

liebe Redaktion,



der Immobilienmarkt ist im Umbruch: Steigende Bauzinsen, hohe Kaufpreise und wachsende Materialkosten bei Neubauten machen die eigenen vier Wände für immer mehr Menschen unerschwinglich.

Das bringt neue Herausforderungen für alle mit, die Haus oder Wohnung verkaufen wollen – jetzt kommt es besonders auf eine gute und professionelle Vermarktung an, damit die Immobilie nicht zum Ladenhüter wird. Immer mehr Verkäufer und Verkäuferinnen bieten deshalb ihr Wohneigentum wieder über einen Makler an, statt es privat zu versuchen. Das bestätigt eine von uns beauftragte repräsentative Umfrage. Der aktuelle Postbank Immobilien Mediendienst zeigt, was ein Makler im derzeitigen Marktumfeld leisten kann und warum die Energiebilanz bei der Vermarktung eines Gebäudes immer mehr an Bedeutung gewinnt. Wir freuen uns, wenn Sie die Inhalte an Ihre Leser weitergeben.

Mit besten Grüßen

Iris Laduch

Iris Laduch

Immobilien: Gut gedämmt verkauft sich besser

Wer sich heute für den Kauf eines Hauses oder einer Eigentumswohnung interessiert, legt Wert auf eine gute Energiebilanz des Gebäudes. Das belegt eine aktuelle Umfrage im Auftrag von Postbank Immobilien. Viele Verkäufer ziehen deshalb Modernisierungsmaßnahmen in Betracht, um ihr Wohneigentum attraktiver zu machen. Zahlt sich diese Strategie aus?

Über 90 Prozent der potenziellen Immobilienkäufer ist die Energiebilanz des Kaufobjekts wichtig

Dreifach verglaste Fenster, gut gedämmte Außenwände, eine sparsame Heizanlage – im Idealfall betrieben mit regenerativer Energie: Eine moderne energetische Ausstattung ist ein unschlagbares Argument beim Verkauf eines Hauses. Laut einer aktuellen YouGov-Umfrage im Auftrag von Postbank Immobilien ist 92 Prozent der Befragten, die in den nächsten Jahren Wohneigentum erwerben wollen, ein guter energetischer Zustand des Kaufobjekts wichtig. Lediglich fünf Prozent der potenziellen Käufer halten die Energiebilanz für eher unwichtig beziehungsweise für sehr unwichtig. „Energieeffiziente Wohngebäude sind heute aus Käufersicht deutlich attraktiver als noch vor einigen Jahren. Das ist sicher eine Folge der Energiekrise, die durch den Ukraine-Krieg ausgelöst wurde“, erklärt Florian Schüler von Postbank Immobilien. „Aber auch die Lieferengpässe bei Bauteilen, der Handwerker-mangel und nicht zuletzt das wachsende ökologische Bewusstsein vieler Menschen haben energetisch bereits gut ausgestattete Häuser für Käufer spürbar interessanter gemacht.“

Unterschätzt

Allerdings verkennen zahlreiche potenzielle Immobilienverkäufer die gewachsenen Ansprüche der Interessenten: Laut Umfrage meinen 14 Prozent der Befragten mit Verkaufsplänen, dass Immobilienkäufern ein guter energetischer Zustand des Kaufobjekts

eher unwichtig sei, knapp vier Prozent davon halten ihn sogar für sehr unwichtig. „Diese Fehleinschätzung entspringt wohl dem Wunsch, die eigenen vier Wände trotz mäßiger Energiebilanz ohne Abschlag verkaufen zu können. Das ist jedoch häufig nicht realisierbar“, ergänzt Florian Schüler. „Eine gute energetische Ausstattung ist heute ein wichtiges Argument bei der Vermarktung einer Immobilie; das sollten Verkäufer nicht unterschätzen. Es kann sich auszahlen, das Objekt vor dem Verkauf zu modernisieren“, meint Florian Schüler.

Nutzt die Investition?

Immerhin wäre fast jeder zweite Immobilienverkäufer (46 Prozent) dazu bereit, in die energetische Ausstattung seiner Immobilie zu investieren, um die Verkaufschancen zu erhöhen oder einen höheren Verkaufspreis zu erzielen. Davon ziehen knapp 30 Prozent eine Modernisierung in Betracht, rund 16 Prozent planen das „auf jeden Fall“. Tipp: Hausbesitzerinnen und -besitzer, die einen Energieausweis für ihr Gebäude erstellen lassen, erhalten vom Aussteller immer auch Empfehlungen für energieeffiziente Modernisierungsmaßnahmen – das ist gesetzlich vorgeschrieben. „Ob und wie sehr die Investition die Verkaufschancen erhöhen könnte, sollten Verkäufer mit einem Immobilienprofi besprechen“, empfiehlt der Postbank Immobilien Experte.



Immobilienverkauf: Zeit für Profis

Immer mehr Menschen wollen ihr Wohneigentum nicht mehr auf eigene Faust verkaufen, sondern einen Makler damit beauftragen, so eine aktuelle Umfrage im Auftrag von Postbank Immobilien. Was kann eine professionelle Immobilienvermarktung leisten?

Die steigenden Bauzinsen, hohe Immobilienpreise und Baukosten machen zurzeit vielen Käufern und Käuferinnen einen Strich durch die Rechnung – die Nachfrage auf dem Immobilienmarkt lässt spürbar nach: „Verbraucher müssen ihre Ansprüche an ein Kaufobjekt herunter-schrauben, ihre Kaufpläne auf Eis legen oder zum Teil sogar ganz aufgeben“, beschreibt Florian Schüler von Postbank Immobilien die Entwicklung. „Den Nachfragerückgang sehen wir deutlich an der Zahl der Interessenten für ein Objekt. Diese ist im Verlauf des letzten Jahres erheblich zurückgegangen – für manche Objekte sogar um bis zu zwei Drittel.“ Das wirkte sich auf Vermarktungsdauer und möglichen Verkaufspreis aus.

Kein Selbstläufer

Immer mehr Wohneigentümerinnen und -eigentümer entscheiden deshalb, sich beim Verkauf professionell unterstützen zu lassen. Laut einer aktuellen YouGov-Umfrage im Auftrag von Postbank Immobilien ist die Zahl der Verkaufswilligen, die einen Makler beauftragen wollen, von knapp 22 Prozent in 2021 auf heute 29 Prozent

gestiegen – ein Plus von 32 Prozent. Während 2021 noch gut 41 Prozent der potenziellen Immobilienverkäuferinnen und -verkäufer ihr Haus oder ihre Eigentumswohnung privat veräußern wollten, sind es heute nur noch 33 Prozent – das entspricht einem Rückgang um 20 Prozent. „Der Verkauf einer Immobilie ist kein Selbstläufer mehr und die Dienstleistungen von Profis sind heute gefragter denn je“, sagt Florian Schüler.

Erfolgsrezept

Ob eine Vermarktung erfolgreich ist, hängt von zahlreichen Faktoren ab: Zunächst muss die Verkaufsstrategie auf die Besonderheiten des regionalen Marktes und der angebotenen Immobilie zugeschnitten sein. Besonderes Augenmerk legen Kaufinteressierte derzeit beispielsweise auf die Energiebilanz eines Gebäudes. Diese ist laut Postbank Immobilien Umfrage rund 92 Prozent der potenziellen Käufer wichtig. Die Kalkulation des Preises ist eine besondere Herausforderung – besonders im aktuellen Marktumfeld. Einerseits möchte man den bestmöglichen Gewinn für den Verkäufer realisieren, andererseits darf der Preis nicht zu hoch angesetzt werden. Sonst wird die Immobilie zum Ladenhüter. „In diesen Tagen den passenden Immobilienkäufer zu finden, der auch die erforderliche Finanzierung stemmen kann, ist eine Herausforderung“, erklärt Florian Schüler. „Gute Makler haben Kontakt zu einer großen Zahl potenzieller Käufer, die sich bei ihnen vorgestellt haben und die bei anderen Angeboten bislang nicht zum Zug kamen.“ Ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor ist das Exposé. Es sollte qualitativ hochwertig gestaltet sein, möglichst die passenden Zielgruppen ansprechen und die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten der Immobilie herausstellen. Kaufinteressierte sollten das Objekt zeitnah besichtigen können. Dies muss zunächst nicht vor Ort stattfinden. Eine digitale 360-Grad-Besichtigung, bei der man sich vom heimischen Computer aus virtuell durch das Wohngebäude bewegt, kann einen guten ersten Eindruck von Haus oder Wohnung vermitteln.



Immobilienkauf: die neue Bescheidenheit

Lieber das Reihenhaus statt des frei stehenden Einfamilienhauses? Viele Menschen, die sich für eine eigene Immobilie interessieren, müssen ihre Ansprüche zurückschrauben, einige ihren Traum vom Eigenheim sogar ganz aufgeben. Wer jetzt Wohneigentum verkaufen möchte, muss sich auf den geänderten Markt einstellen.

Die Zinsen für Immobilienkredite steigen weiter, gleichzeitig sind die Preise von Häusern und Eigentumswohnungen vielerorts immer noch auf einem hohen Niveau. Trotzdem plant jeder sechste Deutsche (18 Prozent), in den nächsten Jahren Wohneigentum zu erwerben. Laut einer aktuellen YouGov-Umfrage im Auftrag von Postbank Immobilien halten knapp 13 Prozent der Befragten den Immobilienkauf für wahrscheinlich, knapp fünf Prozent für ziemlich sicher. Dennoch hat die Nachfrage auf dem Immobilienmarkt spürbar nachgelassen: „Verglichen mit dem ersten Quartal 2022 melden sich heute im Schnitt nur noch weniger als halb so viele Interessenten auf ein Immobilienangebot“, sagt Florian Schüler von Postbank Immobilien. Zudem haben viele potenzielle Kaufinteressenten knapp kalkuliert: Laut Umfrage befürchten rund 69 Prozent von ihnen, dass sie ihre Kaufpläne aufgeben müssen, sollten die Erwerbskosten noch weiter steigen. 67 Prozent geben an, dass sie ihre Ansprüche an die Wunschimmobilie herunterschrauben mussten, da die ursprünglichen Pläne mit ihren finanziellen Mitteln nicht mehr zu verwirklichen sind. Besonders für Familien mit minderjährigen Kindern geraten die Träume

vom Eigenheim ins Wanken: 78 Prozent der Befragten befürchten, ihre Kaufpläne auf Eis legen zu müssen, 76 Prozent müssen sich definitiv einschränken.

Klug kalkuliert

Auch auf Verkäuferseite herrscht Verunsicherung: Mehr als jeder zweite (58 Prozent) befürchtet, dass er nicht den gewünschten Preis für sein Wohneigentum erzielen wird. Ein ähnlich hoher Anteil (56 Prozent) rechnet damit, dass sich die Vermarktung der Immobilie in die Länge ziehen wird. Eine durchaus realistische Einschätzung: „Aufgrund der sinkenden Nachfrage müssen Verkäuferinnen und Verkäufer in der Regel mit einer längeren Vermarktungsdauer rechnen als zu Hochzeiten des Immobilienbooms“, erklärt Florian Schüler. Auch beim Marktwert zeigen sich Veränderungen: „Preise, die noch vor einem Jahr erzielt werden konnten, sind heute nicht mehr durchsetzbar. Denn viele Menschen haben ihre Kaufpläne auf unbestimmte Zeit verschoben oder kaufen eine Klasse kleiner“, so der Postbank Immobilien Experte. Entsprechend behutsam sollten Verkäuferinnen und Verkäufer bei der Preisgestaltung vorgehen – ein Balanceakt, um einerseits den bestmöglichen Erlös zu

erzielen und andererseits den Preis nicht zu hoch anzusetzen. Neben Lage, Alter, Größe und Ausstattung gewinnt die Energiebilanz bei der Wertermittlung von Wohngebäuden eine immer größere Bedeutung. Laut Postbank Immobilien Umfrage ist 92 Prozent der Kaufinteressierten ein guter energetischer Zustand des Kaufobjekts wichtig. Lediglich fünf Prozent messen dem keine Bedeutung bei.

Foto: 1678 Postbank / © Fabrice Michardreau



Eine professionelle Verkaufsstrategie kann die Vermarktungschancen einer Immobilie deutlich erhöhen



Besuchen Sie uns auf:



IMPRESSUM

HERAUSGEBER
Postbank – eine Niederlassung der Deutsche Bank AG
Bundeskanzlerplatz 6
53113 Bonn
medien@postbank.de

KONZEPT UND REDAKTION
Schulz&gut.
Jennifer Weissenbacher
www.schulz-und-gut.de

GESTALTUNG
MAGAZINWERKSTATT
Claudia Mögling
www.magazinwerkstatt.de

