Soviel ist Ihre Immobilie wert
RE/MAX-Experte verrät, worauf es bei der Preisfindung ankommt

„Ein Haus, das zu einem überhöhten Preis auf den Markt kommt, bringt am Ende meist weniger ein, als es wert ist“, weiß Thomas Röthig, Regionaldirektor von RE/MAX Bayern. Eigentümer neigen dazu den Wert ihrer Immobilie zu überschätzen, da sie das Objekt aus einem subjektiven Blickwinkel wahrnehmen. „Ein seriöser Makler muss hier mit objektiven Argumenten gegensteuern.“ In der Ausbildung zum Geprüften Immobilienfachwirt (IHK), die RE/MAX Bayern in Zusammenarbeit mit der Industrie- und Handelskammer anbietet, steht die exakte Immobilienbewertung deshalb ganz oben auf dem Stundenplan.

„Die Qualität eines Makler erkennen Sie nicht zuletzt daran, wie er den Wert Ihres Objekts ermittelt“, sagt Michael Ritzert, ausgebildeter Gutachter der Immobilienbewertung und Leiter der entsprechenden Seminare im RE/MAX Bayern Trainingscenter. Bei RE/MAX setzt man auf ein Zweistufen-Modell aus Verkaufswertberechnung und Marktanalyse. „Im ersten Schritt bestimmen wir den Wert der Immobilie nach objektiven, standardisierten Kriterien wie Größe, Baujahr, Ausstattung und Zustand.“ Aus Letzterem resultiert die Einschätzung des Investitionsvolumens, das auf den potenziellen Käufer noch zukommt. „Häuser, die vor zehn, zwanzig oder dreißig Jahren gebaut wurden, entsprechen selten dem heutigen Standard“, so Ritzert. Vor allem im Bereich der Heizung und Dämmung müsse oft nachgebessert werden, um die Anforderungen der Energieeinsparverordnung zu erfüllen. Ist der Wert ermittelt, wird im zweiten Schritt untersucht, welcher Preis auf dem regionalen Markt für vergleichbare Objekte gezahlt wird. „Dazu arbeiten wir mit einer Firma zusammen, die EDV-gestützte Marktanalysen entwickelt hat.“ Auf Knopfdruck sieht der Makler, wie viele vergleichbare Objekte es auf dem jeweiligen Markt gibt und zu welchem Preis sie angeboten werden. „Dabei hängt der Wert einer Immobilie ganz entscheidend von ihrer Lage ab. Kriterien wie Stadtnähe, Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr, aber auch Einkaufsmöglichkeiten und Versorgung mit Schulen und Kindergärten können einen Unterschied von mehreren zehntausend Euro ausmachen“, so Ritzert.
Alle Ergebnisse sowohl der Verkaufswertberechnung als auch der Marktanalyse werden dem Verkäufer sowie auch dem potenziellen Käufer schriftlich zugänglich gemacht. „Transparenz gegenüber beiden Seiten ist für unsere Arbeit entscheidend.“ Schließlich sollen am Ende beide mit dem Ergebnis zufrieden sein.

Zur professionellen Einwertung durch einen Fachmann sieht Ritzert keine Alternative. „Eigentümer haben die Tendenz, ihre Immobilie zu hoch anzusetzen.“ Dies gelte insbesondere dann, wenn sie das Objekt lange selbst bewohnt haben. „Die emotionale

Bindung führt zu überzogenen Preisvorstellungen“, so Ritzert. Seiner Erfahrung nach orientieren sich Privatverkäufer bei der Einwertung an zwei Fragen: Wieviel habe ich selbst für die Immobilie gezahlt beziehungsweise in Aus- und Umbauten investiert? Und: welchen Betrag möchte ich gern erzielen? „Letzteres spielt vor allem dann eine Rolle, wenn der Verkaufserlös bereits für bestimmte Zwecke, beispielsweise für den Erwerb einer neuen, größeren Immobilie, eingeplant ist.“ Das Problem: „Beide Faktoren sagen wenig über den tatsächlichen aktuellen Wert des Objektes aus.“ Auch die Einschätzung von Freunden, die vermeintlich vergleichbare Immobilien bereits veräußert haben, führe zu keinem verlässlichen Ergebnis.

Wird die Immobilie zum überhöhten Preis auf den Markt gebracht, kann das für den Verkäufer leicht nach hinten losgehen, betont Ritzert: „Das Haus oder die Wohnung entwickelt sich zum Ladenhüter.“ Häufig müsse nach Monaten erfolglosen Anbietens der Preis doch gesenkt werden. „Für Interessenten, die das beobachten, ein Signal, den Preis weiter zu drücken.“ Am Ende stehe oft ein Verkaufserlös, der weit unter dem tatsächlichen Wert liegt. „Ein guter Makler kennt diese Zusammenhänge. Wer sich bei der Einwertung vor allem nach den Wunschvorstellungen des Eigentümers richtet, arbeitet nicht seriös und schadet letztlich seinem Kunden.“