Bieter-verfahren

- Dossier -

IMMOBILIEN-PROFI, Köln

Inhalt

Beiträge aus den Jahren 2004 bis 2013 zum Bieterverfahren

• Schneller picken im Bieterverfahren. (4)
Den marktgerechten Preis zwischen Makler und Auftraggeber zu diskutieren war gestern
Lars Grosenick

• Schneller picken (5)
Nachtrag zum Bieterverfahren: Die DOs and DONTs beim Verkaufen ohne Preis
Lars Grosenick

• Bieterverfahren - ein Praxisfall
Als Zuschauer beim Bieterverfahren
Werner Berghaus

• Bieterverfahren Anno 1904
Eine Geschichte eines erfolgreichen Bieterverfahrens und dessen Inszenierung

• Vermarkten via Open House
Warum offene Besichtigungen perfekt ins Makeln21-Konzept passen

• Bieterverfahren 2.0
Eine neue Spielart des Bieterverfahrens verspricht eine elegante Vermarktungsvariante

Bieterverfahren 2.0
Die Prozess-Beschreibung

• Bieterverfahren 2.0
Interview mit Konstantin Stagge
Werner Berghaus

• Deutschlands erster Online-Makler
Kann man Alleinaufträge online akquirieren?

LARS GROSENICK

Schneller picken im Bieterverfahren (4)

Den marktgerechten Preis zwischen Makler und Auftraggeber zu diskutieren war gestern – heute lassen wir den Markt entscheiden.

Stellt man sich den Gesamtmarkt der Wohnimmobilien als Kuchen vor, so ist der Kuchen – je nach Konjunktur – größer oder kleiner. Anders als bei Konzernen, die um Marktanteile ringen, ist die Kuchengröße für den Immobilienmarkt-Teilnehmer nicht von Bedeutung. Für den Einzelnen geht es nicht um den Markt, er ist in Relation zur Gesamtgröße so klein, dass es für ihn nur um die Krümel geht. Davon kann er gut leben. Im Unterschied zu den Kuchenstücken, die mit zu- und abnehmender Größe des Gesamtkuchens größer oder kleiner werden, sind die Krümel unabhängig von der Kuchengröße immer gleich groß.

Wieder einmal stellen wir Ihnen Methoden vor, einfacher und schneller an die Krümel zu kommen. Schneller picken. Durch mehr Kontakte und mehr Aufträge hier durch das Bieterverfahren.

Das Bieterverfahren

Das Bieterverfahren wird am ehesten dadurch beschrieben, was es nicht ist. Es ist keine Versteigerung. Es sieht nur ähnlich aus und fühlt sich für die Teilnehmer ähnlich an – und das ist so gewollt. Der entscheidende Unterschied zur Versteigerung ist jedoch das Ende. Das Ende einer Versteigerung ist der Zuschlag. Beim Bieterverfahren ist am Ende zunächst nur der Preis gefunden. Die Parteien kontrahieren wie gewohnt unter notarieller Aufsicht.

Leider ist das Bieterverfahren kein Allheilmittel für alle Probleme auf dem Immobilienmarkt. Das Bieterverfahren ersetzt die klassische Angebotsform keinesfalls.

Das Bieterverfahren stellt eine zusätzliche Vermarktungsalternative dar, von der insbesondere dann Gebrauch gemacht werden kann, wenn das Objekt schon länger durch den Eigentümer oder andere Makler auf dem Markt ist. Auch, wenn der marktgerechte Preis auf dem Verhandlungswege nicht mit den Preisvorstellungen des Eigentümers zu harmonisieren ist. Wenn also die Wahl steht zwischen Auftrag lassen oder den Auftraggeber runterkochen (eine Methode, die wir engagierten Immobilenprofis natürlich nur vom Hörensagen kennen).

Ein wichtiger Grund, das Bieterverfahren anzuwenden, besteht, wenn die Vermarktung unter hohem Zeitdruck erfolgen soll, weil der Auftraggeber das Geld dringend benötigt bzw. eine Erbschaft annehmen oder ausschlagen muss, die Bank drängelt oder ähnliche externe Faktoren einen hohen zeitlichen Druck in die Vermarktung bringen. Bei insgesamt geringer Nachfrage kann das Bieterverfahren in Ausnahmefällen zusammen mit Marketingaktionen entsprechend die Öffentlichkeit für schwachfrequentierte Objekte schaffen.

Vorbereitung und Durchführung

Der erste Schritt ist, mit dem Auftraggeber die bevorstehenden Maßnahmen ausführlich zu besprechen, auf Chancen und Risiken hinzuweisen und die Zustimmung einzuholen. Als Marketingmaßnahme wird in allen zur Verfügung stehenden Werbemedien, d. h. Internet, Zeitungen, Schild etc. auf einen bevorstehenden Besichtigungstermin hingewiesen. Dieser Besichtigungstermin sollte über mindestens vier Wochen angekündigt werden und zu einem konkreten Termin, etwa Sonntag 15:00 Uhr (nicht 14:00 bis 16:00 Uhr!) angeboten werden.

Die dem Autor bekannten Internet-Immobilenportale bieten (noch) keine Rubrik Bieterverfahren oder Ähnliches an. Daher empfiehlt es sich, die Angebote mit einem Preis von 1,00 Euro in die entsprechenden Rubriken einzustellen und im Text unter Sonstiges auf die Besonderheiten des Verfahrens hinzuweisen.

Eine hohe Resonanz aufgrund der Besonderheit dieser Angebotsform ist Ihnen sicher. Zumindest solange nicht viele Kollegen von diesem Verfahren Gebrauch machen. Auch Eigentümer reagieren sehr positiv auf innovative Makler, die auf den schwachen Markt mit Ideen reagieren.

In der Phase der Bewerbung werden Sie reichlich konkrete Anfragen erhalten, die sich zum einen auf das konkrete Objekt und sich zum anderen auf den realistischen Preis (Mindestgebot) beziehen. Außerdem werden Sie reichlich Anfragen bekommen, die angebotene

Ein Fallbeispiel:

Ein Bauträger baut 12 Reihenhäuser in der Nähe von Grevenbroich. Er beauftragt einen Kölner Vertrieb, der in drei Monaten acht Häuser erfolgreich verkauft. In den folgenden 15 Monaten wird nur ein einziges Haus verkauft. Es entsteht ein Restantenproblem. Objektiv gibt es keinen Unterschied zwischen den drei Restanten und den bereits verkauften Häusern. Auch scheint es weder am Fleiß noch am Talent der Vertriebsgesellschaft zu liegen. Jetzt entschließt man sich zum Bieterverfahren. Alle Preislisten werden aus den Prospekten entfernt, die laufende Insertion für einige Wochen unterbrochen.

In allen relevanten Zeitungen und Internetportalen wird nun ein Haus gegen Gebot mit nur einem Besichtigungstermin (Sonntag, 15:00 Uhr) angeboten. Pünktlich um 15:00 Uhr stehen ca. 150 Personen vor dem Reihenhaus.

Sicher waren 90% der Interessenten Schnäppchenjäger, die geglaubt hatten, ein Reihenhaus zum Preis einer Garage erwerben zu können. Das Ergebnis jedoch beeindruckt: Mit dieser einfachen Aktion wurden alle Restanten verkauft. Erstaunlicherweise lagen die Preise deutlich oberhalb derer der alten Preisliste, zu denen die Häuser 15 Monate lang erfolglos angeboten wurden.

Was waren die Erfolgsfaktoren? Das Vertriebspersonal hat beraten und verkauft wie gewohnt, jedoch keinerlei Aussage über das „richtige Gebot“ gemacht. Es wurde stets darauf geachtet, dass die Interessenten einander sehen, bzw. im internetbasierten Bieterverfahren spüren. Für diesen Effekt waren auch die Schnäppchenjäger eine willkommene Unterstützung. Es wurde kein Mindestpreis vorgegeben. Jedes Gebot wurde dankend akzeptiert. Wären keine angemessenen Gebote abgegeben worden, hätte der Bauträger nicht verkauft und der Vertrieb wäre nicht schlechter gestellt gewesen als vorher.

Dieser Erfolg hat den Autor motiviert, sich tiefer mit dem Thema zu beschäftigen und weitere Feldversuche zu initiieren.

Immobilie schon vor dem offiziellen gemeinsamen Besichtigungstermin zu besichtigen. Nach der persönlichen Erfahrung des Autors empfiehlt es sich hier die Interessenten ordentlich zu beraten, jedoch keine Auskünfte zum Mindestpreis oder zum erwarteten Preis nach Durchführung des Bieterverfahrens zu geben.

Dies gilt auch, wenn der Auftraggeber Ihnen einen solchen Preis genannt hat. Niemand weiß, wie der Auftraggeber auf viele schriftliche Kaufangebote reagiert. Auskünfte zum Objekt können erteilt werden. Ziel bei allen Auskünften ist es jedoch, den Anfrager zur Teilnahme am gemeinsamen Besichtigungstermin zu bewegen. In dieser sogenannten Marketingphase erhalten Sie bereits ein Gefühl für die Resonanz und können den Besichtigungstermin nun gut vorbereiten.

Durchführung

Sorgen Sie dafür, dass sich alle Interessenten in eine Teilnehmerliste eintragen und erklären sie auch das Bieterverfahren noch einmal schriftlich. Bei bewohnten Immobilien ist es erforderlich, die Interessenten einzeln durch das Objekt zu führen. Bei leerstehenden Angeboten kann sich der Makler auf die Begrüßung konzentrieren.

Eine hohe Resonanz aufgrund der Besonderheit dieser Angebotsform ist Ihnen sicher.

Wenn bis jetzt alles gut gelaufen ist, haben Sie zum geplanten Termin jede Menge Interessenten, die Ihr Objekt besichtigen möchten. Gehen Sie davon aus, dass mindestens 90% der Gucker Schnäppchenjäger sind, die hoffen, durch das Bieterverfahren ein Einfamilienhaus zum Preis einer Garage erwerben zu können. Doch erstmals in Ihrer Maklerkarriere sind Sie für diese „Seh-Leute“ dankbar, da Sie durch einfache Anwesenheit den Konkurrenzdruck erhöhen.

Während der Besichtigung und an den ersten Tagen danach spüren Sie, welche Interessenten konkretes Interesse haben. Nicht etwa, dass die Interessenten direkt Gebote platzieren. Meist werden Sie befragt, wie viel man denn bieten müsse, wenn man es haben wolle. Sie werden nach weiteren Details gefragt, um zusätzliche Besichtigungstermine gebeten oder Ähnliches. Jetzt beginnt das normale Verkaufen. Sie arbeiten wie gewohnt alles zur Finanzierung, zu technischen Fragen, zu den Infrastrukturen und so weiter vor. Halten Sie sich jedoch bedeckt, wenn es um den richtigen Preis geht. Spätestens jetzt verkaufen Sie wie gewohnt.

Vertragsschluss

Auch der Vertragsschluss findet statt, wie bei jedem anderen Immobilienverkauf. Käufer und Verkäufer vertragen sich beim Notar in einer konventionellen Kaufvertragsurkunde. Für den Fall, dass das Bieterverfahren nicht zum Gebot in der gewünschten Höhe führt, haben Sie nichts verloren. Die konventionelle Vermarktung kann fortgeführt werden.

Nachbereitung

Nach dem Verkauf der Immobilie informieren Sie alle Teilnehmer des Bieterverfahrens, insbesondere auch die neugierige Nachbarschaft, über den erfolgreichen Verkauf (da diese das Objekt als Ladenhüter ja meist schon wahrgenommen haben).

Auf Ihrer Homepage und in Ihrer Unternehmensbroschüre empfiehlt sich die Anwendung der Methode als echtes Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb. Mehr zum Bieterverfahren erfahren Sie beim Meeting2004 in Köln. Die Teilnehmer erhalten im Anschluss ausführliches Informationsmaterial.

Lars Grosenick

Makler aus Leidenschaft

Geschäftsführer der Gegro Grundbesitzvertriebsgesellschaft.

Vorstand der FlowFact AG. Für Anregungen und Kritik zu erreichen unter Lars.grosenick@bieterverfahren.de

LARS GROSENICK

Schneller picken (5)

Nachtrag zum Bieterverfahren – DOs and DON'Ts beim Verkaufen ohne Preis

Die Krise der Immobilienwirtschaft ist zum einen demografischer Natur, zum anderen ist die Immobilienbranche in die aktuelle Konjunkturentwicklung eingebunden. Führende Autoren sind sich einig, dass es auch in den kommenden Jahren kontinuierlich bergab gehen wird. Denn Nachfrager, die heute nicht geboren sind, können in den nächsten 20 Jahren auch keine Wohnungen und Häuser erwerben.

Auf der Käufer-Seite herrscht ein Nachwuchsproblem.

Die aktiven Kollegen lieben die Krise, da sie viele Möglichkeiten der Positionierung bietet und jeder den Beweis seiner Leistungsfähigkeit erbringen kann.

Stellt man sich den Gesamtmarkt der Wohnimmobilien als Kuchen vor, so ist der Kuchen – je nach Konjunktur – größer oder kleiner. Anders als bei Konzernen, die um Marktanteile ringen, ist die Kuchengröße für den Immobilienmarkt-Teilnehmer nicht von Bedeutung. Für den Einzelnen geht es nicht um den Markt, da in der Immobilienwirtschaft keine zweistelligen Marktanteile vergeben werden. Für den einzelnen Betrieb geht es nicht um Kuchenstücke, sondern um die Krümel. Davon lässt sich gut leben. Im Unterschied zu den Kuchenstücken, die mit zunehmender Größe des Gesamtkuchens größer oder kleiner werden, sind die Krümel unabhängig von der Kuchengröße immer gleich groß. Ergo: Schneller Picken!

Zum Bieterverfahren

Wieder einmal diskutieren wir mit Ihnen Methoden, einfacher und schneller an diese Krümel zu kommen. Schneller picken durch mehr Kontakte und mehr Aufträge.

Das unter „Schneller Picken 4" dargestellte Bieterverfahren ist eingeschlagen wie eine Bombe. Es vergeht kein Tag, an dem nicht Maklerkollegen anrufen oder schreiben, um Tipps für ihr konkretes Bieterverfahren zu bekommen und die eingeschlagenen Maßnahmen zu diskutieren. Im Rahmen des Immobilien-Profi Meeting2004 in Köln wurde das Bieterverfahren durch mich ausführlich vorgestellt. (Abonnenten können diesen Vortrag kostenlos unter www.abo.immobilien-profi.de als Tonmitschnitt laden).

Die Reaktionen auf den Vortrag haben bis heute nicht abgenommen. Sucht man im ImmobilienScout24 gezielt nach Kaufangeboten unterhalb von 5 Euro, findet man nun zahlreiche Bieterverfahren.

Worum es geht

Macht es heute noch Sinn, dass Makler und Auftraggeber ambitioniert den Vermarktungspreis verhandeln und sogar Maklerafträge nicht nach den Fähigkeiten des Maklers, sondern nach dem höchsten Preis vergeben werden? Alle Beteiligten wissen, dass der marktgerechte Preis nicht durch den Verkäufer und seinen Makler bestimmt wird, sondern allein durch vorhandene (und leider immer häufiger ausbleibende) Nachfrager. Wen interessieren methodisch einwandfreie Wertermittlungen von Sachverständigen und Maklern, wenn die Nachfrager sich daran nicht halten?

Zweifel

Bleibt nicht häufig nach dem Kauf beim Käufer das latente Gefühl zurück, „Habe ich genug verhandelt?"; „Habe ich zuviel gezahlt?"; „Hätte ich noch etwas warten sollen?".

Oder zweifelt nicht auch mancher Verkäufer, der eine lange Vermarktungsphase mit vielen Preisstufen hinter sich hat, ob ein anderer Makler ihm nicht einen besseren Verkaufspreis erzielt hätte? Verkäufe im Bieterverfahren ersparen leidvolle Preissenkungen, stets erneut mit der Frage der Verkäuferprovision verknüpft, und geben Käufern und Verkäufern das Gefühl, das Richtige getan zu haben.

Das Bieterverfahren wird am ehesten dadurch beschrieben, was es nicht ist: Es ist keine Auktion, es ist keine Versteigerung. Es sieht nur ähnlich aus und fühlt sich für die Teilnehmer ähnlich an und das ist so gewollt. Der entscheidende Unterschied zur Auktion ist das Ende. Das Ende einer Auktion oder einer Versteigerung ist der Zuschlag. Beim Bieterverfahren ist am Ende zunächst nur der Preis gefunden. Die Parteien kontrahieren wie gewohnt unter notarieller Aufsicht.

Gegenanzeige

Offensichtlich erzeugt das Bieterverfah-

ren bei vielen Kollegen den irrigen Eindruck endlich den Schlüssel gefunden zu haben, ohne viel Arbeitsaufwand erfolgreich vermitteln zu können. Diese Goldgräberstimmung muss ich leider verderben. Das Bieterverfahren ist eine Methode, die noch wenig praktiziert wird. Es zeichnen sich jedoch schon heute erfolgskritische Fehler ab, die Sie vermeiden können. Das Bieterverfahren ist keine versteckte Auktion oder Versteigerung, auch wenn es gelegentlich so anmutet. Das Bieterverfahren ist eine glaubwürdige Methode der Preisfindung.

Warum ist das Bieterverfahren erfolgreich?

Motiviert durch viele Gespräche mit Kollegen schreibe ich hier noch mal die aus meiner Sicht wesentlichen Erfolgsfaktoren des Bieterverfahrens. Warum werden geforderte Preise auf freien Märkten gezahlt? Hier lohnt ein Blick ins Lehrbuch bzw. Gablers Wirtschaftslexikon. Der Preis wird definiert als: „Der in Geld ausgedrückte Tauschwert einer Ware“. Voraussetzungen für das Zustandekommen eines Preises sind:

1. Die Ware muss tauglich sein zur Befriedigung eines Bedürfnisses.
2. Die Ware muss „knapp“ im ökonomischen Sinne sein.

An dieser zunächst banal anmutenden Definition eines Preises lassen sich schon zwei wesentliche Kriterien festmachen: Die angebotene Immobilie muss auf eine signifikante Nachfrage treffen. Ist absehbar, dass keine oder eine zu geringe Nachfrage über Standardmarketing erzeugt werden kann, dann ist das Bieterverfahren nicht geeignet. Beispielhaft sind hier typische vermietete Eigentumswohnungen, die sich gut über persönliche Zielgruppenansprache verkaufen lassen, jedoch durch Inserate im Internet und in der Zeitung keine Interessenten auf sich ziehen. Auch Bieterverfahren mit Gewerbeflächen in Regionen mit hohem Leerstand und nur wenigen Transaktionen pro Jahr werden sich schwer tun und große Enttäuschungen bei den Akteuren hervorrufen. Noch interessanter ist die zweite Voraussetzung der „knappen“ Güter. Natürlich sind Immobilien knappe Güter im Gegensatz zu freien Gütern, wie die Luft, die in der ökonomischen Literatur als Standardbeispiel für freie Güter dient. Eine spürbare Knappheit zu erzeugen ist Hauptkriterium für den Erfolg.

Keine wirkliche Verknappung

Ich habe Bieterverfahren gesehen, bei denen im Vorhinein vier verschiedene Besichtigungstermine an vier aufeinander folgenden Sonntagen mit einer Dauer von jeweils zwei Stunden angesetzt worden sind. So wird keine wirkliche Verknappung erzeugt. Nur die gemeinschaftliche Besichtigung von möglichst vielen Interessenten erzeugt Knappheit. Daher sollte auch kein Zeitfenster angeboten werden, sondern ein konkreter Termin, etwa Sonntag um 15:00 Uhr. Auf keinen Fall 15:00 bis 17:00 Uhr, denn das genau verhindert Verknappung, weil nämlich die Interessenten sich auf diesen „Slot“ verteilen.

Das Bieterverfahren ist keine versteckte Auktion oder Versteigerung, auch wenn es sich gelegentlich so anfühlt. Das Bieterverfahren ist eine glaubwürdige Methode der Preisfindung.

Da alle Menschen neugierig sind, macht es Sinn, diesen einen Termin lange vorher zu bewerben und anzukündigen. Am Samstag vor dem Bieterverfahren können Sie sich Ihre Werbung sparen. Neugierde erzeugt ein Termin, der einige Wochen in der Zukunft liegt. Bei meinen eigenen Bieterverfahren haben häufig Interessenten angerufen und um einen individuellen Besichtigungstermin gebeten, natürlich vor dem „großen“ Termin, und in allen Fällen gab es wichtige Gründe dafür, unbedingt vorher besichtigen zu müssen (die Oma hat Geburtstag, usw.). Hier wird der kundenorientierte, servile Makler auf eine harte Probe gestellt: Ich musste das tun, was ich am schlechtesten kann: NEIN sagen.

Verhandeln im Konjunktiv

Verknappung kann jedoch auch in der Verhandlungsphase erzeugt werden – der Preis und besonders die Zustimmung des Eigentümers bleiben im Konjunktiv. Das hört sich so an: „Nur einmal angenommen Sie könnten für 330.000 Euro dieses Haus erwerben und der Anbieter wäre so weit, sich zu trennen, vorbehaltlich es kommen keine höheren Gebote...“ So wird der Verknappungs-Zustand aufrecht erhalten. ►

Zeit schaffen für Kontakte von Mensch zu Mensch – ab 245,- Euro

Jana Wilde, FlowFact AG

FlowFact

Die FlowFact AG ist der führende Anbieter von softwaregestützen Lösungen für die Immobilienwirtschaft

FlowFact AG
Schönhauser Straße 19a · 50968 Köln
www.FlowFact.de

Verknappung erzeugt auch, dass die Interessenten „ihre Konkurrenten“ stets sehen oder zumindest spüren. Sollten Gebote vorliegen, können diese per Mail allen ernsten Interessenten mitgeteilt werden.

Die seriöse Verknappung schließt partnerschaftliches Verkaufen auf Augenhöhe zum Interessenten nicht aus. Beim Bieterverfahren soll alles unterbleiben, was der Verknappung schadet. Ein Mindestpreis, der die Schnäppchenjäger abschreckt, schadet der Methode dann, wenn nicht genügend Interessenten generiert werden können. Das Anschreiben von Interessenten, die sich bereits vor Monaten für das Objekt interessiert haben, schadet, da diese Interessenten die Vermarktungsdauer kennen und im Besichtigungstermin gern thematisieren. Wollen Sie in Erklärungsnot geraten und den Interessenten erklären, warum 18 Monate konventionelle Vermarktung nicht zum Erfolg geführt haben? Das Anschreiben von Interessenten anderer Objekte und anderer Verkäufer hingegen, denen die Methode vorgestellt werden soll, nützt dem Bieterverfahren. Verknappung heißt: Jeder wird gebraucht – solange er den Verkauf nicht stört.

Werbung

Viele Fragen beim ImmobilienProfi-Meeting in Köln wurden rund um das Marketing gestellt. Hier gibt es keine Abweichungen zu sonstigen Marketingmaßnahmen, nur den kleinen Unterschied, dass die Preisnennung ausbleibt und durch den Zusatz „im Bieterverfahren“ oder „gegen Gebot“ ersetzt wird. Das Marketing muss in der Lage sein, einen mittleren „Hype“ auszulösen. Das kann man mit einem einzigen Fließtextinserat wirklich nicht schaffen. Nutzen Sie die Immobilienportale. Dort sollten auch die Sonderplatzierungen, z. B. „Objekt der Woche“ beim ImmobilienScout24 genutzt werden. Da das Bieterverfahren für alle Marktteilnehmer eine neue Methode ist oder zumindest so erscheint, besteht eine realistische Chance, auch im redaktionellen Teil der örtlichen Tageszeitung besprochen zu werden. Pressearbeit für Makler ist schwierig, jedoch überaus lohnend.

Zwischenzeitlich liegen auch anwaltliche Stellungnahmen vor, die das Bieterverfahren bezüglich seiner wettbewerbsrechtlichen Auswirkungen beleuchten. Grundsätzlich ist der Verkauf gegen Gebot oder im Bieterverfahren wettbewerbsrechtlich nicht beanstandet worden. Es darf jedoch nicht suggeriert werden, dass ein Immobilienerwerb für einen Euro möglich sei. „Eigentümerzustimmung vorbehalten“ erscheint als geeignete Formulierung für Fließtexte. In Internetinseraten kann das Verfahren im Text auch ausführlich beschrieben werden.

Wer bietet was?

Natürlich träumen wir alle vom sofortigen Erfolg, wie ihn ein Auktionator bei einer Zwangsversteigerung hat. Im Gegensatz zu einer Auktion wird durch das Bieterverfahren selbst kaum ein Preis gefunden. Der Höchstbietende zeigt sich selten freiwillig. Nach meiner Erfahrung aus mittlerweile einem halben Dutzend Bieterverfahren ergab sich, dass die Interessenten, die nicht ernsthaft kaufen wollen, schnell ein lächerlich geringes Gebot abgeben. Die echten Kaufinteressenten dagegen zögern. Diese Personen sind unsicher, wie alle privaten Erstkäufer.

Denn typische „Ersttäter“, wie sie bei Privatimmobilien adressiert werden, sind nicht in der Lage, ein schriftliches Gebot abzugeben. Viele Gründe hindern sie daran. Zum einen hat jeder ernsthaft interessierte Kunde Angst, zu viel zu bieten, zum anderen muss häufig erst die Finanzierung geklärt werden, vielleicht sind weitere Besichtigungen mit „Immobilienexperten“ aus der Familie (Oma, Onkel, Eltern) nötig, und in fast allen Fällen fehlt die konkrete Vorstellung über die Finanzierbarkeit.

Hier muss der Makler seine Arbeit machen wie immer. Erst wird Vertrauen aufgebaut, über die Persönlichkeit, über Referenzen und Problemlösungserfahrungen und aufrichtiges Interesse für den Interessenten. Nach dem Vertrauensaufbau kommt zwingend die Bedarfsermittlung, unabhängig von der konkreten Immobilie, wo Interessent und Makler sich kennen gelernt haben. Ohne offene Bedarfsermittlung ist jeder Verkaufserfolg Zufall. Erst nach der Bedarfsermittlung folgt die Phase der Präsentation des Objektes, hier als Problemlösung für den konkreten Bedarf, die Präsentation der Finanzierung, die Präsentation des eigenen Unternehmens, die Präsentation der Kondition (im Bieterverfahren stets im Konjunktiv), die Präsentation der Verkäufermotivation (hier zum Bieterverfahren) und die Präsentation des Kaufvertrages. Erst danach erfolgt ein konventioneller Vertragsschluss beim Notar (wie immer).

Das hört sich nicht nur nach viel Arbeit an, das ist auch viel Arbeit. Und der Verkauf im Bieterverfahren verlangt mindestens so viel verkäuferisches Geschick wie der konventionelle Weg. Makeln ohne Arbeit ist immer noch nicht erfunden.

Fazit: Das Bieterverfahren bietet eine partnerschaftliche Methode der schnellen Marktpreisfindung und ermöglicht dem Makler, schnelle Abschlüsse zu realisieren. ◄

Lars Grosenick

Makler aus Leidenschaft

Geschäftsführer der Gegro Grundbesitzvertriebsgesellschaft.

Vorstand der FlowFact AG. Für Anregungen und Kritik zu erreichen unter Lars.grosenick@bieterverfahren.de

~~onsbeschaffung und helfen, unangemessene Einschränkungen zu überwinden. „Alle Flachdächer sind schlecht!“, kann eine solche Aussage lauten. „Alle?“, wird der Verkäufer nachfragen und impliziert damit die Gegenbeispiele. Da wird der Flachdach-Verächter einen Rückzieher machen müssen und das Gespräch kann mit „... die Frage ist doch nicht, wie es um die Flachdachtechnik steht. Die eigentliche Frage ist doch, ob Sie bei diesem Haus Probleme befürchten müssen“ in eine produktive Richtung gelenkt werden.~~

~~Umgekehrt verläuft es bei Besichtigungen und Präsentationen. Hier hilft die unspezifische Sprache, entsprechend dem Milton Modell, so dass sich die Interessenten ihren persönlichen Freiraum für Interpretationen erhalten können. „Glücklicherweise muss ich Ihre Wünsche nicht in allen Details kennen, um Ihnen bei der Verwirklichung zu helfen.“ Übersetzt heißt das: Ich brauche nicht alle(!) Details und ich kann helfen. „Ich bin gespannt“, sagt der Hausverkäufer bei der Besichtigung mit der Familie, „wer von euch Kindern zuerst sein Zimmer gefunden hat“, oder „wie leicht / wie schnell werden Sie sich entscheiden?“.~~

~~„Sie werden überrascht sein, welches Zimmer Ihnen spontan am besten gefällt ...“. Die Frage ist jetzt nur noch: welches Zimmer wird es sein?~~

~~Die Modelle~~

~~Das Metamodell wurde anhand der Arbeit der genialen Therapeutin Virginia Satir von den NLP- Begründern Richard Bandler und John Grinder entwickelt.~~

~~Virginia Satir verstand es meisterhaft durch genaues Zuhören „Fehlgeformtheiten“ in der Sprache zu entdecken und aus dem Wahrgenommenen gleichsam eine „Blaupause“ des fremden Weltbildes herzustellen, die nur auf der sinnesspezifischen Wahrnehmung des Gegenübers beruht.~~

~~Das Milton-Modell ist nach Milton Erikson benannt. Das Milton-Modell beschreibt, wie sprachlich Tilgungen, Verallgemeinerungen und Verzerrungen als Prozess-Elemente so eingesetzt werden können, dass der Zuhörer die konkreten Inhalte aus seiner Erfahrungs-Welt hinzufügt.~~

~~Das Milton-Modell ist ein Katalog von Sprach-Muster, um den inneren Zustand einer Person zu spiegeln, Zugang zu unbewussten Ressourcen zu bekommen und eine Person sprachlich zu führen.~~

Werner Berghaus

Bieterverfahren – ein Praxisfall

Fast 70 Leser des IMMOBILIEN-PROFI besuchten Ende November 2004 den Kölner Infoabend Bieterverfahren mit Lars Grosenick. Da für diese Veranstaltung kaum Werbung gemacht wurde, beweist dies, dass das Thema weiterhin spannend für Makler und Bauträger ist.

Schnell zeigte sich beim Infoabend, dass vielfach falsche Vorstellungen über die Vorgehensweise und Möglichkeiten beim Bieterverfahren verbunden werden. Der Autor hatte vier Wochen zuvor Gelegenheit, ein aktuelles Bieterverfahren in Köln zu beobachten. An einem Sonntag um 14:00 sollte es im rechtsrheinischen Stadtteil Porz losgehen. Da die rechte Rheinseite für mich weitgehend unbekanntes Terrain ist, war ich um 14:15 am Objekt. Ich hatte befürchtet in der engen Anliegerstraße keinen Parkplatz zu finden, doch so groß schien der Andrang nicht zu sein. Das Objekt selber entpuppte sich als 70er Jahre Einfamilienhaus, welches laut Ankündigung „über die Jahre stetig renoviert wurde“, was in der Praxis bedeutet: Immer dann, wenn Geld, Lust und Zeit da waren, wurde angebaut, verschönert und erweitert.

Beim Betreten der Immobilie entdecke ich, dass doch schon mehrere Besucher anwesend sind. Weiter komme ich jedoch nicht, denn sofort werde ich von einer Mitarbeiterin der Firma Gegro Immobilien abgepasst, die, mit einer Namensliste bewaffnet, meinen Namen und meine Adresse erfahren möchte. Ich schummele mich mit dem Hinweis, ich wolle lediglich Herrn Grosenick begrüßen, an ihr vorbei. Denselben erkenne ich dann in der Küche, umringt von drei Interessentenpärchen. So schlendere ich durch die Immobilie, die bereits nicht mehr bewohnt ist.

Sauna & Wintergarten

Im Keller entdecke ich die obligatorische Sauna, die neue Heizungsanlage und im Garten erwartungsgemäß den Wintergarten und in allen anderen Räumen das, was man sich gewöhnlich unter „stetiger Verschönerung“ vorstellt. In der Garage haben die Eigentümer einen vollen Kasten Kölsch im Stich gelassen haben – was sind das wohl für Menschen?

Der Termin ist gut besucht. Immer wieder erscheinen neue Besucher, insgesamt werden wohl zwischen 40 und 50 Personen das Haus begutachtet haben. Ich versuche mir vorzustellen, wer ernsthaft interessiert sein könnte und wer nur neugierig ist. Ein älteres Paar beginnt damit, die Zimmer mit dem Zollstock zu vermessen, um die Daten in den

IN MEDIAS RES

in medias res

Das Bieterverfahren wird die Vermarktung von Wohnimmobilien nicht revolutionieren, aber um eine Variante bereichern. Viele Makler sind schon dazu übergegangen, dieses Verfahren regelmäßig einzusetzen. Ein Ersatz für den Verkaufsprozess ist es mit Sicherheit nicht, ganz im Gegenteil. Es fordert Verkäufer mit hoher sozialer Kompetenz. So berichtete beispielsweise ein Makler, dass er den kompletten Ablauf des Bieterverfahren virtuell, also ohne die offene Besichtigung, durchgeführt habe. Es sei ihm dabei aber gelungen, die Interessenten immer spüren zu lassen, dass es eine Konkurrenz bei dieser Immobilie gebe. Reduced to the max!

IN MEDIAS RES

Grundriss zu übertragen, ein anderer interessiert sich scheinbar nur für die Heizung und will technische Details wissen, auf der Straße, etwas außerhalb der Sichtweite, diskutiert ein Besucherpaar aufgeregt miteinander.

Nach anderthalb Stunden wird es ruhiger. Nur noch ein Interessentenpaar mit Kind scheint sich nicht trennen zu können. Einschließlich dieser Familie waren mindestens vier ernsthafte Kaufinteressenten an diesem Nachmittag anwesend. Den anderen Besuchern gebührt die wichtige Rolle der Statisten. Ich spreche Lars Grosenick an, der bislang ausdauernd Kundengespräche geführt hat. „Hat jemand schon ein Gebot abgegeben?“. Doch niemand hat sich bisher getraut. Wie es denn jetzt weiter ginge, will ich wissen. Man werde jetzt erst einmal abwarten und ab Donnerstag die Interessenten nochmals telefonisch kontaktieren.

Erste Ergebnisse

Später erfuhr ich, dass schon am gleichen Abend ein Gebot über 300.000 Euro per E-Mail eintraf. Die junge Familie mit Kind bot anschließend 270.000 Euro, als das „absolute persönliche Maximum“. Das erste Gebot war klar ausreichend, doch der Interessent war nicht finanzierbar. Kurze Zeit später kam es zu einem zweiten Bietertermin, bei dem auch wieder bekannte Gesichter der ersten Runde erkannt wurden. Dies erfuhr ich aber erst beim Info-Abend.

Makeln-ohne-Verkaufen

Es zeigt sich also, dass während des eigentlichen „Verfahrens“ kaum Gebote eingehen. Aber genau das ist der Punkt, an dem viele Makler eigene Versuche scheitern lassen. „Bei uns geht das nicht“, behauptet eine Maklerin am Telefon, es seien zwar viele Leute da gewesen, aber niemand hätte etwas geboten. Kein Wunder: Makeln-ohne-Verkaufen ist noch nicht erfunden.

Viele müssen sich ja nach der Zusage ein neues Hobby suchen. Was macht man jetzt am Wochenende?

Gleiches gilt für Angebotsformulare, die immer wieder nachgefragt werden. Wenn kaum einer bietet und echte Käufer erst recht nicht, dann braucht es auch keine Formulare. Wer sich aber formularwinkend vor die Interessenten postiert, macht gleichzeitig noch einen zweiten schwerwiegenden Fehler. Für die Besucher bedeutet dies nämlich zweierlei: Erstens geht’s jetzt zur Sache. Reagiert nun erwartungsgemäß keiner, dann zögern die anderen erst recht. Zweitens wird signalisiert, dass in einer Stunde das Verfahren ultimativ beendet ist.

Aber genau das soll ja nicht kommuniziert werden, das Bieterverfahren muss ein unbestimmtes Ende haben. Nur dann melden sich vielleicht Kauf-Kandidaten, die erst einmal eine Nacht drüber schlafen mussten.

Das Bieterverfahren ist eben nur eine andere Verpackung des bekannten Verkaufsvorgangs. Dafür bietet das Verfahren aber einige Vorteile, die auch im psychologischen Bereich liegen. Der erste Vorteil liegt darin, möglichst viele Interessenten gleichzeitig zu aktivieren (Verknappung). Der zweite Pluspunkt ist die Möglichkeit, in relativ kurzer Zeit die Immobilie mit mehreren Interessenten gleichzeitig zu besichtigen. Aber anschließend folgt immer das gewohnte Verkaufen. Nur die Reihenfolge hat sich geändert. Der Arbeitstermin folgt auf die Besichtigung.

Nun werden aber erst recht wichtige Details besprochen – im Konjunktiv („Angenommen, Sie müssten etwa 290.000 Euro finanzieren, wäre Ihnen dies möglich? Haben Sie schon einmal mit Ihrer Bank gesprochen?“).

Ferner ist es auch nicht ausgeschlossen, dass ein Interessent eines Bieterverfahrens nach einem persönlichen Gespräch eine andere, „bessere“ Immobilie beim Makler findet. Nur beim Ja-Wort der designierten Käufer ergibt sich noch ein wichtiger Unterschied.

Bedauern

Die Kaufreue, das „Regret-Phänomen“ oder auch „Buyers-Remorse“ ist ein weitgehend erforschtes Gebiet. Der Käufer verliert in dem Moment, in dem er seine Kaufzusage verbalisiert, die Freiheit, seine Wahlmöglichkeiten und seine Träume – willkommen in der Realität.

„Viele müssen sich ja nach der Zusage ein neues Hobby suchen. Was macht man jetzt am Wochenende?“, fragte Lars Grosenick beim Infoabend in Köln und wies darauf hin, dass die Kaufreue bei einem Immobilienkauf zum falschen Zeitpunkt, nämlich eigentlich vor der endgültigen Entscheidung, sprich Notartermin, stattfindet.

Die Zusage an den Verkäufer, den Makler oder Bauträger, wird vom Käufer als Abschluss des Kaufprozesses gewertet, was dann das beschriebene Phänomen auslöst.

Beim Bieterverfahren stellt sich die Sache anders dar. Der Käufer fühlt sich als Sieger in einem Versteigerungsverfahren. Drei … Zwei … Eins … Meins!

Kneift er nun vor dem Notartermin, bekommt ein anderer die Immobilie, die man sich doch selbst erkämpft hat. Diese Konkurrenzsituation ist im normalen Verkaufsprozess unbekannt, der Interessent wird hier stets exklusiv bedient, darf alleine besichtigen und stellt sich, vielleicht sogar zu Recht, vor, der einzige Aspirant für dieses Objekt zu sein.

Auch der Kaufprozess erscheint in einem anderen Licht, da in der konventionellen Vermarktung oftmals Zweifel verbleiben, ob der Preis angemessen ist. Diese Sorge fehlt beim Bieterverfahren, denn jetzt gibt es ein zweitbestes Angebot und damit die bestmögliche Rechtfertigung für den gefundenen Kaufpreis. Der Käufer spürt den Verfolger im Nacken. Wer jetzt kneift überlässt die Immobilie einem anderen, der sogar weniger zahlen wird.

Werner Berghaus

Bieterverfahren Anno 1904

Eine Geschichte über ein erfolgreiches Bieterverfahren und über den Sinn und besonders den Unsinn von Wertgutachten.

Insgesamt sechs Jahre hat der Verkauf schließlich gedauert. Dass die Maklerin Sabine Knabe-Vieler, www.knabe-immobilien.de, im niedersächsischen Melle trotzdem von einem erfolgreichen Projekt schwärmen kann, hängt mit den besonderen Umständen der Immobilie zusammen.

Ein Herrenhaus aus dem Jahre 1904 sollte verkauft werden. Eine Fabrikantenvilla, die, abgesehen von einem „neuen“ Bad und einer Heizung aus den 70er Jahren, nahezu ursprünglich belassen wurde. Die Nachkommen des Bauherrn, mittlerweile im hohen Alter, wollten sich von diesem Objekt trennen und beauftragten zunächst einen vereidigten Sachverständigen und dann die Maklerin Sabine Knabe-Vieler.

1,1 Millionen Euro sollte die Villa mitsamt 9000 Quadratmeter Grundstück einbringen, denn soviel hatte der Gutachter errechnet. Die Maklerin war sich durchaus bewusst, dass der Verkauf keine leichte Aufgabe wird und vereinbarte einen Angebotspreis von 1 Millionen Euro bzw. 2 Millionen Mark, wohlwissend, dass der Käufer nochmals mindestens 150.000 Euro in diese Immobilie investieren muss.

Jede Woche Gärtner

So gingen die Monate ins Land, es gab immer wieder Interessenten und Besichtigungen, aber kein ernsthaftes Kaufgebot. Die Immobilie wurde derweil weiter gepflegt, im Winter beheizt und wöchentlich erschien sogar der Gärtner. Die Eigentümer hatten das Objekt inzwischen im Zuge der vorweggenommenen Erbfolge weiter übertragen und die Maklerin sah sich nun einer anderen Eigentümergemeinschaft gegenüber, die sie wieder mit neuen Vermarktungsideen konfrontierte. Positiv daran war nur, dass der Angebotspreis nun auf 790.000 Euro gesenkt werden konnte. Auf dieser Basis wurde das Objekt wieder angeboten, lockte neue Interessenten an, aber ohne Erfolg.

Bis dahin war der Auftrag der Maklerin immer stillschweigend verlängert worden, aber eines Tages erfolgte der Anruf aus der Ferne. Man könne sich gar nicht vorstellen, warum es keinen Käufer für dieses Objekt geben solle. Sie, die Maklerin, möchte doch bitte ihre Bemühungen erst einmal einstellen, man würde es jetzt einmal selber versuchen.

Gesagt getan, Sabine Knabe-Vieler war den Auftrag los. Doch nach einigen

Das Team von Knabe Immobilien, in der Mitte Sabine Knabe-Vieler, dahinter ein ehemaliger Bewohner des Anwesens. Verräterische Elektroinstallation im Treppenhaus.

Passend zum Ambiente haben sich die Mitarbeiterinnen in der Kleiderkammer eines Theaters bedient,

Monaten meldeten sich die Eigentümerinnen und wollten ihr erneut den Vermittlungsauftrag erteilen. Die Vertrauensbasis zwischen Maklerin und Auftraggeberinnen war also nicht in Mitleidenschaft gezogen worden.

Ob's denn neue Vermarktungsideen geben würde, wollte man von der Maklerin wissen.

Jeden Meller Bürger hätte die Neugier getrieben, einmal die bekannte Fabrikantenvilla von innen zu erleben.

Die gibt es! Denn Sabine Knabe-Vieler hatte inzwischen das Bieterverfahren kennengelernt und bereits mehrfach erfolgreich angewendet. Das Eigentümer-Trio ließ sich die Vorteile und Spielregeln des Bieterverfahrens erläutern und stimmten zu.

Die Einladung

Kern des Bieterverfahrens ist die Verknappung durch möglichst viele Besucher beim Besichtigungstermin. Das wäre leicht möglich gewesen, denn wohl jeden Meller Bürger hätte die Neugier getrieben, um einmal die bekannte Fabrikantenvilla von innen erleben zu können. Daran konnte der Maklerin aber nicht gelegen sein. Sie brauchte echte Interessenten.

So wurden alle Personen, die sich bislang für die Villa interessiert hatten, auf besonderem Briefpapier persönlich eingeladen. Gleichzeitig besorgte sie sich bei der IHK die Adressen von Führungskräften und Entscheidern im Umland, während parallel überregional für dieses Event geworben wurde. Dabei wurde stets um persönliche Anmeldung gebeten.

Neugierige Besucher beim Bieterverfahren

Der Praktikant (rechts) mimt den Butler.

Die Inszenierung

Am Tag des Bieterverfahrens erschienen 33 Parteien, denen man echtes Kaufinteresse unterstellen konnte. Unglücklicherweise regnete es. Aber das sollten hunderte von Teelichtern kompensieren, die überall im Haus aufgestellt wurden. Der historische Küppersbusch-Ofen im Keller wurde in Betrieb genommen und mit Bratäpfeln geladen. Der Duft der Äpfel überdeckte vorhandene Gerüche im Objekt perfekt. Die Mitarbeiterinnen des Unternehmens hatten sich „historische" Kleider besorgt, der Praktikant spielte den Butler und im Speisezimmer war die Tafel gedeckt.

Das Ergebnis

Drei Gebote gingen ein. Im ersten Fall fehlte den Bietern das „nötige Kleingeld", das zweite Gebot mit 200.000 Euro war zu niedrig, während das Dritte, 390.000 Euro von einem Investor, überraschenderweise die Zustimmung der Eigentümer fand. Doch zu früh gefreut, denn die Gesellschafterversammlung des Investors lehnte den Kauf der Immobilie schließlich ab.

„Du hast unheimlich viel Arbeit gehabt und nicht verkauft, was hat es gebracht?", musste sich die Maklerin fragen und kam doch zu einem akzeptablen Ergebnis.

Der Verkauf der Villa über das Bieterverfahren hatte enorme Aufmerksamkeit in Melle auf sich gezogen. Die lokalen Medien blieben ausdauernd am Thema, erläuterten das Verkaufskonzept der Maklerin, berichteten von der Veranstaltung und wollten anschließend immer wieder Informationen über den Stand der Verhandlungen erfahren.

Müßig, darauf hinzuweisen, dass solche Werbung weitere Nachfrage nach sich zieht und so wurden der Maklerin immer öfter interessante Objekte angeboten. Inzwischen ist aus dem Bieterverfahren ein Dienstleistungsangebot entstanden. Vermarktet wird zum Festpreis, unabhängig vom Vekaufserfolg und ohne Maklerprovision.

Der Erfolg

Sechs Monate nach dem Ereignis ging Sabine Knabe-Vieler mit dem neuen Angebotspreis von 390.000 Euro, der sich über das Bieterverfahren marktgerecht eingependelt hatte, wieder an den Markt. Diesmal in der konventionellen Vermarktung und wieder fanden sich Interessenten. Es folgten 10 bis 15 Besichtigungen und dann war endlich der Käufer, eine Familie vom Niederrhein, gefunden.

Nach sechs Jahren Vermarktungszeit, einem aufwändigen Bieterverfahren, zwei Preisreduzierungen und dem Verkauf zu weniger als 40 Prozent des ursprünglichen Angebotspreis zieht man gewöhnlich kein positives Fazit. Doch auf der Habenseite stehen Bekanntheit und Image, die Knabe Immobilien gewonnen hat und dieses Renommee kann das Unternehmen noch jahrelang nutzen.

Interessant ist, dass hier der Erfolg nur mittelbar durch das Bieterverfahren eingetreten ist. Obwohl die Vermarktung zum Höchstgebot keinen Käufer zutage gefördert hat, haben die Eigentümer gelernt, was ein am Markt erzielbarer Preis ist.

Wertgutachten entpuppen sich dabei wieder einmal als Fetisch der Immobilienbranche. Wer ein Objekt nicht verkaufen will, aber dessen Wert kennen muss, der wendet sich an einen Sachverständigen. Wer verkaufen will, der fragt den Markt. Alles andere ist so als würde man versuchen, mittels Tabellen und Berechnungen das Wetter zu ermitteln und sich gleichzeitig weigern, einfach aus dem Fenster zu schauen. ◄

GEORG ORTNER

Portugal

Neue Reihe über Ferienimmobilien

In meinen Seminaren höre ich immer wieder Vermutungen von Maklern, dass Kollegen auf Mallorca, in Marbella oder sogar Dubai im Paradies makeln. Die Ansicht, dass dort der Interessent kaufwilliger ist und schon mit einem dicken Scheck bewaffnet ins Büro kommt, ist weit verbreitet. Manche meinen sogar, dass die Makler dort Immobilien nur noch verteilen.

Expo-Boom

Wie sieht aber der Alltag dieser Kollegen wirklich aus? Wie macht der erfolgreiche Makler mit dem britischen oder dem deutschen Kunden sein Geschäft? Wie betreibt der Kollege sein Marketing? Wie unterscheiden sich diese Märkte in den Provisions- und Auftragsregeln? Mit dieser mehrteiligen Serie möchte ich Aufklärung über den Ferienimmobilienverkauf betreiben und verschiedene Märkte wie Portugal, Spanien und Italien vorstellen. Im ersten Teil dieser Serie geht es um Portugal und um ein Interview mit Anne Grogan, Managing Director von Portugues Homes. Mit sieben Büros in nur drei Jahren wurde sie schnell eine Größe im hart umkämpften Markt an der Algarve.

Die Entwicklung

In Portugal ist seit der Expo 2002 ein regelrechter Boom im Immobiliengeschäft zu beobachten. Speziell in den Oberzentren Lissabon und Porto wurden nach der Expo Preissteigerungen von bis zu 15 Prozent pro Jahr erzielt und der Markt beruhigte sich erst nach drei bis vier Jahren.

An der Algarve hingegen werden seit der Expo konstante Steigerungen von 10 Prozent per Anno ermittelt, die von der großen Nachfrage nach vermietbaren Ferienhäusern und dem Zuzug von Ausländern, hauptsächlich aus dem angelsächsischen Raum, getrieben werden.

Stutzig macht aber, dass der durchschnittliche Jahresumsatz eines solchen Maklers mit nur 9.000 Euro angegeben wird.

Die Turbulenzen durch die Kreditkrise sind bis jetzt, im Gegensatz zu Spanien, nicht in Portugal angekommen, da gerade im Neubausegment sehr starke Nachfrage herrscht und immer noch neue Projekte initiiert und auch schnell verkauft werden.

Vermarkten via „Open House“

Janette Ortner mit Makler-Kollegen Dankwart Hutter (2006)

Warum offene Besichtigungen perfekt ins Makeln21-Konzept passen.

Offene Besichtigungen, sogenannte Open House-Besichtigungen, werden bei Maklern immer beliebter. Auch für das System Makeln21 bietet es viele Ansätze zur Systematisierung der Vermarktung. Die Vor- und Nachteile dieser Vermarktungsform werden im Weiteren beschrieben.

Vorteil

1. Systematisierung und Automatisierung

Verkaufsstart: Open House-Veranstaltungen zwingen den Makler zu einer schnellen und entschlossenen Vermarktung. Wer am Tag der großen Besichtigung nicht allein mit den Auftraggebern vor der Immobilie warten will, der muss rechtzeitig und konzentriert Werbung für diesen Termin machen.

Planbarkeit: Offene Besichtigungen bringen Licht in die Terminplanung des Maklers. Wer sich für diese Vermarktung entscheidet, wird werktags nur noch Zweitbesichtigungen mit echten Interessenten durchführen, denn Erstbesichtigungen gibt es nur noch am Sonntag.
Die Abläufe im Maklerbüro werden gestrafft, weil die Termine bekannt sind. Sonntags stehen Open House-Termine an. Montag bis Dienstag rufen die Interessenten an, und ab Mittwoch greift der Makler zum Telefon, um bei Interessenten nachzufassen (vg. Seite 11). Der Terminplan wird so kaum noch von den Interessenten diktiert.

Sortieren und Filtern: Beim offenen Besichtigungstermin wird die Immobilie vielen Interessenten gleichzeitig präsentiert. Der Makler kann so mit vergleichsweise geringem Aufwand erkennen, wer als möglicher Käufer in Frage kommt. Aufwendige Interviews mit Interessenten am Telefon oder während eines persönlichen Termins werden auf die zweite Stufe, vor den Zweittermin, verschoben.

Rationalisierung: Bei ausreichendem Objektbestand werden mehrere Open House-Termine zusammengefasst und

Nachteil

Werbebudget: Die konventionelle Vermarktung ermöglicht einen behäbigen Start, um das knappe Werbebudget besser zu strecken.

Wochenendarbeit: Je nach Objektbestand muss mindestens jeden zweiten Sonntag ein Open House veranstaltet werden.

Diskretion: Die oft geforderte „Diskretion“ kann bei der Vermarktung nicht mehr gewährleistet werden. Makler, die Auftraggebern besondere Sorgfalt bei der Auswahl der Interessenten zusichern, geraten bei offenen Besichtigungen in einen Widerspruch.

Arbeitsaufwand: Große Sammeltermine mit beispielsweise 24 offenen Besichtigungen an einem Sonntag mit einer

auch gemeinsam beworben. Die Werbekosten können um bis zu 50 Prozent reduziert werden.
Sammeltermine können gleichzeitig auch für die Akquise genutzt werden. Wenn ein Open House vorbereitet wird, wollen einige Auftraggeber möglicherweise noch einsteigen und geben dem Makler einen Vermittlungsauftrag.

Anzahl von Interessenten im dreistelligen Bereich müssen nicht nur im Vorfeld organisiert, sondern auch nachbereitet werden.
Bei mäßig organisierten Unternehmen lässt häufig die Qualität der Interessentenbearbeitung dadurch nach.

2. Professionalisierung

Die offene Besichtigung trennt die Profis von den Semi-Maklern. Wer keinen Alleinauftrag vereinbaren konnte, der kann einfach keine offene Besichtigung anbieten. „Provisions-Paranoikern“ werden sich ebenfalls beim Gedanken an die Besichtigung die Haare sträuben. Makler, die ohne Auftrag anbieten, kommen erst recht nicht zum Zuge.

Keine Allgemeinaufträge: Die offene Besichtigung eignet sich nicht für Allgemeinaufträge.

3. Verkaufsstrategie

Preisfindung: Open House liefert eine klare Vermarktungsstrategie mit exakt planbaren Schritten und deutlich wahrnehmbarem Werbeaufwand.
Sofern nach der Besichtigung kein Interessent gefunden wird, kann der Makler mit dem Auftraggeber über den Angebotspreis sprechen, ohne sich dem Verdacht auszusetzen, untätig gewesen zu sein.

Angebotspreise: Die vorhandene Möglichkeit, mit dem Eigentümer elegant eine Preisreduzierung zu vereinbaren, verführt möglicherweise dazu, leichtfertig Aufträge mit unrealistischen Preisen einzugehen.

Konsequenz: Wird auch nach drei Besichtigungsterminen kein Interessent gefunden, kann der Makler den Auftrag einseitig beenden. Die Immobilie ist dann sowieso „tot

Hoffnungsmakelei: Wer konsequent Aufträge nach etwa acht Wochen beendet, verzichtet auf die Chance, irgendwann doch noch einen Käufer für dieses Objekt zu finden.

Der Auftraggeber suchte die Schuld eher bei seinem Objekt, seinen Preisvorstellungen oder bei widrigen Umständen als bei der Maklerin.

geworben“ und hat kaum noch Aussicht auf einen Käufer. Der Makler entlastet sich von Ladenhütern.
Konsequenterweise werden Aufträge nur noch für zwölf Wochen bzw. drei Monate vereinbart. Der Makler weiß, dass er sich nach dieser Frist in jedem Fall vom Auftrag trennen kann – entweder durch Kündigung oder durch den Notartermin.

4. Marketing

Farming: Open House erzwingt mehr Öffentlichkeit bei der Objektwerbung und fördert so die Positionierung des Maklers in seinem Gebiet (Farming). Die regelmäßige Penetration des Farminggebiets mit Flyern steigert den Bekanntheitsgrad des Maklers erheblich.

Penetration: Werden beispielsweise zwanzig Objekte jährlich in Form der offenen Besichtigung angeboten werden, verlangt dies nach jeweils 5000 Flyern und zwei Zeitungsanzeigen.
Alle 14 Tage liegt so die Maklerwerbung in allen Briefkästen des Farminggebiets.
Jährlich werden so 100.000 Flyer verteilt und es erscheinen mindestens 40 Zeitungsannoncen des Maklers. Die Bekanntheit des Maklers wächst mit jedem neuen Auftrag.

5. Akquise

Gutes Marketing bedeutet immer weniger Kaltakquise. Zusätzlich bietet jedes Open House und die damit verbundene Werbung und Präsenz die Möglichkeit, Eigentümer kennenzulernen, die erst noch über einen Verkauf nachdenken.
Wer Open House-Termine konsequent in seinem Farminggebiet durchführt, der sollte über jedes Verkaufsprojekt auch wieder einen neuen Auftrag akquirieren können.

Alleinstellung: Der Event-Charakter der Open House-Veranstaltungen vermittelt eine besondere Kompetenz des Maklers.

Jäger und Sammler: Nichts für jemanden, der die Öffentlichkeit scheut oder sich nicht auf ein Gebiet festlegen will.

Werbe- und Arbeitsaufwand: Der Werbeaufwand erscheint hoch, doch kosten 5.000 Flyer lediglich 180 Euro und die Verteilung etwa 350 Euro.
Erfolgreiche Makler verteilen ihre Flyer lieber persönlich, weil das viele Möglichkeiten bietet, mit Personen im Farminggebiet Kontakt aufzunehmen.
Der persönliche Aufwand, bei Wind und Wetter Flyer zu verteilen, ist zwar lohnend, aber nicht unerheblich.

Eigentümersicht: Offene Besichtigungen im eigenen Zuhause werden von vielen Eigentümern eher skeptisch gesehen. Möglicherweise wird der Maklerauftrag verweigert, wenn der Makler auf dieses Verfahren besteht.

Erklärungsbedarf: Bei Open House-Veranstaltungen müssen den Eigentümern die speziellen Vorteile des Verfahrens erläutert werden. Zum Beispiel, dass eine Besichtigung mit vielen Interessenten viele Einzelbesichtigungen erspart.

Wie wirkt Open House?

Ein besonders interessantes Beispiel für das Konzept Open House bot Maklerin Janette Ortner (vgl. IP 41), die in ihrer aktiven Zeit als Maklerin in Stuttgart und Nürnberg konsequent und hoch spezialisiert ausschließlich auf diesen Vermarktungsweg setzte. Die mit dem Verkaufstrainer Georg Ortner verheiratete Mutter zweier Söhne, die inzwischen in Portugal lebt und auch dort die Maklerprüfung erfolgreich absolvierte, hat Aufträge nur angenommen, wenn eine offene Besichtigung mit dem Auftraggeber vereinbart werden konnte.

Etwa 35 Objekte wurden pro Jahr im Open House durch Ortner vermarktet. Etwa 150.000 Flyer verteilten Janette Ortner und ihr Partner-Makler pro Jahr im Farminggebiet, und zwar persönlich. „Einen Verteilservice konnte ich mir nicht leisten“, erzählt die Maklerin und meint damit keineswegs den finanziellen Aufwand, sondern die Zahl der interessanten Kontakte, die ihr entgangen wären, hätte sie sich gegen das persönliche Verteilen entschieden.

Summa summarum hat sie pro Jahr etwa 50 Aufträge angenommen, davon etwa 35 Objekte vermittelt und so etwa 240.000 Euro Erfolgsprovision eingenommen.

Janette Ortners durchschnittlicher Objektbestand lag bei etwa zehn Objekten, zu denen es lediglich einen Alleinauftrag über maximal drei Monate gab. Stellte sich der Erfolg nach der ersten offenen Besichtigung nicht ein, so wurde ein weiterer Folgetermin, manchmal auch ein finaler dritter Besichtigungstermin durchgeführt. Beim Dritttermin wurde oftmals auch das Bieterverfahren gewählt. Fand sich auch dann kein Käufer, wurde der Auftrag beendet.
Die Beendigung des Auftrags ohne Happy End, also ohne Notartermin, erfolgte für die Maklerin stets gesichtswahrend. Durch die erkennbaren Aktivitäten, also die verschiedenen Besichtigungstermine und die vielen Kontakte zu Kaufinteressenten konnte niemand der Maklerin vorwerfen, sie wäre passiv geblieben und hätte mehr für die Vermarktung tun können. Der Auftraggeber suchte die Schuld eher bei seinem Objekt, seinen Preisvorstellungen oder bei widrigen Umständen als bei der Maklerin.
Etwa zwei Drittel aller Aufträge konnten erfolgreich abgeschlossen werden. Eine Verkaufsquote von 67 Prozent ist zwar nicht besonders hoch, liegt aber immer noch über dem Branchendurchschnitt, der auf etwa 30 bis 40 Prozent geschätzt wird. Dass ein Drittel der Aufträge nicht erfolgreich abgeschlossen waren, ist eindeutig der kurzen Vertragslaufzeit geschuldet. Andere Kollegen mit langfristigen Vermittlungsaufträgen können möglicherweise bessere Statistiken vorweisen, aber häufig nur deshalb, weil alle in der Kartei befindlichen Objekte noch als aktive Aufträge gezählt werden. Doch dafür müssen sich diese Kollegen auch immer wieder mit Ladenhütern beschäftigen – eine wenig motivierende Angelegenheit.

Klasse statt Masse

„Aus den Augen, aus dem Sinn“, wird sich dagegen Maklerin Janette Ortner gedacht haben. Ihr Portfolio war zwar mit etwa zehn Objekten eher knapp gefüllt, dafür aber mit topaktuellen Immobilien mit einer hohen Nachfrage.

Summa summarum hat sie pro Jahr etwa 50 Auftrage angenommen, davon etwa 35 Objekte vermittelt, und so etwa 240.000 Euro Erfolgsprovision eingenommen. Die Werbekosten pro Objekt, hier müssen auch etwa 15 Fehlversuche hinzugerechnet werden, lagen bei durchschnittlich 1.100 Euro.
Als REMAX-Maklerin in Stuttgart und Nürnberg konnte sie ihre Nebenkosten leicht planen. Neben einer fixen Bürobeteiligung umfassten sie lediglich die erfolgsabhängige Provisionsabgabe ans Büro bzw. an REMAX-Europa in Höhe von etwa 20 Prozent (vgl. IP 51, Seite 8). Ohne ins Detail zu gehen, lässt sich leicht überschlagen, dass sich die Arbeit gerechnet hat.
Noch interessanter ist die Tatsache, dass Janette Ortner vor der Geburt ihres ersten Sohnes von Stuttgart nach Nürnberg umzog und dort noch etwa zehn Monate als Maklerin tätig war. Trotz zunächst geringer Kenntnis des lokalen Immobilienmarkts konnte sie in dieser Zeit nahtlos an ihre Erfolge in Stuttgart anknüpfen. Das System, sofern es konsequent angewendet wird, funktioniert also an (fast) jedem Ort.

DIV
Deutscher ImmobilienberaterVerband

Raimund Wurzel, Gründer und Geschäftsführer von DIV Deutscher ImmobilienberaterVerband: „Unsere Partnerunternehmen und Lizenzmakler genießen hohes Ansehen am Markt.“

- weil alle Kolleginnen und Kollegen bestens ausgebildet werden
- weil durch minimale Kosten die Fluktuation nahezu „null“ ist
- weil die Büros und die Makler bestens betreut werden
- weil die DIV-Partner immer mit den neuesten Erkenntnissen und Techniken für das Marketing ausgestattet werden
- weil alle DIV-Makler Zugang zu allen Angeboten haben für Gemeinschaftsgeschäfte
- weil die DIV-Partner mehr fürs Geld bekommen

Deshalb wachsen wir stark, stetig und solide – unsere Partner finden Sie aktuell und demnächst an folgenden Standorten: Berlin-Charlottenburg, Berlin-Zehlendorf, Berlin-Spandau (2), Oldenburg, Rastede, Bad Fallingbostel, Nordhausen, Bergkamen, Erkrath, Hilden, Gelsenkirchen, Mönchengladbach, Meerbusch, Frankfurt, Mainz-Budenheim, Hanau, Schöneck, Friedberg, Alzenau, Gelnhausen, Ludwigshafen, Bad Dürkheim, Deidesheim, Stuttgart, Esslingen, Schorndorf, Eppingen, Ihringen/Kaiserstuhl, München-Süd, München-Nymphenburg, Leimen b. Heidelberg, Merzig/Saar, Bitburg/Eifel, Leipzig, Chemnitz, – dazu das Netzwerk „Agrarland“ für landwirtschaftliche Immobilien.

Möchten Sie auch zu den Besten gehören? Besuchen Sie uns auch anlässlich der ImmobilienProfi-Tage in Köln am 16. und 17. September 2010.

DIV
Deutscher Immobilienberater Verband

**Kontakt:
DIV-AbacO-Zentrale, Nußallee 2,
63450 Hanau, Tel.: 06181-662299,
Herrn Raimund Wurzel
www.div-immobilien.de und
www.abaco-immobilien.de**

ABACO IMMOBILIEN

Bieterverfahren 2.0

Werner Berghaus

Eine neue Spielart des Bieterverfahrens verspricht eine elegante Vermarktungsvariante.

Goethe hat's erfunden: Im Januar 1797 ließ Goethe seinem Verleger Hans Friedrich Vieweg über einen Vermittler eine Vereinbarung über sein Werk „Herrmann und Dorothea“ zukommen. In einem versiegelten Umschlag hatte der Dichter, der auch ein versierter Ökonom war, seine Honorarforderung notiert. Der Verleger wurde nun gebeten, sein Angebot für das Autorenhonorar zu unterbreiten. Damit Vieweg auch sein tatsächliches Höchstgebot benennt, hatte sich der Dichter folgende Regelung ausgedacht:
Falls das Verlegerangebot niedriger als die Forderung des Autors ist, zieht Goethes Mittelsmann den versiegelten Umschlag ohne weitere Verhandlungen zurück. Bietet der Verleger aber mehr als Goethe verlangt, öffnet man den Umschlag und der Vertrag kommt auf Basis dieser Forderung Goethes zustande.
Der Verleger konnte es also riskieren, sein Höchstgebot zu nennen, ohne fürchten zu müssen, zu viel zu zahlen. Er würde statt seines Höchstgebots lediglich den zweithöchsten Preis bezahlen müssen.

Zweitpreis-Auktion

Fast 200 Jahre später erhielt der kanadische Wirtschaftswissenschafter William Vickrey zusammen mit James A. Mirrlees für eine ähnliche Variante der Erforschung unterschiedlicher Auktionsmodelle den Nobelpreis. Auf die Forschungen Vickreys geht die sogenannte Vickrey-Auktion oder auch Zweitpreisauktion zurück. Hintergrund der Forschung ist die ungleichmäßige Verteilung von Informationen bei den Teilnehmern einer Auktion und das daraus resultierende Verhalten der Kaufinteressenten und Verkäufer.
Solange ein Bieter kaum über Informationen verfügt, wie hoch sein Gebot sein muss, um den Zuschlag zu erhalten, solange wird er nur vorsichtig und in kleinen Schritten bieten, damit er nicht mehr zahlen muss als erforderlich. Gelingt es dagegen, den Nachteil des Informationsdefizits auszuschalten, können die Bieter bereitwillig ihr persönliches Höchstgebot nennen.
Dies machte sich auch Goethe zunutze. Der Verleger konnte problemlos sein Maximalgebot benennen und dabei sicher sein, dass es entweder nicht ausreichend hoch ist, also kein Vertrag zustande kommt, oder aber dieser Vertrag auf Basis des zweithöchsten Gebots, nämlich der Forderung des Autors, zustande kommt. Auch Ebay nutzt diese Zweitpreisstrategie, denn der Gewinner einer Auktion zahlt stets nur so viel wie der Zweitbietende, zuzüglich eines geringen Aufschlags für das nächsthöhere Gebot. Wer also 70 Euro für ein Angebot bezahlen würde, zahlt beispielsweise lediglich die 50 Euro des aktuellen Zweitgebots zuzüglich des nächsten Erhöhungsschritts von 5 Euro, also 55 Euro.

Spieltheorie im Bieterverfahren

Es ist die Aufgabe der Spieltheorie, das Verhalten der Marktteilnehmer in verschiedenen Situationen zu erforschen. Am Beispiel des konventionellen Bieterverfahrens lassen sich die unterschiedlichen Fragestellungen leicht beschreiben. Auch hier geht es um die asymmetrische Verteilung von Informationen und den daraus folgenden Konsequenzen. Wir finden beim Bieterverfahren folgende Mitspieler vor:
Der Makler hat den Auftrag des Eigentümers, ein Bieterverfahren durchzuführen. Er kennt den Wunschpreis des Eigentümers, nicht aber den Mindestpreis, auf dessen Basis ein

Verkauf zustande kommen kann. Der Eigentümer seinerseits benennt seinen Wunschpreis. Den möglichen Mindestpreis, die Schmerzgrenze, wird er weder den Interessenten noch dem Makler bekannt geben.

Solange die Bieter nicht wissen, wie hoch das jeweils aktuelle Gebot ist, werden sie sich mit Angeboten zurückhalten.

Die Bieter dagegen kennen jeweils ihre persönlichen Limits, also auch ihr Höchstgebot für die angebotene Immobilie. Da sie aber nicht wissen, wie hoch ein Angebot sein muss, um den Zuschlag zu erhalten, bieten sie in kleinen Schritten oder zögern ihr Gebot hinaus, wenn eine Gebotsfrist benannt ist.

Informationsdefizite

Auf allen Seiten bestehen also erhebliche Informationsdefizite und Unsicherheiten.

Die Bieter werden gezielt vom Makler über die Preisvorstellung des Eigentümers im Unklaren gelassen; das gehört zu den Spielregeln des Bieterverfahrens. Gleichzeitig spüren sie die Konkurrenz anderer Bieter. Beides, das Informationsdefizit und der Wettbewerb mit den anderen Bietern, sollen nun dafür sorgen, dass sich der Höchstpreis findet.
Tatsächlich stellen aber viele Kollegen fest, dass sich die Bieter in dieser Situation mit ihren Angeboten zurückhalten. Dies lässt sich aus der vorangegangenen Darstellung der Bietersituation leicht begründen. Denn solange die Bieter nicht wissen, wie hoch das jeweils aktuelle Gebot ist, werden sie sich mit Angeboten zurückhalten, um nicht zu viel zu bezahlen.

Konsequenz fürs Bieterverfahren

Aus diesem Grund wird es notwendig, während eines Bieterverfahrens regelmäßig das aktuelle Gebot zu kommunizieren.
Das lähmende Informationsdefizit wird behoben, wenn Bieter regelmäßig E-Mails über die Höhe der Gebote erhalten ▶

und sich auch auf der Makler-Homepage über den Stand der Vermarktung erkundigen können.
Doch nun wird ein zweites Problem erkennbar: Der Makler übermittelt zwar die Information über das aktuelle Gebot, er genießt aber nicht das Vertrauen der Bieter. Denn der Makler tritt als Agent des Verkäufers auf. Er macht zwar deutlich, dass er über den Zielpreis des Eigentümers keine Kenntnis hat, ob man es ihm glaubt, bleibt jedoch dahingestellt.
Dies macht sich besonders in der Endphase eines Bieterverfahrens bemerkbar. Findet sich auf der Maklerhomepage beispielsweise ein aktueller Höchstpreis von 200.000 Euro und empfinden auch die Bieter diesen Preis als marktgerecht, werden sich viele fragen, ob es dieses vermeintliche Höchstgebot überhaupt gibt und warum der Eigentümer diesem Preis nicht zustimmt. Makler und Eigentümer geraten in den Verdacht, gemeinsam zu pokern, um einen noch höheren Preis zu erzielen.

Was würde Goethe tun?

Wäre Goethe Immobilienmakler gewesen, hätte er das beschriebene Bieterverfahren entscheidend abgeändert. Wie anfangs beschrieben, kommt es aufgrund des Informationsdefizits der Bieter bzw. der anderen Mitspieler nicht zu einem echten Höchstgebot. Goethes Verleger Vieweg hätte niemals sein Höchstgebot preisgegeben, hätte er nicht die Sicherheit gehabt, nur den zweithöchsten Preis zu zahlen. Der zweithöchste Preis lag derweil in Form eines verschlossenen Umschlags auf dem Tisch.
Als Immobilienmakler hätte Goethe ebenfalls eine Situation geschaffen, die so konstruiert ist, dass sie den Bietern einen Anreiz gibt, dem neutralen Auktionator ihre wahre Zahlungsbereitschaft darzulegen. Dabei würde man nicht dafür „bestraft“, diesen Preis auch tatsächlich zahlen zu müssen. Auch fehlt das Motiv, mehr oder weniger als die wahre Zahlungsbereitschaft anzuzeigen: Bietet man weniger, sinken die Chance auf den Zuschlag. Bietet man aber einen „Mondpreis“, geht man das Risiko ein, dass der zweithöchste Preis dann über der eigenen Zahlungsbereitschaft liegt – und man mehr zahlen muss, als einem das Objekt wert ist.

Auf die Immobilienbranche übertragen

Konkret hätte „Goethe Immobilien“ die Vermarktung von Wohnimmobilen so durchgeführt:

1. Die Immobilie wird wie gewohnt im Bieterverfahren angeboten.
2. In der ersten Runde können sich Interessenten in Form einer offenen Besichtigung über das Angebot informieren. Es wird, im Gegensatz zum gewohnten Bieterverfahren, eine Gebotsfrist mitgeteilt.
3. Denjenigen, die Interesse an der Immobilie haben, bietet der Makler eine zweite oder dritte Besichtigung an und stellt ausreichend Informationen zum Objekt zur Verfügung.
4. Die Interessenten geben ihre Gebote in schriftlicher Form bei einem Notar ab. Der Notar ist an dieser Stelle von entscheidender Bedeutung, weil er, wie oben gefordert, wirklich neutral ist. Würde der Makler die Gebote entgegennehmen, müssten die Interessenten befürchten, dass bei der Ermittlung des Endpreises manipuliert wird. Wie oben beschrieben, ist der Makler schließlich der Agent des Eigentümers. Damit ist er im Sinne des Bieterverfahrens nicht neutral und aus Sicht der Teilnehmer nicht vertrauenswürdig.
5. Der Notar sammelt bis zum Ende der Gebotsfrist alle Angebote ein und ermittelt das Höchstgebot und ebenso das zweithöchste Angebot.
6. Der Eigentümer muss entscheiden, ob er sich auf Basis des zweithöchsten Gebots von der Immobilie trennen will.
7. Stimmt der Eigentümer zu, erhält der Höchstbietende nun den Zuschlag auf Basis des Zweitgebots. Er muss also nur den Preis des Zweitbietenden zahlen, obwohl er selber mehr bezahlt hätte.

Kauf und Reue

Der Höchstbietende wird nun vom Notar oder Makler darüber informiert, dass er den Zuschlag erhalten hat und zu welchem Preis er die Immobilie erwerben kann. Da das Gebot nicht bindend ist, besteht nun zwar die latente Gefahr, dass der potenzielle Käufer von seinem Angebot zurücktritt, dies ist aber wenig wahrscheinlich.
Denn der Höchstbietende hat sich mit dem Objekt lange beschäftigt und ein Angebot gemacht, das erfolgreich war. Zahlen muss er nur den Preis des Zweitbietenden. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein solcher Bieter ausfällt, ist unter diesen Voraussetzungen eher gering. Sollte dieser Fall trotzdem eintreten, steht der Zweitbietende zum gleichen Kaufpreis bereit.

Vor- und Nachteile

Die Beschäftigung mit der Spieltheorie, insbesondere die Betrachtung der vorhandenen Informationsdefizite bei allen Beteiligten zeigt, wo das konventionelle Bieterverfahren Schwächen aufweist und wie man darauf reagieren kann.
Die Zweitpreisauktion hält möglicherweise das, was sich viele vom Bieterverfahren versprochen haben, nämlich, sich nicht den Mühen des Verkaufens aussetzen zu müssen. Als problematisch könnte es sich aber erweisen, die Zweitpreisauktion dem Auftraggeber schmackhaft zu machen: Denn mancher Eigentümer wird sich fragen, warum er nur zum zweithöchsten Preis verkaufen soll, wenn doch noch ein höheres Angebot für seine Immobilie vorliegt. (Siehe auch Interview mit Makler Konstantin Stagge von Qiu Immobilien in Köln, Seite 20.)

Bieterverfahren 2.0

Bearbeitungshistorie

Datum	Art der Bearbeitung	Bearbeiter
16.10.2015	Erstellung	
20.10.2015	Version 1	djo
20.11.2014	Überarbeitung und Ergänzung	W. Berghaus

Inhaltsverzeichnis

- Bearbeitungshistorie
- Inhaltsverzeichnis
- Ziel des Bieterverfahren 2.0
  - Prozessvisualisierung
  - Prozessbeschreibung
    - Einzelschritte
      - Auftrag mit Bieterverfahren
      - Objektaufbereitung
      - Objektpräsentation
      - Open-House/Besichtigungen
      - Erläuterung des Bieterverfahrens
      - Gebotsabgabe
      - Ende der Gebotsfrist
      - Entscheidung: Verkauf
      - Benachrichtigung des Höchstbietenden
      - Entscheidung: Kauf
      - Notartermin

© 2015 inmedia Verlag GmbH Hansaring 1 50670 Köln www.immobilien-profi.de

Ziel des Bieterverfahren 2.0

Im Immobilienverkauf ist das "traditionelle Bieterverfahren" bereits seit einiger Zeit bekannt. Es basiert im Wesentlichen auf dem Prinzip, dass auf ein einzelnes Objekt zeitgleich mehrere Interessenten unabhängig voneinander Kaufgebote abgeben. Es besteht weder eine Mindestgebotspflicht, noch ist der Verkäufer dazu verpflichtet, das Objekt bindend zu einem Höchstgebot verkaufen zu müssen.

Das zu verkaufende Objekt wird vorbereitend für den Verkauf bearbeitet und per Werbekampagne mehrere Wochen beworben, wonach ein einziger Besichtigungstermin in Form eines Open-House erfolgt. Anschließende Folge-Besichtigungen von kaufbereiten Interessenten sind natürlich notwendig und möglich.

Das Bieterverfahren 2.0 nutzt die Vorteile des traditionellen Bieterverfahrens, ergänzt diesen Prozess jedoch um die Komponente der **Zweitpreisauktion**. Der Höchst-Bietetende zahlt also nicht direkt das tatsächlich abgegebene Höchstgebot, sondern den Preis des zweithöchsten Gebotes, gesetzt den Fall der Gebotsannahme durch den Verkäufer.

Das Ziel des Bieterverfahrens 2.0 ist es, in kurzer und überschaubarer Zeit ein Immobilienobjekt zu einem realistischen Marktpreis zu verkaufen.

Prozessvisualisierung und Beschreibung

© 2015 inmedia Verlag GmbH Hansaring 1 50670 Köln www.immobilien-profi.de

Prozessbeschreibung

Auftrag mit Bieterverfahren

Am Anfang des Bieterverfahrens 2.0 steht der Auftrag zur Vermarktung einer Immobilie per Bieterverfahren bzw. in einer Zweitpreis-Auktion.
Bestandteil des Auftrags ist der Hinweis auf den vereinbarten Vermarktungsplan, welcher konkret alle zu erbringenden Leistungen inkl. Bieterverfahren präzise beschreibt.
Er dient einerseits dem Makler als Checkliste der zu erledigenden Aufgaben als auch beim Einkaufsgespräch zur Argumentation des Leistungsumfangs des Auftrages.
Mit der Vertragsunterzeichnung wird auch der Vermarktungsplan bestätigt.

Achten Sie bei der Vertragsgestaltung auf die vereinbarte Laufzeit des Vertrages, wie oft ein Bieterverfahren wiederholt werden kann/soll/muss, und wann das Objekt ggf. bei nicht erfolgreichem Bieterverfahren in eine normale Vermarktung übergehen soll.

Objektaufbereitung

Die Objektaufbereitung erfolgt wie bei der konventionellen Vermarktung. Folgende Ausnahmen und Sonderfälle müssen jedoch beachtet werden:

Mit dem Auftraggeber müssen die Termine für die offene Besichtigung abgestimmt werden,

Es muss klar sein, was verkauft wird. Da eine Kaufverhandlung nicht stattfinden kann, besteht keine Möglichkeit über den Verbleib bzw. Übernahme einer Küch o.ä. zu verhandeln. Der Interessent muss exakt wissen wofür er oder sie bietet.

Fertigen Sie ein Exposé an mit einem entsprechenden Hinweis auf das durchzuführende Bieterverfahren 2.0 durch und dem Termin der Besichtigung bzw. des Open-Houses.

Objektpräsentation

In diesem wichtigen Schritt wird das Objekt per Zeitung, Flyer, Aushang, Internet, Immobilienbörsen, Newsletter, usw. beworben und die Kaufinteressenten/Bieter zu dem Termin des Open-House eingeladen. Führen Sie die im Vermarktungsplan vereinbarten Marketingaktivitäten durch.

Weisen Sie in allen Anzeigen/Werbemitteln auf die Besonderheit des Bieterverfahrens hin..

Stichwort Farming: Nutzen Sie gezielt auch Werbung in der regionalen Nähe des Objektes, um Ihren Bekanntheitsgrad zu steigern und auf Ihre Leistungen hinzuweisen.

© 2015 inmedia Verlag GmbH Hansaring 1 50670 Köln www.immobilien-profi.de

Open-House/Besichtigungen

Führen Sie das Open-House zu dem bestimmten Termin durch. Nutzen Sie zur Vorbereitung und Durchführung Checklisten.

Legen Sie eine Teilnehmerliste aus, in die sich alle Interessenten zu Beginn des Termines eintragen.

Händigen Sie allen Interessenten das Exposé sowie ein Formular zur Abgabe eines Gebotes aus.

Erläuterung des Bieterverfahrens

Geben Sie die Frist zur Abgabe des Gebotes bekannt - fordern Sie die Interessenten auf, innerhalb der Frist ein Gebot abzugeben.

Erläutern Sie die wesentlichen Merkmale des Bieterverfahrens:

- eine Preisvorstellung oder ein Mindestgebot wird weder durch den Verkäufer noch durch den Makler kommuniziert
- das Bieterverfahren ist keine Auktion und auch keine Versteigerung, d.h. der Höchstbietende muss nicht zwingend den Zuschlag erhalten, wenn der Verkäufer nicht einverstanden ist.
- das Objekt wird nicht zum Preis des höchsten Gebotes verkauft, sondern zum Preis des zweithöchsten Gebotes

Gebotsabgabe

Die Kaufinteressenten haben bis zum Ablauf der Gebotsfrist die Möglichkeit, ein (verschlossenes) Gebot beim einbestellten Notar abzugeben. Der Makler sollte sich hier neutral verhalten.

Ende der Gebotsfrist

Nach Ende der Gebotsfrist öffnet der Notar die (versiegelten) Gebote und ermittelt das höchste und das zweithöchste Gebot.

Entscheidung: Verkauf

Der Verkäufer entscheidet, ob er das Objekt zum gebotenen Preis verkauft.

Falls Nein, geht das Objekt wie vereinbart entweder erneut in den Verkaufsprozess bzw. das Bieterverfahren oder es wird “normal” weitervermarktet.

Falls JA, dann folgt der nächste Schritt.

© 2015 inmedia Verlag GmbH Hansaring 1 50670 Köln www.immobilien-profi.de

Benachrichtigung des Höchstbietenden

Der Höchstbietende wird benachrichtigt, dass er das Objekt zum Preis des zweithöchsten Gebotes kaufen kann.

Entscheidung: Kauf

Falls Ja, es entscheidet sich der Bieter für den Kauf des Objektes zum Preis des zweithöchsten Gebotes, dann erfolgt der Prozessschritt “Notartermin”.

Falls Nein, wird das Objekt dem Zweit-Bietenden angeboten, der nun das Objekt zum Preis seines Angebots kaufen kann. Andernfalls durchläuft das Objekt erneut den Vermarktungsprozess samt Bieterverfahren, sofern nicht anders vereinbart.

Notartermin

Der Verkauf der Immobilie wird notariell beurkundet.

Anhang und Verweise

Besonderheit des Bieterverfahrens

Beim so genannten Bieterverfahren 1.0 in der der Höchstbietende seinen Preis schließlich zahlen soll geht man davon aus, dass "echte" Interessenten nicht aktiv bieten. Im Gegenteil sind es meistens nur die "Spaßbieter", die ein erstes, aber sehr niedriges Gebot abgeben.

Aufgabe des Verkäufer ist es hier, den Interessenten im persönlichen Gespräch vorsichtige Gebote zu entlocken. Werden die aktuellen Gebote regelmäßig auf der Homepage und in den Portalen gemeldet entsteht langsam Vertrauen und es springen vielleicht weitere Interessenten auf "den Zug auf".

Das Bieterverfahren 2.0 vermeidet diese Unsicherheit der Interessenten durch die neutrale Rolle des Notars und die Sicherheit, dass niemand zu viel bietet. Die Erfahrung zeigt, dass die Interessenten tatsächlich ans persönliche Limit gehen, denn wer zu vorsichtig bietet, kommt nicht zum Zuge, während derjenige, der "zu hoch" bietet durch das zweithöchste Gebot abgesichert ist.

Weitere Quellen:

Siehe nachfolgende Beiträge aus IMMOBILIEN-PROFI 62

© 2015 inmedia Verlag GmbH Hansaring 1 50670 Köln www.immobilien-profi.de

Wikipedia: Zweitpreisauktion

© 2015 inmedia Verlag GmbH Hansaring 1 50670 Köln www.immobilien-profi.de

Bieterverfahren 2.0 – Interview mit Konstantin Stagge

ZUR PERSON

Konstantin Stagge, Immobilienmakler in Köln, im Video-Interview mit Werner Berghaus. www.qiu-immobilien.de

Konstantin Stagge von Qiu Immobilien aus Köln hat das klassische Bieterverfahren weiterentwickelt und damit mehr Transparenz für Eigentümer und Interessenten geschaffen. Werner Berghaus hat ihn zu dieser innovativen Vermarktungsmethode interviewt.

Werner Berghaus: Wie sind Sie auf das, nennen wir es Bieterverfahren 2.0, gekommen, Herr Stagge?
Konstantin Stagge: Ich war sehr aktiv im Immobilienbereich, habe dort aber immer schon die Schwierigkeiten bei der Preisfindung gesehen. Deswegen habe ich über einen Weg nachgedacht, wie man Immobilien erfolgreicher verkaufen kann.

Vielen Maklern gefällt das konventionelle Bieterverfahren, da sich der Marktpreis ja quasi durch die tatsächliche Nachfrage findet.
Genau diese Verfahren habe ich mir angeschaut und fand deren Grundideen immer gut. Ich selbst wollte eine Immobilie im Bieterverfahren kaufen, aber in der Praxis war es immer sehr frustrierend, weil ich dort nie zum Zuge kam. Ein anderes Problem mit dem konventionellen Bieterverfahren ist, dass der Makler nicht das Vertrauen der Bieter genießt. Und ich allein war auch nicht in der Lage, an diesem Bild des Maklers etwas zu ändern, indem ich verspreche, es anders zu machen. Das überzeugt nicht. Die Frage war: Wie bekomme ich es hin, dass man der ganzen Sache insgesamt mehr Vertrauen schenkt?

Wie sind Sie dann auf die Zweitpreisauktion gekommen?
Zwei Dinge waren in diesem Zusammenhang wichtig: Zum einen sollten die Bieter dazu gebracht werden, ihr tatsächliches Höchstgebot abzugeben. Zum anderen sollte das Verfahren eine klare Zeitvorgabe haben und alle Beteiligten genau wissen, wann das Ganze endet, ohne immer weitere Verzögerungen befürchten zu müssen. Dabei sind wir auf zwei Arten des Bieterverfahrens gestoßen: Erstens das klassische Verfahren, das bei Großimmobilien zum Tragen kommt. Hier werden die drei Höchstbietenden noch einmal aufgefordert, in einer zweiten Bieterrunde ein weiteres Angebot abzugeben. Das verzögert natürlich das Ganze.

Und die wenigsten privaten Käufer haben Lust, sich in einer solchen Extrarunde nochmal ‚hochschaukeln' zu lassen.
Das Problem ist generell, dass die Interessenten äußerst ungern ihren Höchstpreis äußern. Aber genau diese Bereitschaft wollten wir fördern. Und das ist halt schwierig, wenn die Interessenten wissen, dass es noch eine zweite Runde geben wird. Zudem ergeben sich bei solchen Extrarunden immer Abwicklungsprobleme und Unsicherheiten, ob der Verkauf dann auch tatsächlich zustande kommt. Aus diesem Grund haben wir gesagt, machen wir es wie bei Ebay: Dort kann der Bieter gefahrlos sein Höchstgebot abgeben, weil er weiß, dass er nur geringfügig mehr zahlt als der bis dahin Höchstbietende. Und da es bei Immobilien unerheblich ist, ob man jetzt 100 Euro mehr oder weniger bekommt, haben wir gesagt, nehmen wir gleich den zweithöchsten Preis.

Und das, ohne zu wissen, dass Goethe dieses Verfahren vor 200 Jahren entdeckt hat und ohne zu wissen, dass ein bekannter US-amerikanischer Ökonom dafür einen Nobelpreis erhalten hat?
Dass Goethe das schon wusste, war mir neu. Allerdings habe ich mich im Rahmen meines Studiums auch mit der Spieltheorie beschäftigt und bekam auf diesem Wege Kontakt zu Prof. Axel Ockenfels von der Uni Köln, der auch für Ebay in diesem Bereich tätig war. Daher war mir das Zweitpreisverfahren schon bekannt.

Wie vermitteln Sie dieses an sich ja ziemlich logische und stringente Verfahren eigentlich dem Auftraggeber?
Wir sagen, wir ermitteln den Marktpreis, und zwar nicht wie ein Gutachter, der einen fiktiven Wert festlegt, sondern im Marktwertverfahren mit echten Bietern, die ihre tatsächlichen Maximalpreise nennen.

Aber der Auftraggeber bekommt doch letztlich nur den zweitbesten Preis?
Zunächst sagen wir dem Auftraggeber, dass es unser Ziel ist, die höchsten Gebote zu bekommen und damit auch zu wissen, was seine Immobilie wert ist. Und am Ende einer überschaubaren Zeit hat der Auftraggeber tatsächliche, handfeste Gebote vorliegen. Das sind unsere beiden Trümpfe, mit denen wir dieses Verfahren dem Verkäufer schmackhaft machen. Später sagen wir ihm natürlich, dass er tatsächlich den Zweitpreis bekommt, aber dass er gleichzeitig in keinem anderen Verfahren den Höchstpreis erzielen würde. Daher ist dieser zweitbeste Preis nur ein ‚gefühlter'.
Oft haben die Verkäufer ja zu hohe Wunschpreise und werden in Form des Bieterverfahrens durch den Markt selbst zum Marktpreis geführt.

Bei ‚normalen' Verkäufen muss sich der Interessent letzten Endes ja immer entscheiden, ob er den geforderten Preis bezahlen will. Und da sich viele Interessenten nicht trauen, über Nachlässe zu verhandeln, hat das Bieterverfahren hier einen ganz klaren Vorzug.

Diese Schwierigkeit, dem Verkäufer überhöhte Preise auszureden, haben die meisten Makler.
Genau, und dabei ist es doch im Endeffekt unmöglich, den Wert eines Objekts glasklar zu bestimmen. Das kann doch niemand. Denn wenn ich zum Beispiel eine Zweizimmerwohnung in einem bestimmten Stadtteil verkaufen will, dann müsste ich doch theoretisch alle anderen Wohnungen dieser Kategorie kennen und bewerten, um einen Vergleichsmaßstab zu haben. Der Einzige, der das kann, ist der Käufer! Denn keiner kennt die Markt- und Preislage im jeweiligen Segment besser als er. Der ist dann auch in der Lage, den absoluten Wert dieser Immobilie zu ermitteln.
Das Faszinierende ist, dass wir bei unseren Bieterverfahren sehr eng beieinanderliegen mit den Geboten. Das ist ein eindeutiges Indiz dafür, dass sich auf dieser Grundlage der reale Marktwert herauskristallisiert. Und das sieht auch der Verkäufer.

Das zeigt sich also auch in Ihrer alltäglichen Verkaufspraxis?
Ja, eindeutig. Bei unserem letzten Verfahren lagen die höchsten drei Gebote zweimal bei 150000 Euro und einmal bei 147500 Euro.

Was machen Sie denn, wenn es zwei Gebote in Höhe von 150000 Euro gibt? Wer bekommt den Zuschlag?
Da in einem solchen Verfahren keiner mehr nachlegt – die Leute haben ja bereits ihr absolutes Höchstgebot abgegeben –, entschied sich dieses Bieterverfahren schließlich durch die Finanzierung und Abwicklung der Transaktion.

Also kann auch nicht mehr über einzelne Objekte nachverhandelt werden, zum Beispiel über eine Küchenübernahme?

Küchen sind immer ein riesiges Problem, da hier naturgemäß die Vorstellungen, was eine solche nach etlichen Jahren noch wert ist, weit auseinanderklaffen. Wir sagen dem Eigentümer ganz klar, dass er sie entweder drin lassen soll, dann erfolgt die Angebotsabgabe unter Einbeziehung der Küche, oder er soll einen Preis nennen, den er dafür noch erzielen will. Im Gespräch reduziert sich die Forderung dann oft deutlich. So sparen wir uns zeit- und nervenraubende Nachverhandlungen.

Also bevor das erste Angebot abgegeben wird, müssen diese Sachen alle abschließend verhandelt und klar benannt sein?
Ja, wobei wir feststellen, dass viele die Küche drinlassen und mitverkaufen wollen. Wir geben aber dem Eigentümer anfangs immer die Möglichkeit, einen separaten Verkauf der Küche im Exposé anzubieten.

Selbst wenn der erzielte Preis niedriger ist, als es sich der Verkäufer vorgestellt hatte, ist er meistens doch froh, den Verkauf in relativ kurzer Zeit hinter sich gebracht zu haben.

Wie stellen Sie das Bieterverfahren denn den Interessenten vor?
Erst einmal sagen wir, dass es ein ganz normaler Verkauf ist. Nur eben mit dem Unterschied, dass die Interessenten hier keinen fiktiven Preis vorgesetzt bekommen. Am Anfang gibt es eine Open House-Veranstaltung, damit sich die Leute alles anschauen können. Danach sind weitere Besichtigungen möglich. Und wir verteilen vollständige Unterlagen. Bei ‚normalen' Verkäufen muss sich der Interessent letzten Endes ja auch immer entscheiden, ob er den geforderten Preis bezahlen will. Und da sich viele Interessenten nicht trauen, über Nachlässe zu verhandeln, hat das Bieterverfahren hier einen ganz klaren Vorzug.

Also schrecken Sie mit diesem Verfahren keine Interessenten ab?
Nein, das hängt ja auch mit der Attraktivität der Wohnung zusammen. Und zum anderen werden beim klassischen Verkauf eventuell auch viele Interessenten abgeschreckt, weil sie den als zu hoch empfundenen Preis nicht akzeptieren und auch nicht verhandeln wollen. Im Übrigen haben wir es mit unserem Verfahren geschafft, Angebote für Objekte zu bekommen, die über ein Jahr kein einziges Angebot bekommen hatten und für die sich scheinbar keiner interessiert hatte.

Wie lange ist die Frist zwischen der Erstbesichtigung und dem Ende der Abgabefrist für die Gebote?
Das sind in etwa zwei Monate, wobei saisonale Einflüsse wie Weihnachten, Sommerferien aber auch die Karnevalszeit schon mal zu Verlängerungen führen.

Die Gebote gehen dann bei einem Kölner Notar ein und dieser überwacht den korrekten Ablauf?
Genau, es gibt zwar einen Stichtag, aber wenn einer sagt, dass er ein Gebot abgegeben hat, das aber noch unterwegs ist, ist das auch kein Problem. Wenn alle anvisierten Gebote eingetroffen sind, öffnet der Notar die entsprechenden Umschläge. Dann gibt uns der Notar die Namen der Bieter, das Höchstgebot und das zweithöchste Gebot bekannt.

Und wer informiert den glücklichen Gewinner?
Das machen wir.

Und da hat dann keiner Angst, dass da geschummelt wurde?
Nein, also wir haben auch ein Formular vom Notar, in das er die Gebote einträgt. Aber in der Praxis interessiert das den Interessenten wenig, denn er freut sich ja, dass er den Zuschlag bekommen und die Auktion gewonnen hat. Im Endeffekt haben wir immer zwei Leute, die sich freuen: Zum einen der Verkäufer, der seine Immobilie zu einem oftmals sehr guten Preis verkauft hat und zum anderen der Käufer, der den Zuschlag bekommt und sogar noch etwas weniger zahlen muss, als er ursprünglich bereit war zu zahlen. Und so gehen beide Parteien freudestrahlend zum Notar. Und schließlich haben wir das gute Gefühl, zum tatsächlichen Marktpreis verkauft zu haben. Selbst wenn der erzielte Preis niedriger ist, als es sich der Verkäufer vorgestellt hatte, ist er meistens doch froh, den Verkauf in relativ kurzer Zeit hinter sich gebracht zu haben. Nicht zuletzt deswegen, weil er ja schwarz auf weiß sieht, dass nicht mehr drin war.

Also geht es auch noch einmal deutlich schneller als beim klassischen Verkauf, wo es oft mehr als ein halbes Jahr oder gar ein Jahr dauern kann.
Ganz genau. Von der Erstbesichtigung bis zum Ende der Angebotsfrist vergehen höchstens drei Monate. Und das schönste an dieser Art des Bieterverfahrens ist, dass wir Interessenten haben, die positiv an das Objekt herangehen, die das Objekt auch wirklich haben wollen und dafür bereit sind, ihr Höchstgebot abzugeben.

Herr Stagge, ich bedanke mich für das Interview.

und sich auch auf der Makler-Homepage über den Stand der Vermarktung erkundigen können.
Doch nun wird ein zweites Problem erkennbar: Der Makler übermittelt zwar die Information über das aktuelle Gebot, er genießt aber nicht das Vertrauen der Bieter. Denn der Makler tritt als Agent des Verkäufers auf. Er macht zwar deutlich, dass er über den Zielpreis des Eigentümers keine Kenntnis hat, ob man es ihm glaubt, bleibt jedoch dahingestellt.
Dies macht sich besonders in der Endphase eines Bieterverfahrens bemerkbar. Findet sich auf der Maklerhomepage beispielsweise ein aktueller Höchstpreis von 200.000 Euro und empfinden auch die Bieter diesen Preis als marktgerecht, werden sich viele fragen, ob es dieses vermeintliche Höchstgebot überhaupt gibt und warum der Eigentümer diesem Preis nicht zustimmt. Makler und Eigentümer geraten in den Verdacht, gemeinsam zu pokern, um einen noch höheren Preis zu erzielen.

Was würde Goethe tun?

Wäre Goethe Immobilienmakler gewesen, hätte er das beschriebene Bieterverfahren entscheidend abgeändert. Wie anfangs beschrieben, kommt es aufgrund des Informationsdefizits der Bieter bzw. der anderen Mitspieler nicht zu einem echten Höchstgebot. Goethes Verleger Vieweg hätte niemals sein Höchstgebot preisgegeben, hätte er nicht die Sicherheit gehabt, nur den zweithöchsten Preis zu zahlen. Der zweithöchste Preis lag derweil in Form eines verschlossenen Umschlags auf dem Tisch.
Als Immobilienmakler hätte Goethe ebenfalls eine Situation geschaffen, die so konstruiert ist, dass sie den Bietern einen Anreiz gibt, dem neutralen Auktionator ihre wahre Zahlungsbereitschaft darzulegen. Dabei würde man nicht dafür „bestraft“, diesen Preis auch tatsächlich zahlen zu müssen. Auch fehlt das Motiv, mehr oder weniger als die wahre Zahlungsbereitschaft anzuzeigen: Bietet man weniger, sinken die Chance auf den Zuschlag. Bietet man aber einen „Mondpreis“, geht man das Risiko ein, dass der zweithöchste Preis dann über der eigenen Zahlungsbereitschaft liegt – und man mehr zahlen muss, als einem das Objekt wert ist.

Auf die Immobilienbranche übertragen

Konkret hätte „Goethe Immobilien“ die Vermarktung von Wohnimmobilen so durchgeführt:

1. Die Immobilie wird wie gewohnt im Bieterverfahren angeboten.
2. In der ersten Runde können sich Interessenten in Form einer offenen Besichtigung über das Angebot informieren. Es wird, im Gegensatz zum gewohnten Bieterverfahren, eine Gebotsfrist mitgeteilt.
3. Denjenigen, die Interesse an der Immobilie haben, bietet der Makler eine zweite oder dritte Besichtigung an und stellt ausreichend Informationen zum Objekt zur Verfügung.
4. Die Interessenten geben ihre Gebote in schriftlicher Form bei einem Notar ab. Der Notar ist an dieser Stelle von entscheidender Bedeutung, weil er, wie oben gefordert, wirklich neutral ist. Würde der Makler die Gebote entgegennehmen, müssten die Interessenten befürchten, dass bei der Ermittlung des Endpreises manipuliert wird. Wie oben beschrieben, ist der Makler schließlich der Agent des Eigentümers. Damit ist er im Sinne des Bieterverfahrens nicht neutral und aus Sicht der Teilnehmer nicht vertrauenswürdig.
5. Der Notar sammelt bis zum Ende der Gebotsfrist alle Angebote ein und ermittelt das Höchstgebot und ebenso das zweithöchste Angebot.
6. Der Eigentümer muss entscheiden, ob er sich auf Basis des zweithöchsten Gebots von der Immobilie trennen will.
7. Stimmt der Eigentümer zu, erhält der Höchstbietende nun den Zuschlag auf Basis des Zweitgebots. Er muss also nur den Preis des Zweitbietenden zahlen, obwohl er selber mehr bezahlt hätte.

Kauf und Reue

Der Höchstbietende wird nun vom Notar oder Makler darüber informiert, dass er den Zuschlag erhalten hat und zu welchem Preis er die Immobilie erwerben kann. Da das Gebot nicht bindend ist, besteht nun zwar die latente Gefahr, dass der potenzielle Käufer von seinem Angebot zurücktritt, dies ist aber wenig wahrscheinlich.
Denn der Höchstbietende hat sich mit dem Objekt lange beschäftigt und ein Angebot gemacht, das erfolgreich war. Zahlen muss er nur den Preis des Zweitbietenden. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein solcher Bieter ausfällt, ist unter diesen Voraussetzungen eher gering. Sollte dieser Fall trotzdem eintreten, steht der Zweitbietende zum gleichen Kaufpreis bereit.

Vor- und Nachteile

Die Beschäftigung mit der Spieltheorie, insbesondere die Betrachtung der vorhandenen Informationsdefizite bei allen Beteiligten zeigt, wo das konventionelle Bieterverfahren Schwächen aufweist und wie man darauf reagieren kann.
Die Zweitpreisauktion hält möglicherweise das, was sich viele vom Bieterverfahren versprochen haben, nämlich, sich nicht den Mühen des Verkaufens aussetzen zu müssen. Als problematisch könnte es sich aber erweisen, die Zweitpreisauktion dem Auftraggeber schmackhaft zu machen: Denn mancher Eigentümer wird sich fragen, warum er nur zum zweithöchsten Preis verkaufen soll, wenn doch noch ein höheres Angebot für seine Immobilie vorliegt. (Siehe auch Interview mit Makler Konstantin Stagge von Qiu Immobilien in Köln, Seite 20.)

Bieterverfahren 2.0 – Interview mit Konstantin Stagge

ZUR PERSON

Konstantin Stagge, Immobilienmakler in Köln, im Video-Interview mit Werner Berghaus. www.qiu-immobilien.de

Konstantin Stagge von Qiu Immobilien aus Köln hat das klassische Bieterverfahren weiterentwickelt und damit mehr Transparenz für Eigentümer und Interessenten geschaffen. Werner Berghaus hat ihn zu dieser innovativen Vermarktungsmethode interviewt.

Werner Berghaus: Wie sind Sie auf das, nennen wir es Bieterverfahren 2.0, gekommen, Herr Stagge?
Konstantin Stagge: Ich war sehr aktiv im Immobilienbereich, habe dort aber immer schon die Schwierigkeiten bei der Preisfindung gesehen. Deswegen habe ich über einen Weg nachgedacht, wie man Immobilien erfolgreicher verkaufen kann.

Vielen Maklern gefällt das konventionelle Bieterverfahren, da sich der Marktpreis ja quasi durch die tatsächliche Nachfrage findet.
Genau diese Verfahren habe ich mir angeschaut und fand deren Grundideen immer gut. Ich selbst wollte eine Immobilie im Bieterverfahren kaufen, aber in der Praxis war es immer sehr frustrierend, weil ich dort nie zum Zuge kam. Ein anderes Problem mit dem konventionellen Bieterverfahren ist, dass der Makler nicht das Vertrauen der Bieter genießt. Und ich allein war auch nicht in der Lage, an diesem Bild des Maklers etwas zu ändern, indem ich verspreche, es anders zu machen. Das überzeugt nicht. Die Frage war: Wie bekomme ich es hin, dass man der ganzen Sache insgesamt mehr Vertrauen schenkt?

Wie sind Sie dann auf die Zweitpreisauktion gekommen?
Zwei Dinge waren in diesem Zusammenhang wichtig: Zum einen sollten die Bieter dazu gebracht werden, ihr tatsächliches Höchstgebot abzugeben. Zum anderen sollte das Verfahren eine klare Zeitvorgabe haben und alle Beteiligten genau wissen, wann das Ganze endet, ohne immer weitere Verzögerungen befürchten zu müssen. Dabei sind wir auf zwei Arten des Bieterverfahrens gestoßen: Erstens das klassische Verfahren, das bei Großimmobilien zum Tragen kommt. Hier werden die drei Höchstbietenden noch einmal aufgefordert, in einer zweiten Bieterrunde ein weiteres Angebot abzugeben. Das verzögert natürlich das Ganze.

Und die wenigsten privaten Käufer haben Lust, sich in einer solchen Extrarunde nochmal ‚hochschaukeln' zu lassen.
Das Problem ist generell, dass die Interessenten äußerst ungern ihren Höchstpreis äußern. Aber genau diese Bereitschaft wollten wir fördern. Und das ist halt schwierig, wenn die Interessenten wissen, dass es noch eine zweite Runde geben wird. Zudem ergeben sich bei solchen Extrarunden immer Abwicklungsprobleme und Unsicherheiten, ob der Verkauf dann auch tatsächlich zustande kommt. Aus diesem Grund haben wir gesagt, machen wir es wie bei Ebay: Dort kann der Bieter gefahrlos sein Höchstgebot abgeben, weil er weiß, dass er nur geringfügig mehr zahlt als der bis dahin Höchstbietende. Und da es bei Immobilien unerheblich ist, ob man jetzt 100 Euro mehr oder weniger bekommt, haben wir gesagt, nehmen wir gleich den zweithöchsten Preis.

Und das, ohne zu wissen, dass Goethe dieses Verfahren vor 200 Jahren entdeckt hat und ohne zu wissen, dass ein bekannter US-amerikanischer Ökonom dafür einen Nobelpreis erhalten hat?
Dass Goethe das schon wusste, war mir neu. Allerdings habe ich mich im Rahmen meines Studiums auch mit der Spieltheorie beschäftigt und bekam auf diesem Wege Kontakt zu Prof. Axel Ockenfels von der Uni Köln, der auch für Ebay in diesem Bereich tätig war. Daher war mir das Zweitpreisverfahren schon bekannt.

Wie vermitteln Sie dieses an sich ja ziemlich logische und stringente Verfahren eigentlich dem Auftraggeber?
Wir sagen, wir ermitteln den Marktpreis, und zwar nicht wie ein Gutachter, der einen fiktiven Wert festlegt, sondern im Marktwertverfahren mit echten Bietern, die ihre tatsächlichen Maximalpreise nennen.

Aber der Auftraggeber bekommt doch letztlich nur den zweitbesten Preis?
Zunächst sagen wir dem Auftraggeber, dass es unser Ziel ist, die höchsten Gebote zu bekommen und damit auch zu wissen, was seine Immobilie wert ist. Und am Ende einer überschaubaren Zeit hat der Auftraggeber tatsächliche, handfeste Gebote vorliegen. Das sind unsere beiden Trümpfe, mit denen wir dieses Verfahren dem Verkäufer schmackhaft machen. Später sagen wir ihm natürlich, dass er tatsächlich den Zweitpreis bekommt, aber dass er gleichzeitig in keinem anderen Verfahren den Höchstpreis erzielen würde. Daher ist dieser zweitbeste Preis nur ein ‚gefühlter'.
Oft haben die Verkäufer ja zu hohe Wunschpreise und werden in Form des Bieterverfahrens durch den Markt selbst zum Marktpreis geführt.

Bei ‚normalen' Verkäufen muss sich der Interessent letzten Endes ja immer entscheiden, ob er den geforderten Preis bezahlen will. Und da sich viele Interessenten nicht trauen, über Nachlässe zu verhandeln, hat das Bieterverfahren hier einen ganz klaren Vorzug.

Diese Schwierigkeit, dem Verkäufer überhöhte Preise auszureden, haben die meisten Makler.
Genau, und dabei ist es doch im Endeffekt unmöglich, den Wert eines Objekts glasklar zu bestimmen. Das kann doch niemand. Denn wenn ich zum Beispiel eine Zweizimmerwohnung in einem bestimmten Stadtteil verkaufen will, dann müsste ich doch theoretisch alle anderen Wohnungen dieser Kategorie kennen und bewerten, um einen Vergleichsmaßstab zu haben. Der Einzige, der das kann, ist der Käufer! Denn keiner kennt die Markt- und Preislage im jeweiligen Segment besser als er. Der ist dann auch in der Lage, den absoluten Wert dieser Immobilie zu ermitteln.
Das Faszinierende ist, dass wir bei unseren Bieterverfahren sehr eng beieinanderliegen mit den Geboten. Das ist ein eindeutiges Indiz dafür, dass sich auf dieser Grundlage der reale Marktwert herauskristallisiert. Und das sieht auch der Verkäufer.

Das zeigt sich also auch in Ihrer alltäglichen Verkaufspraxis?
Ja, eindeutig. Bei unserem letzten Verfahren lagen die höchsten drei Gebote zweimal bei 150000 Euro und einmal bei 147500 Euro.

Was machen Sie denn, wenn es zwei Gebote in Höhe von 150000 Euro gibt? Wer bekommt den Zuschlag?
Da in einem solchen Verfahren keiner mehr nachlegt – die Leute haben ja bereits ihr absolutes Höchstgebot abgegeben –, entschied sich dieses Bieterverfahren schließlich durch die Finanzierung und Abwicklung der Transaktion.

Also kann auch nicht mehr über einzelne Objekte nachverhandelt werden, zum Beispiel über eine Küchenübernahme?

Küchen sind immer ein riesiges Problem, da hier naturgemäß die Vorstellungen, was eine solche nach etlichen Jahren noch wert ist, weit auseinanderklaffen. Wir sagen dem Eigentümer ganz klar, dass er sie entweder drin lassen soll, dann erfolgt die Angebotsabgabe unter Einbeziehung der Küche, oder er soll einen Preis nennen, den er dafür noch erzielen will. Im Gespräch reduziert sich die Forderung dann oft deutlich. So sparen wir uns zeit- und nervenraubende Nachverhandlungen.

Also bevor das erste Angebot abgegeben wird, müssen diese Sachen alle abschließend verhandelt und klar benannt sein?
Ja, wobei wir feststellen, dass viele die Küche drinlassen und mitverkaufen wollen. Wir geben aber dem Eigentümer anfangs immer die Möglichkeit, einen separaten Verkauf der Küche im Exposé anzubieten.

Selbst wenn der erzielte Preis niedriger ist, als es sich der Verkäufer vorgestellt hatte, ist er meistens doch froh, den Verkauf in relativ kurzer Zeit hinter sich gebracht zu haben.

Wie stellen Sie das Bieterverfahren denn den Interessenten vor?
Erst einmal sagen wir, dass es ein ganz normaler Verkauf ist. Nur eben mit dem Unterschied, dass die Interessenten hier keinen fiktiven Preis vorgesetzt bekommen. Am Anfang gibt es eine Open House-Veranstaltung, damit sich die Leute alles anschauen können. Danach sind weitere Besichtigungen möglich. Und wir verteilen vollständige Unterlagen. Bei ‚normalen' Verkäufen muss sich der Interessent letzten Endes ja auch immer entscheiden, ob er den geforderten Preis bezahlen will. Und da sich viele Interessenten nicht trauen, über Nachlässe zu verhandeln, hat das Bieterverfahren hier einen ganz klaren Vorzug.

Also schrecken Sie mit diesem Verfahren keine Interessenten ab?
Nein, das hängt ja auch mit der Attraktivität der Wohnung zusammen. Und zum anderen werden beim klassischen Verkauf eventuell auch viele Interessenten abgeschreckt, weil sie den als zu hoch empfundenen Preis nicht akzeptieren und auch nicht verhandeln wollen. Im Übrigen haben wir es mit unserem Verfahren geschafft, Angebote für Objekte zu bekommen, die über ein Jahr kein einziges Angebot bekommen hatten und für die sich scheinbar keiner interessiert hatte.

Wie lange ist die Frist zwischen der Erstbesichtigung und dem Ende der Abgabefrist für die Gebote?
Das sind in etwa zwei Monate, wobei saisonale Einflüsse wie Weihnachten, Sommerferien aber auch die Karnevalszeit schon mal zu Verlängerungen führen.

Die Gebote gehen dann bei einem Kölner Notar ein und dieser überwacht den korrekten Ablauf?
Genau, es gibt zwar einen Stichtag, aber wenn einer sagt, dass er ein Gebot abgegeben hat, das aber noch unterwegs ist, ist das auch kein Problem. Wenn alle anvisierten Gebote eingetroffen sind, öffnet der Notar die entsprechenden Umschläge. Dann gibt uns der Notar die Namen der Bieter, das Höchstgebot und das zweithöchste Gebot bekannt.

Und wer informiert den glücklichen Gewinner?
Das machen wir.

Und da hat dann keiner Angst, dass da geschummelt wurde?
Nein, also wir haben auch ein Formular vom Notar, in das er die Gebote einträgt. Aber in der Praxis interessiert das den Interessenten wenig, denn er freut sich ja, dass er den Zuschlag bekommen und die Auktion gewonnen hat. Im Endeffekt haben wir immer zwei Leute, die sich freuen: Zum einen der Verkäufer, der seine Immobilie zu einem oftmals sehr guten Preis verkauft hat und zum anderen der Käufer, der den Zuschlag bekommt und sogar noch etwas weniger zahlen muss, als er ursprünglich bereit war zu zahlen. Und so gehen beide Parteien freudestrahlend zum Notar. Und schließlich haben wir das gute Gefühl, zum tatsächlichen Marktpreis verkauft zu haben. Selbst wenn der erzielte Preis niedriger ist, als es sich der Verkäufer vorgestellt hatte, ist er meistens doch froh, den Verkauf in relativ kurzer Zeit hinter sich gebracht zu haben. Nicht zuletzt deswegen, weil er ja schwarz auf weiß sieht, dass nicht mehr drin war.

Also geht es auch noch einmal deutlich schneller als beim klassischen Verkauf, wo es oft mehr als ein halbes Jahr oder gar ein Jahr dauern kann.
Ganz genau. Von der Erstbesichtigung bis zum Ende der Angebotsfrist vergehen höchstens drei Monate. Und das schönste an dieser Art des Bieterverfahrens ist, dass wir Interessenten haben, die positiv an das Objekt herangehen, die das Objekt auch wirklich haben wollen und dafür bereit sind, ihr Höchstgebot abzugeben.

Herr Stagge, ich bedanke mich für das Interview.

Deutschlands erster Online-Makler

Kann man Alleinaufträge online akquirieren? Ist der persönliche Kontakt zum Eigentümer nicht unverzichtbar? ImCheck24 will das Gegenteil beweisen.

3-2-1... und das Haus ist meins: Das Bieterverfahren beim Immobilienverkauf ist nichts Neues mehr. Den besten Preis ermitteln und das ohne Verkaufsverpflichtung – die Firma ImCheck24 aus Köln mit Geschäftsführer Nikolai Roth bietet diese Leistung verkaufswilligen Eigentümern an. Und der Service geht noch weiter: Eine kostenlose Bewertung der Immobilie vor Ort durch eine unabhängige Sachverständigenorganisation, die Erstellung eines professionellen und verkaufsfördernden Exposees sowie die Vermarktung der Immobilie auf zahlreichen Immobilienportalen sind weitere Bestandteile des Leistungspaketes. Und die Provisionshöhe für den Käufer liegt bei nur 3,45 Prozent (2,9 Prozent netto). Aber was macht ImCheck24 anders als andere Makler? Ein Ladenlokal suchen Sie vergeblich. Denn die Firma existiert nur online.

Die Alleinaufträge werden ausschließlich über das Kontaktformular der Homepage www.imcheck24.de, über gängige Social-Media-Kanäle und über den Customer-Support akquiriert, der über eine kostenlose bundesweite Hotline zu erreichen ist. Da Eigentümer eher älter und weniger internetaffin sind, lässt dies jedoch einige Zweifel aufkommen. Auch Roth war anfangs skeptisch: „Bereits zu Beginn dieses Projektes haben mir mehrere Makler gesagt, dass ich einen Alleinauftrag über das Internet, ohne direkten Kontakt zum Eigentümer, sofort vergessen kann."

Die Homepage weist Eigentümern den Weg.

Dies hielt ihn jedoch nicht davon ab, die Akquise doch anders zu gestalten. Nach einem Telefonat mit der Hotline und dem dadurch geweckten Interesse werden dem Eigentümer anschließend der Maklerauftrag in doppelter Ausführung sowie weiteres Informationsmaterial zugeschickt. In dem Augenblick, wo der Auftrag erteilt wird, folgt der zweite Prozessschritt, die Bewertung der Immobilie. In Zusammenarbeit mit der Sprengnetter Immobilienbewertung werden bundesweit Gutachter mit der Prüfung vor Ort beauftragt. Die daraus resultierenden Daten werden automatisch bei ImCheck24 ins System eingespeist und zusammen mit verkaufsfördernden Texten sowie den vom Gutachter erstellten Objektfotos zu einem kompletten Exposee zusammengefügt. „Wir optimieren zudem die eingegangen Fotos und die Grundrisse und erstellen 3D-Modelle", ergänzt Roth. Danach kann die Vermarktung starten.

Das anschließende Anfragenmanagement und die Koordinierung der Besichtigungstermine werden ebenfalls über ImCheck24 abgewickelt. Aber spätestens mit dem ersten „Offlinekontakt", also der Besichtigung vor Ort, sollte das Online-Projekt Probleme mit der Umsetzung bekommen. Doch auch hier konnte Roth eine Lösung finden: „Zu den Terminen schicken wir einen Makler aus unserem Maklernetzwerk. Damit können wir vor Ort die Interessenten durch die Immobilie führen und die letzten Fragen zum Objekt beantworten." Zu diesem Zweck erhält jeder „Besichtigungsmakler" vorher ein kurzes Briefing mit dem Exposee, dem Gutachten und den Hintergrundinformationen zu den Verkäufern, z.B. dem Grund des Verkaufs. Abrechnen wird der Makler ein Stundenhonorar und erhält später eine geringe Provisionsbeteiligung im Erfolgsfall.

Nikolai Roth (rechts)
im Gespräch mit Werner Berghaus

„Ich bin jetzt zwei Monate am Markt, wir haben mittlerweile 20 Alleinaufträge ausschließlich über das Web generiert und die erste Immobilie ist schon verkauft."

Jeder Kaufinteressent bekommt beim Termin einen Interessentenbogen ausgehändigt und kann bei Kaufinteresse mit den darin enthaltenen Log-in-Daten beim letzten Prozessschritt, dem Online-Bieterverfahren, sein Angebot abgeben. Dieses findet in der Regel zwei Wochen nach dem letzten Besichtigungstermin und dann meistens sonntags von 15 bis 17 Uhr statt. Das „Bankenpäckchen", das zusätzlich beim Termin an die Interessenten ausgehändigt wurde, hilft bis dahin, die passende Finanzierung zu organisieren. Und dann kann es losgehen.

„Zwei Stunden lang hat jeder die Möglichkeit, ein Gebot abzugeben. Die Leute können sich dabei überbieten, theoretisch aber auch ein niedrigeres Gebot abgeben", erklärt Roth. Denn am Ende des Bieterverfahrens „kann sich der Eigentümer den Kaufinteressenten aussuchen – und das muss nicht der Höchstbietende sein." Sollte um 16:59 Uhr noch ein Angebot eingehen, verlängert sich die Endzeit auf 17:01 Uhr und bei jedem weiteren Gebot wieder um zwei Minuten. Die Interessenten haben dann noch einmal die Möglichkeit, innerhalb dieser zwei Minuten ihr Gebot anzupassen.
Erste Erfolge kann Geschäftsführer Nikolai Roth bereits verzeichnen: „Ich bin jetzt zwei Monate am Markt, wir haben mittlerweile 20 Alleinaufträge ausschließlich über das Web generiert und die erste Immobilie ist schon verkauft." Ein starker Einstieg für eine junge Firma und ein neues Konzept, das wir weiter beobachten werden. ■

Marco Stoffel

ALS MARKTWERT-MAKLER®
ZU MEHR ERFOLG

SPRENGNETTER
Immobilienbewertung

Profitieren Sie von:

- mehr Erfolg in der Eigentümer-Akquise
  Sie überzeugen Ihre Kunden durch fundierte Bewertungskompetenz
- mehr Erfolg in der Objekt-Vermarktung
  Sie ermitteln nachvollziehbare Marktwerte, reduzieren Preisdiskussionen und verringern die Vermarktungsdauer
- Image-Steigerung
  Sie positionieren sich als Immobilien-Experte indem Sie Ihren Kunden Preis- und Markttransparenz bieten

Jetzt zum 3-Tages-Workshop mit 100% Praxisbezug anmelden:

- 18. - 20.02.2014 Dortmund
- 15. - 17.04.2014 Stuttgart
- 24. - 26.06.2014 Berlin
- 17. - 19.09.2014 München
- 28. - 30.10.2014 Hamburg

Mehr Infos zum Workshop unter: **www.sprengnetter.de/mwm** oder direkt beim **IMMOBILIENPROFI** telefonisch unter **0221 16 80 71 - 0** anmelden und 200,- € sparen.