

# IMMOBILIENPROFI

## kompakt

Alles für den schönsten Beruf

### MARKTBERICHT

Stagnation der Immobilienpreise?

Seite 3

### AKQUISE-STRATEGIE

Mit dem Eröffnungspreis beginnt der Tanz

Seite 4

### MARKTCHECK

Übersicht Verrentungslösungen

Seite 6

## Landnahme revisited

Ein Beitrag in IMMOBILIEN-PROFI Nr. 70 aus dem Jahr 2012 skizziert den Aufbau eines Marktberichts. Vor über zehn Jahren waren Marktberichte noch neu und unbekannt. Vielen Maklern erschien das Thema zu ambitioniert, eine Liga, in der man nicht mitspielen würde. Heute dagegen sind Marktberichte fast schon ein Massenprodukt. Die Frage an Google „Marktbericht Köln“ liefert mehr als 15 Ergebnisse. Sowohl die Franchiser, überregionale Hybrid-Makler, als auch kleine lokale Anbieter beteiligen sich an der Versorgung der Bevölkerung mit aktuellen Immobilienpreisen-, und zwar fürs gesamte Stadtgebiet.

Dabei wurde im Artikel von 2012 darauf hingewiesen, dass es nicht darum geht, Berichte über Großstädte, Kreise oder Regionen zu erstellen, sondern kleinräumig auf das Farminggebiet eines Maklers zu zielen.

Im Beispiel aus dem IMMOBILIEN-PROFI bezog sich der Marktbericht auf ein fiktives „Dichterviertel“, also eine kleine Siedlung, für die sich der Makler zuständig fühlt. Doch das will man lesen, wenn man dort wohnt, das schaut man sich an. Der Makler muss auch keine fremden Daten einkaufen, da reicht die eigene Datenbank und ein wenig Recherche.

Wen interessiert es denn, wenn Makler allgemeine Marktdaten interpretieren? Zudem, wenn es überregional aus- beziehungsweise überdehnt ist. Was die Menschen lesen wollen, ist, was der Makler aufgrund eigener Daten, Marktkenntnis und Bauchgefühl über die Entwicklung vor Ort denkt. Selbst wenn die Marktentwicklung im Farminggebiet keinen Unterschied zum überregionalen erkennen lässt, das Lokale findet mehr Interesse und zielt direkt auf die Zielgruppe, um die man sich als lokaler Experte bemüht.

So wird der Marktbericht zu einem starken „Farming-Tool“ und kann leicht ergänzt werden, etwa mit lokalen Tipps (Tops & Flops im Viertel, Gastronomie-Tipps usw.) oder einer Umfrage unter den Anwohnern. Sicher ist dann auch, dass sich Wettbewerber nicht mehr die Mühe machen werden, ebenfalls einen Marktbericht für das Dichterviertel zu erstellen. Wer zuerst kommt, marktberichtet zuerst ...

Die vorliegende Kompaktausgabe Nr. 137 liegt Ihnen im neuen 6-seitigen Format samt eines neuen Aufbaus. Sie erhalten weiterhin einmal im Quartal die gewohnte Magazinausgabe und dazwischen monatlich (außer Juli und Januar) komprimierte Informationen in der Kompaktausgabe.

Besonders herausheben möchte ich diesmal den Akquise-Tipp von Mark Remscheidt, Sprengnetters Blick auf die aktuelle Preisentwicklung und eine Übersicht aller derzeitigen Verrentungsangebote.

Wir freuen uns über Ihre Kommentare



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

## MGM Das Gegenteil von Chaos ist Standard

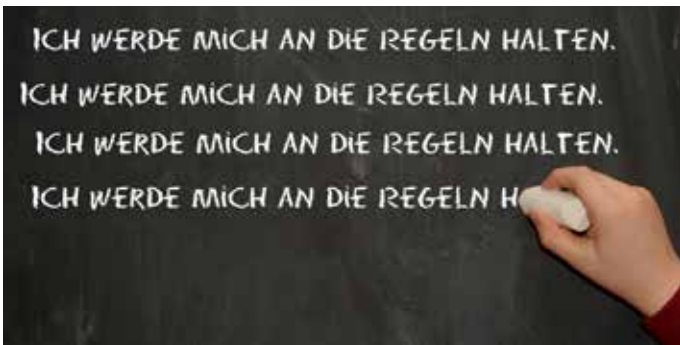
Peter Arndt

**In Ausgabe 134 von „Immobilien-Profi kompakt“ gab es einige Tipps zu Telefonstandards für Ihr Unternehmen. Heute erfahren Sie, warum das Thema Standards weit mehr umfasst als das Telefonverhalten. Und, wieso Sie Standards kommunizieren sollten, um Ihre Kunden zu überraschen und zu begeistern.**

Die klassische Definition von „Standard“, wie sie in Wikipedia zu finden ist, hilft uns wenig. Dort steht: „Ein Standard ist eine vergleichsweise einheitliche oder vereinheitlichte, anerkannte und meist angewandte (oder zumindest angestrebte) Art und Weise, etwas zu beschreiben, herzustellen oder durchzuführen, die sich gegenüber anderen Arten und Weisen durchgesetzt hat oder zumindest als Richtschnur gilt.“ Besser ist die Frage: „Worauf können sich Kunden, Mitarbeiter und Partner bei unserem Unternehmen verlassen?“ Oder anders ausgedrückt: „Welche Regeln gelten in unserem Unternehmen?“

Ein Vertriebsbeispiel aus einem Business-Scan in einer Stadt in Sachsen zeigt, worum es geht. Drei Vertriebsmitarbeiter beschreiben jeweils ihr Vorgehen nach der Marktwertermittlung

weiter auf Seite 2 >



einer Kundenimmobilie. Der Erste fährt auf dem Heimweg mit seiner Bewertung beim Eigentümer unangemeldet vorbei. Ist der Eigentümer nicht da, wirft er die Ergebnisse in den Briefkasten. Der Zweite verschickt die Bewertung mit der Post und telefoniert anschließend mit dem Eigentümer. Der Dritte vereinbart einen Termin beim Eigentümer und bespricht dabei seine Ergebnisse. Jeder der drei Mitarbeiter handelt so, wie er es aus seinem vorigen Unternehmen gewohnt ist. Jeder erzielt Ergebnisse.

Die Firma will nun expandieren und den Vertrieb auf zehn Mitarbeiter aufstocken. Welche Vertriebsmethode bringt wohl der vierte Mitarbeiter mit? Welche Mitarbeiter neun?

Aufgabe der Unternehmensführung ist, einen Vertriebsstandard für alle derzeitigen und künftigen Mitarbeiter einzuführen. Im beschriebenen Beispiel könnte der neue Vertriebsstandard so gehen: Liegt das Bewertungsergebnis vor, wird ein Besprechungstermin im Büro vereinbart. Grundlage für das Gespräch ist die Präsentation „Maklerauftrag“, die entsprechend individualisiert wird. Bei der Besprechung liegen folgende, vorbereitete Unterlagen vor. Handout für den Eigentümer, Vergleichsimmobilien, Maklerauftrag und Marketingplan. Kann ausnahmsweise kein persönlicher Termin vereinbart werden, wird eine Videokonferenz in unserem Videoraum vereinbart (und nur dort!). Die weiteren Schritte sind ebenfalls konkret beschrieben.

Zugegeben, es ist für die Unternehmensführung weniger anstrengend, es einfach laufen zu lassen (Führungsstil „Laissez faire“). Ich kenne die teilweise ewigen und ermüdenden Diskussionen mit Menschen, die etwas ändern sollen, nur zu gut. Doch für überprüfbare und von jedem Mitarbeiter reproduzierbare Vertriebsfolge gibt es keinen anderen Weg.

**Der Business-Scan** ist eine Methode zur Messung der Qualität eines Maklerunternehmens. Der Scan bewertet jeden der Makler21-Unternehmensbereiche in einem Bereich von 0 bis 100 Punkten. Der Unternehmer erhält damit eine objektive Einschätzung seines Unternehmens, die überwiegend auf Kennziffern basiert. Bei Coaching oder Beratung ist der Scan obligatorisch, denn so werden zuverlässig Probleme und Potenzial erkennbar.



Für den Bürobetrieb lassen sich weitere Standards etablieren. Dies sind bspw.:

- Wir erfassen jeden Kundenkontakt im CRM-System.
- Wir kommunizieren immer und mit jedem, der einen „vernünftigen“ Kontakt zu uns wünscht.
- Wir betreuen jeden Interessenten professionell bis zum Kauf oder zur Absage.

So nützlich Standards sind, gibt es dafür Grenzen. Während meiner Ausbildung bei der Allianz gab es eine Regel, dass die Schreibtischplatte nach Feierabend frei von Akten und sonstigen Utensilien sein musste. Dies ist aus mehreren Blickwinkeln (Ordnung, Datenschutz, Sauberkeit) sinnvoll. Eine Regelung, nach der alle Stifte auf dem Schreibtisch während der Arbeitszeit in einem 90 Grad Winkel zur Tischplatte angeordnet sein müssen, wäre dagegen völlig sinnlos und überflüssig.

Nicht das Unternehmen mit der besten Leistung gewinnt. Sondern das Unternehmen, das seine Leistung am besten präsentiert. Nutzen Sie Unternehmensstandards deshalb auch für Ihr Marketing und die Außendarstellung Ihrer Firma.

Ein Unternehmen, das ich kürzlich beauftragte, schrieb mir: *„Wir kümmern uns um Ihre Fragen und Aufgaben. Wenn Sie eine Nachricht an uns senden, antworten wir so schnell wie möglich.“ Bis hier ist es Marketing-BlaBla, mit dem man bei vielen Firmen konfrontiert wird. Doch es ging weiter: „In jedem Fall halten wir aber folgende Reaktionszeiten ein. Für Nachrichten, die Sie wochentags bis 14 Uhr senden, reagieren wir bis spätestens 18 Uhr. Bei Nachrichten ab 14 Uhr reagieren wir bis spätestens 12 Uhr am nächsten Wochentag. Auf Nachrichten am Wochenende und an Feiertagen reagieren wir spätestens am folgenden Wochentag.“*

Starke Aussagen, die mir das Gefühl geben, dass dieses Unternehmen ein verlässlicher, professioneller Partner werden kann. Firmen mit solchen Aussagen fallen auf und bleiben in Erinnerung. Natürlich gibt es auch eine Kehrseite. Werden die kommunizierten Regeln nicht eingehalten, fällt dies umso stärker auf.

Unvergessen ist mir eine Firma, die auf der Webseite eine Antwortgarantie gibt: *„Wir antworten auf E-Mails, SMS und WhatsApp innerhalb von 24 Stunden.“* Mehrere Wochen und zwei Nachfragen dauerte es, bis meine Anfrage beantwortet wurde.

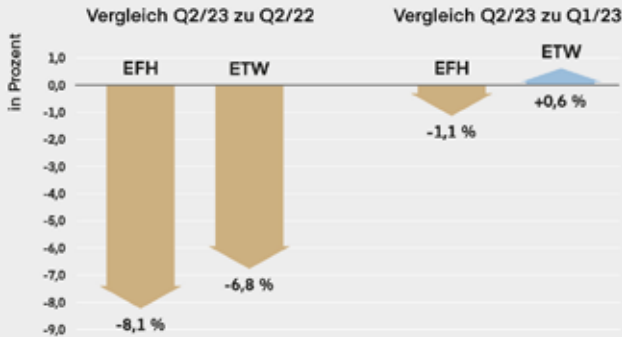
Alles Selbstverständlichkeiten? Macht doch ohnehin jeder? Erfahrungsgemäß nicht. Deshalb sollten Sie es auch nicht dabei belassen, nur einmal über Standards zu reden, sondern diese in Ihrem Maklerhandbuch als verbindliches Vorgehen dokumentieren. ■

**Peter Arndt** ist Berater und Trainer. Schwerpunkt seiner Arbeit sind Organisationssysteme für Menschen und Unternehmen mit dem Ziel deutlicher Produktivitätssteigerung mit weniger Aufwand. Info: [www.maklerhandbuch.de](http://www.maklerhandbuch.de)



## Kaufpreisanalyse

Einfamilienhaus (EFH) & Eigentumswohnung (ETW)  
Vorquartal & Vorjahresquartal

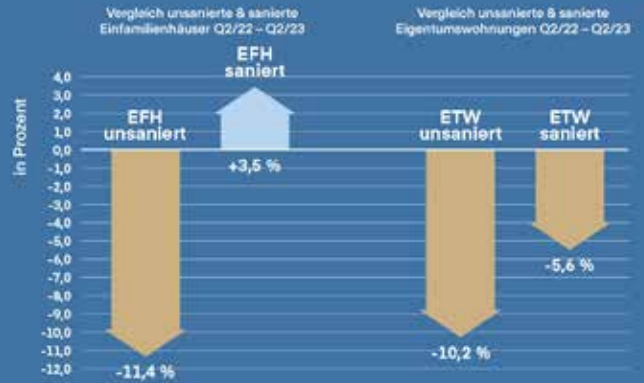


Datengrundlage:  
Analyse-Zeitraum: 01.01.2021 bis 30.06.2023  
Anzahl der Kaufpreise insgesamt: 489.351

SPRENGNETTER

## Kaufpreisanalyse

modernisierte vs. nicht-modernisierte  
Bestandsgebäude



Datengrundlage:  
Analyse-Zeitraum: 01.01.2021 bis 30.06.2023  
Anzahl der Kaufpreise insgesamt: 489.351

SPRENGNETTER

## i Stagnation der Wohnimmobilienpreise?

Minimale Ausschläge zeigen die Preise für Wohnimmobilien im zweiten Quartal 2023.

Die aktuelle Analyse real erzielter Kaufpreise des Sprengnetter AVM-Teams zeigt keine signifikanten Rückgänge mehr. Im Teilmarkt Einfamilienhaus haben die Analysten über ganz Deutschland betrachtet einen Preisrückgang um -1,1 % gemessen, im Teilmarkt Eigentumswohnung einen Anstieg um +0,6 %. Die Werte gelten jeweils zum Vorquartal.

### Vergleich zum Vorjahresquartal

Die aktuellen Kaufpreise sind deutschlandweit zum Vorjahresquartal mit -8,1 % (Einfamilienhaus) und -6,8 % (Eigentumswohnung) gefallen.

### Analyse Bestand: modernisiert vs. nicht modernisiert

Aufgrund der anstehenden Sanierungs- und Modernisierungspflichten untersucht das Analyse-Team seit dem letzten Quartal auch die Entwicklung der Kaufpreise nicht modernisierter älterer Gebäude im Gegensatz zu den modernisierten älteren Gebäuden (alle Preise gültig für Bestandsobjekte älter als 1990). In Summe sind die Preise für unsanierte Einfamilienhäuser in den letzten vier Quartalen um -11,4 % gesunken, während die Preise für sanierte Einfamilienhäuser in den letzten vier Quartalen um +3,5 % gestiegen sind. Im Teil-



„Alles, was die Natur selbst anordnet, ist zu irgendeiner Absicht gut. Die ganze Natur überhaupt ist eigentlich nichts anderes, als ein Zusammenhang von Erscheinungen nach Regeln; und es gibt überall keine Regellosigkeit.“

Immanuel Kant

markt Eigentumswohnungen sind die Preise für unsanierte Wohnungen in den letzten vier Quartalen um -10,2 % gesunken, die Preise für umfassend oder vollständig modernisierten Eigentumswohnungen um -5,6 %. Die Schere der Preisentwicklungen zwischen den älteren modernisierten und den nicht modernisierten Objekten hat sich weiter geöffnet.

### Methodik und Zahlenwerk

Für diese Analyse wurden 489.351 Kaufpreise von Einfamilienhäusern und Eigentumswohnungen mit einer gesamten Kaufpreis-Summe von knapp 220 Milliarden Euro im Zeitraum 01.01.2021 bis 30.06.2023 analysiert. Der durchschnittliche Kaufpreis von Einfamilienhäusern betrug über den analysierten Zeitraum übrigens 499.486 EUR, der Kaufpreis von Eigentumswohnungen 370.008 EUR. ■

Quelle: www.Sprengnetter.de

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.

**Kolumne** Achtung: Nur für Coole

## Akquise-Strategie: Mit dem Eröffnungspreis beginnt der Tanz

**Ich weiß nicht, wie es Ihnen geht, ich provoziere schon mal ganz gern. Ich weiß, was der eine oder andere von Ihnen jetzt denkt: ‚Große Klappe hat er, das wissen wir!‘ Doch jetzt sollten Sie bei der Akquise auch mal richtig einen heraushauen!**

Wer bei uns schon mal in einem Verhandlungstraining war, weiß das: Wir haben so eine Musterberechnung damit der Kunde verstehen kann, was Zinsen bewirken und warum die Immobilie wenig bis gar keine Anfragen hat. Deshalb empfehle ich jeden im Einkauf, wenn es Richtung Preis geht, dem Kunden zu sagen:

„Wissen sie, jeder Käufer zahlt jetzt dreimal so viel Zinsen. Es gibt kaum Kunden die sich Häuser in dieser Preiskategorie, zu diesen Zinsen, noch erlauben können. Das ist auch der Grund, warum ihre Immobilie in den letzten zwei Jahren im Grunde genommen 50 Prozent an Wert verloren hat. **Ihre Immobilie ist im Grunde nur noch die Hälfte wert!**“

Sie können sicher sein, nach diesem Satz haben sie die volle Aufmerksamkeit. Beim Kunden hat jetzt Herzklopfen eingesetzt, er oder sie ist entsetzt, aufgeregt, enttäuscht, sauer, steht kurz vor einem Infarkt. Super! Man wird sie nie wieder vergessen.

Doch wenn wir solche Sätze sagen, muss dabei ein **„Im Grunde genommen“**, oder **„eigentlich“** dabei sein. Dieser Konjunktiv muss sein. Die meisten von Ihnen wissen, ich liebe klare Kommunikation. Aber hier mache ich das bewusst anders. Warum ist das eine gute Technik und wie geht es weiter?

Ganz einfach! Der Kunde ist völlig geschockt! Wir haben einen Eröffnungspreis! 50 Prozent. Das schmerzt. Er wird sofort auf die Palme gehen, er wird sofort loslegen, das gibt es doch gar nicht, dafür verkaufe ich nicht...

Dann brauchen sie nur sagen: „Würde ich auch nicht!“ Jetzt können wir dem Kunden direkt sagen, „ganz so schlimm ist es nicht. Denn der Markt hat es noch nicht gemerkt“.

Wir bekommen, aber auch nicht mehr die verrückten Preise von vor zwei Jahren. Alle die so extrem hoch und teuer im Internet stehen, das sind die Immobilien, die im Internet noch lange bleiben. Das sind nicht die, die herausgenommen werden, weil sie, verkauft wurden. Das sind die Immobilien, die beim Eigentümer bleiben.

Zurzeit ist es eher so, dass man um die 20 Prozent verloren hat. In manchen Regionen vielleicht auch etwas mehr. Auch das hört sich jetzt dramatisch an, ist es aber doch gar nicht. Es ist immer schade, es ist wie beim Aktienmarkt, wenn man zu spät einkauft oder zu früh verkauft, kann man es nicht mehr ändern. So ist es jetzt! Wenn wir uns jetzt mal überlegen, sie haben die Immobilie vor über 20, 30 Jahren gekauft oder gebaut. Jetzt stellt sich die Frage, haben sie den Preis seitdem verdoppeln, verdreifacht oder sogar vervierfacht? Wenn sie jetzt verkaufen, verkaufen sie nach wie vor zu einem sensationell guten Preis.

Als man unter 1 Prozent ein Haus finanzieren konnten, die Phase ist vorbei. „Die Zinsen machen ihnen gerade die Tour kaputt und es sieht nicht

so aus, dass es besser wird, sondern eher noch schlechter. Gerade erst hat die Zentralbank die Zinsen wieder angehoben. Wenn wir jetzt anstatt mit 320.000 EUR mit 260.000 EUR in den Markt gehen und merken, da melden sich plötzlich 20 bis 30 Leute, dann haben sie mit mir einen Profi am Tisch sitzen, der genau weiß, wie man die Preise hochzieht. Wenn wir bei 260 merken es kauft keiner, dann können sie sich vorstellen, wenn wir 40–60 Tausend höher starten würden, wie viele dann kaufen wollten. Daher meine Frage: Sollen wir mit 250–260.000 EUR reingehen“?

Auch an dieser Stelle spreche ich in der zweiten Runde von 250 bis 260.000 EUR. „Nee 260, wissen sie was, ich hätte am liebsten 270“. Ich komme von unten wieder hoch. Aber ich muss erstmal einen Pflöck, ganz tief unten in die Erde hauen, damit ich nicht von oben heruntergehen muss.

**So komme ich dem Kunden entgegen und nicht mehr er mir.**

Meine Lieben, das ist Verhandeln. Wer so etwas macht, muss schussfest sein, muss cool, selbstsicher und souverän sein. Dann funktioniert das. Das können sie auch im Team üben. Das ist mal eine Idee, eine Technik, die wir live umsetzen. In unserem Verhandlungseminar nennen wir das den Eröffnungspreis. Damit beginnt der Tanz!

Viel Spaß damit, schreiben sie mich gern an oder rufen sie mich an und erzählen sie mir von ihren Erlebnissen – und kommen Sie nach Frankfurt zum Verhandlungseminar am 17. und 18. Oktober. ■



**Mark Remscheidt** hat mehrere Firmen aufgebaut und verkauft und ist nun seit vielen Jahren als Verkaufstrainer unterwegs. Sein Motto: „Alles, was funktioniert, ist gut. Alles, was das Leben eines Verkäufers angenehmer und effizienter macht, ist gut.“ Wichtig ist dabei nur, dass es auf Augenhöhe passiert, dass es angenehm ist, dass es Spaß macht – und das für Verkäufer und Käufer. [www.mark-remscheidt.de](http://www.mark-remscheidt.de)



# Termine

## Innendienst-Training

**Ab 5.09. online:** Innendienstausbildung fürs Immobilienbüro von und mit Peter Arndt

Zoom & Co. machen es möglich. Endlich können wir Ihnen eine fundierte Aus- und Weiterbildung für den Innendienst anbieten. Diese Ausbildung wird online (via Zoom) in 10 Sitzungen von je 90 Minuten (10:00 bis 11:30 Uhr) durchgeführt. Die Teilnehmer erhalten eine Video-Aufzeichnung, Unterlagen und regelmäßige Hausaufgaben(!)

### Das lernt Ihr Backoffice:

- Zusammenarbeit im Büro
- Erfolgreich Telefonieren
- Büroorganisation
- Daten erfassen und pflegen
- Werbeaktionen planen und durchführen
- Besichtigungen erfolgreich planen oder durchführen

**Termine:** Jeden Dienstag ab 05.09. bis 14.11.2023



## Jeder Kunde tickt anders!

**19.09. online:** Die NLP-Metaprogramme mit Dominik Hoffner

Metaprogramme sind die WahrnehmungsfILTER Ihrer Kunden. Sie werden mehr Freude im Verkauf erleben, wenn Sie erkennen,

- wie Ihr Kunde tickt, was ihn oder sie antreibt
- ob Ihr Kunden selbst entscheidet oder die Zustimmung anderer braucht
- mehr auf Details achtet oder sich erst einen Überblick verschaffen muss.

Und der Erfolg wird nicht auf sich warten lassen, denn es muss wieder mehr verkauft und besser eingekauft werden.



## Infos zur Anmeldung

Diese und weitere Seminare und Webinare finden Sie auf [www.IMMOBILIEN-PROFI.de/Seminare](http://www.IMMOBILIEN-PROFI.de/Seminare). Mitglieder und Abonnenten finden die Sonderpreise nach dem Log-In. Als Abonnent können Sie Ihre halbjährlichen Boni verrechnen. Mehr Infos dazu telefonisch unter 0221 / 168071-20

## Verhandeln: Das Beste aus zwei Welten

**Frankfurt 17.+18. Oktober:** 2 Tage mit 2 Trainern

Jetzt gilt es mit den vorhandenen Käufern Verhandlungsgespräche schneller, effizienter zu führen. Jetzt wird in den nächsten Monaten und Jahren deutlich mehr verhandelt, deutlich mehr gefeilscht und es wird noch viel, viel mehr Verhandlungspositionen geben.

Auch, und gerade auf der Bankenseite wird auch die eine oder andere Verhandlung zu führen sein. Und genau darum geht es in diesen zwei Tagen:

- Sie erlernen neue Techniken
- Sie lernen neue wissenschaftliche Erkenntnisse kennen
- Sie erhalten neues Handwerkszeug
- Sie gewinnen neue Möglichkeiten.

Das lernen Sie in zwei Tagen von Prof. Dr. Marco Schwenke und dem Verkaufsexperten Mark Remscheidt.



## Marktcheck: Verrentungslösungen

Der **Überblick zum Thema Verrentungslösungen** zeigt auf, dass es eine Vielzahl an Möglichkeiten gibt, um Immobilien zu verrenten. Hierzu zählen unter anderem der Teilkauf und die Zeit- und Leibrente in verschiedenen Ausführungen, inklusive Optionen mit oder ohne Einmalzahlung. Zusätzlich variieren die Vertragsbedingungen, die den Eigentümer vor möglichen Verlusten schützen sollen. In unserer Übersicht finden Sie die Konditionen, die auf dem Markt möglich sind (Leibrentenbörse\*), als auch die Angebote institutioneller Anbieter.

Service	LEIBRENTEN BOERSE.de	STIFTUNG LIEBENAU	HAUS PLUS RENTE	DEUTSCHE LEIBRENTEN	TEILKAUF ANBIETER
<b>FLEXIBILITÄT: Welcher Anbieter/Dienstleister bietet welche Verrentungs-Möglichkeiten?</b>					
Einmalzahlung	✓	✓	✓	✓	✓
Leibrente	✓	✓	✗	✗	✗
Zeitrente	✓	✓	✗	✓	✗
Höchstzeitrente	✓	✓	✗	✗	✗
(lebenslanger) Nießbrauch	✓	✗	✓	✗	✓
(lebenslanges) Wohnungsrecht	✓	✓	✗	✓	✗
Rückmietverkauf	✓	✗	✗	✗	✗
<b>OBJEKTART: Welche Immobilien können verrenten werden?</b>					
Ein/Zweifamilienhäuser selbstgenutzt	✓	✓	✓	✓	✓
Ein/Zweifamilienhäuser frei oder vermietet	✓	✗	✗	✗	✗
Eigentumswohnungen selbstgenutzt	✓	✓	✓	✓	✓
Eigentumswohnungen frei oder vermietet	✓	✗	✗	✗	✗
Mehrfamilienhäuser (teilweise) selbstgenutzt oder vermietet	✓	✓	✓	✓	✓
Gewerbeimmobilien (teilweise) selbstgenutzt oder vermietet	✓	✗	✗	✗	✗
<b>VERTRAGS-SICHERHEIT: Wie gut sind Eigentümer abgesichert?</b>					
Wohnrecht (WR): Grundbucheintragung im ersten Rang	✓	✓	✗	✓	✗
WR: Garantierter Wertersatz bei vorzeitigem Auszug	✓	✓	✓	✓	■
Nießbrauchrecht: Grundbucheintragung im ersten Rang	✓	✗	✓	✗	✗
Reallast: Grundbucheintragung im ersten Rang	✓	✓	✗	✓	✗
Rückfallklausel: Grundbucheintragung im ersten Rang	✓	✗	■	✓	■
Rückfallklausel über gesamte Laufzeit = dauerhafte Sicherheit	✓	✗	✗	✗	✗
Rentengarantiezeit (Mindestlaufzeit)	✓	✓	■	■	■
Rentenerhöhung durch Wertsicherungsklausel möglich	✓	✗	✗	✗	✗
<b>SONSTIGE Leistungen</b>					
Unabhängige neutrale Beratung sowie Komplettbetreuung	✓	✗	✗	✗	✗
Wohnrecht/Nießbrauch auch für Unverheiratete	✓	✓	✗	✗	✗
Flexible Teilverrentung möglich (Erben berücksichtigen)	✓	✗	✗	✗	■
Bieterverfahren für den besten Preis	✓	✗	✗	✗	✗
Kundenoptimierte Abwicklung mit freier Käuferauswahl	✓	✗	✗	✗	✗

✓ wird angeboten | ✗ wird nicht angeboten | ■ wird (aufgrund der Variante) nicht angeboten.

Die Angaben beruhen auf Erfahrungswerten und aktuellem Wissen | Stand August 2023 | Informieren Sie uns gerne bei Änderungen

\*Die LeibrentenBörse vermittelt Verrentungsanfragen an Investoren, über ein Verrentungs-Bieterverfahren. Alle anderen Anbieter übernehmen die Objekte in den eigenen Bestand, sind also Vertragspartner.

### IMPRESSUM

Herausgeber: in.media Verlags GmbH, Mohrenstraße 1–3, 50670 Köln, Tel. 0221/16 80 71-0, redaktion@IMMOBILIEN-PROFI.de, www.IMMOBILIEN-PROFI.com. Redaktion: Werner Berghaus, Andrea Fricke, Beiträge von: Peter Arndt, Mark Remscheidt. 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. Bildnachweis: S. 1/2 StockAdobe/bildergala, weitere Bilder: Archiv, Druck: Silber Druck oHG, 34253 Lohfelden