

IMMOBILIENPROFI

kompakt

Alles für den schönsten Beruf

ONLINE-MARKETING:

In die Irre geführt?

Seite 1+4

TECHNIK:

Das Kommunikations-Team fürs Büro

Seite 4

ANDERE LÄNDER, ANDERE MAKLER:

Kenia als Investmentstandort

Seite 6

In die Irre geführt?

Beim Meeting 2021 (siehe Beitrag rechts) stellt Referent Jan Kricheldorf interessantes Zahlenmaterial zum Online-Marketing vor. So betrachtet er die Google-Suchanfrage „Haus verkaufen“ und demonstriert mit einer Analyse-Software, dass die Anfrage in Deutschland und im Oktober 2021 ganze 8.700 mal gestellt und dann auch etwa 7.500 mal geklickt wurde. So selten wie diese Abfrage also geklickt wird, so begehrt ist sie bei Unternehmen, die Suchmaschinen-Werbung betreiben. Die Kosten für einen Klick belaufen sich durch hohen Wettbewerb auf knapp 18 Euro.

Wie sieht es dann mit „Immobilien bewerten“ aus? Das sollte doch auch eine Frage sein, die alle Eigentümer vor dem Hausverkauf bewegt. Doch siehe da, das Suchvolumen fällt mit etwa 3.600 Anfragen noch dürrtiger aus. Trotzdem balgen sich alle Leadfischer um diese Anfragen und treiben die Kickpreise (CPC, Cost per Click) auf astronomische 24,80 Euro.

Grenzt man die Frage dann auf „Immobilie bewerten Köln“ ein, sind es nur 40 Anfragen, und damit exakt so viele, wie man es in der Millionenstadt anteilig erwartet. Aber trotzdem ist jemand bereit, in einen Klick auf die obige Suchanfrage fast 25 Euro zu investieren. Mit welchem Ergebnis wäre da zu rechnen? Kricheldorf präsentiert dazu drei Beispiele:

Suchmaschinenwerbung (SEA, Search Engine Advertising) in einer Millionenstadt mit 1.000.000 Einwohnern: Kosten für die Werbung bei Google und Facebook: ca. 5.000 Euro,

Klicks bei Google und Facebook gesamt: 8.500. Davon wurden 300 Klicker zu einem Bewertungstool geführt (3,5 Prozent). 115 Personen haben dann teilweise ihre Daten eingegeben, während nur 70 Interessierte diese Online-Wertermittlung absendeten, was schließlich zu einem einzigen Auftrag führte.



Werner Berghaus
Herausgeber Immobilien-Profi
berghaus@inmedia-verlag.de

Auf Seite 6 folgen
weitere Ergebnisse >

NACHBERICHT MEETING 2021

MEETING 21: Willkommen zurück

Bernhard Hoffmann

Schlankere Prozesse, schnellere Interessenqualifizierung, zielführendere Preisverhandlungen mit Eigentümern. Und nicht zu vergessen der Dauerbrenner Objekt-Akquise. Das waren die beherrschenden Themen beim MEETING 21 des IMMOBILIEN-PROFI am 22. und 23. Oktober in Köln.

Neben Experten waren als Co-Referenten Praktiker auf der Bühne, die berichteten, wie sie neue Prozesse oder Managementtools in ihrer Firma umsetzen. Dazu zählte das Leibrenten-Modell, ein Unternehmerhandbuch oder wie es Maklerinnen und Maklern gelingt bei gleichen Umsätzen nur noch vier Tage die Woche zu arbeiten.

Nach einem Jahr coronabedingter Zwangspause waren alle Teilnehmer, Referenten sowie die Vertreter der 17 Aussteller froh, sich wieder leibhaftig in der Domstadt treffen zu können. In gewohnter Manier war die Veranstaltung bereits Wochen vorher ausgebucht – bevor die Agenda veröffentlicht wurde.

Dass das Akquise-Thema weiter hochgehalten werden muss, liegt auch daran, dass mit der neuen gesetzlich geregelten Provisionsenteilung in manchen Gegenden die Zahl der

weiter auf Seite 2 >



Privatverkäufe stark anstiegen und somit mehr Geschäft an Maklern vorbei geht, wie Referent Jan Kricheldorf berichtete. Insbesondere in Regionen, die vorher nur eine Käuferprovision kannten, überlegen es sich mehr Eigentümer ihre Immobilie selbst zu verkaufen. Das belegen Umfragen und die Analysedaten von Portalen.

Damit nicht genug: ein großes Thema war zudem die wachsende Bedeutung der Hybridmakler wie McMakler, Maklaro und Homeday. Diese haben während der Pandemie dank ihres webbasierten Geschäftsmodells Boden gewonnen: Oft

gelingt es ihnen besser, dank SEO- und SEA-Technik Leads zu generieren und mit Content Eigentümer auf ihrer Webseite zu halten. Ein Argument ist ihnen allerdings abhanden gekommen: Das Arbeiten mit einer reinen Käuferprovision. Wir erinnern uns an die TV-Werbung von Homeday mit dem Schlagwort „Provisionsschmerz“.

Dass diese Proptechs auch nur mit Wasser kochen und sich lokale Makler nicht hinter ihnen verstecken müssen, erläuterte Referent Florentino Trezek, CEO & Co-Founder von Ogulo. Er gab einen kurzweiligen Überblick über ihre Arbeitsweise, ihr

| MAKELN 21 | EGW | AGW | LEB | MGM | FHG | MKT | FIN |
|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Strategien | • | • | • | • | • | • | • |
| Prozesse | • | • | • | • | • | • | • |
| Tools / Vorlagen | • | • | • | • | • | • | • |
| Kennziffern | • | • | • | • | • | • | • |
| Definitionen | • | • | • | • | • | • | • |

MAKELN 21 – DIE MATRIX

beschreibt Maklerunternehmen mittels sieben Geschäftsbereichen. Eigentümer-Gewinnung (EGW), die 1:n-Akquise, Auftragsgewinnung (AGW), die 1:1-Akquiseverhandlung, Leistungserbringung (LEB), die Vermarktung im Auftrag, sowie Management (MGM), Führung (FHG), Marketing (MKT) und Finanzen (FIN). Alle Beiträge sind entsprechend gekennzeichnet.



Führungspersonal und vor allem ihre immensen finanziellen Möglichkeiten. Regelmäßig werden sie in neuen Finanzierungsrunden mit weiterem Millionen-Euro-Wagnis-Kapital ausgestattet. Allein schwarze Zahlen schreiben die Hybridfirmen auch im sechsten Jahr ihres Bestehens nicht. Zudem blickte Experte Trezek bei künftigen technischen Entwicklungen über die Landesgrenze hinaus. In den USA, das auch in Sachen Geschwindigkeit von Immobilientransaktionen ein Land der unbegrenzten Möglichkeiten ist, gibt es das Prop-tech Opendoor, das Eigentümern einen Verkauf ihrer Immobilie innerhalb von fünf Tagen verspricht. Nach dieser Zeit ist der Verkaufspreis auf dem Konto! Dabei nimmt Opendoor zunächst die Häuser in den Eigenbestand, hübscht sie auf und veräußert sie danach zu einem höheren Preis. Das Konzept ähnelt der Plattform Wirkaufendeinauto.de. In Deutschland ist wegen der notwendigen Formalien wie Notartermin, Grundbuch-Auflösungen etc. eine solche Transaktionsgeschwindigkeit zwar undenkbar. Dennoch könnte das Konzept in abgewandelter Form auch hierzulande Schule machen.

„Während viele eingesessene Makler das Thema Digitalisierung, Prozessmanagement und Reporting ebenfalls um-

setzen, gibt es einen wichtigen Punkt, bei denen hybride Maklerfirmen besser sind. Es gelingt ihnen, viele positive Kundenstimmen und damit viele guten Bewertungen einzusammeln. Die Bedeutung von Google- oder Trustpilot-Bewertungen haben viele stationäre Makler noch nicht unbedingt verinnerlicht“, so Trezek.

Effiziente, anstatt effektive Entlohnung der Angestellten

Neben technischen Themen gingen mehrere Referenten auf Management-Fragen ein, so zum Beispiel auf ein faireres Entlohnungssystem der Mitarbeiter. In vielen Unternehmen gebe es eine Diskrepanz zwischen der Bezahlung der Vertriebsmitarbeiter, die als Bonus einen gewissen Provisionsanteil und andererseits den Bürokräften, die ein Fixgehalt erhalten. „Besser wäre es, nicht den Verkaufsabschluss der Vertriebler, sondern den Weg dahin zusätzlich zu belohnen“, erläuterte Karsten Göbbels. Damit könnten die Mitarbeitenden im Backoffice mit ins Boot geholt werden, weil Vertrieb und Assistenz an einem Strang ziehen und in der Summe effizienter arbeiten würden. Der Experte stellte dar, wie man eine höhere Effizienz misst: „Das können kürzere Zeiten sein, in denen ein Exposé samt aller Unterlagen fertig ist. Das kann

Fortsetzung von Seite 1:

Freundlicher als in der Metropole wird es in einer Großstadt mit 300.000 Einwohnern. Hier die Zahlen in Kurzform: Kosten 1.061 Euro, Klicks: 2.800, Nutzung des Bewertungstools bei 42 von 62 Personen und davon 21 vollständige Dateneingaben.

Nur aus einer partiellen Dateneingabe entstand ein Auftrag, weil der Kollege bei der bereits gespeicherten Adresse Infomaterial eingeworfen hatte.

Betrachten wir abschließend eine ländliche Region mit 16.000 Einwohnern. Kosten hier 2.100 Euro für 1.200 Klicks. 161 Personen erreichten das Bewertungstool und 85 mal wurden Daten teilweise eingegeben und 31 mal wurde die Dateneingabe abgeschlossen. Das Konversionsverhältnis betrug hier 10:1.

Was können wir erkennen?

- Auf die direkte, aber seltene Suchanfrage treiben Makler, Agenturen und Lead-Schamanen die Klickpreise in die Höhe.
- Teuer eingekaufte Leads führen nur sehr selten zu Aufträgen.
- Suchmaschinenmarketing funktioniert besser im ländlichen Raum.
- Wenn Sie ein Bewertungstool auf Ihrer Homepage nutzen, dann achten Sie darauf, dass auch unvollständige Dateneingaben an Sie übermittelt werden. So erfahren Sie zumindest die Adresse des Objekts.

Und: 40 Eigentümern in Köln, die eine Immobilie bewerten möchten und weiteren 100 Eigentümern, die „Haus verkaufen“ in die Suchmaschine tippten, stehen 18.000 Anfragen gegenüber, die „Haus / Wohnung kaufen“ eingegeben haben.

„Ja, aber die Käufer wollen wir doch nicht!“, wehrt der Makler ab. Genau! Deshalb kosten die Klicks (CPC) auch nur 0,40 Euro. Und wie viele Eigentümer befinden sich unter den 18.000 vermeintlichen Kaufinteressenten? Des Maklers Bauchgefühl und Erfahrung sagt, dass jeder Dritte eine eigene Immobilie bewohnt. Wir haben also 6.000 Eigentümern, zu denen sich dann noch ungezählte verkaufswillig Immobilienbesitzer gesellen, die den Markt zunächst aus der Käuferposition erforschen.

Dann ergibt es Sinn, besondere Immobilien auch per Google zu bewerben. Auf entsprechenden Landingpages wird die Immobilie erwartungsgemäß dargestellt. Mit einem Klick können Interessierte aber auch erfahren, wie das Maklerunternehmen den Verkauf vorbereitet und durchführt. Letzteres befriedigt dann die Neugier der Eigentümer, die erst den Markt erforschen. Wir werden dieses Thema in den nächsten Ausgaben weiterverfolgen.



„Eine Erkenntnis von heute kann die Tochter eines Irrtums von gestern sein.“

Marie von Ebner-Eschenbach,
Schriftstellerin

Management

Das Kommunikations-Team fürs Büro

Werner Berghaus

onoffice + 3CX + Easybell = passt! Ein Erfahrungsbericht

Seit mehr als fünf Jahren nutzt der in.media Verlag bzw. IMMOBILIEN-PROFI Telefonie übers Internet (VoIP) als Nachfolger der ISDN-Telefonie. Folgende Annahmen führten zu der Entscheidung: die Unabhängigkeit vom Standort, da alle Verbindungen übers Internet zustande kommen. Telefoniert wird über Tischtelefone, ebenso wie über Arbeitsplatz-PCs oder mobile-Apps. Es lockten zudem mögliche Kostenvorteile

durch Flatrates und ein Interface zu unserem damaligen CRM. Nichts davon traf dann wirklich zu.

Die Entwicklung des Interface zwischen dem Telefonanbieter und der CRM blieb in den Kinderschuhen stecken und wurde nach kurzer Zeit aufgekündigt. Die mobilen Apps funktionierten nur bedingt, was spätestens im Lockdown unangenehm wurde, und die Telefon-Clients auf den Arbeitsplätzen ließen ebenfalls vieles vermissen. Die Kosten lagen, dank Flatrates,

bei monatlich konstanten 100 Euro netto (hinzu kommt natürlich noch die Internet-Verbindung).

Ende 2019 wurde dann bei uns onoffice als neues CRM vorbereitet und schrittweise im Frühjahr 2020 implementiert. Onoffice bietet optional ein Telefon-Modul, mit dem beispielsweise Gespräche direkt aus der Software eingeleitet werden – doch dafür braucht es dann einen Telefonanbieter, der eine geeignete Schnittstelle bereitstellt. Damit schied unser bisheriger Provider aus, es musste eine andere Lösung gefunden werden.

Durch Zufall stieß ich auf eine Kombination zweier Anbieter und zwar 3CX und Easybell. Dabei übernimmt Easybell in Berlin (www.easybell.de) die Rolle des Telefonanbieters, während 3CX die Telefonanlage stellt.

Man hat sich mittlerweile daran gewöhnt, dass Telefon-Provider meist eigene Telefonanlagen offerieren (die von Easybell auch angeboten wird), trotzdem handelt es sich bei Telefonie und Telefonanlagen um zwei grundsätzlich unterschiedliche Leistungen. In unserem Beispiel liefert Easybell lediglich die Telefonie, während 3CX (www.3CX.de) für die Telefonanlage verantwortlich ist. Es sind also Spezialisten am Werk, denn 3CX macht nichts außer Software für Telefonanlagen, die wahlweise auf einem lokalen Server, aber auch in der Cloud, beheimatet sein kann. Letzteres hat den Vorteil, dass bei Ausfall des lokalen Internets die Telefonanlage in der Cloud weiter funktionsfähig bleibt und die Gespräche dann auf den mobilen Apps geführt werden können.

Apropos Apps: als Spezialist bietet 3CX komfortable Apps für iOS, Android sowie Windows- und MacOS-Rechner, die im Funktionsumfang unsere alten AVAYA-Apps bei weitem übertreffen. Die Telefonanlage lässt zahlreiche Einstellungen zu, die alle noch erforscht werden müssen. So stehen beispielsweise eine Konferenz-Software (auch per Video) und ein kostenloses Chat-Modul zur Verfügung. Wer auf unserer Homepage www.IMMOBILIEN-PROFI.de einen Chat startet landet bei einem der aktiven Mitarbeiter. Viele kurze Fragen konnten wir so schon unkompliziert klären. Über das Chat-Modul können auch Anrufe getätigt werden. Gespräche und Chats landen dabei stets bei vordefinierten Anrufgruppen. Sie können hier zahlreiche Einstellungen vornehmen, einzelne Mitarbeiter priorisieren oder das Zufalls-Prinzip walten lassen.

Die Migration

Eingerichtet wurde die Anlage über eine Fachfirma, die genau die oben beschriebene Konstellation beherrscht. Zunächst wurde bei Easybell der SIP-Trunk für die Telefonie geordert, anschließend die Telefonanlage bei 3CX (die Cloud-Version) eingerichtet. Im letzten Schritt erfolgte dann die Verbindung zu onoffice mit der 3CX-Anlage mit den bekannten Vorteilen, wie Telefonwahl aus der onoffice heraus, und bei eingehenden Anrufen werden bekannte Adressen in der Datenbank gefunden und ein Gesprächsprotokoll angelegt.

Die Kosten

Wie beschrieben setzt sich unsere Telefonie aus zwei Kompo-

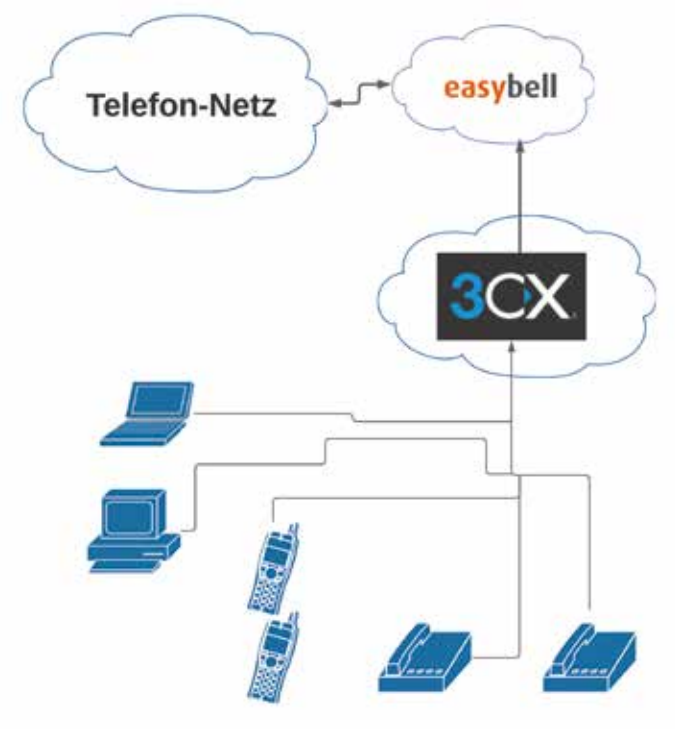
nenten zusammen. Dabei kostet die 12-Monats-Lizenz von 3CX 219 Euro, umgerechnet etwa 18,50 im Monat. Interessant war nun, wie sich die Gesprächskosten entwickeln. Nach zwei Monaten Testbetrieb erhielten wir für Oktober 2021, dem ersten Monat, in dem nur über Easybell telefoniert wurde, eine Abrechnung in Höhe von unter 14 Euro netto. Das ist erstaunlich wenig, schließlich geht es um sechs Telefonnummern. Sollten sich die ausgehenden Gespräche nicht drastisch vermehren, liegen wir also bei monatlichen Gesamtkosten von 32 Euro gegenüber 100 Euro beim vorherigen Anbieter. Hinzu kommen eine komfortable, leistungsfähige Telefonanlage und diverse Apps und Features, wie wir sie vorher nicht gekannt haben.

Flat oder Paket?

Eine Telefon-Flat im üblichen Sinne wird von Easybell nicht empfohlen. Stattdessen bietet der Dienstleister sogenannte Fair Flat-Pakete. Diese Gesprächsminuten-Pakete haben den Vorteil, dass die Gesprächsminuten auf das gesamte Unternehmen verteilt werden. Beispielsweise bietet das kleinste Fair-Flat S-Paket schon 1.000 Minuten Festnetz und 200 Minuten Mobilnetz für nur 9 Euro. Wer damit auskommt, zahlt zusätzlich nur noch SIP-Trunk inkl. des 10er oder 100er Rufnummernblock und 10 parallelen Gesprächen für nur 4,19 Euro monatlich – kommt zusammen etwa auf den Betrag, der auch auf unserer letzten Rechnung stand.

Flat-Rate-Tarife haben den Nachteil, dass stets alle Telefonanschlüsse in den Flat-Tarif wechseln müssen. Das würde sich in unserem Fall beim Telefondienstleister Nfon bei gleichem Telefonverhalten inklusive Telefonanlage auf 85 Euro summiert. ■

Schematische Darstellung



Fortsetzung von Seite 3 >

aber auch eine verkürzte Vermittlungszeit, weniger Besichtigungstermine, eine höhere Kundenzufriedenheit oder eine bessere Interessentenqualität sein.“

Premiummakler: weniger Besichtigungen, höhere Provision.

Über die Vorzüge, als Maklerin oder Makler im Premiumsegment tätig zu sein, referierten Michael Heming und Harald Blumenauer. Mit dem Begriff definieren beide die 25 teuersten Objekte in der jeweiligen Farm. Als Vorteile führten sie dabei ins Feld, dass bei hochwertigen Immobilien die erzielbare Provision im Verhältnis zum Aufwand geringer sei. Die größten Preiserhöhungen verbuchten in den zurückliegenden Jahren zudem Premiumobjekte. Außerdem benötigen Kunden im Luxussegment eine andere Ansprache, sie sind anders zu erreichen, etwa über hochwertige Printprodukte oder bei Events wie Tennis-, Reitturnieren oder Kunstausstellungen. „Das Geschäft lebt außerdem von der persönlichen Begegnung. Unabdingbar ist es zudem, Luxusobjekte einem internationalen Publikum zu präsentieren“, erläuterte Heming, CEO von Fine & Country Germany. Das Konzept des Franchisers Engel & Völkers würde dies ebenfalls belegen.

Heming glaubt daher, dass Hybridmakler eher im Bereich des Butter-und-Brot-Geschäfts tätig sein werden, während das Luxussegment eher professionellen lokalen Experten vorbehalten bleibe. Sein internationales Netzwerk will vorrangig in europäischen Ländern neue Partner gewinnen. Harald Blumenauer aus Bad Soden im Taunus hat er bereits überzeugt. Blumenauer betreibt weiterhin seine Maklerfirma, agiert aber zusätzlich – mittels Co-Branding – als lokaler Lizenznehmer von Fine & Country für Premiumobjekte.

Mehrere Experten stellten ihre Strategien für klar strukturierte Betriebsabläufe und damit einen beschleunigten und stressfreien Verkaufsprozess vor. Erkennbare Zeitersparnis sei bereits damit zu erzielen, dass es einen festen Besichtigungstag in der Woche gibt, an dem alle Interessenten das Objekt begehen. „Wer das Haus oder die Wohnung tatsächlich will,

der nimmt sich dafür Zeit, auch am Dienstagnachmittag“, so die Erfahrung von Makler und Coach Andreas Kischkel. An diesem Termin nehmen bei ihm etwa 20 Parteien die Immobilie in Augenschein. „Eingeladen werden aber nur solche, die sich in den Tagen zuvor qualifiziert haben, die also die Immobilie online besichtigt und den Standort geprüft haben. Erleichtert werde die Akzeptanz seines Vorgehens dadurch, dass er ausschließlich mit Innenprovision arbeitet und alle Objekte vorab einem Home-Staging unterzieht.

Die beiden Makler Hagen Herholdt und Christian Sporbert von der HS Immobilienberatung in Merseburg arbeiten ähnlich und legen Wert darauf, sich nach Vermarktungsbeginn immer nur um ein Objekt 15 Tage lang intensiv zu kümmern. Danach gehen sie in den allermeisten Fällen zum Notar. „Im Gegensatz zu anderen Maklern wählen wir immer das große Besteck: wir inserieren bei ImmoScout24, in Sozialen Medien, auf unserer Website. Auf diese Weise haben wir immer Kontakt zu über 100 Interessenten. Im folgenden Qualifizierungsprozess werden es dann weniger. So können wir gegenüber unseren Verkäufern belegen, dass wir wirklich alle Suchenden, die für sein Objekt in Frage kommen, erreicht haben“, erläuterte Herholdt die Strategie.

Lars Loppe von der Maklerwerft ging in seiner Präsentation auf die Bedeutung klarer Kommunikation insbesondere gegenüber Kaufinteressenten ein. Letzten Endes trage das zu einer guten Online-Reputation bei, denn häufig lassen frustrierte Interessenten bei Google und anderen Bewertungstools gerne ihrer Frustration freien Lauf. „Werden Abläufe klar kommuniziert, wissen Kaufinteressenten was sie tun und welche Unterlagen sie bis wann beisteuern müssen, wie zum Beispiel Finanzierungszusagen ihrer Bank, dann sind sie weniger enttäuscht, am Ende nicht zum Zuge zu kommen“, so Loppe. Zudem empfahl er ihnen, auf Bewertungen zu reagieren, um insbesondere Falschaussagen zurechtzurücken. Leser von Bewertungen nehmen das durchaus wahr und lesen solche Kommentare des betroffenen Unternehmens. ■

Märkte **Andere Länder, andere Makler – Kenia als Investmentstandort für Ausländer (2)**

Harald Henkel

Allgemeine Rahmenbedingungen sind gut, aktuell jedoch hohe Verkaufspreise trotz Verunsicherung durch die Corona-Krise

Die allgemeine Lage am kenianischen Immobilienmarkt ist nach Angaben von Lilian Lagat robust bis sehr gut. Innerhalb weniger Jahre seien Renditen von 100 bis 200 Prozent möglich. Derzeit leidet der Markt jedoch noch unter den Nachwehen der Corona-Krise. Kein Wunder, hängt das Land doch zu fast 70 Prozent vom Dienstleistungs- und Tourismussektor

ab. Der Immobilien- und Bausektor dagegen trägt hingegen nur 10 Prozent zum BIP bei, Landwirtschaft und Industrie sorgen für den Rest. Ausländern empfiehlt Lagat das Investment in Wohnanlagen, entweder bereits existierende oder neu zu planende Objekte. „Unser Unternehmen kann auf eine langjährige Erfahrung im Projektgeschäft zurückblicken. Wir arbeiten mit Fachleuten wie Architekten, Bauingenieuren, Handwerkern und Bauunternehmen zusammen, um Neubaulprojekte schlüsselfertig zu realisieren“, so Lagat. Dabei gelte im Allgemeinen, dass es besser sei, ein gekauftes Grundstück schnell zu bebauen, anstatt reine Grundstücksspekulation zu betreiben.

Preise sind deutlich gefallen

„Derzeit befinden sich die Preise an einem Tiefpunkt. Wir haben teilweise Rückgänge von 50 Prozent gesehen, im Schnitt sind es zwischen 10 und 30 Prozent“, so die Maklerin, die auch Tee- und Kaffeeplantagen sowie ausgedehnte

New Nyali Bridge in Mombasa, Kenya



Flächen für Solarparks im Angebot hat. Gerade im Bereich der erneuerbaren Energien sieht sie noch ein erhebliches Potenzial in Kenia: „Kürzlich erst hat eine Privatperson hier 350 Acker Land an Investoren aus Spanien verpachtet, die dort eine Solarfarm errichtet haben. Hier gibt es noch sehr viele Möglichkeiten für ausländische Anleger“, so Lagat. Ein kleines Manko gibt es für diese jedoch: laut Gesetz können sie Grundstücke nur bis maximal 99 Jahre in Erbpacht besitzen, jedoch keine Eigentümer werden. Nach Ablauf der 99 Jahre kann eine Verlängerung um weitere 75 Jahre vorgenommen werden. „In der Praxis ist das alles kein Problem, aber man sollte jemanden vor Ort haben, der sich mit den Bestimmungen und Regularien auskennt“, so Lagat.

Tourismus ist ein wichtiger Investitionstreiber

Ein weiteres wichtiges Investitionsfeld für Ausländer sei der Tourismus. Hier spielen insbesondere die Bungalow- und Hotelanlagen in den Küstenregionen rund um Mombasa und weiter nördlich in Richtung der somalischen Grenze eine zentrale Rolle. „Früher waren dort fast ausschließlich Deutsche aktiv, doch das ist lange her. Mittlerweile haben die Ita-

liener von Malindi bis Watamu (Anmerkung: Küstenstädte) alles übernommen“, so Lagat. Auch dort hätten sich einige Besitzer von ihren Hotels und Wohnanlagen getrennt, die Preise seien derzeit attraktiv und könnten sich schon in den kommenden zwei bis drei Jahren verdoppeln – sofern der Tourismus wieder auf das Niveau vor der Pandemie anziehe und keine neue Infektionswelle die Wirtschaft zum Erliegen bringt.

Korruption ist nach wie vor ein Thema

Und was ist mit der alten Geißel der Korruption, die auch heute noch an vielen Ecken des Landes auf Schritt und Tritt lauert? Hier reagiert Lagat etwas verlegen und meint dann, dass es im Allgemeinen diesbezüglich immer besser werde und man weit von den Zuständen von vor 20, 30 Jahren entfernt sei. Dennoch schade es nicht, die richtigen Leute zu kennen, wenn es beispielsweise um ein Genehmigungsverfahren hinsichtlich eines Immobilienerwerbs gehe: „Das kann den Prozess erheblich beschleunigen“, weiß die erfahrene Maklerin und lächelt dabei etwas hintergründig. Neben ihr sitzt ihre Schwiegertochter Yvonne, die sie seit einigen Jahren in

Der kenianische Immobilienmarkt

Kenia ist die stärkste Volkswirtschaft Ostafrikas und zählt zu einem der Wachstumsmotoren der Region. Traditionell bestehen starke wirtschaftliche Verflechtungen mit Ländern wie Großbritannien und Indien. Zudem sind viele Kenianer in englischsprachigen Ländern wie den USA, Kanada, dem Vereinigten Königreich und Australien tätig und überweisen von dort hohe Beträge in ihr Heimatland (sog. Remittances). Der kenianische Immobilienmarkt hat in den vergangenen Jahren ein beachtliches Wachstum erfahren. Manche Marktbeobachter wie die Anlagegesellschaft Ascent Capital Africa sprechen daher sogar von einer „Reife“ des Marktes und einer damit einhergehenden Sättigung, insbesondere im Bereich der hochpreisigen Immobilien des Luxussegments. Diesen Aspekt betont auch Dr. Hendrik Müller-Lankow von MLC Properties: „High-End-Immobilien haben in Europa einen großen Markt. In Afrika gehen sie in der Regel am lokalen Bedarf vorbei. Aus diesem Grund sind diejenigen Immobilienprojekte lukrativ, die von den lokalen Menschen und Un-

ternehmen nachgefragt werden“, so der Experte. Dabei hat der Vor-Ort-Handel ebenso wie in Europa unter der Corona-Pandemie gelitten. Laut einer Studie des international tätigen Maklerunternehmens Knight Frank setzt sich auch in Ländern wie Kenia pandemiebedingt immer mehr der Handel auf Online-Plattformen durch. Wer über Kapital verfügt und dieses einbringen kann, muss nicht die sonst üblichen hohen Zinssätze zahlen. „Private Hauslehaber sind einem hohen Zinsniveau zwischen 15 und 19 Prozent in Landeswährung ausgesetzt. Unter Berücksichtigung des durchschnittlichen Wechselkursverlustes sind das in Euro immerhin noch zwischen 12 und 16 Prozent“, so Müller-Lankow. Allerdings zahlten Unternehmen für Anleihen in US-Dollar nur 9 Prozent. Fazit: wer auf das richtige Segment setzt und nicht in Kenia finanzieren muss, dem winken Investoren laut Einschätzung von Müller-Lankow im Vergleich zu Europa überdurchschnittliche Renditen, die in der Regel im guten zweistelligen Bereich liegen.

das Geschäft einarbeitet, da sie selbst in den nächsten Jahren in den Ruhestand gehen möchte – zumindest vom Maklergeschäft will sie dann Abstand nehmen und sich nur noch um die Hausverwaltung kümmern. „Wobei ich auch im Maklergeschäft gerne noch zehn Jahre mitmischen kann“, fügt sie halb im Scherz, halb im Ernst hinzu. Und natürlich will sie auch das gerade im Bau befindliche Vier-Sterne-Hotel mit 70 Zimmern, drei Konferenzräumen und Spa-Bereich im Stadtzentrum, das den Namen Crown Empire tragen wird, noch ein paar Jahre unter ihren Fittichen haben und hofft auf ein gutes Geschäft mit kenianischen und ausländischen Touristen.

Social Media ist im Kommen

Doch auch wenn Lagat ihr CRM ausschließlich in einem dicken, schwarz eingebundenen Notizbuch und ihrem hellwachen Kopf trägt – die zukünftige Firmenlenkerin Yvonne Lagat ist entschlossen, die Methoden des Onlinemarketings intensiv in die Praxis umzusetzen. Denn im Gegensatz zu ihrer Schwiegermutter hat sie ein Studium im Bereich Informatik abgeschlossen und plant, künftig deutlich mehr auf digitale Vermarktungs- und Kommunikationskanäle zu setzen. „Wir werden nicht nur mit einer eigenen Homepage arbeiten, sondern auch Social-Media-Plattformen wie Instagram und Facebook nutzen. Die Zeiten, in denen Handzettel für die Akquise genügt haben, sind lange vorbei“, meint sie selbstbewusst. Die Schwiegermutter pflichtet ihr bei: Ja, ohne die neuen Medien gehe es nicht, aber bei ihr laufe eben alles noch per Notizbuch und Telefon. „Aber das neue Hotel werden wir auf jeden Fall mit Social Media bewerben“, fügt sie lachend hinzu.

So erwirbt man Eigentum in Kenia

Ausländer können in Kenia Grundstücke mit der Klassifizierung „Gewerblich“ kaufen. Dieser Landtyp ist für Investmentzwecke bzw. zur Einkommenserzielung vorgesehen. Ausländische Investoren können auf dieses Land erwerben und darauf bauen.

Agrarland sowie Ländereien von Farmen hingegen können nicht durch ausländische natürliche Personen erworben werden. Denn dieses Land ist üblicherweise im Besitz der indigenen Bevölkerung. Lediglich Unternehmen ist der Erwerb erlaubt, und dann auch nur, wenn ein kenianischer Partner mehr als die Hälfte der Anteile hält. Das Joint Venture fungiert in diesem Falle als Käufer und eingetragener Eigentümer.

In Kenia existieren zwei Typen von Grundstücken: Eigentum und Erbpacht. Der größte Teil der Landfläche unterliegt der

Kontrolle der kenianischen Regierung. Dieses Land kann für einen Zeitraum zwischen 50 und 99 Jahren mittels Erbpachtvertrag bewirtschaftet werden.

Um in Kenia Eigentum – sei es nun ein Grundstück oder eine Immobilie – zu erwerben, ist zunächst der Gang zu einem Immobilienanwalt obligatorisch. Denn dieser muss zunächst ermitteln, ob für das avisierte Objekt überhaupt ein Eigentumstitel registriert ist. Oft ist das nämlich nicht der Fall. Wenn die Recherche erfolgreich war und die Preisverhandlungen abgeschlossen sind, bereitet der Anwalt eine Kaufvereinbarung in Form eines Vorvertrags vor. Bei seinem Inkrafttreten hinterlegt der Käufer üblicherweise zwischen 10 und 30 Prozent des Kaufpreises als Sicherheit. Diese ist im Normalfall rückzahlbar, sollte der Verkäufer seinen Obliegenheiten aus der Transaktion nicht nachkommen.

Die Erfüllung des Kaufvertrags erfolgt in der Regel innerhalb von 90 Tagen nach Unterzeichnung der Kaufvereinbarung. Innerhalb dieser Zeitspanne muss der Verkäufer ein sogenanntes Freigabezertifikat von der zuständigen Gemeinde anfordern. Dieses ist dem Käufer vorzulegen und dokumentiert, dass alle lokalen Steuern sowie Rechnungen der Versorger bezahlt wurden. Daraufhin erwirkt der Anwalt beim Katasterbüro einen Antrag auf Eigentumsübertragung und entrichtet die sogenannte Stempelsteuer. Sodann inspiziert ein Mitarbeiter des Ministeriums für Landangelegenheiten das Grundstück bzw. die Immobilie und prüft nicht nur den Zustand der Liegenschaft, sondern auch die Angemessenheit des Kaufpreises – zumindest offiziell. In der Praxis bedeutet dieser Besuch keinerlei Einschränkung der freien Preisfindung zwischen Käufer und Verkäufer.

Diese Prozesse nehmen normalerweise zwischen zwei und vier Wochen in Anspruch. Dann reicht der Anwalt alle Dokumente beim Katasterbüro ein, um die dort eintragen zu lassen. Zu den benötigten Unterlagen zählen der Eigentumstitel des Verkäufers, die Freigabebescheinigungen, die Kaufvereinbarung sowie die Schätzung der Stempelgebühr. Zur gleichen Zeit zahlt der Käufer den noch zu entrichtenden Kaufpreisanteil an den Verkäufer. Fällige Steuern und Gebühren sind innerhalb von 30 Tagen nach Abschluss zu zahlen. Wichtig für Ausländer: wenn sie einen Bevollmächtigten beauftragen, kann sich dieser an ihrer statt um alle genannten Formalitäten kümmern. Die persönliche Anwesenheit ist nicht erforderlich. Läuft alles glatt, kann der gesamte hier beschriebene Prozess innerhalb von 10 bis 12 Wochen abgeschlossen werden. ■

IMPRESSUM

Herausgeber: in.media Verlags GmbH, Mohrenstraße 1–3, 50670 Köln, Tel. 0221/16 80 71-0, redaktion@immobilien-profi.de, www.immobili-en-profi.com. Redaktion: Werner Berghaus, Harald Henkel, Beiträge von: Werner Berghaus, Bernhard Hoffmann. Namentlich gekennzeichnete Beiträge entsprechen nicht unbedingt der Meinung der Redaktion. Layout/Herstellung: Britta Wilken. Auflage: 5.000/10.000 Exemplare kompakt/Magazin. Erscheinungsweise: IMMOBILIEN-PROFI erscheint zehnmal jährlich. Der Bezugspreis inklusive der Nutzung des Onlinebereichs für ein Jahr beträgt 95,- Euro zzgl. MwSt. Bildnachweise: S. 2+3 Dieter Harbort, S. 7 StockAdobe/Hamidslens, weitere Bilder: Archiv, Druck: Silber Druck oHG, 34253 Lohfelden