



MARKT-
WERT

Zur Wertermittlung ist es notwendig, präzise die Summe zu kalkulieren, die für Sanierungen benötigt wird

LAGE, LAGE, ZUSTAND?

Das Thema Sanierung bietet für Maklerinnen und Makler enormes Potenzial für den MARKTZUGANG: Akquise und erfolgreicher Verkauf durch optimale Prozesse bei minimalem Aufwand. Am Ende steht häufig eine bessere Immobilie mit gesteigerter Fläche, ein Ergebnis, das sich für alle Beteiligten lohnt.

TEXT

Nicolaus Thiele-Dohrmann

Für Unternehmer, insbesondere für Maklerinnen und Makler, die sich am Markt behaupten wollen, ist es entscheidend, sich im derzeitig fordernden Umfeld der Branche chancenorientiert zu positionieren. Dabei riskieren sie ohne Sanierungskompetenz und einen klar strukturierten Prozess bereits generierte Kunden zu verlieren, bevor ein Geschäft zustande kommt. Deshalb sind für Makler im Sanierungsgeschäft technische Qualifikationen unerlässlich. Der Wert eines Objekts muss präzise ermittelt werden, und es ist notwendig, die Summe zu kalkulieren, die für Sanierungen benötigt und vom Kaufpreis abgezogen werden muss. Dies setzt fundierte Kenntnisse über energetische Sanierungskosten, Fördermöglichkeiten und Finanzierungsbausteine der Käuferinnen und Käufer voraus.

NICHT OHNE SANIERUNGSFAHRPLAN

„Es ist praktisch unmöglich, ein gebrauchtes Einfamilienhaus ohne einen Sanierungsfahrplan in Zusammenarbeit mit einem Energieeffizienzexperten zu verkaufen, zumindest wenn man einen marktkonformen Preis erzielen möchte“, stellt Achim Amann fest, Geschäftsführer von Black Label Immobilien in Berlin, der auch das Marketcenter Berlin von KellerWilliams leitet. Die Schulung und Unterstützung in diesen Themen gehört zu den Vorteilen, die Maklerinnen und Makler durch die Kooperation mit KellerWilliams suchen.

Hierbei sind spezifische Fähigkeiten und Kenntnisse gefragt, die sich durch Fortbildungen und Kooperationen erweitern lassen. Markus Langenbach, Geschäftsführer von makler-wissen.de, erklärt: „Makler können sich im Rahmen ihrer Weiterbildung auf dem aktuellen Stand halten und sich durch den Aufbau eines Netzwerks von Fachleuten, wie etwa Heizungsinstallateuren und Energieberatern, von der Konkurrenz abheben.“ Die Plattform makler-wissen.de hält zahlreiche Online-Trainingsangebote bereit, die eine sinnvolle Grundlage für

dieses spezifische Thema bilden. Ein sinnvoller erster Schritt ist es, neben den spezifischen Sanierungs- und Förderthemen die regulativen Fallstricke in der Akquise und das Sachwertverfahren zu kennen.

Es gibt zahlreiche Tools und Rechner, die bei der Akquisition und Beratung unterstützen können. Die Arbeitsschritte zu einem sinnvollen Prozess zu formen, ist vielfach eine Herausforderung, aber das liegt weniger an den Prozessen und Daten als an der in der Branche wenig verbreiteten agilen Arbeitsweise. Tatsächlich liegen die meisten Prozesse bereits erfolgserprobt vor, sodass man schon mit einer Investition ab 100 Euro im Monat alle Informationen zur Verfügung hat, um Objekte auszuwählen, zu analysieren und Kontakt aufzunehmen. Hierzu gehören zum Beispiel geomap.immo von der Real Estate Pilot AG oder die Web-App von casafari.com. Hier sieht man nicht nur die inserierten Angebote, man kann sie auch nach Sanierungszustand oder →

„ES IST PRAKTISCH UNMÖGLICH, EIN GEBRAUCHTES EINFAMILIENHAUS OHNE EINEN SANIERUNGSFAHRPLAN IN ZUSAMMENARBEIT MIT EINEM ENERGIEEFFIZIENZ-EXPERTEN ZU VERKAUFEN.“

Achim Amann, Geschäftsführer von Black Label Immobilien, Berlin

AKQUISE UND BEWERTUNG IN VIER SCHRITTEN

„Die Digitalisierung bietet Immobilienmaklern eine Vielzahl von Tools, die nicht nur die Bewertung und Sanierung von Immobilien erleichtern, sondern auch die Akquise potenzieller Objekte revolutionieren können“, erklärt Holger Gogel, Head of Sales DACH bei Casafari, und führt aus: „Mit Web-Apps und API können vielfältige Anforderungen umgesetzt werden, und der Zugang ist sehr niedrigschwellig.“ Durch den Einsatz von Technologien wie syte.ms, Casafari und Geomap lassen sich sehr gut umfassende Prozesse entwickeln, die speziell auf die Anforderungen von Maklern zugeschnitten sind.

1 Identifizierung potenzieller Immobilien

Der erste Schritt im Prozess besteht darin, potenzielle Sanierungsobjekte zu identifizieren. Hierbei kann zum Beispiel Casafari zum Einsatz kommen, eine Plattform, die besonders umfangreich Marktdaten in Echtzeit sammelt, analysiert und zur Verfügung stellt. Makler können Casafari nutzen, um gezielt nach Immobilien zu suchen, die in ihrer Region oder in bestimmten Portalen gelistet sind. Diese Immobilien können anhand verschiedener Kriterien wie Lage, Zustand und Preis ausgewählt werden. Diese Funktionen stehen ähnlich auch in den Tools syte.ms und geomap.immo zur Verfügung. Für die Suche nach inserierten Objekten und Ansprache der Eigentümer bietet Casafari zusätzliche Funktionen. Wenn hier Immobilien aus dem Kundenbestand analysiert werden sollen oder eine Mikrolage etc. ausgewählt wird, können alle genannten Tools diese Aufgabe sinnvoll übernehmen.

Growth-Hacking-Tipp:

Nutzen Sie automatisierte Alerts und Filterfunktionen, um benachrichtigt zu werden, sobald neue potenzielle Objekte auf den Markt kommen. Diese Echtzeit-Informationen ermöglichen es Ihnen, schneller als die Konkurrenz zu reagieren und die ersten Schritte der Akquise einzuleiten.

2 Marktanalyse und Vergleich

Nachdem potenzielle Objekte identifiziert wurden, ist es wichtig, eine Marktanalyse durchzuführen. Mit allen Angeboten können Sie

die Preise vergleichbarer Immobilien in der Umgebung analysieren – sowohl von sanierten als auch von unsanierten Objekten. Dies ermöglicht es Ihnen, eine fundierte Einschätzung darüber zu treffen, wie sich eine Sanierung auf den Immobilienwert auswirken könnte.

Je nachdem, ob die interessanten Objekte in den Portalen, im eigenen Kundenbestand oder in bestimmten Lagen sind (zum Beispiel ein ganzer Stadtteil oder Straßenzug), kommen unterschiedliche Varianten infrage. Einzelne Angebote lassen sich immer gut über die Internetseiten der Anbieter selbst recherchieren und erstellen. Sollten viele Angebote in einem individuellen automatischen Prozess vorbereitet werden, bietet sich häufig eine eigene Lösung an, die über eine API die Daten von diesen Plattformen erhält.

Growth-Hacking-Tipp:

Testen Sie im A/B-Test, welche Daten wirklich benötigt werden, um Eigentümer als Kunden zu gewinnen. Gleiches gilt natürlich später für die Käuferschaft.

3 Personalisierte Ansprache und Lead-Generierung

Nachdem eine Analyse erstellt und die potenziellen Kosten und Wertsteigerungen ermittelt wurden, ist es an der Zeit, potenzielle Käufer oder Investoren gezielt anzusprechen.

Mit den detaillierten Informationen können Sie maßgeschneiderte Angebote erstellen, die exakt auf die Bedürfnisse und Interessen Ihrer Zielgruppe abgestimmt sind.

Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass potenzielle Kunden auf Ihr Angebot reagieren.

Bei größeren Projekten oder wenn die vollständige Automatisierung aus anderen Gründen gefragt ist, bietet sich eine datenbankgestützte Erstellung der Unterlagen an.

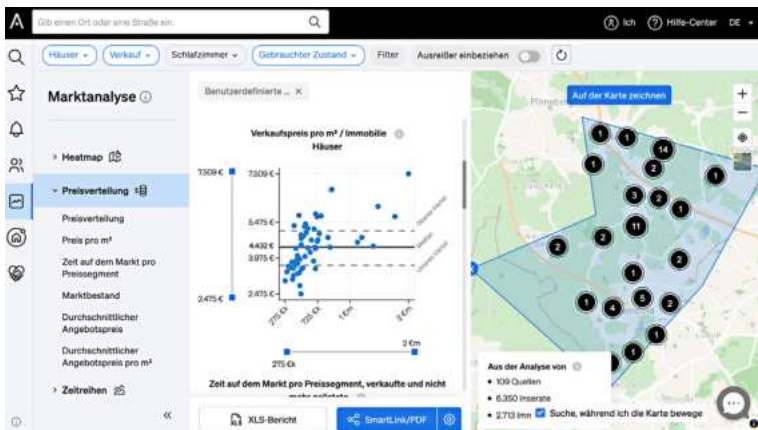
4 Skalierung des Prozesses durch Automatisierung

Um den beschriebenen Prozess effizient zu skalieren, sollten Sie so viele Schritte wie möglich automatisieren. Von der Identifizierung neuer Objekte über die Datenanalyse bis hin zur Erstellung von Angeboten kann dies mithilfe von APIs und Integrationen geschehen. Dies ermöglicht es Ihnen, mehr Objekte in kürzerer Zeit zu bearbeiten und einen homogenen Prozess zu schaffen, der ein sinnvolles Messen und Optimieren erlaubt.

Selbst ein vollautomatischer Prozess, der Objekte identifiziert, bewertet und dann individuelle Unterlagen versendet, ist einfach herzustellen und kann der Zielgruppe auch inhaltlich einen deutlichen Mehrwert bieten.

Growth-Hacking-Tipp:

Je nach Zielgruppe und Größe Ihres Projektes kann eine Verlängerung Ihrer Wertschöpfungskette sinnvoll oder sogar notwendig sein. Das bedeutet in diesem Fall, dass sich Makler hier durch Partnerschaften zusätzliche Deckungsbeiträge erschließen. In den hier skizzierten Prozessen findet diese auch „vertikale Integration“ genannte Verlängerung bereits durch die Vermittlung von Energieberatern und die Umsetzung der Sanierung statt.



1
MARKT-ANALYSE
 Nachdem potenzielle Objekte identifiziert wurden, ist es wichtig, eine Marktanalyse durchzuführen

Energieklasse anzeigen lassen und so das Potenzial einer Sanierung in Euro, bezogen auf den Verkaufserlös, ermitteln.

Teurer wird es, wenn man über die Immobilienangebote hinaus auch etwas über den Gesamtbestand erfahren möchte. Das Angebot syte.ms bietet für den gesamten Immobilienbestand Daten an, die auch Details wie Quadratmeter, umbaute Fläche oder die Ausrichtung ausweisen. Diese Daten werden mit Referenzdaten verglichen, und so werden über statistische Verfahren (KI) viele Details bis hin zum kompletten Sanierungsfahrplan für jedes Gebäude angezeigt. Alle Angebote verfügen auch über eine API, sodass sich die Prozesse gestalten und über das eigene CRM steuern lassen. Vorschläge dazu, wie diese Prozesse aussehen könnten, finden Sie im Beitrag „Akquise und Bewertung in vier Schritten“.

Statistisch ermittelte Daten haben in der praktischen Anwendung auf ein bestimmtes Objekt den Nachteil, dass sie nicht exakt stimmen müssen. Zu den ohnehin vagen Angaben einer digitalen Sanierungsbewertung ohne bindende Kalkulation kommt noch, dass die Annahmen zum Gebäude verifiziert werden müssen. Eine professionelle Lösung kann nur vor Ort von Experten durchgeführt werden. Und hier kann dann die Frage im Raum stehen, ob der KI-Entwurf wirklich konstruktiv war. Was als Magnet für die Leadgenerierung gut funktioniert, endet eventuell bei der konkreten Planung in enttäuschten Vorstellungen. Bei der Wahl der Anbieter oder der Gestaltung des eigenen Prozesses ist darauf zu achten, keine Missverständnisse zu erzeugen.

Bei einer professionellen Umsetzung wird nach der Vor-Ort-Besichtigung und dem Bauherrensprechgespräch ein digitaler Zwilling vom Bestandsgebäude erstellt, der die Eigenschaften des Gebäudes konkret erfasst. Erst hierüber werden konkrete Konzepte möglich. Die Firma Pitbau Ingenieure GmbH gehört zu diesen Anbietern, die die Fachplanung mit einer

professionellen Energieberatung verbinden. Nach Abstimmung des Sanierungskonzepts werden die Anträge auf Förderungen (zum Effizienzhaus oder für Einzelmaßnahmen) gestellt und die Maßnahmen auch umgesetzt. Pitbau unterstützt Makler und Projektentwickler in jeder Phase und ermöglicht so auch den Verkauf mit einer durchgeführten Planung zu einem entsprechend besseren Preis. Ralph Piterek, Geschäftsführer und gleichzeitig auch Vorsitzender des Berufsverbandes Landesverband für Energieeffizienz e. V., rät Immobilieneigentümern, jetzt zu handeln: „Aktuell haben wir einen großen Handlungsspielraum bezüglich der Förderoptionen, die Förderungen sind jedoch temporär und als Anreiz zu verstehen. Es gilt die Regel: Was gefordert wird, kann nicht gefördert werden.“

Weiterhin legt Piterek den Fokus auf weitere Maßnahmen und führt aus: „Bestandshalter, Anbieter und Interessenten haben zwar Kosten und weitere Aufwände durch die anspruchsvollen Rahmenbedingungen; die Möglichkeit der Nachverdichtung und anderer wertsteigernder Maßnahmen sind aber effektiv in diesem Prozess unterzubringen und sowohl für Investoren als auch für die Gesellschaft sinnvolle Investitionen.“ Hier werden die unterschiedlichen Perspektiven sehr deutlich: Wo auf der einen Seite die Aufwände gemieden werden sollen, entstehen auf der anderen lukrative Projektentwicklungen. Hier werden nicht nur der Sanierungsstau aufgehoben und die Energetik verbessert, sondern bestenfalls auch Quadratmeter geschaffen. Wertsteigerung und Förderungen machen hieraus in vielen Fällen ein lukratives Geschäft, auch für die Eigentümer.

FAZIT

Immobilienunternehmen können jederzeit einen einfachen Prozess aufsetzen, um sich das Sanierungsthema zu eigen zu machen. Ein vollautomatischer Prozess, der beliebig viele Kontakte herstellt und die Leads an den Verkauf übergibt, ist heute mit einem Bruchteil der Ressourcen umsetzbar, die noch vor drei Jahren benötigt worden wären. Den Zugang zu den Web-Apps gibt es ab 100 Euro. Ein komplettes Portal, das die vordefinierten Immobilien findet, beschreibt, Angebote erstellt, eventuell auch den Soll-Zustand inseriert und die Anbieter ins CRM legt oder gleich anschreibt, ist für einen fünfstelligen Betrag zu haben und in einigen Wochen umsetzbar. Neben den Chancen besteht beim Thema Sanierung allerdings auch ein noch wenig beachtetes Risiko: Die kompetente Ansprache mit nutzwertigen Details zu diesem Thema ist nicht nur für etablierte Akteure ein gutes Geschäft. PropTechs sind hier längst gut positioniert und können so einen wachsenden Teil der Wertschöpfung für sich beanspruchen. ↩

RICHTIGSTELLUNG

In unserem Beitrag über Maklernetzwerke (Immobilienwirtschaft Heft 3/2024, Seite 85 ff.) wurde Marcus Walther als CEO des Unternehmens iad Deutschland vorgestellt. Er hatte zu diesem Zeitpunkt das Unternehmen jedoch bereits verlassen. Des Weiteren hieß es, das Unternehmen gehöre zur französischen Safeti-Group. Es gehört jedoch zur iad-Group. Wir bitten, die Fehler zu entschuldigen.