makler hinzu. Im Normalfall können Ihnen die Vermittler weiterhelfen, weil sie

- ✓ wissen, wie man eine Immobilie bestens präsentiert.
- ✓ den geeigneten Preis für das Objekt finden.
- ✓ ein aussagekräftiges Exposé erstellen.
- ✓ Anzeigen schalten.

- ✓ die Bewerberauswahl treffen.
- ✓ den Verkaufsprozess bis zum Ende begleiten.

Trauen Sie sich ruhig, bei ein, zwei oder drei Maklern in Ihrer Stadt oder Ihrer Region anzuklopfen und zu eruiieren, ob einer davon der Richtige sein könnte, um Ihre Immobilie zu verkaufen. Möglicherweise kann Ihnen aber auch Ihr Freundeskreis bei der Suche nach dem geeigneten Makler weiterhelfen. In der Regel kennt mindestens einer einen Makler oder hat zumindest einen Bekannten oder Verwandten, der erst kürzlich mit einem Vermittler zusammengearbeitet hat.

Um auf Nummer sicher zu gehen, dass der Makler Ihrer Wahl bei der Suche nach einem Käufer wirklich professionell vorgeht, achten Sie auf einige Punkte:

- ✓ Der Makler führt ein Eingangsgespräch mit Ihnen, in dem er sich über Ihre Erwartungen und Vorstellungen informiert.
- ✓ Der Vermittler ist Mitglied in einem Branchenverband.
- ✓ Der Experte arbeitet hauptberuflich als Makler und hat schon einige Erfahrung.
- ✓ Der Makler ist in Ihrer Region tätig und kann entsprechende Referenzen vorweisen.
- ✓ Sein Online-Auftritt ist professionell und aussagekräftig.

Haben Sie Ihre Wahl getroffen, legen Sie mithilfe eines Vertrags fest: seine zu erbringenden Leistungen, die Höhe der Provision sowie die Kündigungsfrist. So ersticken Sie mögliche Diskussionen bereits im Keim. Grundsätzlich haben Sie die Wahl zwischen drei verschiedenen Formen:

- ✓ Den einfachen Maklerauftrag
- ✓ Den Alleinauftrag
- ✓ Den qualifizierten Alleinauftrag

Was diese unterscheidet, lesen Sie in Kapitel 9. Dort erfahren Sie auch, welche Regeln Sie für die Kommunikation mit dem Experten Ihrer Wahl aufstellen sollten, damit Sie stets das Gefühl haben, auf dem Laufenden zu sein.

Wann sich das Engagement eines Maklers lohnt

Da das Engagement eines Maklers gerade zu Beginn recht viel Zeit kostet, überlegen viele Immobilienverkäufer, ob sie überhaupt einen Vermittler für den Verkauf Ihrer Immobilie an Bord holen sollen. Zugegeben, die Suche nach dem passenden Spezialisten sowie die Ausarbeitung des Vertrags kann Sie ein paar Stunden kosten, doch es gibt einige Argumente, die dafür sprechen, mit einem Makler zusammenzuarbeiten. »Was kann das schon sein?«, schmunzelt jetzt vielleicht so mancher. Nun, wir geben Ihnen ein paar Beispiele:

- ✓ Sie sind beruflich extrem eingespannt und finden nicht die Zeit, Interessenten Ihre Immobilie zu zeigen.

- ✓ Sie trauen sich einen Selfmade-Verkauf nicht zu.
- ✓ Sie sind ein introvertierter Typ, der nicht gerne mit fremden Menschen spricht.
- ✓ Sie hängen emotional so an der Immobilie, dass es Ihnen extrem schwerfällt, sie Interessenten zu präsentieren.
- ✓ Das geerbte Haus von den Großeltern, das Sie verkaufen wollen, liegt mehrere Hundert Kilometer entfernt von Ihrem Wohnort.
- ✓ Die Besonderheiten der Immobilie fordern einen echten Profi als Vermittler, weil ihre Ausstattung oder ihr Grundriss so außergewöhnlich ist.
- ✓ Die Immobilie liegt in einem grenznahen Gebiet, beispielsweise an der französischen Grenze, und immer wieder schlagen Interessenten auf, die alle wesentlichen Auskünfte gerne in ihrer Muttersprache hätten.
- ✓ Das Objekt ist zwar äußerst attraktiv, liegt aber abseits jeder größeren Stadt oder Gemeinde.
- ✓ Die Immobilie ist denkmalgeschützt oder gehört zu einem Ensemble, das denkmalgeschützt ist. Anstehende Renovierungsarbeiten bedürfen einer Genehmigung seitens der Stadt.

Haben wir Sie mit unserer kleinen Beispielauswahl überzeugt? Fantastisch! Nehmen Sie sich kurz Zeit und überlegen, ob auch in Ihrem Fall so ein triftiger Grund vorhanden ist. Wenn ja, dann los. Je früher Sie die Suche nach einem passenden Makler starten, desto eher steht auch der erste Interessent für Ihre Immobilie zur Besichtigung vor der Tür.

Welche Nachteile der Einsatz eines Maklers haben kann

»Aber, das Engagement eines Maklers kann auch Nachteile haben«, warnt vielleicht der ein oder andere Leser. Und schon folgen eine oder zwei Horrorgeschichten über eine völlig missratene Zusammenarbeit zwischen einem Immobilienverkäufer und einem Vermittler. Wir können Sie beruhigen, wenn Sie *Immobilien verkaufen für Dummies* aufmerksam studieren und alle wichtigen Ratschläge befolgen, passiert Ihnen so ein Desaster sicherlich nicht. Allerdings – und das geben wir ganz offen zu – gibt es durchaus Argumente, warum der Einsatz eines Maklers Nachteile haben kann.

Beispielsweise weil er

- ✓ sich zu wenig Zeit für die Interessenten nimmt.
- ✓ die Verhandlungsbasis für Ihre Immobilie zu hoch ansetzt.
- ✓ Geld kostet, das keiner in die Hand nehmen will.
- ✓ auf das alleinige Verkaufsrecht für Ihre Immobilie pocht.

- ✓ mit Ihnen nur vage Abmachungen über die Kommunikation, die zeitliche Begrenzung des Vertrags oder die Einrichtungsgegenstände, die Sie mit der Immobilie verkaufen wollen, getroffen hat.
- ✓ er nicht sorgfältig arbeitet.

Sicherlich können Immobilienverkäufer, die schlechte Erfahrungen mit Maklern gemacht haben, noch etliche weitere Gründe anführen, welche Nachteile die Zusammenarbeit mit einem Vermittler haben kann.

Die Entscheidung, ob Sie Ihr Objekt nun im Alleingang verkaufen wollen oder nicht, können wir Ihnen nicht abnehmen. Die müssen Sie ganz allein für sich treffen. In Kapitel 9 jedenfalls finden Sie noch jede Menge weiterführende Informationen für die Zusammenarbeit mit einem Makler. Vielleicht hilft Ihnen das Studium dieser Seiten, um zu einer Entscheidung zu gelangen.

Die vielversprechendsten Strategien für die Preisverhandlungen

Auf diesen Moment warten Immobilienverkäufer sehnsüchtig: Der Interessent nickt, lächelt Sie an und sagt: »Ich bin ernsthaft interessiert, lassen Sie uns über den Kaufpreis sprechen«. Perfekt! Bis dato haben Sie offensichtlich alles richtig gemacht.

Jetzt geht es aber ans Eingemachte, denn in den folgenden Tagen – manchmal auch Wochen – stehen die Verhandlungen über den Kaufpreis an. Wenn Sie Glück haben, liegt Ihr Objekt in einem Ballungsgebiet und Sie können quasi jeden erdenklichen Preis verlangen, weil die Käufer ohnehin (fast) jeden Betrag zahlen.

Im Normalfall aber dient die Summe, die Sie in Ihren Inseraten angegeben haben, als Verhandlungsbasis. Natürlich wollen Sie von diesem Betrag möglichst nicht abweichen, aber je nachdem wie gewieft Ihr Gegenüber im Preis poker ist beziehungsweise wie großzügig Sie sind, müssen Sie den einen oder anderen Abschlag hinnehmen. Damit der jedoch möglichst gering ist, bereiten Sie sich idealerweise auf alle potenziellen Finten des Interessenten vor und verhandeln dadurch mit äußerstem Geschick erfolgreich um die Verkaufssumme.

Dazu analysieren Sie am besten Ihren Interessenten:

- ✓ Wie lange sucht er schon eigene vier Wände?
- ✓ Macht er einen vermögenden Eindruck?
- ✓ Wie dringlich ist der Kauf der Immobilie für ihn?
- ✓ Ist er überaus korrekt oder lässt er fünf auch einmal gerade sein?
- ✓ Macht er einen streitbaren Eindruck?

- ✓ Ist er detailverliebt?
- ✓ Ist er ein emotionaler oder ein rationaler Typ?
- ✓ Hat er cholerische Züge oder bleibt er gelassen?

Nach einer ersten Einschätzung der Person legen Sie Ihre Strategie fest: Sie können

- ✓ die Verhandlung telefonisch oder vor Ort führen.
- ✓ signalisieren, ob Sie beim Preis überhaupt nachgeben.
- ✓ seine Argumente für einen Preisnachlass gesammelt kontern.
- ✓ seine Argumente für einen Preisnachlass einzeln kontern.
- ✓ einen Pauschalbetrag nachlassen und sich dann weiteres Nachtarocken verbieten.
- ✓ den Druck erhöhen und auf den zweiten Interessenten verweisen.

Sie sehen, Sie haben viele Mittel um sich perfekt auf das Spiel um den Preis vorzubereiten. Kommen Sie gar nicht weiter, zücken Sie den Joker! Eine der schlagkräftigsten Aspekte in diesen Verhandlungsduellen ist der Faktor Zeit: Eilt es dem Interessenten mit dem Kauf, weil er beispielsweise seinen neuen Job zum nächsten Ersten antritt oder weil seine Kinder das Schuljahr unbedingt schon in der neuen Schule starten sollen, signalisieren Sie ihm, dass Sie viel Zeit haben und es Ihnen mit dem Verkauf überhaupt nicht eilt. Sie werden sehen: Das kann wahre Wunder bewirken!



Verhandeln Sie nur mit vollem Einsatz um den Preis, wenn dies Ihrem Naturell entspricht. Behagen Ihnen Missstimmung oder womöglich lautstarke Auseinandersetzungen nicht, spielen Sie nur Ihrem Gegenüber in die Hände. Spüren Sie, dass Sie auf der Verliererstraße sind, setzen Sie auf Plan B und suchen entweder einen neuen Interessenten oder erwägen sogar, Ihre Immobilie zu vermieten statt zu verkaufen.

Weitere Tipps und Strategien, wie Sie den besten Verkaufserlös für Ihre Immobilien erzielen, finden Sie in Kapitel 10.