

Der richtige Preis...

.... sichert guten Erfolg. Der richtige Preis sichert eine schnelle Vermarktungszeit. Der richtige Preis hat ganz viele Vorteile.

Und was ist mit dem falschen Preis? Der falsche Preis hat schwerwiegende Folgen. Vermögensvernichtung. Eine Untersuchung einer der größten deutschen Sparkassen hat ergeben, dass für den Objekt-Verkäufer beim Immobilienverkauf Vermögensverluste entstehen, wenn der erste Angebotspreis zu hoch angesetzt wird. Das Ergebnis: Ein zu geringerer Preis und eine zu lange Verweil-Vermarktungsdauer. Die Ursache: Lange Vermarktungsdauer führt bei Interessenten, die ja in der Regel schon länger unterwegs sind, zu einem erhöhten Misstrauen gegenüber dem Angebot. Das dann nur bei großem Preiszugeständnis akzeptiert wird.

Vermögensvernichtung durch den falschen Preis

Die hard facts (alle Angebotswerte beziehen sich auf den 100-Prozent-Immobilien-Wert): Ein realistisch angesetzter Angebotspreis bringt mit durchschnittlich 66 Tagen im Schnitt 98 Prozent des wertermittelten Preises. Ein 20 Prozent zu hoch angesetzter Angebotspreis bringt nur etwa 85 Prozent des Wertermittlungsergebnisses bei einer um fast ein Jahr längeren Vermarktungszeit. Rechnet man zu dem Vermögensverlust, der durch den niedrigen Verkaufspreis aus der Immobilie selber reduziert noch eventuelle Raten für Zwischenfinanzierungen und Co., sind wir tatsächlich schnell bei einer Vermögensvernichtung.

Doch warum ist das Einsetzen des richtigen Preises so schwierig? Weil der Eigentümer typischerweise weiß, dass Sie Recht haben- und trotzdem sagt: " Herr Makler. Versuchen wir's doch mal mit 50.000€ mehr, wir können ja immer noch runtergehen!" Erfahrungen mit hoch angesetzten Preisen und der logisch darauf folgenden Herunter-Verhandlung hat jeder. Erfahrungen mit Bietergefechten, während derer der angesetzte Preis höher und höher steigt ,kaum jemand. Aber dazu mehr in einer nächsten Folge der Positionierungsserie zum Bieterverfahren.

Drei Varianten der Preisfindung

Sprechen wir über die Preisfindung, ergeben sich drei Varianten der Positionierung.

- A) Die Einwertung. Dies erfolgt größtenteils über Bauchgefühl und indem ein paar Eckdaten auf einen Zettel geschrieben werden, die zusammen mit der Erfahrung einen bestimmten Preis ergeben.
- B) Die Wertermittlung. Diese hat den Anspruch, anhand standardisierender Verfahren eine möglichst objektive Aussage über den Wert der Immobilie zu tätigen. Ein Gutachten ist relativ aufwändig zu erstellen. Liefert jedoch wirklich gute Ergebnisse und bringt insbesondere ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit mit sich.

C) Die Wohnmarktanalyse. Diese beinhaltet adressgenau Informationen zum jeweiligen Objekt und zwar zur Lagequalität, Preisentwicklung, Verweildauer und Vergleichsobjekte bietet- das kann nebenbei bemerkt genauso über eigene Zahlen aus der Farm funktionieren wie über eine Software-gestützte Wohnmarktanalyse- schlägt dem Eigentümer ein Schnippchen, der trotz des fest geschriebenen Mietspiegels gerne geneigt ist, sein Schätzchen schöner zu finden, als es ist.

Überbringer einer unerfreulichen Nachricht

Die ersten beiden Verfahren bergen natürlich das Risiko, dass der Eigentümer den Makler als Überbringer einer unerfreulichen Nachricht köpft-oder einfach nicht beauftragt. Die Marktanalyse hingegen bietet dem Eigentümer die Chance, sein eigenes Angebot in das Marktgeschehen um ihn herum einzusortieren. Hier besitzt der Makler nur die Rolle, den Markt transparent zu machen. Die gegebenenfalls unerfreuliche Nachricht findet der Eigentümer selbst respektive mit dem Makler gemeinsam heraus. Das ist ein gravierender Unterschied für die Beziehung.

Natürlich führt auch ein zu hoch angesetzter Preis zu einem Ergebnis. Nur braucht die Immobilie 13 Monate, bis sie aus der Welt ist. Der Verkäufer, der auch nicht glaubt, dass es funktioniert, es aber mal versuchen wollte, wird spätestens bei Sichtung der Faktenlage einsichtig. Denn seien wir mal ehrlich: Für die meisten Verkäufer zu denen ja auch viele Muss-Verkäufer oder Neu-Bauer gehören, ist eine bis auf das sechsfache höhere Vermarktungsdauer ein absolutes k.o.-Kriterium.

Wertermittlung oder Marktanalyse erhöhen die Glaubwürdigkeit. Finden einen realistischen Preis. Und schaffen ganz viel Vertrauen.