

# Mission: Neubauprojekt

Die Neubauzahlen klettern, gleichzeitig sind weniger Bestandimmobilien auf dem Markt. Wie Makler vorgehen, wenn sie für Bauträger tätig sein und Neubauten vermitteln wollen.



Foto: © Kerkez



Von Susanne Trösser

Wohnimmobilienmakler haben schon einfachere Zeiten erlebt: Einerseits ist die Nachfrage in Zeiten von Niedrigzinsen hoch. Andererseits trennen sich aus dem gleichen Grund wenige Eigentümer von ihren vier Wänden. Ein boomender Bereich ist hingegen die Vermarktung von Neubauimmobilien. Zwar gibt es viele Bauträger, die ihre Objekte in Eigenregie vermitteln. Aber es gibt triftige Gründe, damit einen professionellen Vermittler zu beauftragen.

Die Neubauzahlen verheißen für Entwickler, Planer und Bauhandwerker gute Zeiten. Auch Makler können profitieren, indem sie mit Bauträgern zusammenarbeiten. Seit Ende 2009 kletterte laut statistischem Bundesamt die Zahl der Baugenehmigungen stetig. 2015 wurde mit über 309.000 Wohnungen erstmals seit 15 Jahren die Marke von 300.000 genehmigten Einheiten übertroffen. Im Vergleich zum Vorjahr entsprach dies einem Plus von über acht Prozent. Auch von Januar bis April 2016 setzte sich diese Entwicklung fort. In diesem Zeitraum wurden gut 31 Prozent mehr Genehmigungen erteilt, als im Vorjahreszeitraum. Die meisten Projekte werden von Bauträgern als Ei-

gentumswohnungen oder Eigenheime erstellt. Immobilienmakler sollten versuchen, ihren Teil vom Kuchen zu sichern und verstärkt für Bauträger aktiv werden.

## Den Markt kennen – und den Bauträger

Die Vorteile einer Partnerschaft, bei der sich der Bauträger nicht um die Vermarktung kümmert, sondern einen Makler einschaltet, sind vielschichtig. Immobiliendienstleister kennen den lokalen Markt, die Zielgruppen und Preise. Sie haben zumeist mehr Expertise bei Marketing und Vertrieb, mehr Interessentenkontakte und erzielen schneller Verkaufserfolge als Bauträger, die ihren Vertrieb stiefmütterlich betreiben. Die Maklerprovision wird zumeist als Innenprovision vereinbart. So hat der Vermittler den Vorteil, mit den Erwerbern keine Diskussionen um die Provisionshöhe zu führen.

Der Makler sollte beim Erstgespräch mit einem Bauträger neben Marktdaten zudem Zahlen über seine Firma parat haben. Zahlen sind Fakten, die den anderen eher überzeugen als „heiße Luft“. Wie lange ist die durchschnittliche Vermarktungszeit seiner Objekte und wie viele

vermittelt er im Jahreschnitt? Wie groß ist seine lokale Marktdurchdringung? Liegen die Verkaufspreise in der Regel über oder unter seinen Angebotspreisen etc.? Ratsam ist es vor dem Erstkontakt zu einem Bauträger dessen Objektangebot, bisherige Verkaufsstrategie und Objektpräsentation zu analysieren. Beschäftigt er ein eigenes Vertriebsteam oder kümmern sich Officekräfte oder der beauftragte Architekt „nebenbei“ um den Neubauvertrieb? Vielleicht finden sich Schwachpunkte, für die der Makler Verbesserungsvorschläge hat. Gegebenenfalls hat er seine Objekte unzulänglich mit Architektenzeichnungen bebildet. Besser wären emotionalere Visualisierungen, in denen auch Personen, Bäume und die Umgebung gezeigt werden. Vielleicht könnten die Immobilien teurer am Markt angeboten werden?

## Verschiedene Leistungen für Bauträger übernehmen – Problemlöser sein

Einer der überzeugendsten Gründe, mit einem Makler zusammenzuarbeiten, ist aus Bauträgersicht dessen Vertriebs- und Marketingkompetenz. Diese erstreckt sich nicht nur darauf, in Abendstunden und

an Wochenenden präsent, sondern auch fachlich versiert zu sein. Professionelle Neubau-Vermittler kennen sich mit Finanzierungsfragen, baurechtlichen und steuerlichen Fragen des Immobilienerwerbs aus. Makler können Bauträger ferner mit Marketingideen überzeugen. Egal ob Wurfendungen, Farmingkonzepte, Flyeraktionen, Social-Media-Kampagnen oder PR für ein Objekt: Ein Vermittler von Neubauprojekten sollte die gesamte Klaviatur des Multi-Channel-Vertriebs beherrschen. Der Makler punktet, wenn er dem Bauträger Arbeit abnimmt. Hierzu zählt neben Verkaufsunterlagen, Landingpages und bei größeren Konzepten ein Branding der Baumaßnahme, also das Kreieren eines unverwechselbaren Projektnamens.

Vielleicht hat ein Makler, der sich auf hochwertige Objekte spezialisiert hat, zahlreiche vorgemerkte Kunden, sodass er aus diesem Fundus schöpfen kann, um das Premium-Neubauprojekt eines Bauträgers an den Mann zu bringen? Es gibt Maklersoftware-Anbieter, bei denen Immobiliensuchende die Koordinaten ihrer Traumimmobilie hinterlegen können. Dies kann ein wertvoller Datenschatz bei der Bauträger-Akquise sein, belegt er doch

die hohe Kontaktzahl des Vermarkters und seine Bekanntheit.

Der Immobilienberater sollte einem Bauträger regelmäßig Reports zuschicken. Gerade bei größeren und damit längerfristigen Projekten will der Auftraggeber über den Vermarktungsstand etc. informiert werden. Viele Bauträger überschätzen den Aufwand für das Sonderwünsche-Management der Erwerber. Hier kann ein Immobiliendienstleister diese Arbeit in Teilen übernehmen.

## Eine Hand wäscht die andere

Ein vergleichsweise sicherer Weg für einen Entwickler den Vertrieb zu übernehmen, ist die Vermittlung des Baugrundstücks an den Investor. Im Gegenzug übernimmt der Makler die Vermittlung der Wohnungen oder Eigenheime gemäß dem Motto: Eine Hand wäscht die andere. An das knappe Gut Bauland kommt der Makler am ehesten über ein funktionierendes Netzwerk aus Steuerberatern, Architekten, Privateigentümern, Banken, Rechtsanwälten, Notaren, Erschließungsgesellschaften und Vermessungsingenieuren. Ab und an sollte er natürlich auch an der Sitzung des

Stadtrats teilnehmen, wenn die Ausweisung neuer Baufelder auf der Tagesordnung steht.

Bauland fällt nicht vom Himmel, am wenigsten in nachgefragten Großstädten. Hierfür braucht es einen langen Atem. Immerhin lässt sich feststellen, dass viele Städte dem Druck nachgeben und mehr Flächen ausweisen als noch vor fünf oder zehn Jahren. Also Makler: Ran an den Speck! ■



Susanne Trösser

Geschäftsführerin der RIS Rheinischer Immobilienservice GmbH in Leverkusen und Vorstandsmitglied beim IVD-West.