

MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2012

Eine empirische Studie zur Energieeffizienz, den Auswirkungen der
Wirtschaftskrise auf den Immobilienmarkt und
der Relevanz unterschiedlicher Lagekriterien

Abschlussbericht

Prof. Dr. Stephan Kippes

**Hochschule für Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen**

Professur für Immobilienmarketing und Maklerwesen

Inhalt

Vorwort	4
1. Methodische Vorbemerkungen	6
1.1 Übersicht	6
1.2 Definition der Grundgesamtheit	7
1.3 Stichprobenziehung und Erhebung	8
1.4 Nachbearbeitung der Daten zur Analyse	9
2. Energieeffizienz als Vermarktungsfaktor	11
2.1 Übersicht	11
2.2 Positiver Einfluss von Energieeffizienz	12
2.2.1 Kaufimmobilien	12
2.2.2 Mietimmobilien	13
2.3 Negativer Einfluss fehlender Energieeffizienz bei der Vermarktung von Kaufimmobilien	15
2.4 Bedeutung der Energieeffizienz für Kauf- und Mietinteressenten	17
2.4.1 Nachfragehäufigkeit nach Energieeffizienz von Immobilien	18
2.4.2 Anteil der Besichtigungen mit Fragen zur Energieeffizienz	20
2.5 Einschätzung von Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs	21
2.5.1 Kaufimmobilien	21
2.5.2 Mietimmobilien	22
2.6 Entscheidungskriterien der Immobilieninteressenten	23
2.7 Relevanz des Energieausweises in der Praxis	24
2.7.1 Kaufimmobilien	24
2.7.2 Mietimmobilien	25
3. Vermarktung von Problemimmobilien	26
3.1 Übersicht	26
3.2 Negative Auswirkung verschiedener Faktoren auf die Immobilienvermarktung	27
3.2.1 Umgebungsfaktoren	27
3.2.2 Ausstattungsfaktoren	28
3.3 Informationspolitik bei Problemimmobilien	29
3.3.1 Zeitpunkt, an dem Interessenten über gravierende Probleme einer Immobilie informiert werden	29
3.3.2 Umfang der Informationen bei Problemimmobilien	31
3.4 Provisionen bei Problemimmobilien	33
3.4.1 Provisionshöhe bei Problemimmobilien im Vergleich zu Immobilien ohne gravierende Probleme	33
3.4.2 Provisionssystem bei Problemimmobilien	34
3.5 Vermarktungsstrategien bei Problemimmobilien	35
4. Wirtschaftskrise und deren Auswirkung auf die Vermarktung	37
4.1 Übersicht	37
4.2 Nachfrage und Angebot von Kaufimmobilien	38
4.2.1 Nachfrage nach Kaufimmobilien	38
4.2.2 Angebot an Kaufimmobilien	40
4.2.3 Nachfrage und eigenes Angebot der Makler an Kaufimmobilien	41
4.2.4 Veränderungen in den Akquisebemühungen der Makler bei Kaufimmobilien	42
4.3 Prognosen zur Kauf- und Mietpreisentwicklung bei Immobilien	43
4.3.1 Prognose zur Entwicklung des Kaufpreises	44

4.3.2 Prognose zur Entwicklung des Mietpreises	44
4.4 Prognosen zur Angebots- und Nachfrageentwicklung von Immobilien	45
4.4.1 Prognose zur Entwicklung des Angebots an Immobilien.....	46
4.4.2 Prognose zur Entwicklung der Nachfrage nach Immobilien	46
4.5 Immobilienkauf aus Inflationsangst	47
4.6 Verhandlungen beim Immobilienverkauf	49
4.6.1 Verhandlungen von Käufern um einen Preisnachlass.....	49
4.6.2 Versuch der Verkäufer, eine Preissteigerung zu erzielen.....	50
4.6.3 Verhandlungsbereitschaft für einen Provisionsnachlass bei den Maklern	51
4.7 Auslandsnachfrage nach Immobilien.....	52
4.7.1 Auslandsnachfrage vor der Eurokrise	53
4.7.2 Derzeitige Auslandsnachfrage	53
4.7.3 Auslandsanfragen nach Immobilienarten.....	53
5. Immobilienerwerb: Bevorzugte Lagen und häufigste Fehler von Immobilienkäufern.....	55
5.1 Übersicht	55
5.2 Analyse der Immobilienkäufergruppen.....	56
5.3 Bevorzugte Immobilienlagen verschiedener Käufergruppen	57
5.3.1 Kaufimmobilien - Eigennutzung.....	57
5.3.2 Kaufimmobilien – Kapitalanlage	57
5.3.3 Bei Mietimmobilien – Eigennutzung	58
5.4 Fehler von Privatkäufern beim Immobilienkauf	59
5.4.1 Fehler der Immobilienkäufer zur Eigennutzung	59
5.4.2 Fehler der Immobilienkäufer zur Kapitalanlage	60
5.5 Einfluss verschiedener Faktoren auf den Verkaufspreis	62
6. Gesamtzusammenfassung - Fazit	63
7. Anhang.....	65
7.1 Tabellen-Übersicht	65
7.2 Grafiken-Übersicht	73

Vorwort

Die Wirtschaft im Euro-Raum kommt nicht zur Ruhe. Und so folgt eine Hiobsbotschaft der anderen. Oder sollte man besser sagen: jagt eine die andere? Wie auch immer, 2012 ist für die Immobilienwirtschaft erneut ein Jahr das von Dynamik und Veränderungen geprägt ist: Die Situation in Griechenland wird immer volatiler, der Euro gerät immer mehr in die Diskussion, die heftige Umschichtungswelle von anderen Anlageformen in Sachwerte wird immer stärker und der Arbeitsmarkt kann sich überraschend gut behaupten, was zur Folge hat, dass Eigennutzer verstärkt als Nachfrager am Immobilienmarkt in Erscheinung treten.

Die Preise und Mieten entfalten durch das gleichzeitige starke Auftreten von Kauf- und Mietinteressenten eine beachtliche Aufwärtsbewegung, dies gilt speziell für großstädtische Ballungszentren und insbesondere die Metropolen im Süden Deutschlands. Und so wird dort schon vielerorts diskutiert, ob eine Immobilienblase oder neudeutsch „Bubble“ entsteht oder im Heranziehen ist.

Vor diesem Hintergrund möchte der MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2012 wie bereits in den Vorjahren empirische Daten zu zentralen immobilienwirtschaftlichen Fragestellungen liefern und Trends aufzeigen. Im Mittelpunkt dieser neuen Studie stehen nach der traditionell umfänglichen Darstellung des Forschungs-Designs insbesondere die Themen Energieeffizienz, die Vermarktung von Problemimmobilien, die Wirtschaftskrise und deren Auswirkung auf die Vermarktung sowie die häufigsten Fehler beim Immobilienerwerb.

Ein herzlicher Dank geht an dieser Stelle an Frau Barbara Schmid, Frau Claudia Franke, Frau Karen Müting und Herrn Robert Koisar von der Immowelt AG, die diese Untersuchung in bewährter Weise sehr engagiert unterstützt haben.

Nach der sehr positiven Resonanz auf den MARKTMONITOR IMMOBILIEN in 2010 und 2011 ist geplant, dieses empirische Projekt auch in den Folgejahren weiter fortzusetzen.

Ihr

Prof. Dr. Stephan Kippes

Prof. Dr. Stephan Kippes
Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen - Nürtingen-Geislingen
University
Studiengang Immobilienwirtschaft/Department of Real Estate
Professur für Immobilienmarketing und Maklerwesen
Parkstr. 4 73312 Geislingen/Steige
Tel. 07331/22-537 -560 Fax
stephan.kippes@hfwu.de
<http://www.kippes.hfwu.de>

1. Methodische Vorbemerkungen

1.1 Übersicht

Für die Ziehung der Stichprobe und die Befragung der Unternehmen wurde das Immobilien-Professional-Panel (IPP) verwendet. Das IPP ist ein geschlossenes Panel, welchem ausschließlich Fachleute von Unternehmen aus der Immobilienbranche angehören. Es basiert auf der Kundendatenbank der Immowelt AG (Nürnberg), in dem ca. 35.000 gewerbliche Immobilienvermittler und -anbieter aus ganz Deutschland vertreten sind. Rund 94% dieser Firmen sind Einzelunternehmen bzw. beschäftigen neben dem Inhaber höchstens acht weitere Personen.

Die Vorteile des IPP für den MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2012 lagen insbesondere darin, dass in diesem Fachpanel ausschließlich die Kenner der Immobilienbranche zusammengeschlossen sind. Als Instrument moderner Marktforschung ermöglichte das IPP daher nicht nur die **zielgerichtete** Befragung von Spezialisten, sondern lieferte auf Grund der Fachkompetenz seiner Teilnehmer zudem sehr **zuverlässige Ergebnisse**.

Die Erhebung der Daten wurde vom 17. Januar bis 3. Februar 2012 durchgeführt. Nach Bereinigung der Rohdaten (Abbrecher, Plausibilitätskontrolle) flossen die Antworten von 539 Unternehmen in die Analyse mit ein.

Nach aller methodischen Sorgfalt und unter Berücksichtigung der Quellenlage kann der MARKTMONITOR IMMOBILIEN daher auch in diesem Jahr als repräsentativ für gewerbliche Immobilienvermittler und -anbieter in Deutschland mit Zugang zum Internet gelten.

1.2 Definition der Grundgesamtheit

Dank der bereits für den MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2010 und 2011 geleisteten Arbeit konnte die methodische Nachbereitung der diesjährigen Studie auf die Überprüfung der vorliegenden Definitionen beschränkt werden. Bei dieser Überprüfung wurden keine Veränderungen festgestellt. Demnach gilt auch für den MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2012 folgendes:

Maßgeblich ist die Strukturerhebung im Dienstleistungsbereich des Statistischen Bundesamtes¹, dort der Wirtschaftszweig (WZ) 70.3, Vermittlung und Verwaltung von fremden Immobilien.

Tabelle 1:

Struktur des WZ 70.3 (Vermittlung und Verwaltung von fremden Immobilien) lt. Statistischem Bundesamt, Destatis²

Anzahl Unternehmen gesamt	33.305
Anzahl Einzelunternehmen	18.779
davon mit weniger als 250.000 € Umsatz	17.519
Anzahl Unternehmen mit weniger als neun tätigen Personen	31.323
Durchschnittlich pro Unternehmen tätige Personen	5

Die vom statistischen Bundesamt Destatis erfassten Zahlen decken sich mit den Annahmen von Branchenverbänden, anderen Studien³ und Marktbeobachtungen. Aufgrund von Marktbeobachtungen der Immowelt AG kann zusätzlich zu den erfassten Unternehmen von 5 bis 10% zusätzlichen Maklern ausgegangen werden, die entweder zu klein sind, um erfasst zu werden, oder sozusagen „rollierend“ im Markt tätig sind, d.h. ein gewisser Anteil der Marktteilnehmer wechselt häufig.

Wie in den vergangenen Jahren wurde ein Abgleich mit der Adressdatenbank der Immowelt AG⁴ durchgeführt. Dieser bestätigt die Annahme, dass die Grundgesamtheit „Immobilienmakler“ aus circa 35.000 Unternehmen besteht, wovon der überwiegende Anteil Einzelunternehmen sind.

Zur reinen Anzahl der in Deutschland ansässigen und tätigen Immobilienmakler kommt noch die regionale Verteilung. Diese ist für eine empirische Marktbetrachtung von höchster Wichtigkeit, da die Immobilienmärkte in Deutschland enorm heterogen sind. So würde z.B. eine Übergewichtung von Maklern aus dem wirtschaftlich starken Süden gegenüber einer Untergewichtung von Maklern aus der Mitte oder dem Osten Deutschlands die Daten systematisch verfälschen.

¹ Statistisches Bundesamt (2009), Dienstleistungen. Strukturerhebung im Dienstleistungsbereich. Grundstücks- und Wohnungswesen.

² ebenda, Seite 8 f.

³ Vgl. hierzu auch ImmoStudien 2008 und 2009 der LMU München.

⁴ Die zur Verfügung gestellten Adressen der Immowelt AG, die mit immowelt.de eines der drei großen Immobilienportale am Markt betreibt, werden aus zwei Gründen als annähernd vollständige Abbildung des Marktes angesehen: 1. Es besteht ein vitales Interesse des Unternehmens, möglichst alle potentiellen Kunden zu Akquisiezwecken zu erfassen. 2. Das Unternehmen ist seit 1991 im Immobilienbereich tätig und verfügt dadurch über eine sehr gut gepflegte Adressdatenbank.

An dieser Stelle zeigt sich erneut der Wert des Immobilien-Professional-Panels für die empirische Forschung innerhalb der Immobilienbranche. Denn durch die identitätssichere Rekrutierung der Teilnehmer können effizienter regionalrepräsentative Daten erhoben und auf eine nachgelagerte Gewichtung verzichtet werden.

Im Folgenden eine Übersicht der regionalen Verteilung am Markt, im Panel sowie in der realisierten Stichprobe:

*Tabelle 2:
Regionale Verteilung der Makler nach PLZ-Gebieten*

PLZ	Anteil	Panel	Stichprobe
01-09	7%	8%	8%
10-19	11%	10%	10%
20-29	11%	10%	10%
30-39	7%	7%	7%
40-49	12%	11%	11%
50-59	11%	10%	10%
60-69	10%	10%	10%
70-79	10%	11%	11%
80-89	13%	13%	12%
90-99	8%	10%	11%

1.3 Stichprobenziehung und Erhebung

Auf Grundlage der definierten Grundgesamtheit „gewerbliche Immobilienvermarkter lt. Definition WZ 70.3 in Deutschland“ und der festgesetzten regionalen Verteilung wurde eine einfach geschichtete Stichprobe (quotiert nach Region) aus dem IPP der Immowelt AG gezogen. Jedes angeschriebene Unternehmen erhielt per E-Mail einen sogenannten Unique-Link zum Fragebogen, mit dem die Teilnahme an der Befragung nur einmal möglich war. Zusätzlich wurde der Fragebogen über ein Cookie gegen Mehrfachausfüller gesichert.

Die Umfrage wurde im Zeitraum vom 17. Januar bis 3. Februar 2012 durchgeführt, wobei alle Teilnehmer, die nach einer bzw. zwei Wochen Laufzeit noch nicht geantwortet hatten, mit einer zweiten bzw. dritten E-Mail an die Studie erinnert wurden.

Die Struktur des Immobilien-Professional-Panels entspricht der Verteilung in der Gesamtpopulation. Diese Struktur wurde auch in der Stichprobe abgebildet. Entsprechend ist keine Gewichtung notwendig.

Die Stichprobe erfolgte durch einfache Zufallsauswahl aus quotierten Regionalgruppen. Eingeladen wurden 1.559 zufällig ausgewählte gewerbliche Immobilienanbieter, deren Adresse und Tätigkeitsbereich validiert wurden. Der Rücklauf nach Bereinigung betrug insgesamt 539 Unternehmen.

Damit ergeben sich folgende deskriptive Kennzahlen: Fehlertoleranz zwischen 1,82% (bei einem Anteilswert von 5%) und 4,18% (bei einem Anteilswert von 50%), Confidence level 95 %.

1.4 Nachbearbeitung der Daten zur Analyse

Im Anschluss an die Erhebung wurden die Rohdaten im ersten Schritt bereinigt. Dabei galten folgende Kriterien:

- In die Analyse aufgenommen wurden nur Probanden,
- die mindestens zwei Drittel des Fragebogens ausgefüllt haben
 - die keine unplausiblen Antworten gegeben haben

Anschließend wurde untersucht, ob eine Gewichtung der Antworten hinsichtlich Regionen oder Größenklassen erforderlich ist, um die jeweils notwendigen Anteile zu erhalten. Da jedoch die Verteilung derjenigen in der Grundgesamtheit entsprach bzw. vorhandene Abweichungen nur minimal waren, war eine Gewichtung der Antworten nicht erforderlich.

Zusätzlich war es Dank der umfangreichen im Panel hinterlegten Strukturdaten möglich, eine exakte Lokalisierung der befragten Unternehmen nach Bundesland vorzunehmen. 2010 wurde auf Basis der abgefragten ersten zwei Stellen der Postleitzahl eine grundlegende Einordnung vorgenommen. Um den analytischen Spielraum folgender Erhebungen zu bewahren, wurden 2011 die Regionen neu geordnet. 2012 gab es keine weiteren Veränderungen. Daraus ergibt sich, dass Vergleiche der regionalen Ergebnisse aus 2010 mit den Ergebnissen aus 2011 und 2012 nur bedingt möglich sind.

Im Folgenden der Überblick über die regionale Aufteilung seit 2011:

Aufteilung:

Nord:

Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen und Niedersachsen

Süd:

Bayern und Baden-Württemberg

West:

Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland und Hessen

Ost:

Berlin, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen

Unter Berücksichtigung der bis hierhin beschriebenen methodischen Vorbereitungen kann gesagt werden, dass die Ergebnisse des „MARKTMONITORS IMMOBILIEN“ repräsentativ für Immobilienmakler in Deutschland sind, die das Internet nutzen⁵.



⁵ Durch die Zufallsauswahl, die geschichtete Quotierung sowie die anschließende Gewichtung erfüllt die Studie alle Kriterien lt. Kromrey, H. (2002), Empirische Sozialforschung, S. 302 ff.

2. Energieeffizienz als Vermarktungsfaktor

2.1 Übersicht

Wie in den vergangenen beiden Jahren behandelt der erste Block des Marktmonitors Immobilien 2012 Fragen rund um das Thema Energieeffizienz. Die Makler wurden nach den positiven, aber auch negativen Auswirkungen der Energieeffizienz auf die Immobilienvermarktung gefragt und zudem gebeten, ihre Einschätzung zu Energieverbrauch senkenden Maßnahmen zu geben. Die Entscheidungskriterien der Immobilieninteressenten und die Relevanz des Energieausweises in der Praxis schließen dieses Kapitel ab.

Die diesjährige Befragung zeigte, dass die Energieeffizienz, ausgehend von einem relativ niedrigen Basisniveau, sowohl bei der Vermarktung von Kauf- als auch Mietimmobilien erneut an Bedeutung gewonnen hat. So hat etwa der positive Einfluss eines hohen energetischen Sanierungsstandes auf die Vermarktung 2012 zugenommen. Energieeffiziente Wohnungen und Häuser ließen sich nach Ansicht der Makler nicht nur schneller vermarkten, sondern in der Regel auch zu besseren Preisen. In der Region Nord war diese Beobachtung verglichen mit dem Bundesdurchschnitt besonders deutlich, in der Region Ost hingegen war Energieeffizienz als Vermarktungsfaktor von unterdurchschnittlicher Relevanz.

Die grundsätzliche Relevanz der Energieeffizienz zeigte sich auch daran, dass fast die Hälfte der Makler 2012 angab, dass bereits der Anschein eines energetischen Sanierungsstaus den Verkaufspreis minderte - durchschnittlich um 20,5%.

Das grundsätzliche Interesse am energetischen Sanierungsstand einer Immobilie hat also wieder zugenommen. Das belegt auch die Angabe von drei Vierteln der Makler, dass sowohl Kauf- als auch Mietinteressenten 2012 bei Objektbesichtigungen häufiger als noch vor drei Jahren Fragen zur Energieeffizienz stellen. Das ohnehin niedrige Interesse am Energieausweis hat hingegen verglichen mit 2011 kaum zugenommen.

Energieeffizienz hat 2012 als Vermarktungsfaktor also im Gegensatz zu 2011, wo es an Relevanz eingebüßt hatte, wieder an Bedeutung gewonnen. Dafür gibt es mehrere Ursachen: Nach dem Tsunami im März 2011 und der daraus folgenden Atomkatastrophe in Fukushima sind die Themen Energieversorgung und Energieeffizienz wieder verstärkt in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt und haben stark an Bedeutung gewonnen. Zudem erhöhten die anhaltende Wirtschafts- und Finanzkrise wie auch die Turbulenzen um den Euro zunehmend die Angst der Bevölkerung vor Inflation. Infolgedessen werden Investitionen in die energetische Sanierung von Wohneigentum als sichere und lohnende Geldanlage angesehen, weil sie nicht nur den Wert des Objekts steigern, sondern auch die Ausgaben für Energie senken. Vor dem Hintergrund der deutlich gestiegenen Energiepreise hat dieser Faktor sowohl für Immobilienbesitzer als auch für Mieter an Relevanz gewonnen.

2.2 Positiver Einfluss von Energieeffizienz

Um die Relevanz des Faktors Energieeffizienz bewerten zu können, wurde zunächst nach den positiven Auswirkungen eines hohen energetischen Sanierungsstandes von Bestandsimmobilien auf Vermarktungsdauer, Vermarktungsaufwand sowie realisierbaren Kauf-/Mietpreis gefragt.

2.2.1 Kaufimmobilien

Gesamtdeutschland 2010 – 2012

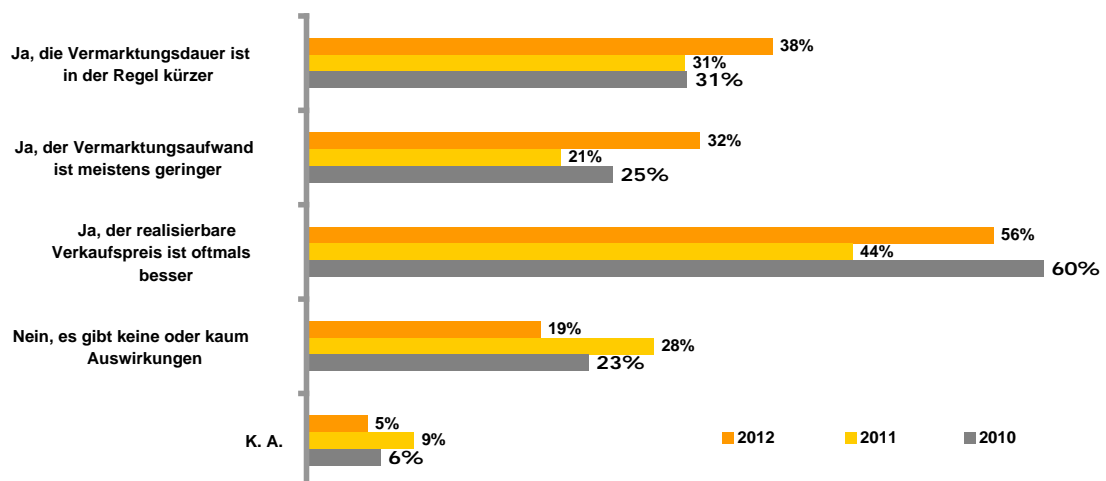
Die befragten Makler bewerteten den Einfluss eines hohen energetischen Sanierungsstands bei Kaufimmobilien auf die untersuchten Vermarktungsfaktoren 2011 verglichen mit 2010 als überwiegend rückläufig (Grafik 1). Dies kehrte sich bei der Befragung 2012 um.

Die Zunahme des Einflusses hoher energetischer Sanierungsstandards fiel bei den einzelnen Vermarktungsfaktoren unterschiedlich stark aus. Am stärksten stieg nach Angaben der Makler mit zwölf Prozentpunkten der Effekt auf den Verkaufspreis. Obwohl 56% der Makler hier einen positiven Einfluss feststellen, wird der bisherige Höchstwert von 60% aus dem Jahre 2010 noch nicht wieder erreicht.

Unter allen untersuchten Vermarktungsfaktoren wirkte sich dennoch auch 2012 der hohe energetische Sanierungsstand am stärksten auf den Preis aus. In einer ähnlichen Größenordnung hat 2012 gegenüber 2011 die Einschätzung des Einflusses auf den Vermarktungsaufwand zugenommen. Der Anstieg auf 32% ist gleichbedeutend mit dem hier bisher höchsten gemessenen Wert. Die Einschätzung bezüglich des Einflusses auf die Vermarktungsdauer stieg ebenfalls; jedoch vergleichsweise moderat um einen Prozentpunkt. Bemerkenswert ist zudem, dass 2012 nur noch 19% der Makler angaben, dass es aus ihrer Sicht keine oder kaum Auswirkungen eines hohen energetischen Sanierungsstandes auf die Vermarktung gebe. Dies ist gegenüber 2011 ein Rückgang um neun Prozentpunkte und damit der niedrigsten bisher ermittelten Wert

Grafik 1:

Positiver Einfluss eines hohen energetischen Sanierungsstandes auf die Vermarktung einer Kaufimmobilie, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012



Regionaler Vergleich 2010 bis 2012

Auffällig ist, dass die Einschätzung, dass sich ein hoher energetischer Sanierungsstand positiv auf alle Vermarktungsfaktoren auswirkt, im Osten bereits zum dritten Mal in Folge (deutlich) unter dem Bundesdurchschnitt lag (Tabelle 3)⁶. Beim Einfluss auf die Vermarktungsdauer lag der Osten 2012 immerhin 16 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt. Offensichtlich hängt die Vermarktungsdauer im Osten primär von anderen Faktoren ab, wie beispielsweise dem hohen Leerstand. Umgekehrt bewerteten die Makler den Einfluss im Norden seit 2010 verglichen mit dem Bundesdurchschnitt fast immer stärker. Am markantesten unterschied sich der Norden 2012 im Bezug auf den Einfluss eines hohen energetischen Sanierungsstands auf die Vermarktungsdauer. Hier lag der Norden 24 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt.

Tabelle 3:

Positiver Einfluss eines hohen energetischen Sanierungsstandes auf die Vermarktung von Kaufimmobilien, regionaler Vergleich 2010 bis 2012

Jahr 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Vermarktungsdauer	38%	62%	37%	39%	22%
Vermarktungsaufwand	32%	39%	38%	27%	27%
Verkaufspreis	56%	46%	66%	53%	44%
Kein Einfluss	19%	13%	14%	19%	31%

2.2.2 Mietimmobilien

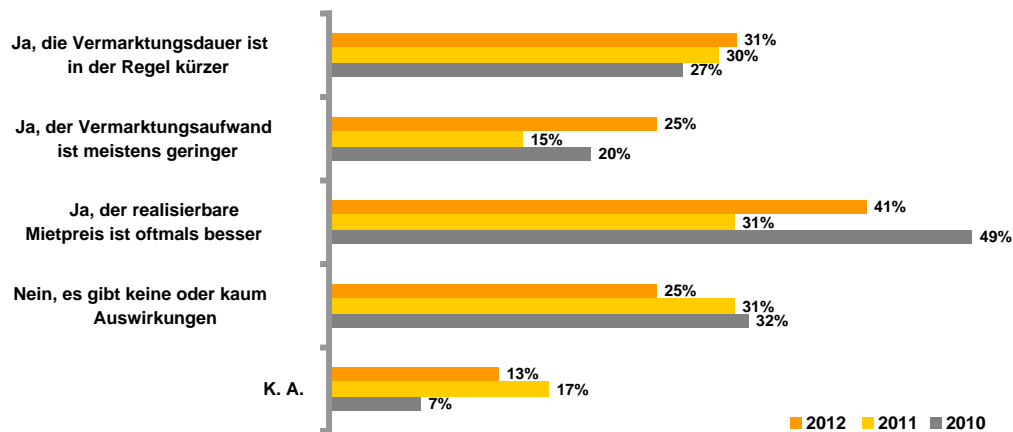
Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

Bei Mietimmobilien hat sich die Einschätzung der Makler, inwiefern sich eine hohe Energieeffizienz positiv auf verschiedene Vermarktungsfaktoren auswirkt, 2012 gegenüber den Vorjahren verändert: Sowohl die Auswirkung auf den Vermarktungsaufwand als auch auf die Miethöhe sind nach Angaben der Makler 2012 gegenüber 2011 markant um 10 Prozentpunkte gestiegen. Am stärksten machte sich die hohe Energieeffizienz insgesamt beim Mietpreis bemerkbar. Trotz der positiven Entwicklung ist der Wert 2012 (41%) aber nicht so hoch wie 2010 (49%). Im Gegensatz dazu erreichte der Einfluss auf den Vermarktungsaufwand mit 25% 2012 einen neuen Höchstwert, d. h. Energieeffizienz reduziert die Vermarktungskosten zunehmend. Wie schon 2011 hat auch 2012 die Bedeutung hoher energetischer Sanierungsstands für die Vermarktungsdauer leicht auf 31% zugenommen. Dass sich die hohe Energieeffizienz gar nicht oder kaum auf die Vermarktung auswirkt gaben seit 2010 immer weniger Makler an, 2012 waren es 25%.

⁶ Die Tabelle mit den Werten für 2010 und 2011 befindet sich im Anhang.

Grafik 2:

Positiver Einfluss eines hohen energetischen Sanierungsstandes auf die Vermarktung einer Mietimmobilie, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012



Regionaler Vergleich 2010 bis 2012

Der positive Einfluss hoher energetischer Sanierungsstands auf die Vermarktungsfaktoren von Mietimmobilien ist im Osten seit 2010 tendenziell geringer als im Bundesdurchschnitt (Tabelle 4)⁷. 2012 ist die Differenz zu den anderen Regionen verglichen mit 2011 noch größer geworden. Umgekehrt war der Einfluss im Norden sowohl 2011 als 2012 erheblich größer als im Bundesdurchschnitt. Am markantesten war die Differenz mit 23 Prozentpunkten beim Einfluss eines hohen energetischen Sanierungsstands auf die Vermarktungsdauer.

Tabelle 4:

Positiver Einfluss eines hohen energetischen Sanierungsstandes auf die Vermarktung von Mietimmobilien, regionaler Vergleich 2012

Jahr 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Vermarktungsdauer	31%	54%	28%	30%	23%
Vermarktungsaufwand	25%	31%	29%	25%	16%
Miete	41%	51%	45%	34%	41%
Kein Einfluss	25%	21%	24%	25%	28%

Zusammenfassung

Der Einfluss energetischer Sanierungsstandards auf die untersuchten Vermarktungsfaktoren war bei Kauf- und Mietimmobilien 2011 gegenüber 2010 überwiegend rückläufig. 2012 hat der Einfluss wieder zugenommen. Diese Entwicklung lässt sich auf die oben bereits erwähnte Diskussion um das Thema „Atomkraft“ infolge der Katastrophe von Fukushima sowie auf die steigenden Energiepreise zurückführen. In der regionalen Betrachtung zeigt sich: Sowohl bei Kauf- als auch bei Mietimmobilien war der Einfluss auf die Vermarktungsfaktoren im

⁷ Die Tabelle mit den Werten für 2010 und 2011 befindet sich im Anhang.

Osten überwiegend geringer als im Bundesdurchschnitt, was daran liegen könnte, dass die Vermarktungssituation dort überproportional schwierig und die Vermarktungsdauer insgesamt deutlich länger ist. Umgekehrt lag der Einfluss auf die Vermarktungsdauer im Norden sowohl bei Kauf- als auch bei Mietimmobilien teilweise deutlich über dem Bundesdurchschnitt.

2.3 Negativer Einfluss fehlender Energieeffizienz bei der Vermarktung von Kaufimmobilien

Nachdem in der ersten Frage vor allem nach den positiven Auswirkungen eines hohen energetischen Sanierungsstandes bei Bestandsimmobilien gefragt wurde, sollten die Makler im nächsten Schritt beurteilen, ob bereits der Anschein eines energetischen Sanierungsrückstandes den realisierbaren Kaufpreis einer Immobilie negativ beeinflussen kann. Um den Grenzbereich des Einflusses untersuchen zu können, wurde bei der Frage bewusst unterstellt, dass ein möglicher Interessent noch keinen genauen Blick auf das Objekt geworfen hat.

2.3.1 Einschätzung des negativen Einflusses

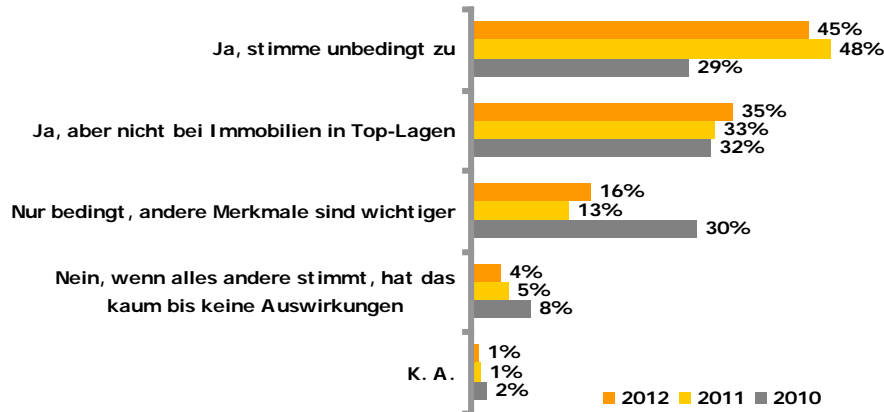
Gesamtdeutschland 2010 – 2012

2012 (45%) gab die relative Mehrheit der Makler wie schon 2011 (48%) an, dass bereits der Anschein eines energetischen Sanierungsstaus negative Auswirkungen auf den realisierbaren Verkaufspreis hat (Grafik 3). Nach dem deutlichen Anstieg um 19 Prozentpunkte im Jahr 2011 gegenüber 2010 hat hier bei der aktuellen Umfrage insofern keine nennenswerte Veränderung stattgefunden. Moderat ist 2012 die Anzahl der Makler gestiegen, die dieser Aussage grundsätzlich, jedoch nicht für Top-Immobilien zustimmt. Der Wert änderte sich von 33% (2011) auf 35% (2012). Die Top-Immobilien ausgenommen, vertraten 2012 somit insgesamt 80% der Immobilienfachleute die Meinung, dass sich bereits der Anschein eines negativen Sanierungsstandes negativ auf den realisierbaren Kaufpreis auswirkt. Gegenüber dem Vorjahr blieb dieser Wert damit nahezu konstant (2011: 81%).

2012 ist die Zahl der Makler (16 %) leicht gestiegen, die zwar davon ausgehen, dass sich bereits der Anschein eines energetischen Sanierungsrückstandes auf den Verkaufspreis auswirkt, die aber andere Merkmale für wichtiger halten. 2011 war dieser Wert deutlich um 17 Prozentpunkte auf 13% zurückgegangen.

Grafik 3:

Negative Auswirkung des Anscheins eines energetischen Sanierungsstaus auf den realisierbaren Verkaufspreis, nur Kaufimmobilien, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012



Regionaler Vergleich 2010⁸ bis 2012

Die Auswirkungen eines energetischen Sanierungsstaus auf den Preis haben sich 2012 im Vergleich zu 2011 bundesweit betrachtet kaum verändert (Grafik 3). Die regionale Analyse zeigt jedoch einige Besonderheiten (Tabelle 5)⁹: 2012 vertraten im Norden 58% der Makler die Ansicht, dass sich ein energetischer Sanierungsstau grundsätzlich negativ auf den realisierbaren Verkaufspreis auswirkt. Damit lag der Norden hier 13 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt. Umgekehrt bewerteten die Makler im Osten die Auswirkungen eines energetischen Sanierungsrückstands auf den Verkaufspreis als deutlich geringer. Der Wert lag hier 9 Prozentpunkte unter dem Bundeswert von 45%.

Tabelle 5:

Negative Auswirkung des Anscheins eines energetischen Sanierungsrückstands auf den realisierbaren Verkaufspreis, regionaler Vergleich 2012

Jahr 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Ja, stimme unbedingt zu	45%	58%	46%	44%	34%
Ja, aber nicht bei Immobilien in Top-Lagen	35%	32%	33%	35%	39%
Nur bedingt, andere Merkmale sind wichtiger	16%	8%	16%	16%	22%
Nein, wenn alles andere stimmt hat das kaum bis keine Auswirkungen	4%	3%	4%	4%	5%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

2.3.2 Durchschnittlicher Preisabschlag

Im Rahmen der Frage nach den negativen Auswirkungen eines energetischen Sanierungsstaus auf den Verkaufspreis wurden die Makler auch nach der durchschnittlichen Höhe des Abschlags gemessen am Verkaufspreis gefragt.

⁸ Ein Vergleich zwischen 2010 und 2011/2012 ist nur bedingt möglich, da die Regionen beim Marktmonitor 2010 etwas anders strukturiert waren als 2011 und 2012.

⁹ Die Tabelle mit den Werten für 2010 und 2011 befindet sich im Anhang.

Gesamtdeutschland 2011 und 2012

Bei der gesamtdeutschen Betrachtung gab es 2011 gegenüber 2012 keine Veränderung (Tabelle 6). Der durchschnittliche Abschlag infolge eines energetischen Sanierungsstaus lag nach Angaben der Makler 2012 bei 20,5% des Verkaufspreises, 2011 lag der Wert bei 20,4 %.

Tabelle 6:

Durchschnittlicher Abschlag auf den Verkaufspreis infolge eines negativen energetischen Sanierungsstands, Gesamtdeutschland 2011 und 2012

2012	20,5%
2011	20,4%

Regionaler Vergleich 2011 und 2012

Im regionalen Vergleich zeigt sich (Tabelle 7): 2011¹⁰ gab es nur moderate Unterschiede zwischen den Regionen. Gleiches war 2012 der Fall.

Tabelle 7: *Durchschnittlicher Abschlag auf den Verkaufspreis infolge eines negativen energetischen Sanierungsstands, regionaler Vergleich 2012*

Jahr 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Preisabschlag (Mittelwert)	20,5%	22,6%	18,5%	21,6%	21,8%

Zusammenfassung

2010 hatten im Bundesdurchschnitt 29% der Makler angegeben, dass sich der Anschein eines energetischen Sanierungsstaus negativ auf den Verkaufspreis auswirkt. 2011 und 2012 vertat eine relative Mehrheit der Makler (48% bzw. 45%) die Ansicht, dass ein energetischer Sanierungsstau den Verkaufspreis mindert. Die regionale Analyse 2012 zeigt: Im Norden führt ein energetischer Sanierungsstau im Bundesvergleich weitaus häufiger zu einem Preisabschlag und umgekehrt im Osten seltener. Bei der Höhe des Preisabschlags infolge eines energetischen Sanierungsstaus gab es 2012 gegenüber 2011 keine Veränderungen. Die regionale Analyse zeigt 2012 keine signifikanten Unterschiede.

2.4 Bedeutung der Energieeffizienz für Kauf- und Mietinteressenten

Bei den nächsten Fragen sollten die Teilnehmer einschätzen, ob Kauf- bzw. Mietinteressenten heute häufiger nach der Energieeffizienz einer Immobilie fragen als noch vor drei Jahren und bei welchem Anteil der Besichtigungen Fragen dazu gestellt wurden.

¹⁰ Die Tabelle mit den Werten für 2011 befindet sich im Anhang.

2.4.1 Nachfragehäufigkeit nach Energieeffizienz von Immobilien

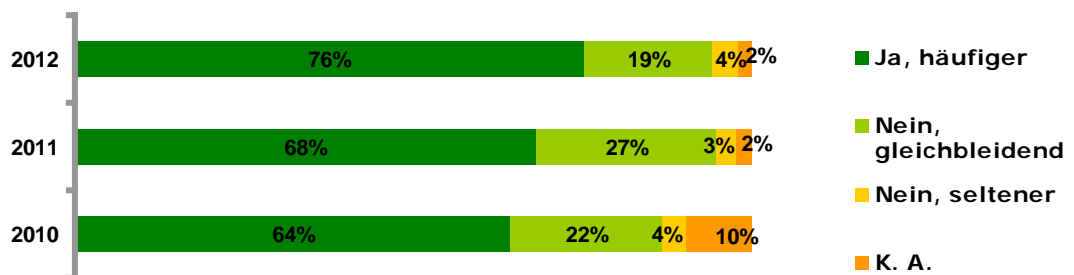
2.4.1.1 Kaufimmobilien

Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

Bei Besichtigungen von Kaufimmobilien stellen seit 2010 nach Angaben der Makler zunehmend mehr Interessenten Fragen zur Energieeffizienz (Grafik 4). Lag der Wert 2010 noch bei 64%, so stieg er 2011 auf 68% und 2012 auf 76%. Maßgeblich verantwortlich dafür war die Diskussion um das Thema „Atomkraft“ infolge der Katastrophe in Fukushima. Kontinuierlich steigende Energiepreise verstärkten diese Tendenz.

Grafik 4:

Fragen zur Energieeffizienz bei Besichtigungen von Kaufimmobilien; Häufigkeit im Vergleich heute und vor drei Jahren, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012



Regionaler Vergleich 2010 und 2012

In allen Regionen wurden Maklern bei Besichtigungen von Kaufimmobilien seit 2010¹¹ immer häufiger Fragen zur Energieeffizienz als vor zwei Jahren gestellt (Tabelle 8)¹². Jedoch wurden im Norden seit 2010 Fragen nach der Energieeffizienz weitaus häufiger gestellt als im Bundesdurchschnitt – 2012 betrug die Differenz elf Prozentpunkte. Umgekehrt rangiert der Osten hier seit 2010 deutlich unter dem Bundesdurchschnitt. 2012 antworteten nur 56% der Makler, dass häufiger Fragen zur Energieeffizienz gestellt wurden. Im Bundesdurchschnitt waren es 76%.

Tabelle 8:

Fragen zur Energieeffizienz bei Besichtigungen von Kaufimmobilien; Häufigkeit im Vergleich heute und vor drei Jahren, regionaler Vergleich 2012

Jahr 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
häufiger	76%	87%	82%	75%	56%
gleichbleibend	19%	5%	16%	19%	33%
seltener	4%	3%	2%	3%	6%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

¹¹ Ein Vergleich zwischen 2010 und 2011/2012 ist nur bedingt möglich, da die Regionen beim Marktmonitor 2010 anders definiert waren als 2011 und 2012.

¹² Die Tabelle mit den gesamten Werten für 2010 und 2011 befindet sich im Anhang.

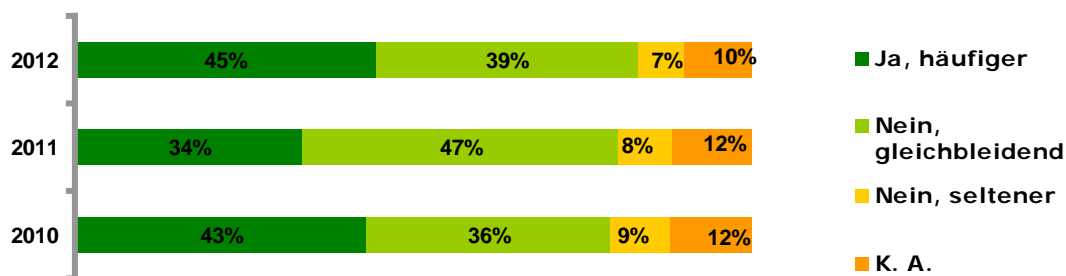
2.4.1.1 Mietimmobilien

Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

2010 hatten 43% der Makler angegeben, dass in den letzten drei Jahren häufiger Fragen nach der Energieeffizienz gestellt worden waren (Grafik 5). Im darauf folgenden Jahr ist dieser Wert auf 34% zurückgegangen. Bei der aktuellen Befragung 2012 ist er wieder deutlich auf 45% gestiegen und lag damit sogar leicht über dem Niveau von 2010.

Grafik 5:

Fragen zur Energieeffizienz bei Besichtigungen von Mietimmobilien; Häufigkeit im Vergleich heute und vor drei Jahren, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012



Regionaler Vergleich 2010 bis 2012

Bei Mietimmobilien wurden 2012 in allen Regionen gegenüber 2011 häufiger Fragen nach der Energieeffizienz gestellt, als im Dreijahresrückblick (Tabelle 9)¹³. Die regionale Analyse 2012 zeigt: Im Norden und Süden wurden Fragen nach der Energieeffizienz geringfügig häufiger als im Bundesdurchschnitt gestellt. Umgekehrt lag der Wert im Westen und Osten moderat unter dem Bundesdurchschnitt.

Tabelle 9:

Fragen zur Energieeffizienz bei Besichtigungen von Mietimmobilien; Häufigkeit im Vergleich heute und vor drei Jahren, regionaler Vergleich 2012

Jahr 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
häufiger	45%	53%	49%	40%	40%
gleichbleibend	39%	36%	39%	37%	41%
seltener	7%	8%	4%	9%	6%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

¹³ Die Tabelle mit den gesamten Werten für 2010 und 2011 befindet sich im Anhang.

2.4.2 Anteil der Besichtigungen mit Fragen zur Energieeffizienz

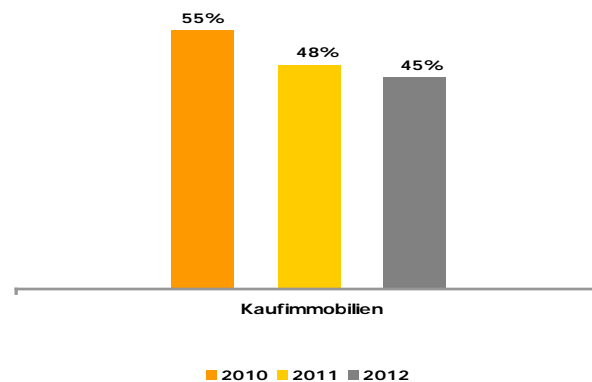
2.4.2.1 Kaufimmobilien

Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

Interessenten für Kaufimmobilien stellten laut MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2012 in den letzten zwölf Monaten bei durchschnittlich¹⁴ 45% aller Besichtigungen Fragen zur Energieeffizienz (Grafik 6). Damit ist dieser Wert seit 2010 kontinuierlich gesunken.

Grafik 6:

Durchschnittlicher Anteil der Besichtigungen von Kaufimmobilien, bei denen Fragen zur Energieeffizienz gestellt wurden, in den letzten zwölf Monaten, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012



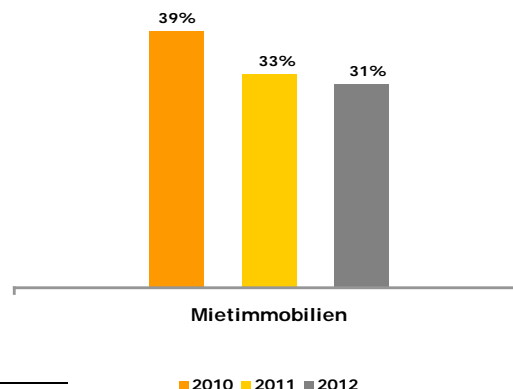
2.4.2.2 Mietimmobilien

Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

Interessenten für Mietimmobilien stellten in den letzten zwölf Monaten bei durchschnittlich¹⁵ 31% aller Besichtigungen Fragen zur Energieeffizienz (Grafik 7). Damit ist dieser Wert seit 2010 kontinuierlich gesunken.

Grafik 7:

Durchschnittlicher Anteil der Besichtigungen von Mietimmobilien, bei denen Fragen zur Energieeffizienz gestellt wurden, in den letzten zwölf Monaten, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012



¹⁴ Angegeben ist der Mittelwert inkl. 0, d.h. es fließen auch die Nennungen mit ein, bei denen der Befragte angab „bei keiner Besichtigung“.

¹⁵ Angegeben ist der Mittelwert inkl. 0, d.h. es fließen auch die Nennungen mit ein, bei denen der Befragte angab „bei keiner Besichtigung“.

Zusammenfassung

Interessenten für Kaufimmobilien stellten in den letzten zwölf Monaten laut Maklerbefragung 2012 bei durchschnittlich 45% aller Besichtigungen Fragen zur Energieeffizienz. Bei Mietimmobilien lag der Wert bei 31%.

76% der Makler gaben 2012 an, dass Interessenten für Kaufimmobilien bei Objektbesichtigungen häufiger als noch vor drei Jahren Fragen zur Energieeffizienz stellen. 45% der Makler stimmten dieser Aussage 2012 in Bezug auf die Mietimmobilien zu. Bemerkenswert ist: Insgesamt lag dieser Wert bei Kaufimmobilien von 2010 bis 2012 mindestens 15 Prozentpunkte über dem Wert bei Mietimmobilien. Der Grund für diese Differenz liegt darin, dass Mieter sich wesentlich einfacher und schneller von einem Mietobjekt trennen können als Immobilienbesitzer, wenn sie mit der Energieeffizienz und den damit verbundenen Kosten unzufrieden sind.

2.5 Einschätzung von Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs

Für die Einschätzung von Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs sollten die Makler auf einer Skala von 1 = entscheidend bis 5 = vernachlässigbar angeben,

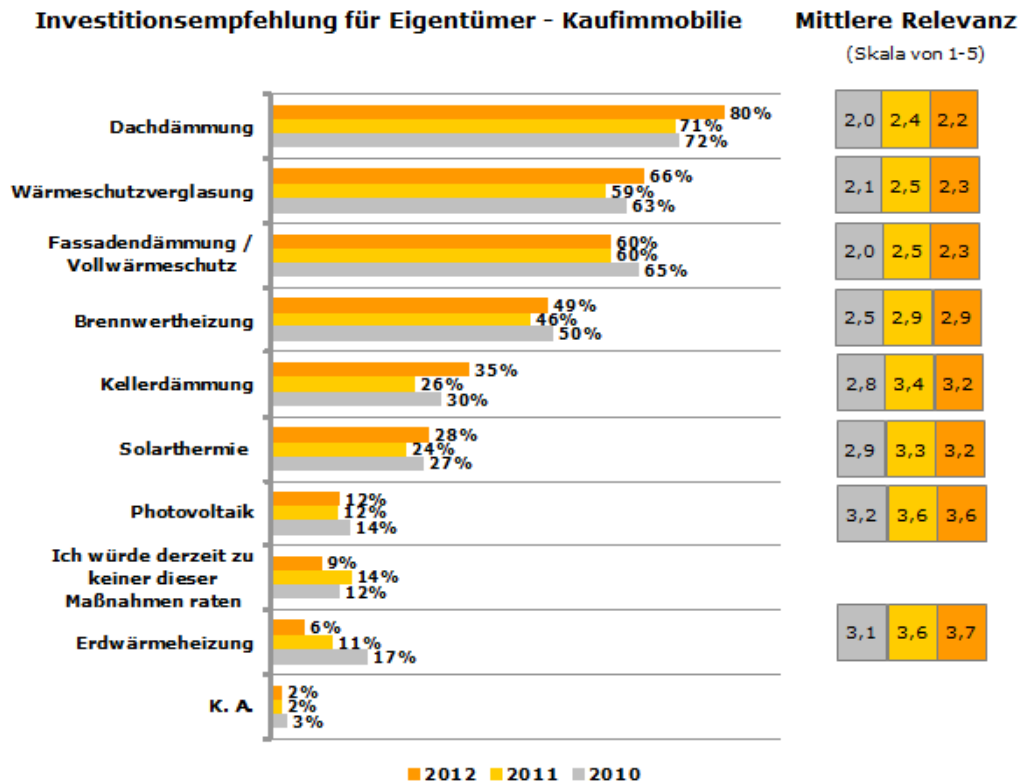
- für wie relevant sie verschiedene Energieeffizienz-Merkmale für den Vermarktungserfolg einer Immobile halten und
- zu welchen energetischen Modernisierungs-/Sanierungsmaßnahmen sie Eigentümern von Bestandsimmobilien vor deren Vermarktung (Verkauf oder Vermietung) gegebenenfalls raten würden.

2.5.1 Kaufimmobilien

2012 haben die befragten Makler die Relevanz von Energieeffizienz-Faktoren auf den Vermarktungserfolg von Kaufimmobilien höher bewertet als 2011 und 2010 (Grafik 8). Dabei schrieben die Makler der Dachdämmung zum dritten Mal in Folge den größten Einfluss zu, auf Rang zwei folgten die Wärmeschutzverglasung und die Fassadendämmung. Konsequenterweise rieten die Makler 2012 erneut am häufigsten zur Dämmung des Daches, der Investition in Wärmeschutzverglasung und zur Dämmung der Fassaden.

Grafik 8:

Kombination der Ergebnisse aus den Fragen Investitionsempfehlung für Eigentümer sowie mittlere Relevanz von Energieeffizienz-Merkmalen bei Kaufimmobilien, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

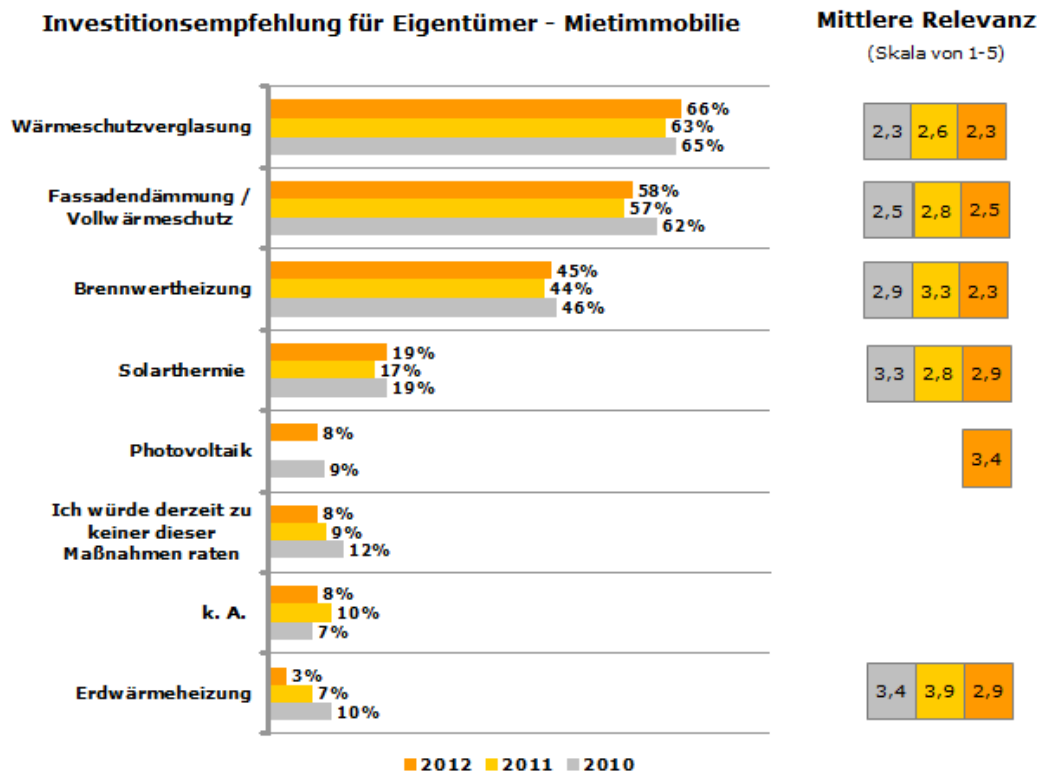


2.5.2 Mietimmobilien

Nachdem die Makler bei Mietimmobilien den Energieeffizienz-Faktoren 2011 gegenüber 2010 grundsätzlich eine geringere Relevanz auf den Vermarktungserfolg attestiert hatten, schrieben sie ihnen 2012 tendenziell wieder eine größere Bedeutung zu (Grafik 9). In allen drei Befragungsjahren haben die Makler der Wärmeschutzverglasung den größten Einfluss auf die Vermarktung beigemessen. Folgerichtig lag 2012 der Rat zu Investitionen in Wärmeschutzverglasung zum dritten Mal in Folge auf Rang eins der Maklerempfehlungen. Auf den weiteren Rängen folgten die Empfehlung zu Investitionen in die Fassadendämmung und Brennwertheizung.

Grafik 9:

Kombination der Ergebnisse aus den Fragen Investitionsempfehlung für Eigentümer sowie mittlere Relevanz von Energieeffizienz-Merkmalen bei Mietimmobilien, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012



Zusammenfassung

Nachdem die Makler sowohl bei Kauf- als auch bei Mietimmobilien den abgefragten Energieeffizienz-Faktoren 2011 gegenüber 2010 einen rückläufigen Einfluss auf die Vermarktung der Objekte attestiert hatten, kehrte sich dies 2012 wieder um. Bei Kaufimmobilien schrieben die Makler der Dachdämmung zum dritten Mal in Folge den größten Einfluss auf die Vermarktung zu. Bei Mietimmobilien gilt Gleiches für die Wärmeschutzverglasung.

2.6 Entscheidungskriterien der Immobilieninteressenten

Mit der nächsten Frage sollte herausgefunden werden, welche die wichtigsten Faktoren für die Entscheidung sind, eine Immobilie zu kaufen oder zu mieten. Hierfür sollten die Studienteilnehmer mindestens drei der bei den Antworten vorgegebenen Entscheidungskriterien entsprechend ihrer Relevanz sortieren.

Gesamtdeutschland 2010 und 2012

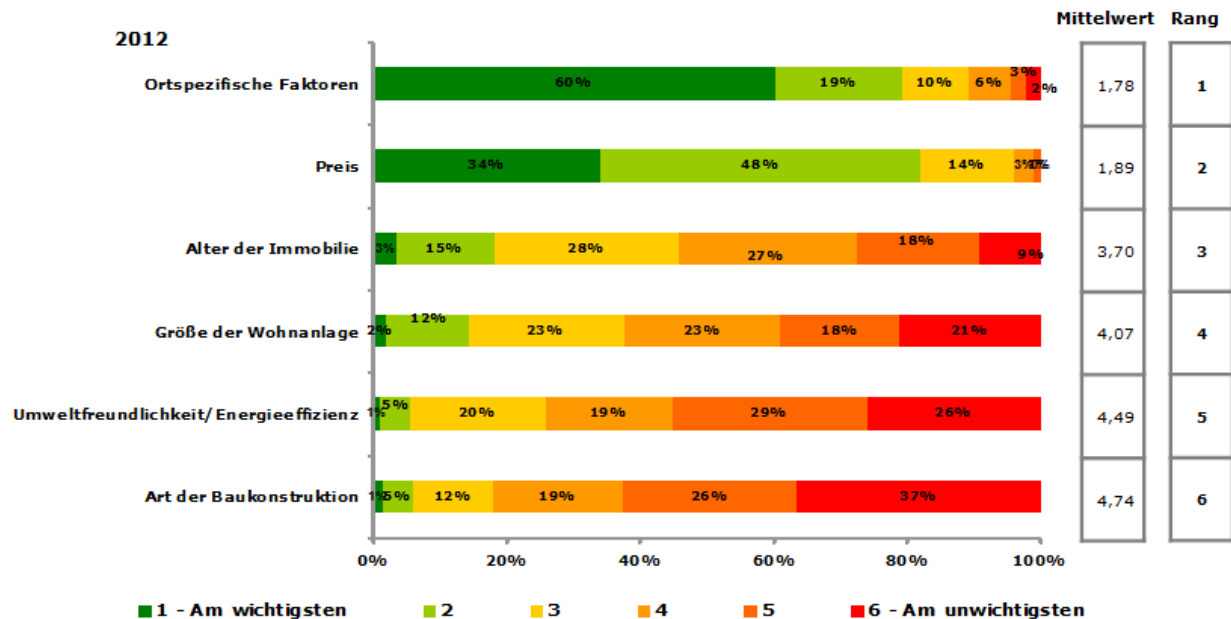
Bei der Bewertung der Faktoren hinsichtlich ihres Einflusses auf den Immobilienkauf gab es 2012 gegenüber 2011 und 2010¹⁶ keine großen Veränderungen (Grafik 10).

¹⁶ Die Grafik mit den gesamten Werten für 2010 und 2011 befindet sich im Anhang.

2012 spielen ortsspezifische Faktoren zum dritten Mal in Folge die größte Rolle. Auf Rang zwei folgte 2012 wie 2011 und 2010 der Preis. Und schließlich auf Rang drei das Alter der Immobilie. Das Thema Umweltfreundlichkeit/Energieeffizienz landete weit abgeschlagen lediglich auf dem fünften Platz.

Grafik 10:

Entscheidungskriterien der Immobilieninteressenten, Gesamtdeutschland 2012



2.7 Relevanz des Energieausweises in der Praxis

Am Ende des ersten Themenblocks stand die Frage, wie häufig Anbieter und Interessenten nach dem Energieausweis einer Immobilie fragen und wie oft Makler den Energieausweis verwenden, um damit in ihren Exposés zu werben.

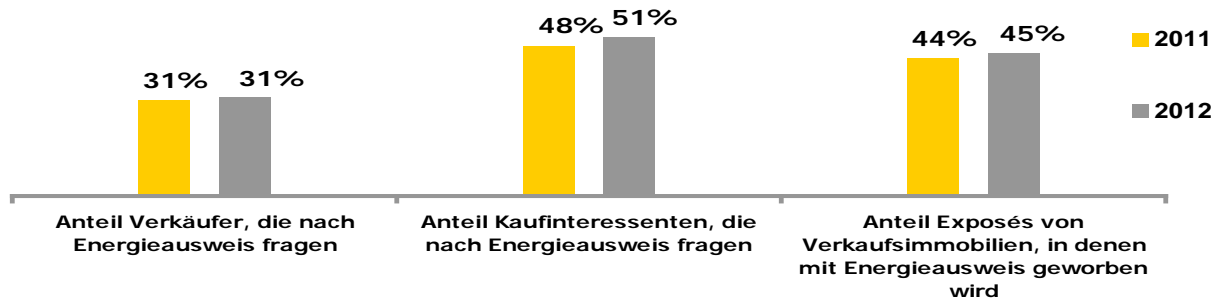
2.7.1 Kaufimmobilien

Gesamtdeutschland 2011 und 2012

Das Interesse am Energieausweis für Kaufimmobilien stieg 2012 verglichen mit dem Vorjahr nur moderat (Grafik 11). Das größte Interesse für den Energieausweis lag 2012 wie schon 2011 bei den Käufern (51%).

Grafik 11:

Fragen nach dem Energieausweis bei Kaufimmobilien, Mittelwerte, Gesamtdeutschland 2011 und 2012

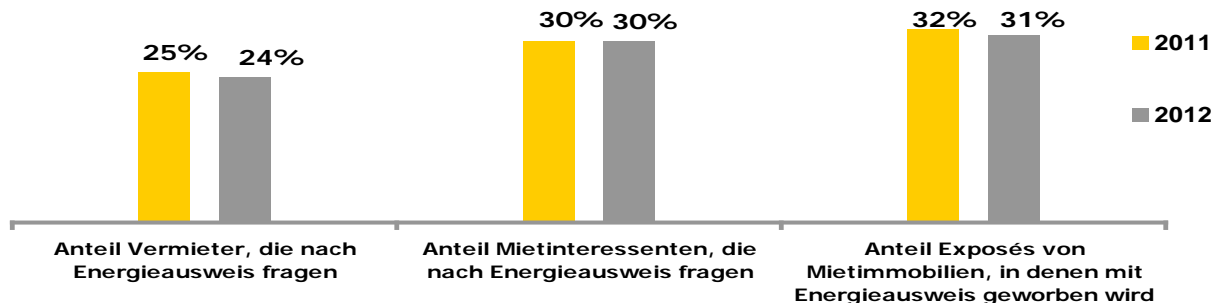


2.7.2 Mietimmobilien

Gesamtdeutschland 2011 und 2012

Nach Angaben der Makler stagnierte bzw. sank bei Mietimmobilien das Interesse am Energieausweis 2012 gegenüber 2011 leicht (Grafik 12). Die größte Bedeutung hatte der Energieausweis 2012 wie schon 2011 in den Exposés der Mietimmobilien.

Grafik 12: Fragen nach dem Energieausweis bei Mietimmobilien, Mittelwerte, Gesamtdeutschland 2011 und 2012



Zusammenfassung

Das Interesse am Energieausweis hat sich sowohl beim Verkauf als auch bei der Vermietung nur moderat verändert.

3. Vermarktung von Problemimmobilien

3.1 Übersicht

Im folgenden Kapitel wurde untersucht, wie Makler mit der Vermarktung problematischer Immobilien umgehen. Sie wurden zunächst befragt, welche Faktoren eine Wohnung oder ein Haus zur Problemimmobilie machen. Anschließend sollten sie darüber Auskunft geben, wann sie potenzielle Mieter oder Käufer über Makel der Immobilie informieren und wie sich diese auf ihr Provisionsgefüge auswirken. Zuletzt wurden die Makler befragt, inwiefern sie für Problemimmobilien spezielle Vermarktungsstrategien einsetzen.

Was aber ist eine Problemimmobilie? Was die Umgebungsfaktoren anging, waren sich die Makler einig: Lärm gilt als der negative Umgebungsfaktor Nummer 1. Aber auch Geruchsbelästigungen und ein hoher Anteil ausländischer Bevölkerung in der Nachbarschaft wirkten sich negativ auf die Vermittlungschancen aus. Problematisch bewerteten die Makler auch die Vermarktung von Immobilien ohne Balkon, Terrasse oder Veranda. Im Negativ-Ranking folgten Ausstattungskriterien wie das Heizen mit Einzelöfen und hohe Heizkosten.

In der Regel informierten Makler Käufer am Telefon oder im Online-Angebot bzw. in der Zeitungsanzeige zum ersten Mal über gravierende Probleme einer Immobilie. Ein Fünftel der Makler wartete bis zum Besichtigungstermin, bevor sie Interessenten auf solche Probleme aufmerksam machten. Bei den Mietern ist es nicht viel anders: die meisten erfuhren am Telefon, bei der Besichtigung oder im Online-Immobilienangebot oder der Zeitungsanzeige von Mängeln. Die meisten Makler wiesen Käufer und Mieter auch dann auf Probleme einer Immobilie hin, wenn ein Hinweis aus rechtlichen Gründen nicht notwendig gewesen wäre.

Viele Makler verlangten unabhängig davon, ob es sich um eine Problemimmobilie handelte oder nicht, die gleiche Provision. Eine relative Mehrheit der Makler bevorzugt bei Problemimmobilien eine Aufteilung der Provision zwischen Käufer und Verkäufer. Bevor sie eine Problemimmobilie ins Angebot aufnahmen überlegten die meisten Makler reiflich und rieten auch zur Berücksichtigung des Mankos beim Angebotspreis.

3.2 Negative Auswirkung verschiedener Faktoren auf die Immobilienvermarktung

3.2.1 Umgebungsfaktoren

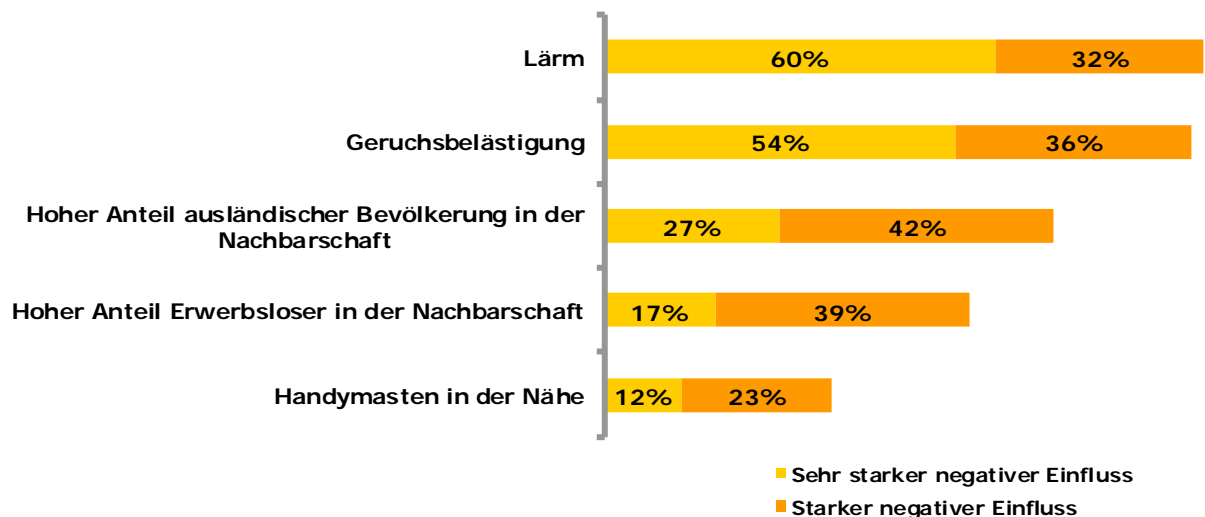
Zuerst wurden die Makler gebeten, zu beurteilen, wie stark die Vermarktung durch verschiedene Umgebungsfaktoren beeinflusst wird.

Gesamtdeutschland 2010¹⁷ und 2012

Lärm ist der negative Einflussfaktor schlechthin bei der Immobilienvermarktung (Grafik 13). Zusammengefasst sagten 92% der Makler, dass Lärm die Vermarktung einer Immobilie sehr stark oder stark negativ beeinflusst. Aber auch Geruchsbelästigung (insgesamt 90%) und ein hoher Anteil ausländischer Bevölkerung in der Nachbarschaft (69%) wirken sich auf den Vermarktungserfolg aus. 2012 lagen damit die gleichen Faktoren auf den ersten drei Rängen wie bei der Befragung 2010.

Grafik 13:

Negative Auswirkungen verschiedener Umgebungsfaktoren auf die Vermarktung, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2010 und 2012

Die regionale Analyse 2012 zeigt wie schon 2010 keine signifikanten Unterschiede (Tabelle 10).¹⁸

¹⁷ Die Grafik mit den Werten für 2010 befindet sich im Anhang. Das Thema Problemimmobilien wurde in der Befragung 2011 nicht thematisiert, daher liegen für 2011 keine Daten vor.

¹⁸ Die Tabelle mit den Werten für 2010 und 2012 befindet sich im Anhang.

3.2.2 Ausstattungsfaktoren

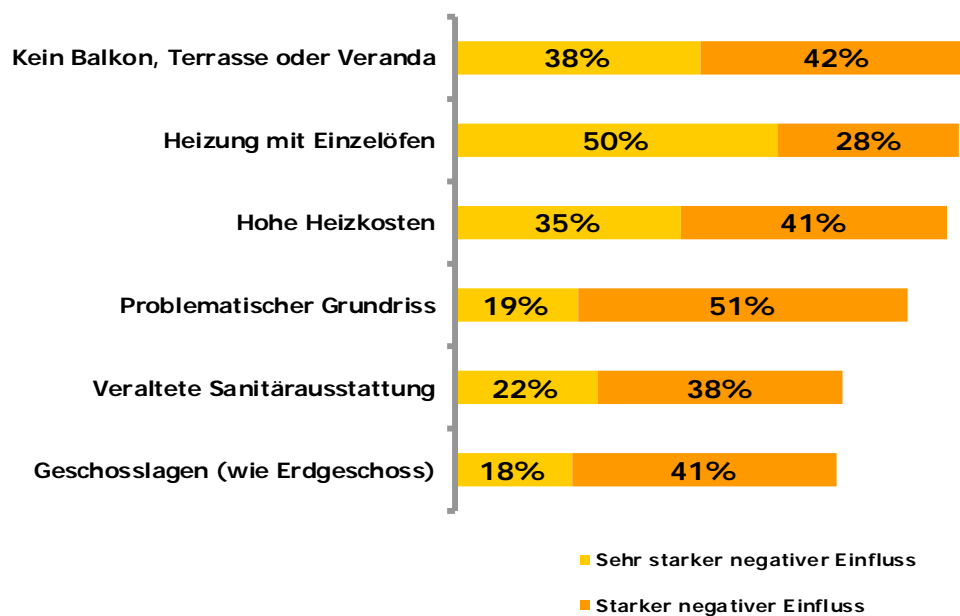
Im Folgenden wurden die Makler gebeten, zu beurteilen, wie stark die Vermarktung von verschiedenen Ausstattungsfaktoren beeinflusst wird.

Gesamtdeutschland 2010 und 2012

Nach Angaben der Makler wirkte es sich am stärksten negativ auf die Vermarktung von Immobilien aus, wenn Balkon, Terrasse oder Veranda fehlen (Grafik 14): 80% wiesen dem Fehlen dieser Ausstattungsfaktoren 2012 sehr starken oder starken Einfluss zu. Ebenfalls negativ wirkt sich nach Meinung der Makler aus, wenn Wohnungen nur mit Einzelöfen beheizt werden können (78%) und die Heizkosten hoch sind (76%). Die ersten beiden Faktoren waren 2012 und 2010 identisch. Auf den dritten Platz hatten die Makler 2010 einen problematischen Grundriss gewählt.

Grafik 14:

Negative Auswirkungen verschiedener Ausstattungsfaktoren auf die Vermarktung, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2010 und 2012

Die regionale Analyse zeigt 2012 wie schon 2010 keine signifikanten Unterschiede (Tabelle 11).¹⁹

Zusammenfassung

Laut MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2012 hatten Lärm (92%), Geruchsbelästigung (80%) und ein hoher Anteil ausländischer Bevölkerung unter allen abgefragten Umgebungsfaktoren den größten negativen Einfluss auf die Immobilienvermarktung. Bei den Ausstattungsmerkmalen lag der größte negative Einfluss im Fehlen von Balkon, Terrasse oder Veranda (80%). Es folgten Wohnungen, die mit Einzelöfen beheizt werden (78%) und schließlich hohe Heizkosten (76%).

¹⁹ Die Tabelle mit den gesamten Werten für 2010 und 2012 befindet sich im Anhang.

3.3 Informationspolitik bei Problemimmobilien

3.3.1 Zeitpunkt, an dem Interessenten über gravierende Probleme einer Immobilie informiert werden

Im Folgenden wurden die Makler danach befragt, zu welchem Zeitpunkt sie Käufer bzw. Mieter erstmalig über gravierende Probleme von Immobilien informieren.

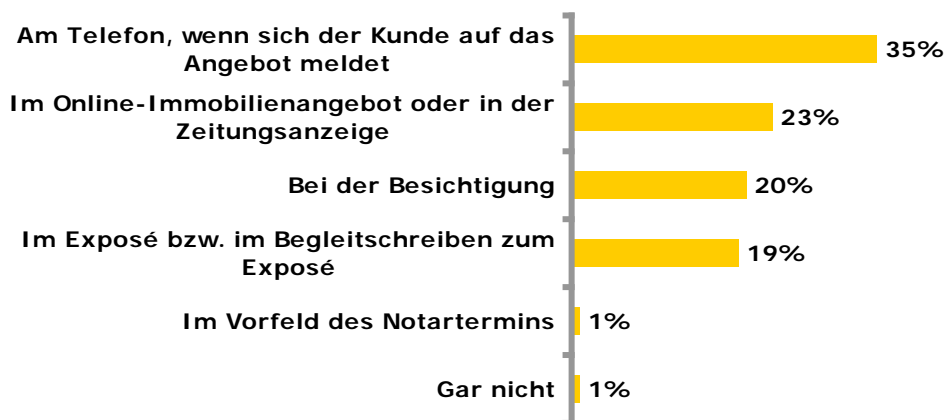
3.3.1.1 Käufer

Gesamtdeutschland 2012

Am häufigsten informierten Makler die Käufer bereits am Telefon (35%) zum ersten Mal über gravierende Probleme einer Immobilie (Grafik 15). Am zweithäufigsten informierten sie die Käufer darüber im Online-Immobilienangebot oder in der Zeitungsanzeige (23%). Schließlich nutzten 20% der Makler die Besichtigung, um die Käufer auf solche Probleme aufmerksam zu machen.

Grafik 15:

Zeitpunkt, an dem die Makler die Käufer erstmalig über gravierende Probleme einer Immobilie informieren, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Die Makler im Norden informierten die Käufer über gravierende Probleme einer Immobilie häufiger als im Bundesdurchschnitt im Online-Immobilienangebot oder in Zeitungsanzeigen (Tabelle 12). Der Wert lag zehn Prozentpunkte über dem Bundeswert. Andererseits informierten sie Käufer seltener darüber am Telefon. Dieser Wert lag 13 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt.

Tabelle 12:

Zeitpunkt, an dem die Makler die Käufer erstmalig über gravierende Probleme einer Immobilie informieren, regionaler Vergleich 2012

Zeitpunkt der in Kenntnissetzung der Käufer über gravierende Probleme bei der Immobilie	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Im Online-Immobilienangebot oder in der Zeitungsanzeige	23%	33%	19%	23%	24%
Am Telefon, wenn sich der Kunde auf das Angebot (im Immobilienportal, Zeitungsanzeige, Verkaufsschild, etc.) meldet	35%	22%	40%	40%	25%
Im Exposé bzw. im Begleitschreiben zum Exposé	19%	22%	19%	16%	22%
Bei der Besichtigung	20%	17%	20%	21%	22%
Im Vorfeld des Notartermins (Käufer) / der Unterzeichnung des Mietvertrages (Mieter)	1%	3%	2%	0%	2%
Gar nicht	1%	3%	0%	1%	5%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

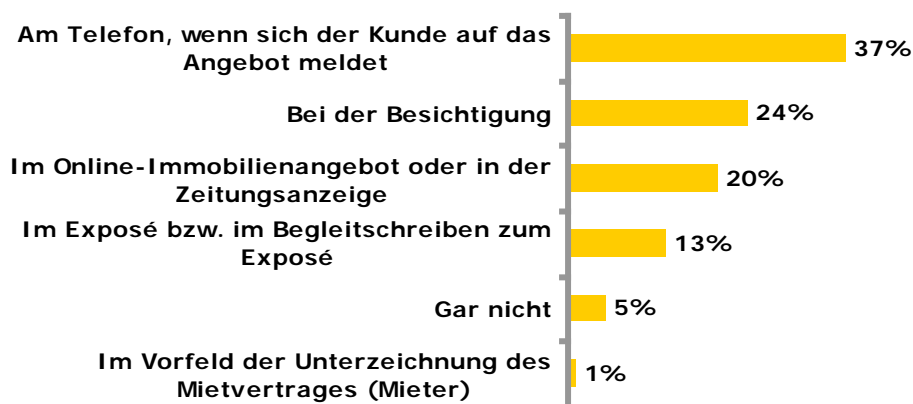
3.3.1.2 Mieter

Gesamtdeutschland 2012

Am häufigsten informierten Makler die Mieter am Telefon (37%) zum ersten Mal über gravierende Probleme einer Immobilie (Grafik 16). Am zweithäufigsten nutzten sie die Besichtigung der Immobilie, um die Mieter darauf aufmerksam zu machen (24%). 20% der Makler machten die Mieter auf solche Probleme bereits im Online-Immobilienangebot oder in der Zeitungsanzeige aufmerksam.

Grafik 16:

Zeitpunkt, an dem die Makler die Mieter erstmalig über gravierende Probleme einer Immobilie informieren, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Makler in der Region Nord informierten potenzielle Mieter verglichen mit dem gesamtdeutschen Wert etwas häufiger im Online-Immobilienangebot oder in der Zeitungsanzeige über gravierende Probleme der Immobilie, dafür etwas seltener am Telefon (Tabelle 13).

Tabelle 13:

Zeitpunkt, zu dem die Makler die Mieter erstmalig über gravierende Probleme einer Immobilie informieren, regionaler Vergleich 2012

Zeitpunkt der in Kenntnissetzung der Käufer über gravierende Probleme bei der Immobilie	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Im Online-Immobilienangebot oder in der Zeitungsanzeige	20%	28%	19%	21%	18%
Am Telefon, wenn sich der Kunde auf das Angebot (im Immobilienportal, Zeitungsanzeige, Verkaufsschild, etc.) meldet	37%	28%	41%	38%	30%
Im Exposé bzw. im Begleitschreiben zum Exposé	13%	14%	15%	10%	13%
Bei der Besichtigung	24%	19%	22%	26%	29%
Im Vorfeld des Notartermins (Käufer) / der Unterzeichnung des Mietvertrages (Mieter)	1%	3%	1%	2%	2%
Gar nicht	5%	8%	3%	4%	10%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

3.3.2 Umfang der Informationen bei Problemimmobilien

Anschließend wurden die Makler danach befragt, in welchem Umfang sie Immobilieninteressenten über gravierende Probleme von Immobilien informieren.

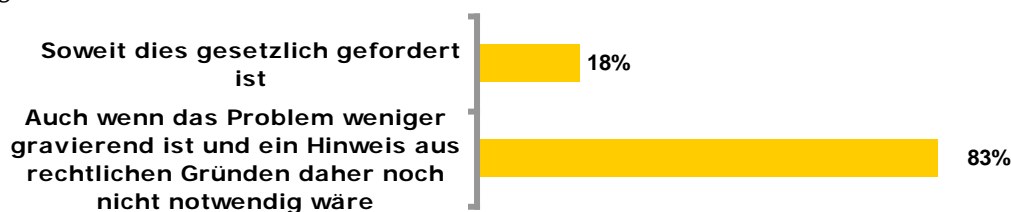
3.3.2.1 Kaufimmobilien

Gesamtdeutschland 2012

Mehr als vier Fünftel der Makler gaben an, dass sie Käufer auch auf Probleme einer Immobilie aufmerksam machen, selbst wenn dieser Hinweis aus rechtlichen Gründen nicht notwendig wäre (Grafik 17).

Grafik 17:

Umfang, in dem die Makler über Probleme einer Kaufimmobilie informieren, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Die Makler im Norden informieren Interessenten häufiger als die in den anderen Regionen nur dann über Probleme einer Kaufimmobilie, wenn dies gesetzlich gefordert ist (Tabelle 14). Der Wert liegt 13 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt.

Tabelle 14:

Umfang, in dem die Makler über Probleme einer Kaufimmobilie informieren, regionaler Vergleich 2012

Die Makler informierten über Probleme bei Kaufimmobilien	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Soweit dies gesetzlich gefordert ist	18%	31%	12%	19%	18%
Auch wenn das Problem weniger gravierend ist und ein Hinweis aus rechtlichen Gründen daher noch nicht notwendig wäre	83%	69%	88%	81%	82%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

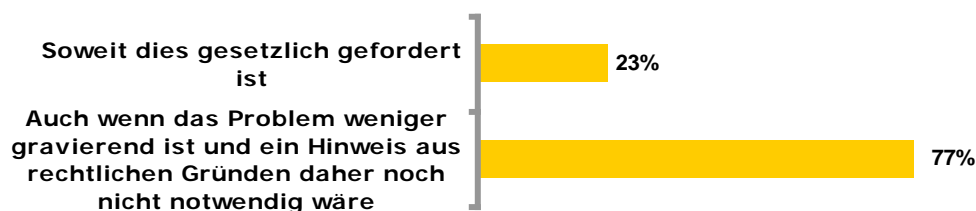
3.3.2.2 Mietimmobilien

Gesamtdeutschland 2012

Drei Viertel der Makler gaben an, dass sie Mieter bereits auf Probleme einer Immobilie aufmerksam machen, bei denen ein Hinweis aus rechtlichen Gründen nicht notwendig wäre (Grafik 18).

Grafik 18:

Umfang in dem die Makler über Probleme einer Mietimmobilie informieren, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Die Makler im Norden informieren Interessenten häufiger als die in den anderen Regionen nur dann über Probleme einer Mietimmobilie, wenn dies gesetzlich gefordert ist (Tabelle 15). Der Wert lag 19 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt.

Tabelle 15:

Umfang in dem die Makler über Probleme einer Mietimmobilie informieren, regionaler Vergleich 2012

Die Makler informierten über Probleme bei Mietimmobilien	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Soweit dies gesetzlich gefordert ist	23%	42%	19%	22%	23%
Auch wenn das Problem weniger gravierend ist und ein Hinweis aus rechtlichen Gründen daher noch nicht notwendig wäre	77%	58%	82%	78%	77%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Zusammenfassung

Am häufigsten informieren Makler potenzielle Käufer zum ersten Mal am Telefon (35%) über gravierende Problem einer Immobilie. Am zweit häufigsten informieren sie die Käufer darüber im Online-Immobilienangebot oder in der Zeitungsanzeige (23%). Jeder fünfte Makler (20%) wartet damit bis zum Besichtigungstermin.

Bei Mietimmobilien nutzten Makler folgende Informationskanäle am häufigsten, um die Interessenten über gravierende Probleme zu informieren: Telefon (37%), Besichtigung (24%) und das Online-Immobilienangebot oder die Zeitungsanzeige (20%).

83 % der Makler gaben an, dass sie potenzielle Immobilienkäufer auch auf Probleme aufmerksam machen, wenn sie rechtlich nicht dazu verpflichtet wären. 77% der Makler verhielten sich analog bei potenziellen Mietern.

3.4 Provisionen bei Problemimmobilien

Im Folgenden wurden die Makler befragt, inwiefern sich gravierende Probleme bei Immobilien auf ihr Provisionssystem auswirken.

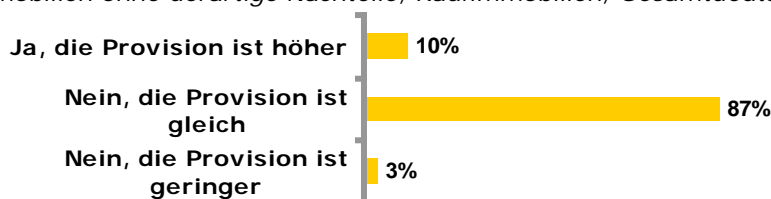
3.4.1 Provisionshöhe bei Problemimmobilien im Vergleich zu Immobilien ohne gravierende Probleme

Gesamtdeutschland 2012

Über vier Fünftel der Makler gaben an, dass bei ihnen die Provision für Problemimmobilien und Immobilien ohne solche Nachteile gleich hoch ist (Grafik 19). Nur 10 % der Makler verlangten bei solchen Immobilien eine höhere Provision.

Grafik 19:

Provisionsforderungen (Käufer- und Verkäuferprovision) bei Problemimmobilien im Vergleich zu Immobilien ohne derartige Nachteile, Kaufimmobilien, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Im Norden antworteten 97% der Makler, dass sie bei der Provisionshöhe nicht zwischen Problemimmobilien und Immobilien ohne derartige Nachteile unterscheiden (Tabelle 16). Der Wert lag zehn Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt.

Tabelle 16:

Provisionsforderungen (Käufer- und Verkäuferprovision) bei Problemimmobilien im Vergleich zu Immobilien ohne derartige Nachteile, Kaufimmobilien, regionaler Vergleich 2012

Provisionshöhe bei Problemimmobilien	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Ja, die Provision ist höher	10%	3%	14%	7%	10%
Nein, die Provision ist gleich	87%	97%	82%	89%	84%
Nein, die Provision ist geringer	3%	0%	1%	3%	6%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

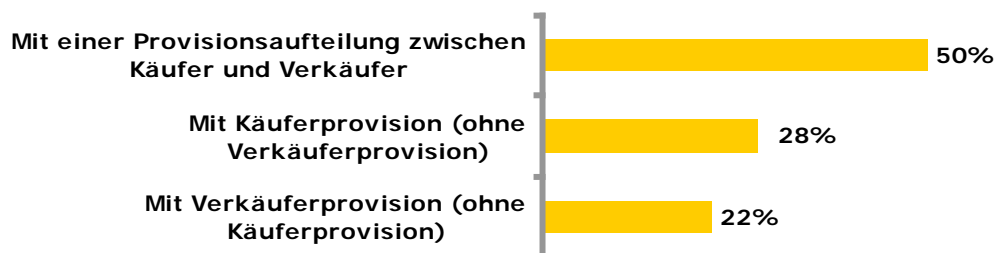
3.4.2 Provisionssystem bei Problemimmobilien

Gesamtdeutschland 2012

Die Hälfte der Makler gab an, dass sich bei Problemimmobilien die Provision zwischen Käufer und Verkäufer aufteilt (Grafik 20). 28% der Makler nahmen Provisionen von den Käufern, aber nicht von den Verkäufern. Und 22% der Makler verlangten umgekehrt von den Verkäufern eine Provision, nicht aber von den Käufern.

Grafik 20:

Häufigstes Provisionssystem der Makler beim Verkauf von Problemimmobilien, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Makler im Norden verlangten bei Problemimmobilien wesentlich häufiger eine Käuferprovision, aber keine Verkäuferprovision (Tabelle 17). Der Wert lag 22 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt. Der Grund hierfür ist, dass im Norden vielerorts die reine Käuferprovision dominiert. Umgekehrt teilten sie wesentlich seltener die Provision zwischen Käufern und Verkäufern auf. Der Wert lag 25 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt.

Tabelle 17:

Provisionsforderungen (Käufer- und Verkäuferprovision) bei Problemimmobilien im Vergleich zu Immobilien ohne derartige Nachteile, regionaler Vergleich 2012

Provisionssysteme bei Problemimmobilien	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Mit Käuferprovision (ohne Verkäuferprovision)	28%	50%	17%	27%	40%
Mit einer Provisionsaufteilung zwischen Käufer und Verkäufer	50%	25%	66%	46%	41%
Mit Verkäuferprovision (ohne Käuferprovision)	22%	25%	18%	27%	19%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Zusammenfassung

87% der Makler gaben an, dass bei ihnen die Provision für Problemimmobilien und Immobilien ohne solche Nachteile gleich hoch ist. 50% der Makler praktiziert bei Problemimmobilien eine Aufteilung der Provision zwischen Käufer und Verkäufer.

3.5 Vermarktungsstrategien bei Problemimmobilien

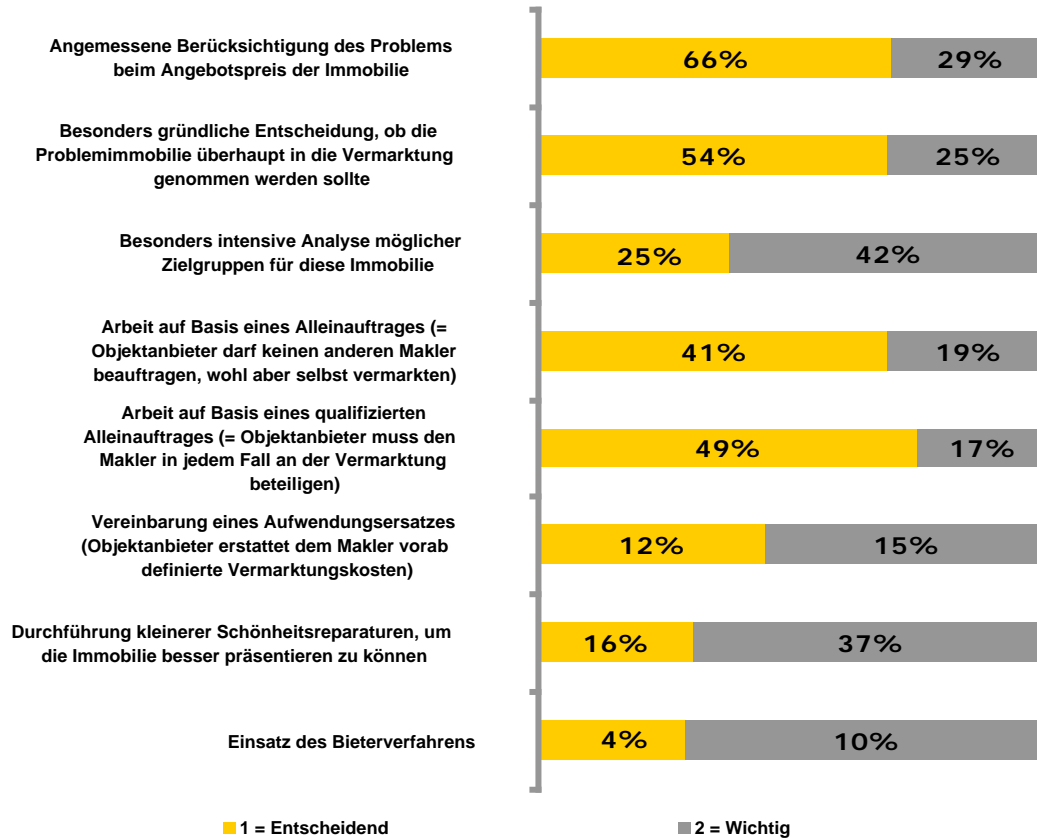
Abschließend wurden die Makler befragt, wie sie den Vermarktungsprozess speziell bei Problemimmobilien unterstützen.

Gesamtdeutschland 2012

Die meisten Makler sind der Ansicht, dass sie bei der Vermarktung von Problemimmobilien spezielle Maßnahmen ergreifen müssen (Grafik 21). Vor allem die angemessene Berücksichtigung des Problems beim Angebotspreis der Immobilie ist für 66% der Makler entscheidend, weitere 29% finden sie zumindest wichtig. Am zweitwichtigsten schätzten die Makler eine besonders gründliche Abwägung ein, ob die Problemimmobilie überhaupt in die eigene Vermarktung aufgenommen werden sollte. 54% der Makler hielten dies für entscheidend und weitere 25% für wichtig. Auf Rang drei folgte die Ansicht, dass bei Problemimmobilien eine besonders intensive Analyse möglicher Zielgruppen für das Objekt erforderlich ist. 25% der Makler hielten dies für entscheidend und weitere 42% für wichtig.

Grafik 21:

Spezieller Vermarktungsprozess bei Problemimmobilien, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Im regionalen Vergleich zeigen sich keine signifikanten Unterschiede.²⁰

Zusammenfassung

Nach Ansicht der Makler hatten bei der Vermarktung von Problemimmobilien folgende Faktoren die größte Bedeutung: erstens die angemessene Berücksichtigung des Problems beim Angebotspreis der Immobilie, zweitens die besonders gründliche Entscheidung, ob die Problemimmobilie überhaupt in die eigene Vermarktung aufgenommen werden sollte und schließlich drittens eine besonders intensive Analyse möglicher Zielgruppen für dieses Objekt.

²⁰ Die Grafiken befinden sich im Anhang.

4. Wirtschaftskrise und deren Auswirkung auf die Vermarktung

4.1 Übersicht

Im Kapitel zur Wirtschaftskrise und deren Auswirkung auf die Vermarktung wurden die Makler gebeten, ihrer Einschätzung zu Nachfrage und Angebot abzugeben sowie eine Prognose für die Zukunft zu wagen. Außerdem wurden sie befragt, ob sie glaubten, dass Immobilienkäufe aus Inflationsangst heraus getätigt würden und inwiefern sich die Angebotssituation auf die Verhandlungsbereitschaft bei Maklern, Verkäufern und Käufern auswirkte. Das Kapitel schließt mit einem Blick auf die Nachfrage nach Immobilien aus Italien, Spanien, Portugal und Griechenland.

Die große Mehrheit der Makler konstatierte 2012 für die letzten zwölf Monaten sowohl eine gestiegene Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Eigennutzung als auch zur Kapitalanlage. Drei Viertel rechneten damit, dass die Nachfrage auch künftig weiter steigt. Gleichzeitig gab eine relative Mehrheit der Makler an, dass das Angebot an Kaufimmobilien im gleichen Zeitraum rückläufig gewesen ist. Die Makler bewerteten in der Folge auch das eigene Angebot im Verhältnis zur Nachfrage als derzeit nicht ausreichend. Mehr als zwei Drittel der Makler haben ihre Bemühungen zur Akquisition neuer Kaufimmobilien infolge dieses Engpasses in den letzten drei Monaten erhöht. Die meisten Makler rechneten 2012 auch für die Zukunft mit weiter steigenden Mieten und Kaufpreisen.

Bei der Frage, ob Immobilienkäufer einen Kauf verstärkt aufgrund von Inflationsängsten tätigten, waren die Makler geteilter Meinung: Knapp die Hälfte stimmten dieser Ansicht zu – ebenso viele jedoch nicht.

Obwohl das Angebot knapper geworden ist, verzichteten die Käufer nicht auf den Versuch, Preisnachlässe auszuhandeln. Im Gegenteil bemerkten Makler in der Befragung 2012 sogar die Tendenz, dass die Verhandlungsbereitschaft der Käufer in den letzten zwölf Monaten gestiegen ist. Dies kann daran liegen, dass das Klima am Immobilienmarkt bei Verkäufern teilweise eine Art Preis-Euphorie ausgelöst hat, die Kaufinteressenten durch Preisverhandlungen zu relativeren versuchen. Andererseits stellten nur wenige Makler fest, dass es im gleichen Zeitraum bei den Verkäufern eine gestiegene Bereitschaft gab, bei Verhandlungen auf einen höheren Preis zu drängen. Gleichzeitig gab eine absolute Mehrheit der Makler an, dass sich ihre Bereitschaft zu einem Provisionsnachlass gegenüber den Käufern und Verkäufern nicht verändert hat.

Vor der Eurokrise hatten nur wenige Makler Anfragen aus Spanien, Griechenland, Italien und Portugal nach Kauf- und Mietimmobilien in Deutschland, wobei deren Anzahl gering war. Das hat sich auch infolge der Eurokrise kaum verändert. Wenn überhaupt, gilt sowohl bei Kauf- als auch bei Mietimmobilien das Interesse vor allem 1- bis 2-Zimmer-Wohnungen. Diese Wohnungsart dürfte vor allem von Personen angefragt worden sein, die aufgrund der hohen Arbeitslosigkeit in den vier südeuropäischen Ländern hofften, in Deutschland einen Arbeitsplatz zu finden.

4.2 Nachfrage und Angebot von Kaufimmobilien

Im Folgenden wurden die Makler zu Nachfrage und Angebot von Kauf- und Mietimmobilien befragt.

4.2.1 Nachfrage nach Kaufimmobilien

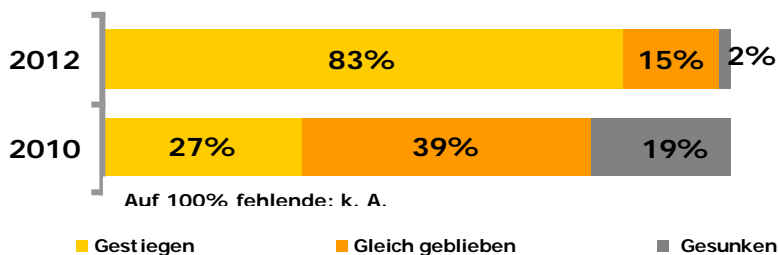
4.2.1.1 Nachfragen nach Kaufimmobilien zur Eigennutzung

Gesamtdeutschland 2010 und 2012

83% der Makler gaben bei der Befragung 2012 an, dass die Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Eigennutzung in den letzten zwölf Monaten gestiegen ist (Grafik 22). Zwei Jahre zuvor waren nur 27% der Makler dieser Meinung, also 56 Prozentpunkte weniger. Nur 2% der Makler haben 2012 eine rückläufige Nachfrage für die letzten zwölf Monate registriert. 2010 lag der Wert noch bei 27%. Dass die Eigennutzer wieder verstärkt Immobilien kaufen ist Folge des Wirtschaftsaufschwungs. Vor zwei Jahren war die Wirtschaftskrise in Deutschland noch deutlich zu spüren, die Arbeitslosigkeit lag deutlich höher als 2012, viele Firmen arbeiteten in Kurzarbeit.

Grafik 22:

Entwicklung der Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Eigennutzung, Gesamtdeutschland 2010 und 2012



Regionaler Vergleich 2010²¹ und 2012

Im Norden (53%) und Süden (52%) verzeichneten mehr Makler als im Bundesdurchschnitt (44%) eine deutlich gestiegene Nachfrage nach Kaufimmobilien (Tabelle 18)²². Der Süden hatte bereits vor zwei Jahren deutlich über dem Bundesdurchschnitt gelegen. Im Westen ist die Nachfrage 2012 offensichtlich deutlich geringer gestiegen als im Rest der Republik, nur 33% der Makler verzeichneten eine gestiegene Nachfrage.

²¹ Ein Vergleich zwischen 2010 und 2012 ist nur bedingt möglich, da die Regionen beim Marktmonitor 2010 etwas anders strukturiert waren als 2012.

²² Die Tabelle mit den Werten für 2010 befindet sich im Anhang.

Tabelle 18

Entwicklung der Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Eigennutzung in den letzten zwölf Monaten, regionaler Vergleich 2010²³ und 2012

Nachfrage 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Deutlich gestiegen	44%	53%	52%	33%	41%
Leicht gestiegen	39%	33%	33%	47%	40%
Gleich geblieben	15%	11%	12%	19%	18%
Leicht gesunken	2%	3%	3%	1%	2%
Deutlich gesunken	0%	0%	1%	0%	0%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

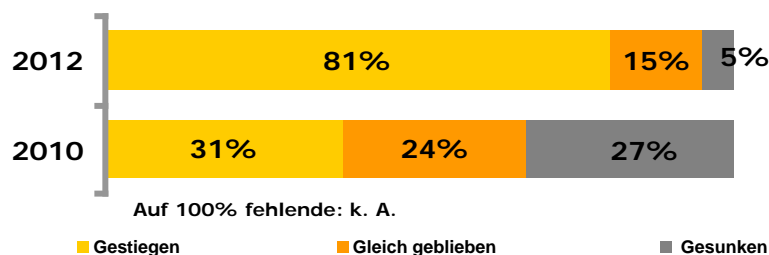
4.2.1.2 Nachfragen nach Kaufimmobilien zur Kapitalanlage

Gesamtdeutschland 2010 und 2012

81% der Makler gaben 2012 an, dass die Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Kapitalanlage in den letzten zwölf Monaten gestiegen ist (Grafik 23). 2010 lag der Anteil bei lediglich 31%.²⁴ Andererseits hatten 2012 nur 5% der Makler geantwortet, dass die Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Kapitalanlage zurückgegangen ist. Zwei Jahre zuvor hatten noch 27% der Makler dieser Aussage zugestimmt. Im steigenden Trend, Immobilien als Kapitalanlage zu erwerben spiegelt sich die Umschichtungswelle in Richtung von Sachwerten wider. Dieser Trend resultiert aus der Finanz- und Griechenlandkrise sowie aus der Diskussion um den Euro.

Grafik 23

Entwicklung der Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Kapitalanlage, Gesamtdeutschland 2010 und 2012



Regionaler Vergleich 2010 und 2012

Im Süden gaben 69% der Makler an, dass die Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Kapitalanlage 2012 deutlich gestiegen ist (Tabelle 19)²⁵. Damit lag der Süden hier 14 Prozentpunkten über dem Bundesdurchschnitt (55%). Diese Einschätzung resultiert aus der guten Wirtschaftsentwicklung im Süden Deutschlands. Im Gegensatz hierzu steht die relativ schwache Entwicklung im Osten, die sich in einer deutlich niedrigeren Nachfrage von Kapitalanlegern nach Immobilien widerspiegelt.

²³ Die Tabelle mit den Werten für 2010 befindet sich im Anhang.

²⁴ Während es bei der Befragung 2010 drei Antwortmöglichkeiten gab, erfolgte bei der Befragung 2012 eine feinere Abstufung mit fünf Antwortoptionen.

²⁵ Ein regionaler Vergleich zwischen 2010 und 2012 ist nur bedingt möglich, da die Regionen beim Marktmonitor 2010 etwas anders strukturiert waren als 2012.

Nur 38% der Makler im Osten verzeichneten einen deutlichen Anstieg der Nachfrage, der Osten liegt also 17 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt.

Tabelle 19

Entwicklung der Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Kapitalanlage in den letzten zwölf Monaten, regionaler Vergleich 2012

Nachfrage 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Deutlich gestiegen	55%	58%	69%	46%	38%
Leicht gestiegen	26%	28%	20%	29%	32%
Gleich geblieben	15%	11%	8%	18%	25%
Leicht gesunken	3%	3%	1%	5%	5%
Deutlich gesunken	2%	0%	2%	3%	0%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

4.2.2 Angebot an Kaufimmobilien

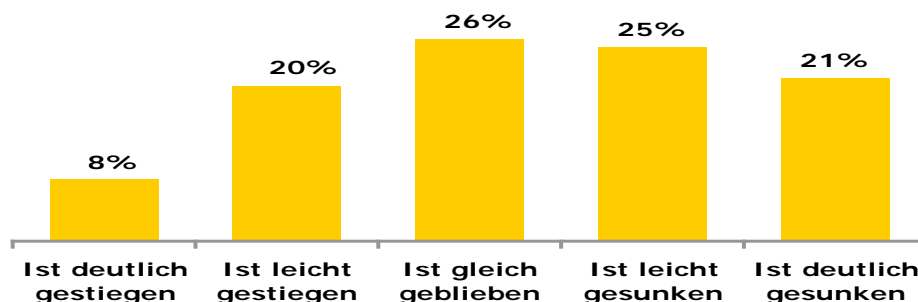
Vor dem Hintergrund der stark gestiegenen Nachfrage nach Kaufimmobilien in den letzten zwölf Monaten stellt sich die Frage, wie sich im Verhältnis dazu das Angebot entwickelt hat.

Gesamtdeutschland 2012

25% der Makler haben 2012 einen leichten Rückgang des Angebots an Kaufimmobilien in den letzten zwölf Monaten festgestellt (Grafik 24). Weitere 21% gaben an, dass das Angebot deutlich gesunken ist. Zusammengefasst konstatierte mit 46% eine relative Mehrheit der Makler einen Rückgang des Kaufimmobilienangebots.

Grafik 24

Entwicklung des Angebots an Kaufimmobilien in den letzten zwölf Monaten, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Im Norden (28%) und Süden (30%) gaben im Bundesvergleich (21%) überdurchschnittlich viele Makler an, dass das Angebot an Kaufimmobilien in den letzten zwölf Monaten deutlich gesunken ist (Tabelle 20). Auf der anderen Seite lagen die Werte im Osten (14%) und insbesondere im Westen (3%) markant unter dem Bundesdurchschnitt.

Tabelle 20

Entwicklung des Angebots an Kaufimmobilien in den letzten zwölf Monaten, regionaler Vergleich 2012

Angebote	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Deutlich gestiegen	8%	11%	7%	7%	13%
Leicht gestiegen	20%	22%	17%	22%	21%
Gleich geblieben	26%	11%	20%	33%	33%
Leicht gesunken	25%	28%	27%	26%	19%
Deutlich gesunken	21%	28%	30%	3%	14%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

4.2.3 Nachfrage und eigenes Angebot der Makler an Kaufimmobilien

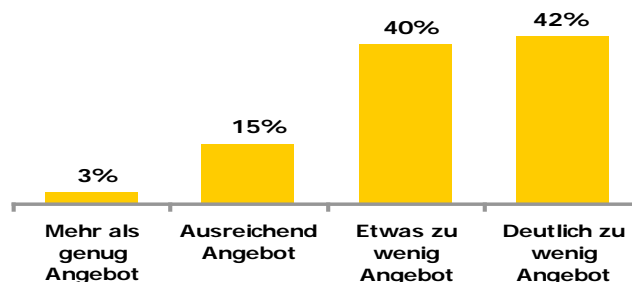
Wie oben dargestellt, ist die Nachfrage nach Kaufimmobilien in den letzten zwölf Monaten stärker gestiegen als das Angebot der Makler. Insofern könnte ein Engpass bei Kaufimmobilien vorliegen. Anschließend wurden die Makler deshalb nach dem Verhältnis von Nachfrage und eigenem Angebot an Kaufimmobilien befragt.

Gesamtdeutschland 2012

Die Gegenüberstellung vom eigenen Angebot der Makler und der Nachfrage nach Kaufimmobilien zeigt (Grafik 25): 40% der Makler bewerten das eigene Angebot als etwas zu gering. Weiteren 42% war das eigene Angebot deutlich zu gering. Insgesamt bewerteten also 82% der Makler das eigene Angebot als nicht ausreichend, der Engpass liegt bei vielen also im Akquisebereich.

Grafik 25

Beurteilung des eigenen Angebots an Kaufimmobilien im Verhältnis zur Nachfrage, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

In der regionalen Analyse spiegelt sich die positive Wirtschaftsentwicklung und der prosperierende Immobilienmarkt im Süden deutlich wider (Tabelle 21). 59% der Makler im Süden gaben an, dass sie derzeit deutlich zu wenige Angebote an

Kaufimmobilien haben. Damit liegt der Süden 17 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt.

Tabelle 21

Verhältnis von Nachfrage und eigenem Angebot der Makler an Kaufimmobilien, regionaler Vergleich 2012

Eigenes Angebot	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
mehr als genug Angebote	3%	3%	4%	3%	3%
ausreichend Angebote	15%	19%	6%	22%	21%
etwas zu wenig Angebote	40%	50%	31%	42%	48%
deutlich zu wenig Angebote	42%	28%	59%	34%	29%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

4.2.4 Veränderungen in den Akquisebemühungen der Makler bei Kaufimmobilien

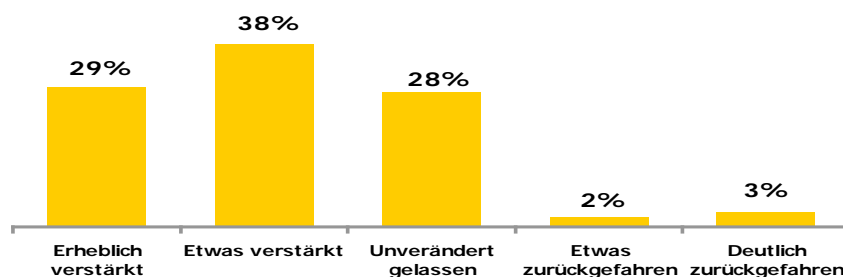
Eine naheliegende Reaktion auf das unzureichende eigene Angebot an Kaufimmobilien wäre eine stärkere Akquisetätigkeit der Makler. Im Folgenden wurden die Makler daher befragt, ob sie in den letzten drei Monaten ihre Akquisebemühungen verstärkt haben.

Gesamtdeutschland 2012

67% der Makler gaben an, dass sie ihre Bemühungen um die Akquise neuer Kaufimmobilien in den letzten drei Monaten erheblich oder zumindest etwas verstärkt haben (Grafik 26). Andererseits antworteten beachtliche 28% der Makler, dass sie ihre Bemühungen nicht verstärkt haben.

Grafik 26

Änderung der Akquisebemühungen der Makler nach neuen Kaufimmobilien in den letzten drei Monaten, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Im Süden gaben nur 28% der Makler an, dass sie ihre Akquisebemühungen nach neuen Kaufimmobilien in den letzten drei Monaten erheblich verstärkt haben (Tabelle 22). Dieser Wert lag moderat unter dem Bundesdurchschnitt von 29%. Dies ist insofern bemerkenswert, da im Süden besonders viele Makler das eigene Angebot an Kaufimmobilien im Vergleich zur Nachfrage als deutlich zu gering bewerteten (vgl. 3.2.3). Umgekehrt verhielt es sich im Norden. Dort hatten 44% der Makler

angegeben, dass sie ihre Akquisebemühungen erheblich verstärkt haben und lagen somit 15 Prozentpunkte über dem Bundestrend. Dies ist insofern bemerkenswert, da im Norden im Bundesvergleich signifikant weniger Makler das eigene Angebot als deutlich zu gering bezeichneten.

Tabelle 22

Änderung der eigenen Akquisebemühungen in den letzten drei Monaten, regionaler Vergleich 2012

Eigene Anstrengungen	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
erheblich verstärkt	29%	44%	28%	29%	24%
etwas verstärkt	38%	22%	45%	34%	40%
unverändert gelassen	28%	28%	24%	31%	32%
etwas zurückgefahren	2%	0%	1%	3%	3%
deutlich zurückgefahren	3%	6%	2%	3%	2%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Zusammenfassung

Eine große Mehrheit der Makler stellte 2012 einen Anstieg der Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Eigennutzung und als Kapitalanlage in den letzten zwölf Monaten fest.

Diese gestiegene Nachfrage nach Kaufimmobilien lässt sich auf die anhaltende Wirtschafts- und Finanzkrise zurückführen. Immobilien sind als Kapitalanlage besonders dann gefragt, wenn andere Investitionsmöglichkeiten als zu unsicher erscheinen. Die beiden Börsencrashes im letzten Jahrzehnt haben vielen Anleger schmerzhaft vor Augen geführt, dass sie an den Börsen investiertes Kapital schnell verlieren könne. Der Goldpreis wiederum ist in letzter Zeit stark gestiegen. Der Kauf erfolgt also auf extrem hohem Niveau, ergibt zudem keine Erträge wie Zinsen, Dividenden oder Mieteinnahmen. Selbst bei den als sehr sichere Anlageform betrachteten Staatsanleihen hat der Fall Griechenland gezeigt, dass Anleger auch hier Verluste erleiden können.

Gleichzeitig konstatierte eine relative Mehrheit der Makler (45%), dass das Angebot an Kaufimmobilien in den letzten zwölf Monaten zurückgegangen ist. Insgesamt bewerteten 82% der Makler das eigene Angebot im Verhältnis zur Nachfrage als nicht ausreichend. Konsequenterweise haben mehr als zwei Drittel der Makler ihre Akquisebemühungen nach neuen Kaufimmobilien in den letzten drei Monaten erhöht.

4.3 Prognosen zur Kauf- und Mietpreisentwicklung bei Immobilien

Im Folgenden wurden die Makler gebeten, eine Einschätzung der künftigen Entwicklung des Preises bzw. der Miete sowie des Angebots an Kauf- und Mietimmobilien abzugeben.

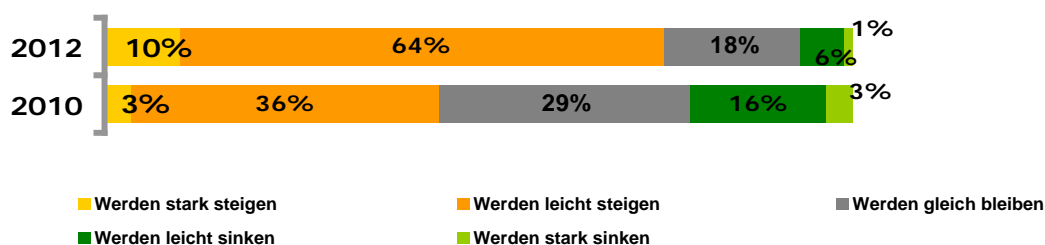
4.3.1 Prognose zur Entwicklung des Kaufpreises

Gesamtdeutschland 2010 und 2012

64% der Makler prognostizierten bei der Befragung 2012 einen leichten Anstieg der Kaufpreise für Immobilien (Grafik 27). Weitere 10% erwarteten sogar einen deutlichen Preisanstieg. Zwei Jahre zuvor hatten nur 36% der Makler einen Anstieg bzw. 3% einen deutlichen Anstieg erwartet. In dieser Entwicklung spiegelt sich deutlich die aktuelle Marktdynamik wider.

Grafik 27

Prognose zur Entwicklung des Kaufpreises von Immobilien, Gesamtdeutschland 2010 und 2012



Regionaler Vergleich 2010²⁶ und 2012

Im Norden erwarteten 17% der Makler künftig einen starken Preisanstieg bei Kaufimmobilien (Tabelle 23)²⁷, damit liegt der Norden 7 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt. 2010 hatte es bezüglich der Erwartung eines deutlichen Preisanstiegs zwischen den Regionen keinen signifikanten Unterschied gegeben.

Tabelle 23

Prognose zur Entwicklung des Kaufpreises von Immobilien, regionaler Vergleich 2012

Kaufpreise	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Werden stark steigen	10%	17%	9%	10%	10%
Werden leicht steigen	64%	64%	69%	55%	70%
Werden gleich bleiben	18%	11%	16%	22%	18%
Werden leicht sinken	6%	6%	5%	10%	3%
Werden stark sinken	1%	3%	1%	3%	0%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

4.3.2 Prognose zur Entwicklung des Mietpreises

Gesamtdeutschland 2010 und 2012

Eine absolute Mehrheit der Makler (57%) prognostizierte 2012 für die Zukunft einen leichten Anstieg der Mietpreise. Weitere 18% der Makler gingen sogar von einem

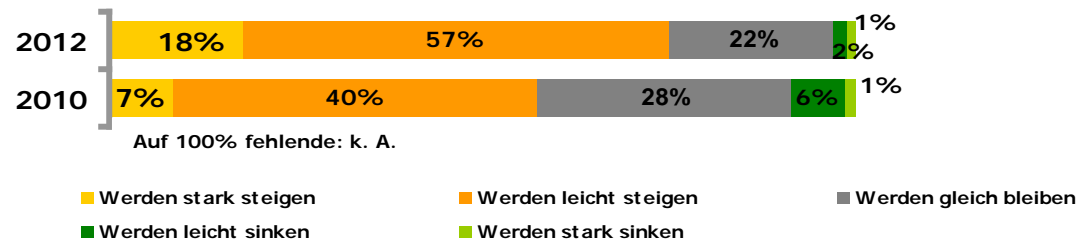
²⁶ Ein Vergleich zwischen 2010 und 2012 ist nur bedingt möglich, da die Regionen beim Marktmonitor 2010 etwas anders strukturiert waren als 2012.

²⁷ Die Tabelle mit den Werten für 2010 und befindet sich im Anhang.

starken Anstieg aus (Grafik 28). Zwei Jahre zuvor hatten 40 % der Makler einen Anstieg bzw. 7% einen deutlichen Anstieg der Mietpreise erwartet.

Grafik 28

Prognose zur Entwicklung des Mietpreises von Immobilien, Gesamtdeutschland 2010 und 2012



Regionaler Vergleich 2010²⁸ und 2012

Im Norden erwarteten 2012 besonders viele Makler (25%) einen starken Anstieg der Mieten für die Zukunft (Tabelle 24)²⁹. Bereits 2010 lag der Norden hier über dem Bundesdurchschnitt – jedoch war der Unterschied moderater. Im Westen (32%) erwarteten 2012 im Bundesvergleich (22%) überdurchschnittlich viele Makler keinerlei Veränderungen.

Tabelle 24

Prognose zur Entwicklung des Mietpreises von Immobilien, regionaler Vergleich 2012

Mietpreise	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Werden stark steigen	18%	25%	19%	16%	18%
Werden leicht steigen	57%	58%	63%	48%	64%
Werden gleich bleiben	22%	17%	17%	32%	14%
Werden leicht sinken	2%	0%	1%	3%	5%
Werden stark sinken	1%	0%	1%	1%	0%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Zusammenfassung

Eine absolute Mehrheit der Makler prognostizierte 2012 einen leichten Anstieg der Kauf- (64%) und der Mietpreise (57%) für die Zukunft. Zwei Jahre zuvor hatten lediglich 36% der Makler einen Anstieg der Kaufpreise und 40% der Makler einen Anstieg der Mieten erwartet.

4.4 Prognosen zur Angebots- und Nachfrageentwicklung von Immobilien

Im MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2012 wurden die Makler erstmals ergänzend danach gefragt, wie sie die künftige Entwicklung des Immobilienangebots und der Immobiliennachfrage einschätzen.

²⁸ Ein Vergleich zwischen 2010 und 2012 ist nur bedingt möglich, da die Regionen beim Marktmonitor 2010 etwas anders strukturiert waren als 2012.

²⁹ Die Tabelle mit den gesamten Werten für 2010 befindet sich im Anhang.

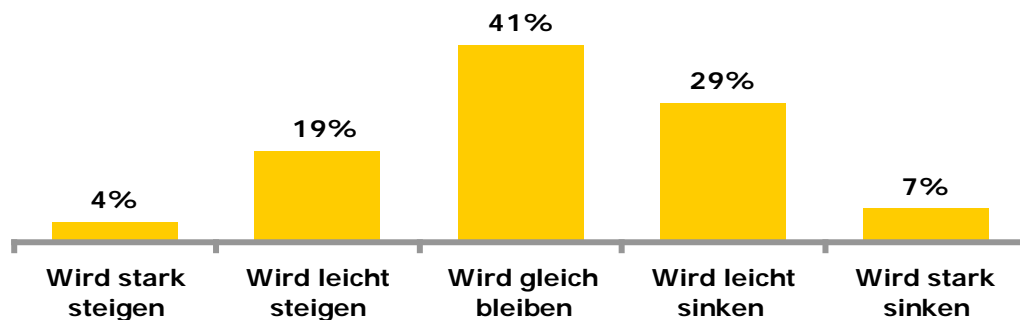
4.4.1 Prognose zur Entwicklung des Angebots an Immobilien

Gesamtdeutschland 2012

Nur eine Minderheit der Makler ging davon aus, dass das Immobilienangebot künftig steigt. Dahingegen ging eine relative Mehrheit davon aus, dass das Angebot stagnieren (41%) bzw. sinken wird (Grafik 29).

Grafik 29

Prognose zur Entwicklung des Angebots von Immobilien, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Im Norden (14%) gingen im Bundesvergleich (4%) überdurchschnittlich viele Makler davon aus, dass das Immobilienangebot künftig stark steigen wird (Tabelle 25).

Tabelle 25

Prognose für die Entwicklung des Immobilienangebots, regionaler Vergleich 2012

Immobilienangebot	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Wird stark steigen	4%	14%	3%	3%	3%
Wird leicht steigen	19%	25%	10%	26%	22%
Wird gleich bleiben	41%	31%	45%	38%	43%
Wird leicht sinken	29%	25%	35%	25%	29%
Wird stark sinken	7%	6%	8%	8%	3%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

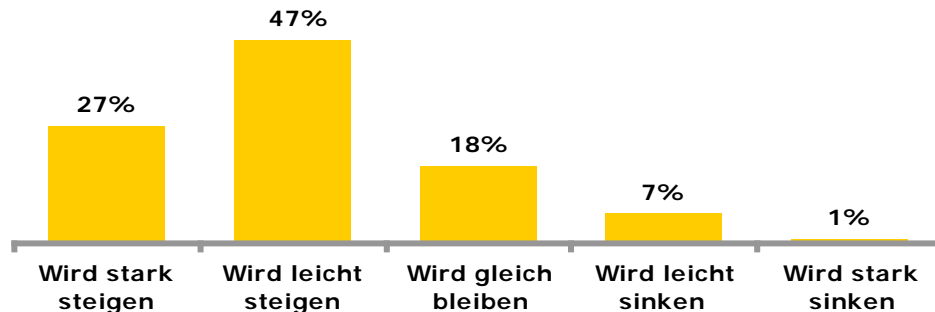
4.4.2 Prognose zur Entwicklung der Nachfrage nach Immobilien

Gesamtdeutschland 2012

Eine relative Mehrheit der Makler (47%) erwartete, dass die Immobiliennachfrage künftig leicht steigen wird (Grafik 30). Weitere 27% rechneten sogar mit einem deutlichen Anstieg der Nachfrage. Insgesamt prognostizierten damit 74% einen Nachfrageanstieg.

Grafik 30

Prognose zur Entwicklung der Nachfrage nach Immobilien, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Der regionale Vergleich zeigt keine signifikanten Unterschiede (Tabelle 26).

Tabelle 26

Prognose für die Entwicklung der Immobiliennachfrage, regionaler Vergleich 2012

Immobiliennachfrage	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Wird stark steigen	27%	31%	30%	23%	25%
Wird leicht steigen	47%	47%	41%	50%	56%
Wird gleich bleiben	18%	14%	18%	21%	14%
Wird leicht sinken	7%	6%	11%	5%	5%
Wird stark sinken	1%	3%	1%	2%	0%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Zusammenfassung

Nur eine Minderheit der Makler erwartete 2012 für die Zukunft ein größeres Immobilienangebot. Andererseits prognostizierte eine absolute Mehrheit der Makler (74%) eine steigende Nachfrage nach Immobilien.

4.5 Immobilienkauf aus Inflationsangst

In der Finanz- und Wirtschaftskrise besannen sich viele Anleger auf Immobilien als sichere Anlageform. Wie beurteilten die Makler den Erwerb von Immobilien aufgrund von Inflationsängsten?

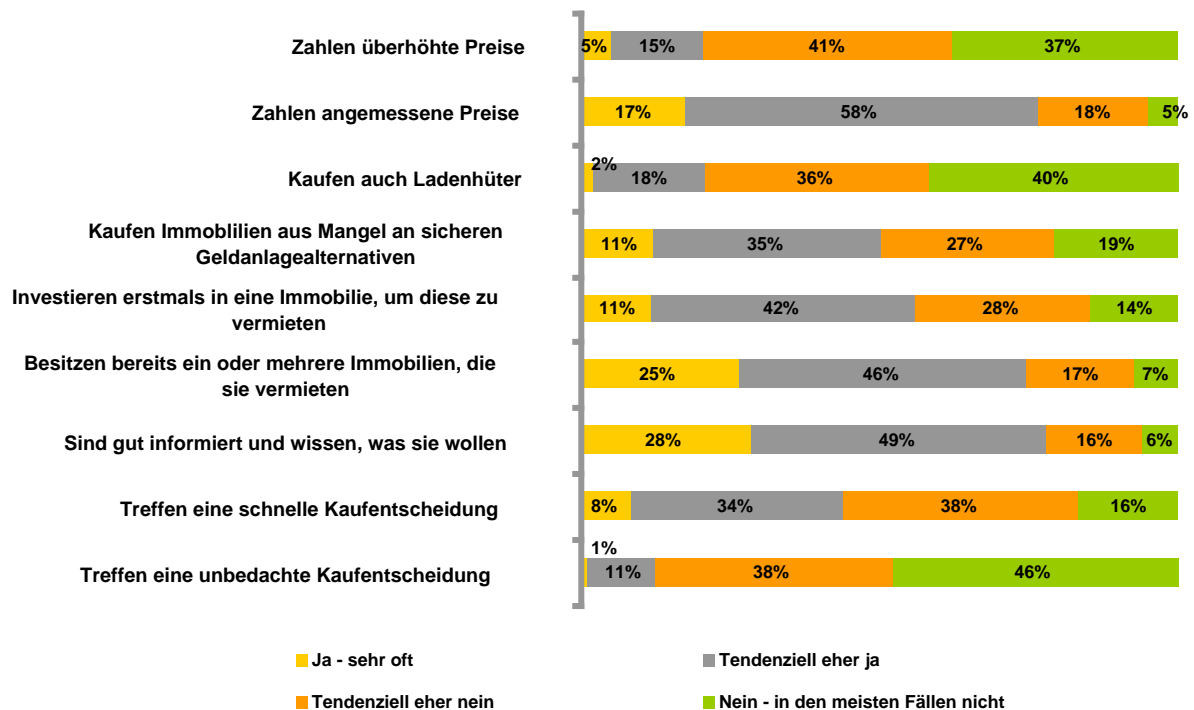
Gesamtdeutschland 2012

46% der Makler vertraten die Ansicht, dass Käufer vielfach aus Mangel an sicheren alternativen Geldanlageformen Immobilien erwarben (Grafik 31). Genauso viele Makler stimmten dem aber nicht zu. 75% der Makler bewerteten den von den Käufern bezahlten Preis als angemessen und schätzten sie als gut informiert ein (77%). 54% der Makler stimmten der Aussage zu, dass die Käufer sich nicht zu überstürzten Entscheidungen hinreißen lassen. Der gute Informationsstand könnte darauf zurückzuführen sein, dass viele der Immobilienkäufer schon vorher eine

Immobilie besaßen, die sie vermieten oder Immobilienportale aktiv als Informationsquelle nutzten. Dies traf nach Angaben der Makler für 71% der Käufer zu. Auch bei dieser Frage zeigt sich, dass das Immobilienangebot knapper wird. 20% der Makler gaben an, dass Kunden Immobilien erwarben, die sich schon längere Zeit im Bestand der Makler befanden.

Grafik 31

Bewertung der Entscheidung von privaten Käufern zum Immobilienkauf aus Inflationsangst, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Die Makler im Süden gaben mit 29% im Bundesvergleich (20%) überdurchschnittlich oft an, dass Käufer beim Immobilienerwerb überhöhte Preise gezahlt haben. Hier spiegeln sich offensichtlich der aktuelle Immobilienengpass und das hohe Preisniveau im Süden wider. Dieser erhöhte offensichtlich die Bereitschaft der Käufer, höhere Preise in Kauf zu nehmen.

Zusammenfassung

Unter den Makler herrscht keine Einigkeit darüber, ob Immobilienkäufer mit Inflationsangst den Kauf aus Mangel an sicheren alternativen Geldanlageformen tätigten. 46% der Makler stimmten dieser Ansicht zu. Ebenso viele Makler teilten diese Ansicht aber nicht. Auch bei dieser Frage wird sichtbar, dass das Immobilienangebot knapper geworden ist. 20% der Makler gaben an, dass Kunden Immobilien erwarben, die sich schon längere Zeit im Bestand der Makler befanden. Schließlich gaben Makler im Süden (29%) verglichen mit dem Bundesdurchschnitt

(20%) überdurchschnittlich oft an, dass die Käufer bereit waren deutlich höhere Preise zu zahlen.

4.6 Verhandlungen beim Immobilienverkauf

Es ist naheliegend, dass sich das derzeitig von den Maklern als unzureichend beurteilte Immobilienangebot auch auf das Interesse und die Bereitschaft der Verkäufer, Käufer und Makler niederschlägt, über den Verkaufspreis zu diskutieren. Im Folgenden wurden die Makler befragt, inwiefern sie hinsichtlich der Provisionshöhe für Käufer/ Verkäufer verhandlungsbereit sind.

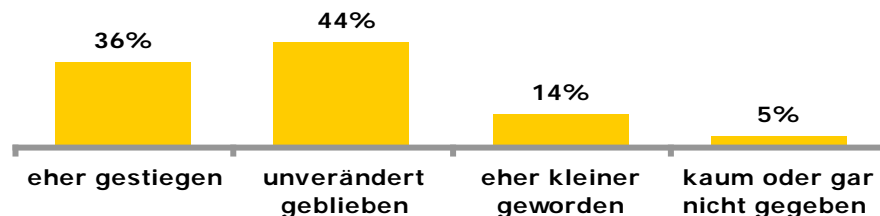
4.6.1 Verhandlungen von Käufern um einen Preisnachlass

Gesamtdeutschland 2012

36% der Makler gaben an, dass die Tendenz der Immobilienkäufer, beim Preis zu verhandeln in den letzten zwölf Monaten gestiegen ist (Grafik 32). Eine relative Mehrheit von 44% stellte keine Veränderung fest. Nur 5% beurteilten die Lage dahingehend, dass die Käufer derzeit kaum oder keinen Verhandlungsspielraum beim Preis haben.

Grafik 32

Entwicklung der Verhandlungsneigung von Käufern um einen Nachlass beim Immobilienpreis in den letzten zwölf Monaten, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

27% der Makler im Süden gaben an, dass die Verhandlungsneigung der Käufer beim Preis in den letzten zwölf Monaten gestiegen ist. Damit lag der Süden hier 9 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt (Tabelle 27). Im Norden (53%) konstatierten deutlich mehr Makler als im Bundesvergleich (36%) einen Anstieg der Verhandlungsneigung.

Tabelle 27

Entwicklung der Verhandlungsneigung von Käufern um einen Nachlass bei Immobilienpreis, regionaler Vergleich 2012

Verhandlungsneigung	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Eher gestiegen	36%	53%	27%	41%	35%
Unverändert geblieben	44%	25%	47%	46%	46%
Eher kleiner geworden	14%	17%	17%	9%	13%
Kaum oder gar nicht gegeben	5%	6%	7%	3%	3%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

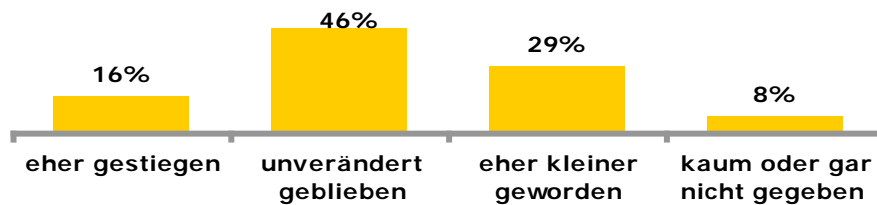
4.6.2 Versuch der Verkäufer, eine Preissteigerung zu erzielen

Gesamtdeutschland 2012

Nur 16% der Makler sahen in den letzten zwölf Monaten eine Zunahme der Bereitschaft der Verkäufer, in Verhandlungen auf einen höheren Preis zu drängen (Grafik 33). Eine relative Mehrheit von 46% der Makler stellte diesbezüglich keine Veränderungen bei den Verkäufern fest.

Grafik 33

Versuch der Verkäufer, eine Preissteigerung zu erzielen, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Im Westen (26%) gaben im Bundesvergleich (16%) überdurchschnittlich viele Makler an, dass der Versuch der Verkäufer, höhere Verkaufspreise aushandeln wollen, in den letzten zwölf Monaten eher gestiegen ist (Tabelle 28). Umgekehrt die Situation im Osten: 38% der Makler gaben hier an, dass Verkäufer den Preis hochhandeln wollten. Damit lag der Osten hier 9 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt.

Tabelle 28

Versuch der Verkäufer, eine Preissteigerung zu erzielen, regionaler Vergleich 2012

Versuch, eine Preissteigerung zu erzielen	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Eher gestiegen	16%	19%	10%	26%	10%
Unverändert geblieben	46%	56%	46%	46%	43%
Eher kleiner geworden	29%	22%	32%	22%	38%
Kaum oder gar nicht gegeben	8%	3%	12%	4%	8%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

4.6.3 Verhandlungsbereitschaft für einen Provisionsnachlass bei den Maklern

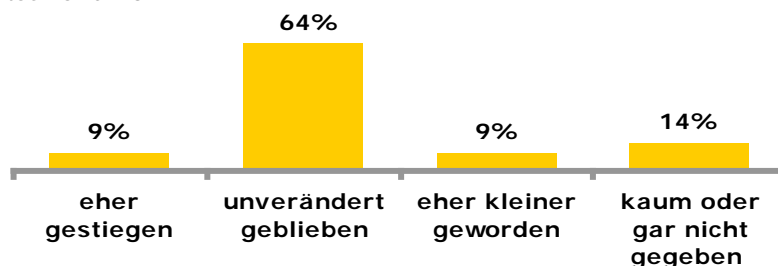
4.6.3.1 Gegenüber den Käufern

Gesamtdeutschland 2012

Mit 64% haben fast zwei Drittel der Makler angegeben, dass sich ihre Bereitschaft mit Käufern über einen Nachlass bei der Provision zu verhandeln, in den letzten zwölf Monaten nicht geändert hat (Grafik 34).

Grafik 34

Verhandlungsbereitschaft der Makler hinsichtlich eines Provisionsnachlasses bei den Käufern, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Im Osten (71%) gaben im Bundesvergleich (64%) besonders viele Makler an, dass sich ihre Bereitschaft mit den Käufern über einen Provisionsnachlass zu verhandeln in den letzten zwölf Monaten nicht verändert hat (Tabelle 29).

Tabelle 29

Verhandlungsbereitschaft der Makler für einen Nachlass bei der Provision für Käufer, regionaler Vergleich 2012

Verhandlungsbereitschaft	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Eher gestiegen	9%	6%	7%	13%	8%
Unverändert geblieben	64%	69%	63%	58%	71%
Eher kleiner geworden	9%	11%	9%	7%	10%
Kaum oder gar nicht gegeben	14%	8%	17%	17%	6%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

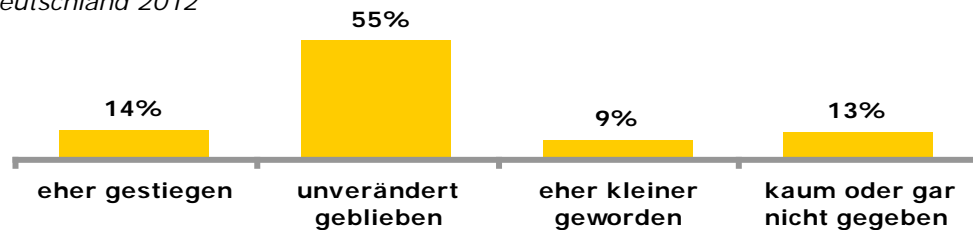
4.6.3.2 Gegenüber den Verkäufern

Gesamtdeutschland 2012

Die absolute Mehrheit der Makler (55%) gab an, dass sich ihre Bereitschaft für einen Nachlass der Verkäuferprovision in den letzten zwölf Monaten nicht verändert hat (Grafik 35).

Grafik 35

Verhandlungsbereitschaft der Makler hinsichtlich eines Provisionsnachlasses bei den Verkäufern, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Im Süden (20%) gaben deutlich mehr Makler an, dass ihre Verhandlungsbereitschaft hinsichtlich eines Nachlasses bei der Verkäuferprovision in den letzten zwölf Monaten eher gestiegen ist (Tabelle 30).

Tabelle 30

Verhandlungsbereitschaft der Makler für einen Nachlass bei der Provision für Verkäufer, regionaler Vergleich 2012

Verhandlungsbereitschaft	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Eher gestiegen	14%	6%	20%	13%	6%
Unverändert geblieben	55%	64%	55%	50%	59%
Eher kleiner geworden	9%	0%	9%	8%	16%
Kaum oder gar nicht gegeben	13%	19%	12%	17%	6%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Zusammenfassung

Wie oben dargestellt, schätzen die Makler das derzeitige Immobilienangebot als unzureichend ein. Grundsätzlich kann man davon ausgehen, dass ein knappes Immobilienangebot die Position der Verkäufer stärkt. Nach Angaben der Makler hat sich die Immobilienknappheit in den letzten zwölf Monaten nicht dazu geführt, dass die Käufer auf die Diskussion um einen Preisnachlass verzichten. 36% der Makler gaben an, dass die Verhandlungsneigung der Käufer sogar noch gestiegen ist. Der Grund hierfür könnte darin liegen, dass die Immobilienverkäufer im Zuge der gestiegenen Immobiliennachfrage die Preise bereits deutlich erhöht hatten, so dass die Käufer offenbar einen Verhandlungsspielraum beim Preis sahen. Eine solche Sichtweise wird durch die Tatsache unterstützt, dass nur 16% der Makler angaben, dass Verkäufer in den Verhandlungen auf einen höheren Preis zu drängen. Eine absolute Mehrheit der Makler gab gleichzeitig an, dass sich ihre Bereitschaft zu einem Provisionsnachlass gegenüber den Käufern und Verkäufern nicht verändert hat.

4.7 Auslandsnachfrage nach Immobilien

Im Folgenden wurden die Makler hinsichtlich der Immobiliennachfrage aus Spanien, Portugal, Italien und Griechenland in Deutschland befragt.

4.7.1 Auslandsnachfrage vor der Eurokrise

Nur wenige Makler hatten vor der Eurokrise Anfragen für Kaufimmobilien aus Italien, Spanien, Griechenland und Portugal: je 13% aus Spanien und Italien, 8% aus Griechenland und 5% aus Portugal. Um ein deutlicheres Bild von der Nachfrage zu erhalten, wurden die Makler anschließend nach der Anzahl der Anfragen gefragt. Die durchschnittliche Anzahl der Anfragen variierte zwischen 5,9 (Italien) und 1,8 (Portugal), das heißt sie lag auf einem sehr niedrigen Niveau.

Ein vergleichbares Bild zeigt sich für Mietimmobilien: Nur wenige Makler hatten vor der Eurokrise Anfragen für Mietimmobilien aus den vier südeuropäischen Ländern: je 9% aus Spanien und Italien, 5% aus Griechenland und 4% aus Portugal. Die durchschnittliche Anzahl der Anfragen variierte zwischen 2,9 (Griechenland) und 2,1 (Portugal).

4.7.2 Derzeitige Auslandsnachfrage

Nur wenige Makler gaben an, dass es bei ihnen im Vormonat verglichen mit der Vorkrisenzeit zu einer zusätzlichen Nachfrage nach Kaufimmobilien aus den vier südeuropäischen Ländern kam. Der Makleranteil mit zusätzlichen Anfragen variierte zwischen 10% (aus Italien) und 4% (aus Portugal). Auch die durchschnittliche zusätzliche Anzahl der Anfragen war gering: Sie variierte zwischen 8,0 (aus Italien) und 2,0 (aus Portugal).

Vergleichbar war die Entwicklung bei den Mietimmobilien: Wenige Makler gaben an, dass sie im Vormonat im Vergleich zur Vorkrisenzeit eine zusätzliche Anfrage nach Mietimmobilien aus den vier südeuropäischen Ländern bemerkten. Der Makleranteil mit zusätzlichen Anfragen variierte zwischen 7% (aus Griechenland) und 3% (aus Portugal). Auch die durchschnittliche zusätzliche Anzahl der Anfragen war gering: Sie variierte zwischen 2,4 (aus Italien) und 1,9 (aus Portugal).

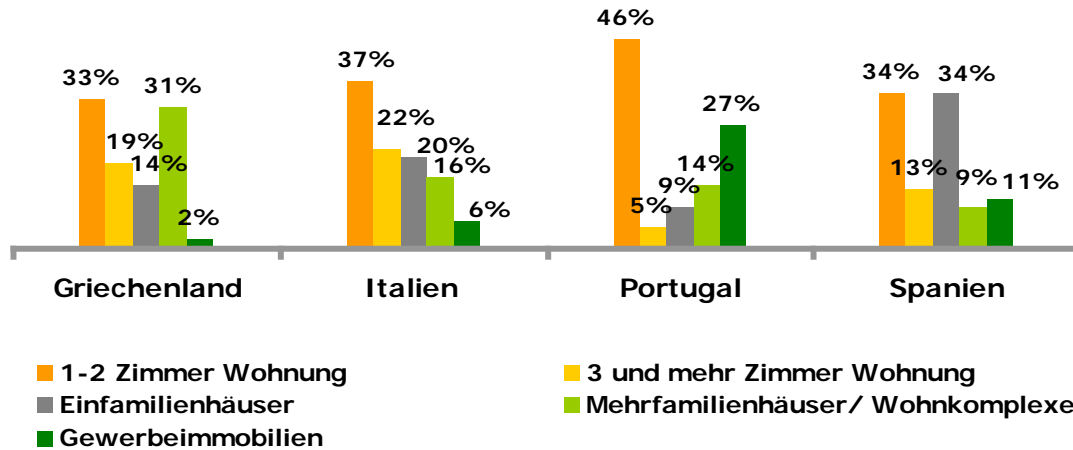
4.7.3 Auslandsanfragen nach Immobilienarten

Abschließend wurden die Makler gefragt, welche Immobilienarten (beispielsweise 1- bis 2-Zimmer-Wohnung etc.) in den letzten sechs Monaten aus Spanien, Portugal, Italien und Griechenland nachgefragt wurden.

Bei Kaufimmobilien entfiel der größte Anteil der Anfragen auf 1- bis 2-Zimmer-Wohnungen (Grafik 36). 46% aller Anfragen aus Portugal betrafen diese Immobilienart, aus Italien waren es 37%, aus Spanien 34% und aus Griechenland 33%. Ursache hierfür ist, dass dieser Anlagetyp bei niedrigem Anlagevolumen gut zur relativ sicheren Anlage genutzt werden kann. Weiter wird dieser Objekttyp vielfach als Einstieg genutzt, wenn ausländische Arbeitnehmer nach Deutschland kommen, um Arbeitsplätze anzunehmen oder noch zu suchen.

Grafik 36

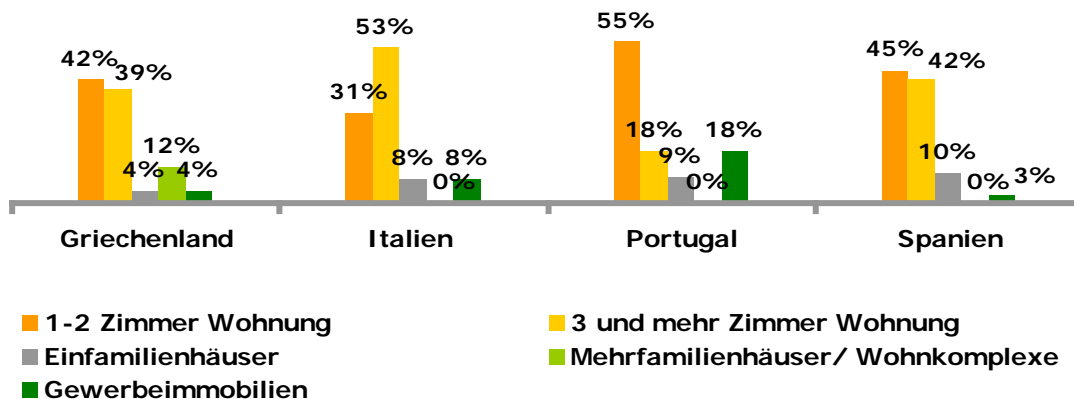
Auslandsanfrage nach Immobilienarten, Kaufimmobilien in den letzten sechs Monaten, Gesamtdeutschland 2012



Auch bei den Mietimmobilien entfiel die größte Nachfrage auf 1- bis 2-Zimmer-Wohnungen sowie 3- und mehr Zimmer-Wohnungen (Grafik 37). 55% aller Anfragen aus Portugal betrafen 1 bis 2-Zimmer-Wohnungen (Spanien 45%, Griechenland 42% und Italien 31%).

Grafik 37

Auslandsanfrage nach Immobilienarten, Mietimmobilien in den letzten sechs Monaten, Gesamtdeutschland 2012



Zusammenfassung

Vor der Eurokrise hatten nur wenige Makler Anfragen nach Kauf- und Mietimmobilien aus den vier südeuropäischen Krisenländern Spanien, Italien, Griechenland und Portugal, die Anzahl der Anfragen war gering. Infolge der Eurokrise gab es hier kaum nennenswerte Veränderungen. Die gering gestiegene Nachfrage aus den vier südeuropäischen Ländern fokussierte sich auf 1 bis 2-Zimmer-Wohnungen.

Diese Wohnungsart dürfte vor allem von Personen angefragt werden, die aufgrund der hohen Arbeitslosigkeit in ihren Ländern hoffen, in Deutschland einen Arbeitsplatz zu finden. Die Wohnung wird also primär zur Eigennutzung und nicht als Anlageobjekt erworben.

5. Immobilienerwerb: Bevorzugte Lagen und häufigste Fehler von Immobilienkäufern

5.1 Übersicht

Im Kapitel zum Immobilienerwerb sollten die Makler eine Einschätzung zu ihren Kunden sowie deren Kaufverhalten und -vorlieben abgeben. Sie wurden auch zu den häufigsten Fehlern privater Immobilienkäufer befragt.

Die Mehrheit der Makler hat am häufigsten mit Privatpersonen zu tun, die Immobilien für die Eigennutzung erwerben wollen.

Bei den bevorzugten Wohnlagen waren sich Singles, Paare, Rentner und Alleinerziehende einig: Sowohl potenzielle Mieter als auch Käufer interessierten sich in erster Linie für Immobilien im Stadtzentrum oder mit Zentrumsnähe. Dies traf auch auf Kapitalanleger zu. Nur Familien fragten bevorzugt nach Kauf- und Mietobjekten am Stadtrand.

Aus Maklersicht machen Käufer, die eine Immobilie zur Eigennutzung erwerben, am häufigsten den Fehler, ihre finanziellen Möglichkeiten zu über- oder die Kosten für Renovierung und Sanierung zu unterschätzen.

Wer privat eine Immobilie als Kapitalanlage erwirbt, macht aus Sicht der Makler am häufigsten den Fehler, die Kosten für Renovierungs- und Sanierungsarbeiten zu unterschätzen. Zweithäufigster Fehler der Käufer ist, sich von dem Wunsch eine Immobilie zu besitzen, zu einem Kauf verleiten zu lassen, obwohl wesentliche Faktoren nicht stimmen.

Hat sich der Kunde für eine Kaufimmobilie entschieden, hatte nach Ansicht von mehr als der Hälfte der Makler der Zustand der Immobilie (z. b. Sanierungsstand, Energieeffizienz etc.) mit Abstand den größten Einfluss auf den Preis.

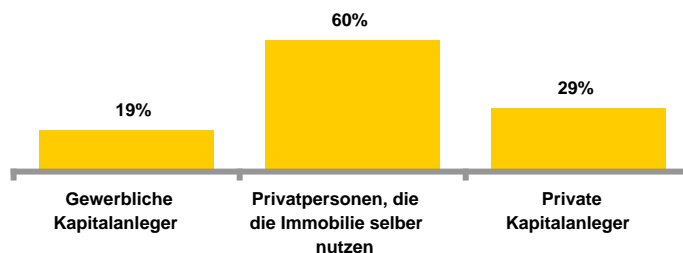
5.2 Analyse der Immobilienkäufergruppen

Gesamtdeutschland 2012

Im Durchschnitt arbeiteten die Makler am häufigsten (60%) mit Privatpersonen zusammen, die Immobilien für die Selbstnutzung erwerben wollten (Grafik 38).

Grafik 38

Durchschnittliche Häufigkeit der Zusammenarbeit von Maklern mit diversen Käufergruppen, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Im Osten arbeiteten die Makler im Durchschnitt etwas häufiger (39%) mit privaten Kapitalanlegern zusammen, die die Immobilie erwarben, um sie zu vermieten (Tabelle 31).

Tabelle 31

Durchschnittliche Häufigkeit der Zusammenarbeit von Maklern mit diversen Käufergruppen, nach Regionen 2012

Durchschnittliche Häufigkeit Zusammenarbeit der Makler	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Gewerbliche Kapitalanleger	19%	18%	19%	16%	23%
Privatpersonen, die die Immobilie selber nutzen	60%	61%	59%	63%	54%
Private Kapitalanleger	29%	25%	32%	26%	39%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Zusammenfassung

Die Makler gaben bei der Befragung 2012 an, dass sie im Durchschnitt am häufigsten mit Privatpersonen zusammenarbeiteten, die die Immobilie für den Eigengebrauch erwerben wollten.

5.3 Bevorzugte Immobilienlagen verschiedener Käufergruppen

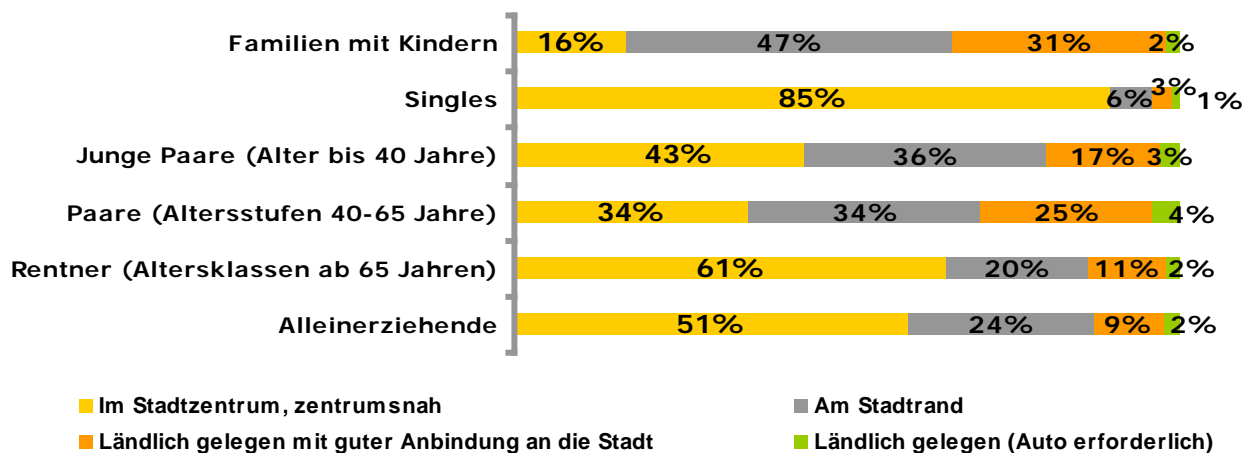
5.3.1 Kaufimmobilien - Eigennutzung

Gesamtdeutschland 2012

Jeweils die Mehrheit der Singles (85%), Rentner (61%) und Alleinerziehenden (51%) interessierte sich für Kaufimmobilien in zentrumsnahen Lagen, bzw. im Zentrum (Grafik 39). Auch bei den jungen Paaren bis 40 Jahre wurde eine zentrumsnahe Lage/Zentrumslage immerhin noch von einer relativen Mehrheit (43%) bevorzugt. Familien hingegen wollten am liebsten am Stadtrand wohnen (47%) oder auf dem Land – allerdings mit guter Anbindung an die Stadt (31%). In keiner der Käufergruppen waren mehr als 4% an einer ländlich gelegenen Immobilie interessiert, mit der sie auf ein Auto angewiesen wären.

Grafik 39

Bevorzugte Immobilienlage bei Kaufimmobilien, nach Kundengruppen, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Bei allen Käufergruppen im Norden war der Anteil derer, die eine Kaufimmobilie im Stadtzentrum bzw. in Zentrumsnähe präferierte, wesentlich größer als im Bundesdurchschnitt. Umgekehrt war dieser Anteil im Osten in allen Käufergruppen markant kleiner als im Bundesdurchschnitt.

5.3.2 Kaufimmobilien – Kapitalanlage

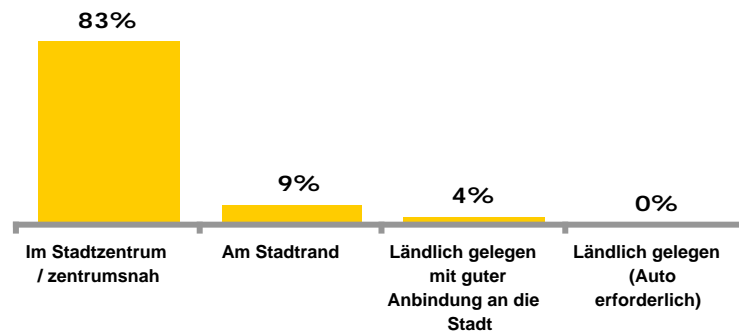
Gesamtdeutschland 2012

Die überwiegende Mehrheit der Käufer von Immobilien zur Kapitalanlage (83%) fragte nach Objekten im Stadtzentrum oder in Zentrumsnähe (Grafik 40). Ländlich gelegene Objekte, die ein Auto erforderlich machten, wurden gar nicht nachgefragt.

Dies erklärt sich dadurch, dass Kapitalanlagen zurzeit weniger unter Renditeerwägungen als vielmehr zur Risikominimierung getätigt werden. Unter diesem Aspekt sind Immobilien in städtischen Bereichen deutlich sicherer.

Grafik 40

Von Kapitalanlegern am häufigsten angefragte Lagen von Kaufimmobilien, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Im Norden fragten Kapitalanleger besonders häufig (92%) nach Objekten im Stadtzentrum (Tabelle 32). Im Bundesdurchschnitt waren es 83%.

Tabelle 32

Von Kapitalanlegern am häufigsten angefragte Lagen von Kaufimmobilien, regionaler Vergleich 2012

Am häufigsten angefragte Lagen von Kaufimmobilien	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Im Stadtzentrum/ zentrumsnah	83%	92%	82%	81%	84%
Am Stadtrand	9%	6%	10%	9%	6%
Ländlich gelegen mit guter Anbindung an die Stadt	4%	3%	6%	3%	3%
Ländlich gelegen (Auto erforderlich)	0%	0%	1%	0%	0%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

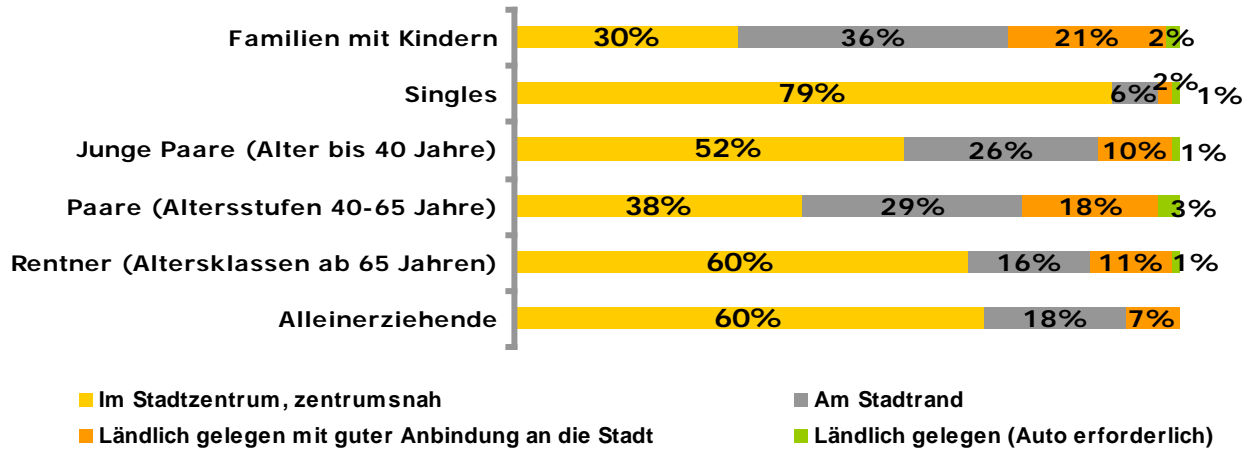
5.3.3 Bei Mietimmobilien – Eigennutzung

Gesamtdeutschland 2012

Die Mehrheit der Singles (79%), Rentner (60%) und Alleinerziehenden (60%) sowie der jungen Paare im Alter bis 40 Jahre (52%) interessierte sich für Mietimmobilien in zentrumsnaher Lage (Grafik 41). Paare im Alter von 40-65 Jahren bevorzugten immerhin noch zu 38% die Lage in Stadtzentrum oder Zentrumsnähe. Vor allem Familien möchten am liebsten an den Stadtrand (36%). In keiner der Käufergruppen fragten mehr als 3% nach einer ländlich gelegenen Mietimmobilie, bei der sie unbedingt auf ein Auto angewiesen wären.

Grafik 41

Bevorzugte Immobilienlage bei Mietimmobilien, nach Kundengruppen, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Im Norden war bei allen Käufergruppen der Anteil, der eine Mietimmobilie im Stadtzentrum präferierte, wesentlich größer als im Bundesdurchschnitt.

Zusammenfassung

Singles, jungen Paare (bis 40 Jahre), Paare (40-65 Jahre), Rentner (ab 65 Jahre) und Alleinerziehende fragten sowohl bei Kauf- als auch bei Mietimmobilien am häufigsten nach Objekten im Stadtzentrum oder in Zentrumsnähe. Dies traf auch auf die Immobilienkäufer zur Kapitalanlage zu. Nur Familien fragten bevorzugt nach Kauf- und Mietobjekten am Stadtrand. Im Norden wurden Immobilien im Zentrum oder mit Zentrumsnähe stark präferiert.

5.4 Fehler von Privatkäufern beim Immobilienkauf

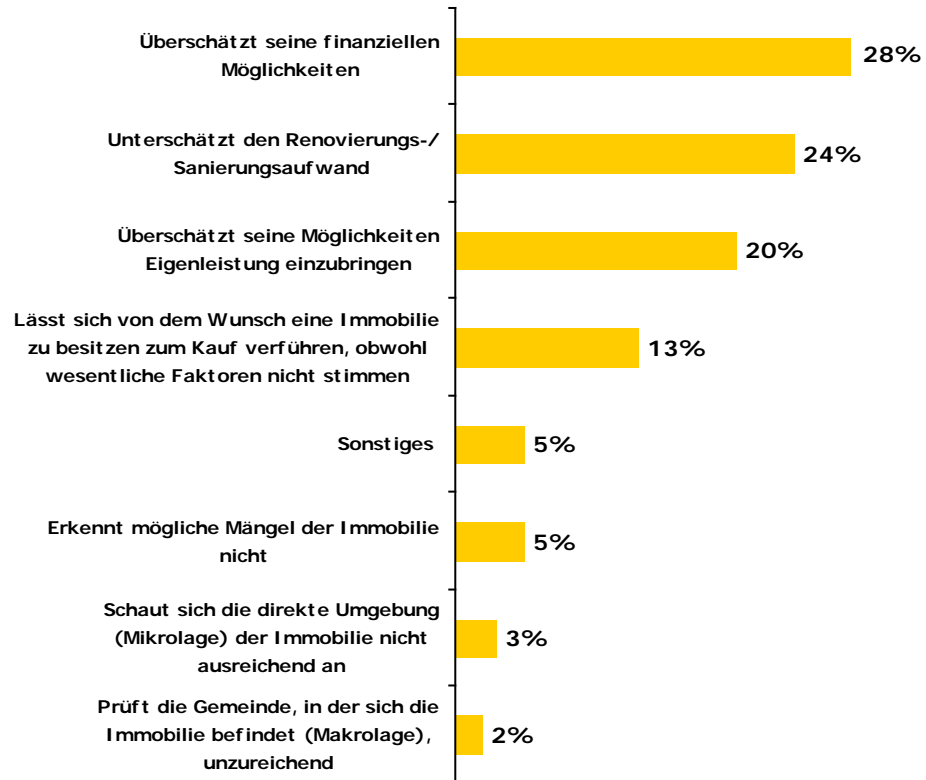
5.4.1 Fehler der Immobilienkäufer zur Eigennutzung

Gesamtdeutschland 2012

Für 28% der Makler bestand der häufigste Fehler von privaten Immobilienkäufern, die die Immobilie selbst nutzen wollten darin, dass sie ihre finanziellen Möglichkeiten überschätzten (Grafik 42). Auf den weiteren Rängen führten die Makler folgende Fehler an: Der Käufer unterschätzt die Kosten für die Renovierung und Sanierung (24%), der Käufer überschätzt seine Möglichkeit, Eigenleistung einzubringen (20%), der Käufer lässt sich von dem Wunsch eine Immobilie zu besitzen zum Kauf verführen, obwohl wesentliche Faktoren nicht stimmen (13%).

Grafik 42

Häufigste Fehler privater Käufer von Immobilien zur Eigennutzung, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Die regionale Analyse zeigt keine signifikanten Unterschiede (Tabelle 33).³⁰

5.4.2 Fehler der Immobilienkäufer zur Kapitalanlage

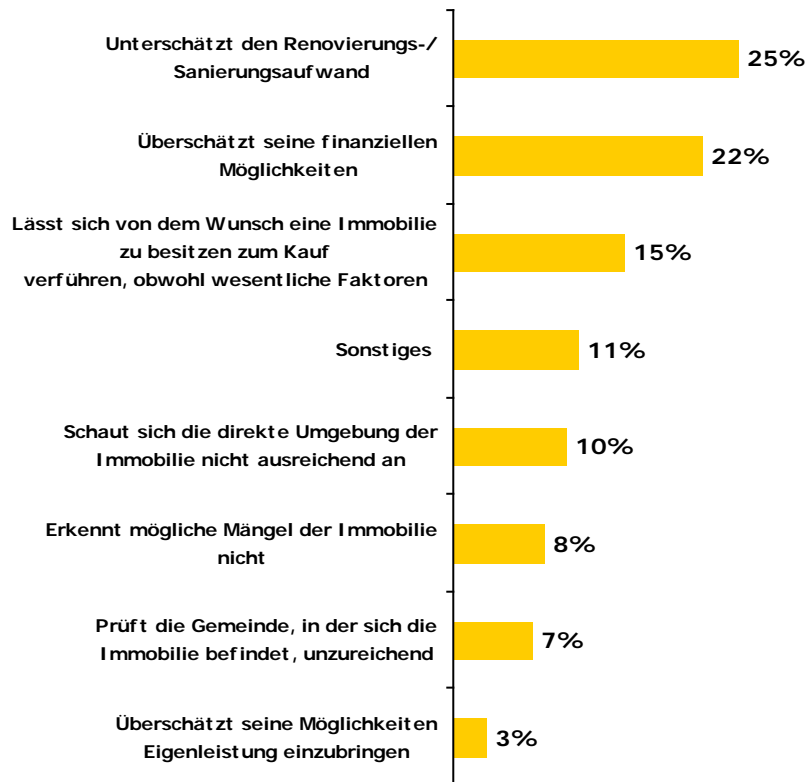
Gesamtdeutschland 2012

Für 25% der Makler bestanden die häufigsten Fehler von privaten Immobilienkäufern zur Kapitalanlage darin, dass der Käufer die Kosten für Renovierungs- und Sanierungskosten unterschätzt (Grafik 43) oder seine finanziellen Möglichkeiten überschätzt (22%). Auf den weiteren Rängen führten die Makler folgende Fehler an: Der Käufer lässt sich von dem Wunsch, eine Immobilie zu besitzen zum Kauf verführen, obwohl wesentliche Faktoren nicht stimmen (15%), Sonstige (11%), der Kunde schaut sich die direkte Umgebung (Mikrolage) der Immobilie nicht ausreichend an (10%)

³⁰ Die Tabelle befindet sich im Anhang.

Grafik 43

Häufigste Fehler privater Käufer von Immobilien zur Kapitalanlage, Gesamtdeutschland 2012



Regionaler Vergleich 2012

Die regionale Analyse zeigt keine signifikanten Unterschiede (Tabelle 34).³¹

Zusammenfassung

Die Makler sahen die häufigsten Fehler von privaten Immobilienkäufern (zur Eigennutzung) in folgenden Gründen: Der Käufer überschätzt seine finanziellen Möglichkeiten (28%), unterschätzt die Kosten für Renovierung und Sanierung (24%), überschätzt seine Möglichkeit, Eigenleistungen einzubringen oder lässt sich von dem Wunsch, eine Immobilie zu besitzen zum Kauf verführen, obwohl wesentliche Faktoren nicht stimmen (13%). Als häufigste Fehler von privaten Immobilienkäufern (zur Kapitalanlage) bewerteten die Makler: Der Kunde unterschätzt die Kosten für Renovierungs- und Sanierungskosten (25%), überschätzt seine finanziellen Möglichkeiten (22%), lässt sich von dem Wunsch, eine Immobilie zu besitzen zum Kauf verführen, obwohl wesentliche Faktoren nicht stimmen (15%), Sonstige (11%), der Kunde schaut sich die direkte Umgebung (Mikrolage) der Immobilie nicht ausreichend an (10%).

³¹ Die Tabelle befindet sich im Anhang.

5.5 Einfluss verschiedener Faktoren auf den Verkaufspreis

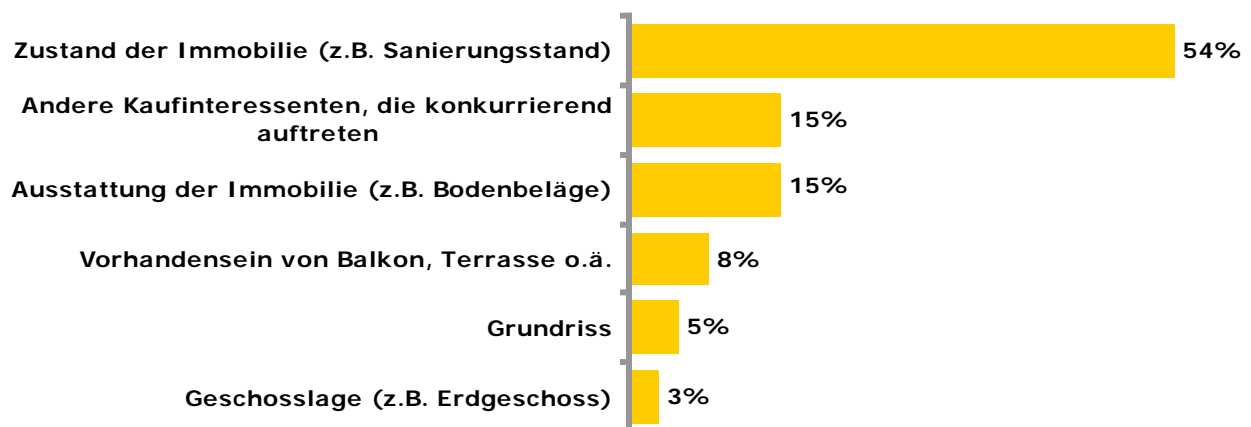
Der Interessent hat sich grundsätzlich für den Kauf einer Immobilie entschieden. Von welchen Faktoren (mit Ausnahme der Lage) wird der Preis, den der Käufer nun bereit ist zu bezahlen, am stärksten beeinflusst?

Gesamtdeutschland 2012

Wenn der Kunden sich grundsätzlich für den Erwerb einer Immobilie entschieden hatte, wurde der Kaufpreis am stärksten von folgenden Faktoren beeinflusst (Grafik 44): Zustand der Immobilie (54%), andere Kaufinteressenten, die konkurrierend auftreten (15%), Ausstattung der Immobilie (15 %).

Grafik 44

Einfluss diverser Faktoren (außer Lage) auf den Preis von Kaufimmobilien, Gesamtdeutschland 2011



Regionaler Vergleich 2012

Die regionale Analyse zeigt keine signifikanten Unterschiede (Tabelle 35).³²

Zusammenfassung

Wenn der Kunde sich für eine Kaufimmobilie entschieden hat, dann hatte nach Ansicht von 54% der Makler der Zustand der Immobilie (z. b. Sanierungsstand, Energieeffizienz etc.) mit Abstand den größten Einfluss auf den Preis.

³² Die Tabelle befindet sich im Anhang.

6. Gesamtzusammenfassung - Fazit

Am Ende des Studienberichts zum MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2012 bleiben verschiedene Erkenntnisse festzuhalten:

1. Das Thema Energieeffizienz hat (von einem niedrigen Niveau ausgehend) erneut an Relevanz für die Vermarktung zugenommen

Das grundsätzliche Interesse am energetischen Sanierungsstand einer Immobilie hat nach einem leichten Rückgang 2011 wieder zugenommen. Der energetische Zustand eines Gebäudes wirkt sich aus Sicht der Makler nicht nur auf den erzielbaren Preis, sondern auch auf Vermarktungsdauer und -aufwand aus. Erweckt die Immobilie nur den Eindruck, dass ein Sanierungsrückstand vorliegt, wirkt sich das negativ auf die Vermarktung aus.

2. Gestiegenes Interesse am Thema Energieeffizienz

Vor allem bei Kaufimmobilien stellen Interessenten heute mehr Fragen zur Energieeffizienz als noch vor drei Jahren – Tendenz weiter steigend. Aber auch Mieter interessieren sich zunehmend für die Energiebilanz von Wohnung oder Haus. Daher raten die Makler Vermietern und Verkäufern, vor der Vermarktung ihrer Immobilie eine energetische (Teil-)Sanierung durchzuführen. Empfohlen werden vor allem Dämm- und Wärmeschutzmaßnahmen.

3. Einfluss von Lagefaktoren und Ausstattung auf die Vermarktung

Wie bereits im Marktmonitor Immobilien 2010 bewerten die Makler Lärm- oder Geruchsbelästigung als die beiden Umgebungsfaktoren, die sich am stärksten nachteilig auf die Vermarktung einer Immobilie auswirken. K.o-Kriterien bei der Ausstattung sind ein fehlender Balkon, das Heizen mit Einzelöfen und hohe Heizkosten.

6. Umgang der Makler mit Problemimmobilien

Am häufigsten informieren Makler sowohl Miet- als auch Kaufinteressenten bereits am Telefon oder in der Online- bzw. Zeitungsanzeige über Mängel einer Immobilie. Bis zur Besichtigung wartet damit bei Kaufimmobilien ein Fünftel, bei Mietobjekten ein Viertel der Makler.

5. Entwicklung von Nachfrage, Angebot und Preisen

Immobilien gelten in Zeiten unruhiger Aktien- und Geldmärkte häufig als sichere Kapitalanlage. Die Nachfrage nach Kaufimmobilien hat daher auch in den letzten zwölf Monaten deutlich zugenommen. Das eigene Angebot bewerten die meisten Makler allerdings als nicht ausreichend, viele reagieren darauf mit verstärkten Akquisitionsbemühungen. Infolge des Nachfrage-Überschusses erwarten die Makler auch für die Zukunft weiter steigende Kaufpreise und Mieten.

6. Immobilienkäufe aus Inflationsangst

Offensichtlich lassen sich die meisten Käufer durch Eurokrise oder aus Angst vor Inflation nicht zu unbedachten oder übereilten Immobilienkäufen verleiten. Die Makler schätzten ihre Kunden als gut informiert ein, nur wenige kaufen Ladenhüter oder zahlen überhöhte Preise.

7. Auslandsimmobilien

Die meisten Makler verzeichneten weder vor noch nach der Eurokrise eine große Nachfrage aus Italien, Griechenland, Spanien und Portugal. Das geringe Interesse fokussiert sich sowohl bei Miet- als auch bei Kaufimmobilien vor allem auf kleine 1- bis 2-Zimmer-Wohnungen im eher günstigen Preissegment.

8. Bevorzugte Immobilienlagen

Vor allem die Singles unter den Mietern und Käufern leben gerne im Stadtzentrum oder zumindest zentrumsnah. Aber auch Rentner, Alleinerziehende und junge Paare zieht es vor allem in die Stadt. Lediglich unter den jungen Familien besteht ein breiteres Interesse daran, am Stadtrand oder gar in ländlich gelegenen Gefilden zu wohnen.

9. Fehler beim Immobilienkauf

Das Überschätzen der eigenen finanziellen Mittel und das Unterschätzen des Renovierungs-/Sanierungsaufwands sind nach Ansicht der Makler die häufigsten Fehler, die Immobilienkäufer machen – egal, ob es sich um Privatpersonen oder Kapitalanleger handelt.

7. Anhang

7.1 Tabellen-Übersicht

Tabelle 1: Struktur des WZ 70.3 (Vermittlung und Verwaltung von fremden Immobilien) lt. Statistischem Bundesamt

Tabelle 2: Regionale Verteilung der Makler nach PLZ-Gebieten

Tabelle 3: Positiver Einfluss eines hohen energetischen Sanierungsstandes auf die Vermarktung von Kaufimmobilien, regionaler Vergleich 2010 bis 2012

Jahr 2010³³	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost	Mitte
Vermarktungsdauer	31%	41%	31%	33%	20%	38%
Vermarktungsaufwand	24%	20%	25%	29%	19%	30%
Verkaufspreis	60%	68%	66%	61%	50%	68%
Kein Einfluss	23%	14%	22%	21%	34%	21%

Jahr 2011³⁴	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Vermarktungsdauer	31%	41%	39%	24%	20%
Vermarktungsaufwand	21%	29%	28%	15%	8%
Verkaufspreis	44%	43%	55%	41%	30%
Kein Einfluss	28%	33%	19%	28%	46%
Jahr 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Vermarktungsdauer	38%	62%	37%	39%	22%
Vermarktungsaufwand	32%	39%	38%	27%	27%
Verkaufspreis	56%	46%	66%	53%	44%
Kein Einfluss	19%	13%	14%	19%	31%

Tabelle 4: Positiver Einfluss eines hohen energetischen Sanierungsstandes auf die Vermarktung von Mietimmobilien, regionaler Vergleich 2010 bis 2012

Jahr 2010	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost	Mitte
Vermarktungsdauer	27%	26%	29%	33%	17%	30%
Vermarktungsaufwand	20%	12%	20%	26%	15%	25%
Miete	49%	48%	53%	51%	42%	38%
Kein Einfluss	32%	32%	30%	29%	38%	34%

³³ Die Einteilung 2010 erfolgte nach folgenden Postleitzahlgebieten: Nord (PLZ 2), Süd /PLZ 7, 8, 9), West (PLZ 4, 5, 6), Ost (PLZ 0, 1) und Mitte (PLZ 3).

³⁴ Die Einteilung erfolgte ab 2011 nach Bundesländern: Nord (Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen), Ost (Mecklenburg-Vorpommern, Berlin, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Thüringen), West (Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland) und Süd (Baden-Württemberg, Bayern).

Jahr 2011	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Vermarktungsdauer	30%	37%	34%	22%	28%
Vermarktungsaufwand	15%	22%	17%	10%	12%
Miete	31%	33%	34%	22%	30%
Kein Einfluss	31%	25%	29%	35%	34%
Jahr 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Vermarktungsdauer	31%	54%	28%	30%	23%
Vermarktungsaufwand	25%	31%	29%	25%	16%
Miete	41%	51%	45%	34%	41%
Kein Einfluss	25%	21%	24%	25%	28%

Tabelle 5: Negative Auswirkung des Anscheins eines energetischen Sanierungsrückstands auf den realisierbaren Verkaufspreis, regionaler Vergleich 2010 bis 2012

Jahr 2010	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost	Mitte
Ja, stimme unbedingt zu	29%	35%	29%	31%	21%	23%
Ja, aber nicht bei Immobilien in Top-Lagen	32%	41%	30%	33%	28%	42%
Nur bedingt, andere Merkmale sind wichtiger	49%	48%	53%	51%	42%	38%
Nein, wenn alles andere stimmt hat das kaum bis keine Auswirkungen	32%	32%	30%	29%	38%	34%

Jahr 2011	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Ja, stimme unbedingt zu	48%	37%	57%	45%	43%
Ja, aber nicht bei Immobilien in Top-Lagen	33%	39%	31%	30%	35%
Nur bedingt, andere Merkmale sind wichtiger	13%	16%	10%	14%	16%
Nein, wenn alles andere stimmt hat das kaum bis keine Auswirkungen	5%	8%	2%	9%	3%
Jahr 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Ja, stimme unbedingt zu	45%	58%	46%	44%	34%
Ja, aber nicht bei Immobilien in Top-Lagen	35%	32%	33%	35%	39%
Nur bedingt, andere Merkmale sind wichtiger	16%	8%	16%	16%	22%
Nein, wenn alles andere stimmt hat das kaum bis keine Auswirkungen	4%	3%	4%	4%	5%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Tabelle 6: Durchschnittlicher Abschlag auf den Verkaufspreis infolge eines negativen energetischen Sanierungsstands, Gesamtdeutschland 2011 und 2012

Tabelle 7: Durchschnittlicher Abschlag auf den Verkaufspreis infolge eines negativen energetischen Sanierungsstands, regionaler Vergleich 2011 und 2012

Preisabschlag (Mittelwert)	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
2011	20,4%	19,2%	20,1%	20,3%	22,3%
2012	20,5%	22,6%	18,5%	21,6%	21,8%

Tabelle 8: Fragen zur Energieeffizienz bei Besichtigungen von Kaufimmobilien; Häufigkeit im Vergleich heute bis vor drei Jahren, regionaler Vergleich 2010 bis 2012

Jahr 2010	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost	Mitte
Häufiger	64%	77%	72%	65%	48%	68%
Gleichbleibend	22%	18%	18%	23%	28%	25%
Seltener	3%	0%	3%	3%	7%	0%

Jahr 2011	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Häufiger	68%	74%	74%	69%	53%
Gleichbleibend	27%	22%	25%	25%	38%
Seltener	3%	2%	1%	4%	3%
Jahr 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Häufiger	76%	87%	82%	75%	56%
Gleichbleibend	19%	5%	16%	19%	33%
Seltener	4%	3%	2%	3%	6%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Tabelle 9: Fragen zur Energieeffizienz bei Besichtigungen von Mietimmobilien; Häufigkeit im Vergleich heute bis vor drei Jahren, regionaler Vergleich 2010 bis 2012

Jahr 2010	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost	Mitte
Häufiger	43%	44%	45%	47%	37%	43%
Gleichbleibend	36%	38%	38%	34%	40%	30%
Seltener	9%	6%	8%	8%	14%	9%

Jahr 2011	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Häufiger	34%	39%	41%	28%	26%
Gleichbleibend	47%	39%	49%	47%	50%
Seltener	8%	11%	2%	9%	13%
Jahr 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Häufiger	45%	53%	49%	40%	40%
Gleichbleibend	39%	36%	39%	37%	41%
Seltener	7%	8%	4%	9%	6%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Tabelle 10: Negative Auswirkungen verschiedener Umgebungsfaktoren auf die Vermarktung, regionaler Vergleich 2010 und 2012

Jahr 2010	Nord		Süd	
	Sehr starker negativer Einfluss	Starker negativer Einfluss	Sehr starker negativer Einfluss	Starker negativer Einfluss
Hoher Anteil Erwerbsloser in der Nachbarschaft	18%	52%	26%	39%
Hoher Anteil ausländischer Mitbürger in der Nachbarschaft	39%	42%	35%	45%
Ungünstige Verkehrsanbindung	20%	52%	15%	50%
Schlechte Infrastruktur (z.B. wenig Einkaufsmöglichkeiten)	24%	39%	9%	48%
Lärmbelästigung	50%	35%	56%	33%
Geruchsbelästigung	45%	39%	53%	30%
Handymasten in der Nähe	17%	24%	15%	27%

Jahr 2010	West		Ost	
	Sehr starker negativer Einfluss	Starker negativer Einfluss	Sehr starker negativer Einfluss	Starker negativer Einfluss
Hoher Anteil Erwerbsloser in der Nachbarschaft	29%	44%	19%	45%
Hoher Anteil ausländischer Mitbürger in der Nachbarschaft	39%	48%	28%	45%
Ungünstige Verkehrsanbindung	21%	35%	23%	46%
Schlechte Infrastruktur (z.B. wenig Einkaufsmöglichkeiten)	20%	38%	24%	40%
Lärmbelästigung	48%	42%	62%	28%
Geruchsbelästigung	52%	34%	59%	26%
Handymasten in der Nähe	8%	24%	14%	27%

Jahr 2010 Mitte	Sehr starker negativer Einfluss	Starker negativer Einfluss
Hoher Anteil Erwerbsloser in der Nachbarschaft	30%	38%
Hoher Anteil ausländischer Mitbürger in der Nachbarschaft	47%	30%
Ungünstige Verkehrsanbindung	23%	43%
Schlechte Infrastruktur (z.B. wenig Einkaufsmöglichkeiten)	32%	43%
Lärmbelästigung	58%	32%
Geruchsbelästigung	62%	25%
Handymasten in der Nähe	23%	26%

Jahr 2012	Nord		Süd	
	Sehr starker negativer Einfluss	Starker negativer Einfluss	Sehr starker negativer Einfluss	Starker negativer Einfluss
Hoher Anteil Erwerbsloser in der Nachbarschaft	22%	38%	14%	41%
Hoher Anteil ausländischer Bevölkerung in der Nachbarschaft	22%	49%	24%	41%
Lärmbelästigung	51%	38%	61%	33%
Geruchsbelästigung	68%	27%	56%	34%
Handymasten in der Nähe	14%	27%	11%	29%

Jahr 2012	West		Ost	
	Sehr starker negativer Einfluss	Starker negativer Einfluss	Sehr starker negativer Einfluss	Starker negativer Einfluss
Hoher Anteil Erwerbsloser in der Nachbarschaft	19%	36%	16%	38%
Hoher Anteil ausländischer Bevölkerung in der Nachbarschaft	32%	40%	24%	43%
Lärmbelästigung	63%	27%	56%	35%
Geruchsbelästigung	49%	41%	54%	35%
Handymasten in der Nähe	11%	18%	5%	29%

Tabelle 11: Negative Auswirkungen verschiedener Ausstattungsfaktoren auf die Vermarktung, regionaler Vergleich 2010 und 2012

Tabelle 12: Zeitpunkt an dem die Makler die Käufer erstmalig über gravierende Probleme einer Immobilie informieren, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 13: Zeitpunkt zu dem die Makler die Mieter erstmalig über gravierende Probleme einer Immobilie informieren, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 14: Umfang in dem die Makler über Probleme einer Kaufimmobilie informieren, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 15: Umfang in dem die Makler über Probleme einer Mietimmobilie informieren, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 16: Provisionsforderungen (Käufer- und Verkäuferprovision) bei Problemimmobilien im Vergleich zu Immobilien ohne derartige Nachteile, Kaufimmobilien, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 17: Provisionsforderungen (Käufer- und Verkäuferprovision) bei Problemimmobilien im Vergleich zu Immobilien ohne derartige Nachteile, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 18: Entwicklung der Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Eigennutzung in den letzten zwölf Monaten, regionaler Vergleich 2010 und 2012

Nachfrage 2010	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost	Mitte
Gestiegen	27%	30%	41%	24%	24%	19%
Gleich geblieben	39%	42%	42%	46%	41%	47%
Gesunken	19%	23%	13%	25%	27%	30%

Nachfrage 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Deutlich gestiegen	44%	53%	52%	33%	41%
Leicht gestiegen	39%	33%	33%	47%	40%
Gleich geblieben	15%	11%	12%	19%	18%
Leicht gesunken	2%	3%	3%	1%	2%
Deutlich gesunken	0%	0%	1%	0%	0%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Tabelle 19: Entwicklung der Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Kapitalanlage in den letzten zwölf Monaten, regionaler Vergleich 2010 und 2012

Nachfrage 2010	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost	Mitte
Gestiegen	31%	29%	52%	28%	14%	36%
Gleich geblieben	24%	21%	30%	22%	31%	23%
Gesunken	27%	32%	29%	24%	30%	35%

Nachfrage 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Deutlich gestiegen	55%	58%	69%	46%	38%
Leicht gestiegen	26%	28%	20%	29%	32%
Gleich geblieben	15%	11%	8%	18%	25%
Leicht gesunken	3%	3%	1%	5%	5%
Deutlich gesunken	2%	0%	2%	3%	0%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Tabelle 20: Entwicklung des Angebots an Kaufimmobilien in den letzten zwölf Monaten, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 21: Verhältnis von Nachfrage und eigenem Angebot der Makler an Kaufimmobilien, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 22: Änderung der eigenen Akquisebemühungen in den letzten drei Monaten, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 23: Prognose zur Entwicklung des Kaufpreises von Immobilien, regionaler Vergleich 2010 und 2012

Prognose Kaufpreisentwicklung 2010	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost	Mitte
Werden stark steigen	3%	2%	4%	4%	4%	0%
Werden leicht steigen	36%	35%	46%	33%	46%	28%
Werden gleich bleiben	29%	32%	33%	31%	30%	40%
Werden leicht sinken	16%	26%	10%	24%	12%	15%
Werden stark sinken	3%	3%	2%	3%	3%	15%

Prognose Kaufpreisentwicklung 2012	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Werden stark steigen	10%	17%	9%	10%	10%
Werden leicht steigen	64%	64%	69%	55%	70%

Werden gleich bleiben	18%	11%	16%	22%	18%
Werden leicht sinken	6%	6%	5%	10%	3%
Werden stark sinken	1%	3%	1%	3%	0%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Tabelle 24: Prognose zur Entwicklung des Mietpreises von Immobilien, regionaler Vergleich 2010 und 2012

<i>Prognose Mietpreisentwicklung 2010</i>	<i>Gesamt</i>	<i>Nord</i>	<i>Süd</i>	<i>West</i>	<i>Ost</i>	<i>Mitte</i>
Werden stark steigen	7%	11%	11%	6%	7%	2%
Werden leicht steigen	49%	39%	48%	40%	57%	36%
Werden gleich bleiben	28%	38%	30%	32%	25%	34%
Werden leicht sinken	6%	2%	4%	11%	6%	11%
Werden stark sinken	1%	2%	1%	1%	2%	4%

<i>Prognose Mietpreisentwicklung 2012</i>	<i>Gesamt</i>	<i>Nord</i>	<i>Süd</i>	<i>West</i>	<i>Ost</i>
Werden stark steigen	18%	25%	19%	16%	18%
Werden leicht steigen	57%	58%	63%	48%	64%
Werden gleich bleiben	22%	17%	17%	32%	14%
Werden leicht sinken	2%	0%	1%	3%	5%
Werden stark sinken	1%	0%	1%	1%	0%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Tabelle 25: Prognose für die Entwicklung des Immobilienangebots, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 26: Prognose für die Entwicklung der Immobiliennachfrage, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 27: Entwicklung der Verhandlungsneigung von Käufern um einen Nachlass bei Immobilienpreis, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 28: Versuch der Verkäufer, einer Preissteigerung auszuhandeln, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 29: Verhandlungsbereitschaft der Makler für einen Nachlass bei der Provision für Käufer, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 30: Verhandlungsbereitschaft der Makler für einen Nachlass bei der Provision für Verkäufer, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 31: Durchschnittliche Häufigkeit der Zusammenarbeit von Maklern mit diversen Käufergruppen, nach Regionen 2012

Tabelle 32: Von Kapitalanlegern am häufigsten angefragten Lage von Kaufimmobilien, regionaler Vergleich 2012

Tabelle 33: Häufigsten Fehler privater Käufer von Immobilien zur Eigennutzung, regionaler Vergleich 2012

Häufigsten Fehler	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Überschätzt seine finanziellen Möglichkeiten	28%	28%	28%	28%	29%
Überschätzt seine Möglichkeiten Eigenleistung einzubringen (z.B. Renovierungsarbeiten)	20%	22%	22%	17%	22%
Unterschätzt den Renovierungs-/ Sanierungsaufwand (Kosten)	24%	28%	24%	27%	19%
Lässt sich von dem Wunsch eine Immobilie zu besitzen zum Kauf verführen, obwohl wesentliche Faktoren nicht stimmen	13%	11%	13%	13%	14%
Erkennt mögliche Mängel der Immobilie nicht	5%	0%	6%	5%	3%
Schaut sich die direkte Umgebung (Mikrolage) der Immobilie nicht ausreichend an	3%	6%	1%	3%	3%
Prüft die Gemeinde, in der sich die Immobilie befindet (Makrolage), unzureichend	2%	3%	0%	4%	3%
Sonstiges	5%	3%	6%	4%	6%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Tabelle 34: Häufigsten Fehler privater Käufer von Immobilien zur Kapitalanlage, regionaler Vergleich 2012

Häufigsten Fehler	Gesamt	Nord	Süd	West	Ost
Überschätzt seine finanziellen Möglichkeiten	22%	28%	19%	24%	22%
Überschätzt seine Möglichkeiten Eigenleistung einzubringen (z.B. Renovierungsarbeiten)	3%	6%	1%	2%	6%
Unterschätzt den Renovierungs-/ Sanierungsaufwand (Kosten)	25%	28%	19%	28%	29%
Lässt sich von dem Wunsch eine Immobilie zu besitzen zum Kauf verführen, obwohl wesentliche Faktoren nicht stimmen	15%	11%	23%	8%	14%
Erkennt mögliche Mängel der Immobilie nicht	8%	3%	7%	12%	6%
Schaut sich die direkte Umgebung (Mikrolage) der Immobilie nicht ausreichend an	10%	14%	11%	8%	8%
Prüft die Gemeinde, in der sich die Immobilie befindet (Makrolage), unzureichend	7%	6%	8%	6%	8%
Sonstiges	11%	6%	12%	13%	6%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

Tabelle 35: Einfluss diverser Faktoren (außer Lage) auf den Preis von Kaufimmobilien, regionaler Vergleich 2012

<i>Häufigsten Fehler</i>	<i>Gesamt</i>	<i>Nord</i>	<i>Süd</i>	<i>West</i>	<i>Ost</i>
Andere Kaufinteressenten, die konkurrierend auftreten	15%	11%	19%	13%	13%
Ausstattung der Immobilie (z.B. Bodenbeläge, Sanitärausstattung etc.)	15%	14%	14%	16%	14%
Zustand der Immobilie (z.B. Sanierungsstand, Energieeffizienz, etc.)	54%	47%	50%	56%	60%
Grundriss	5%	11%	4%	6%	3%
Vorhandensein von Balkon, Terrasse, Veranda o.ä.	8%	8%	8%	8%	5%
Geschosslage (z.B. Erdgeschoss, Obergeschoss mit/ohne Aufzug, etc.)	3%	3%	4%	1%	3%
Sonstiges	2%	6%	1%	1%	2%

Auf 100% fehlende Werte: k. A.

7.2 Grafiken-Übersicht

Grafik 2: Positiver Einfluss eines hohen energetischen Sanierungsstandes auf die Vermarktung einer Kaufimmobilie, Gesamtdeutschland 2010 bis 2011

Grafik 2: Positiver Einfluss eines hohen energetischen Sanierungsstandes auf die Vermarktung einer Mietimmobilie, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

Grafik 3: Negative Auswirkung des Anscheins eines energetischen Sanierungsstaus auf den realisierbaren Verkaufspreis, nur Kaufimmobilien, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

Grafik 4: Fragen zur Energieeffizienz bei Besichtigungen von Kaufimmobilien; Häufigkeit im Vergleich heute mit vor drei Jahren, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

Grafik 5: Fragen zur Energieeffizienz bei Besichtigungen von Mietimmobilien; Häufigkeit im Vergleich heute mit vor drei Jahren, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

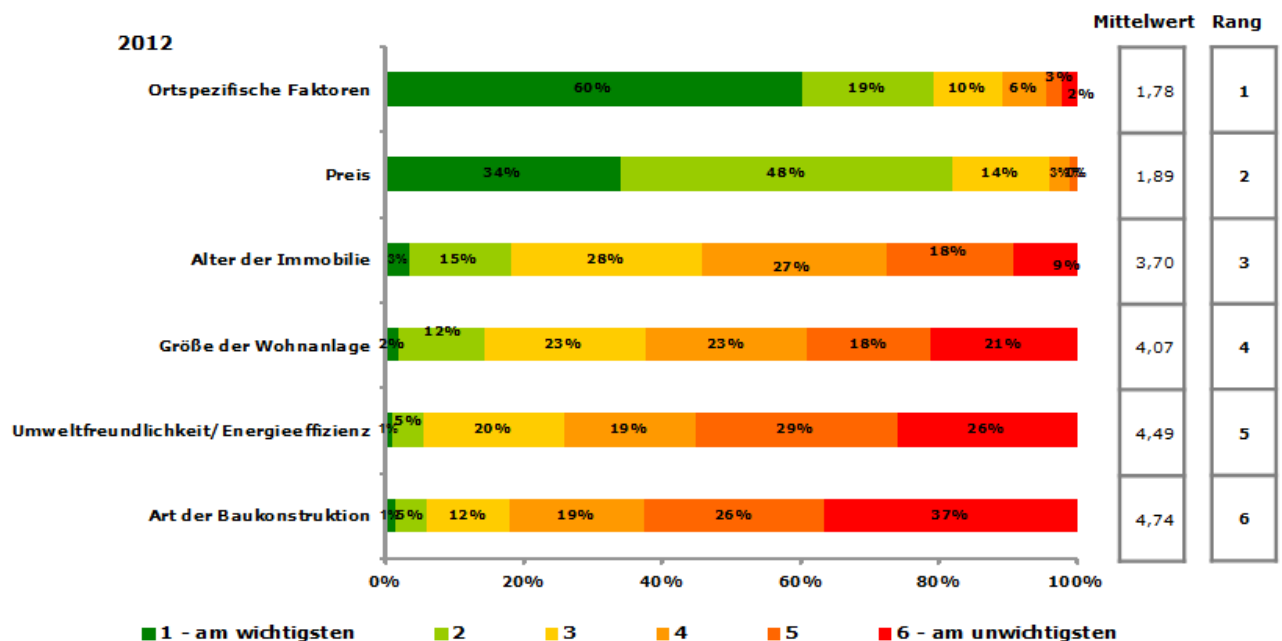
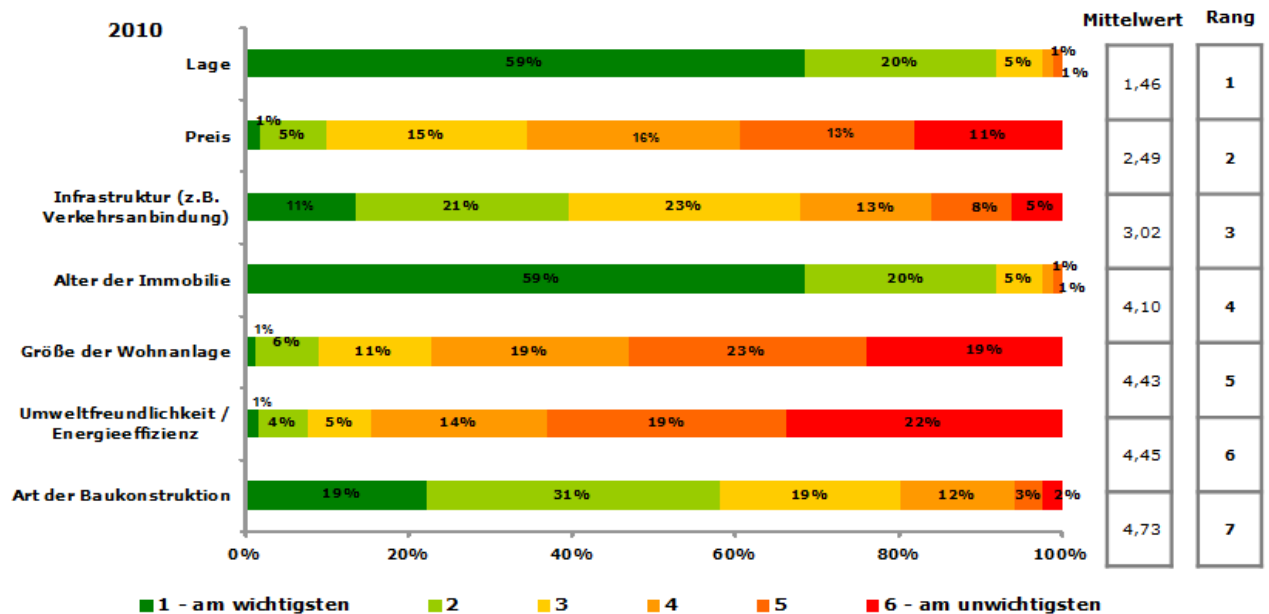
Grafik 6: Durchschnittlicher Anteil der Besichtigungen von Kaufimmobilien bei denen Fragen zur Energieeffizienz gestellt wurden, in den letzten 12 Monaten, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

Grafik 7: Durchschnittlicher Anteil der Besichtigungen von Mietimmobilien bei denen Fragen zur Energieeffizienz gestellt wurden, in den letzten 12 Monaten, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

Grafik 8: Kombination der Ergebnisse aus den Fragen Investitionsempfehlung für Eigentümer sowie mittlere Relevanz von Energieeffizienz-Merkmalen bei Kaufimmobilien, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

Grafik 9: Kombination der Ergebnisse aus den Fragen Investitionsempfehlung für Eigentümer sowie mittlere Relevanz von Energieeffizienz-Merkmalen bei Mietimmobilien, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012

Grafik 10: Entscheidungskriterien der Immobilieninteressenten, Gesamtdeutschland 2010 bis 2012



Grafik 11: Fragen nach dem Energieausweis bei Kaufimmobilien, Mittelwerte, Gesamtdeutschland 2011 und 2012

Grafik 12: Fragen nach dem Energieausweis bei Mietimmobilien, Mittelwerte, Gesamtdeutschland 2011 und 2012

Grafik 13: Negative Auswirkungen verschiedener Umgebungsfaktoren auf die Vermarktung, Gesamtdeutschland 2010 und 2012

Grafik 14: Negative Auswirkungen verschiedener Ausstattungsfaktoren auf die Vermarktung, Gesamtdeutschland 2010 und 2012

Grafik 15: Zeitpunkt an dem die Makler die Käufer erstmalig über gravierende Probleme einer Immobilie informieren, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 16: Zeitpunkt an dem die Makler die Mieter erstmalig über gravierende Probleme einer Immobilie informieren, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 17: Umfang in dem die Makler über Probleme einer Kaufimmobilie informieren, Gesamtdeutschland

Grafik 18: Umfang in dem die Makler über Probleme einer Mietimmobilie informieren, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 19: Provisionsforderungen (Käufer- und Verkäuferprovision) bei Problemimmobilien im Vergleich zu Immobilien ohne derartige Nachteile, Kaufimmobilien, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 20: Häufigstes Provisionssystem der Makler beim Verkauf von Problemimmobilien, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 21: Spezieller Vermarktungsprozess bei Problemimmobilien, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 22: Entwicklung der Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Eigennutzung, Gesamtdeutschland 2010 und 2012

Grafik 23: Entwicklung der Nachfrage nach Kaufimmobilien zur Kapitalanlage, Gesamtdeutschland 2010 und 2012

Grafik 24: Entwicklung des Angebots an Kaufimmobilien in den letzten zwölf Monaten, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 25: Beurteilung des eigenen Angebots an Kaufimmobilien im Verhältnis zur Nachfrage, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 26: Änderung der Akquisebemühungen der Makler nach neuen Kaufimmobilien in den letzten drei Monaten, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 27: Prognose zur Entwicklung des Kaufpreises von Immobilien, Gesamtdeutschland 2010 und 2012

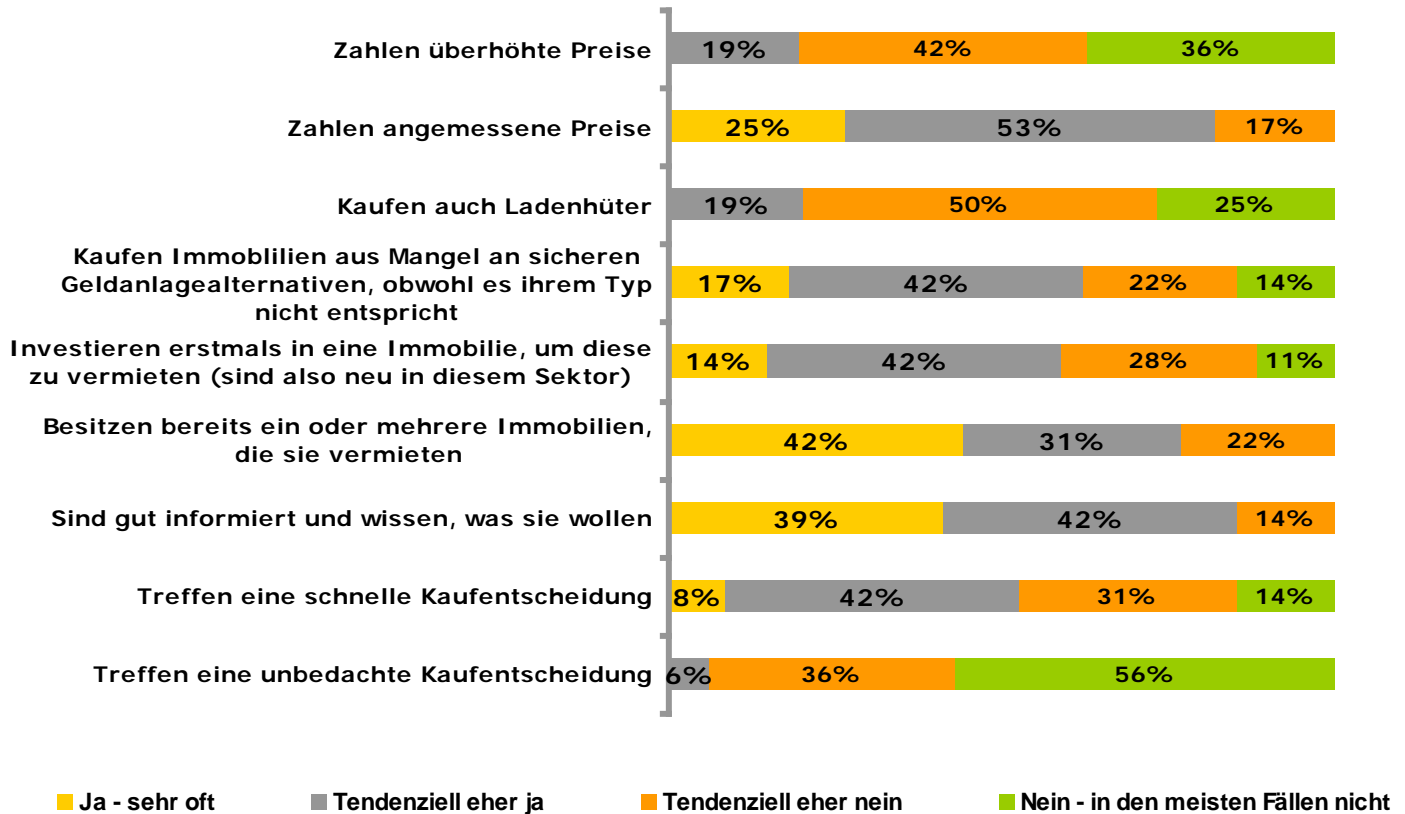
Grafik 28: Prognose zur Entwicklung des Mietpreises von Immobilien, Gesamtdeutschland 2010 und 2012

Grafik 29: Prognose zur Entwicklung des Angebots von Immobilien, Gesamtdeutschland 2012

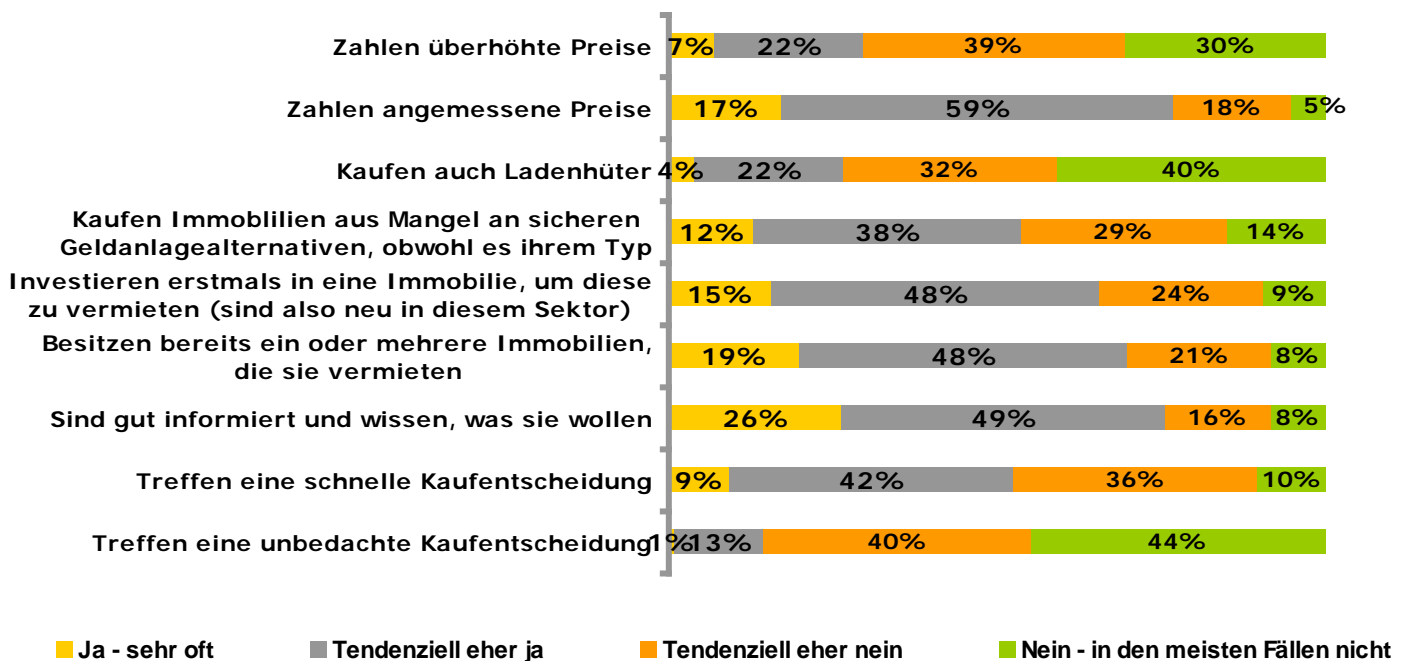
Grafik 30: Prognose zur Entwicklung der Nachfrage nach Immobilien, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 31: Bewertung der Entscheidung von privaten Käufern zum Immobilienkauf aus Inflationsangst, regionaler Vergleich 2012

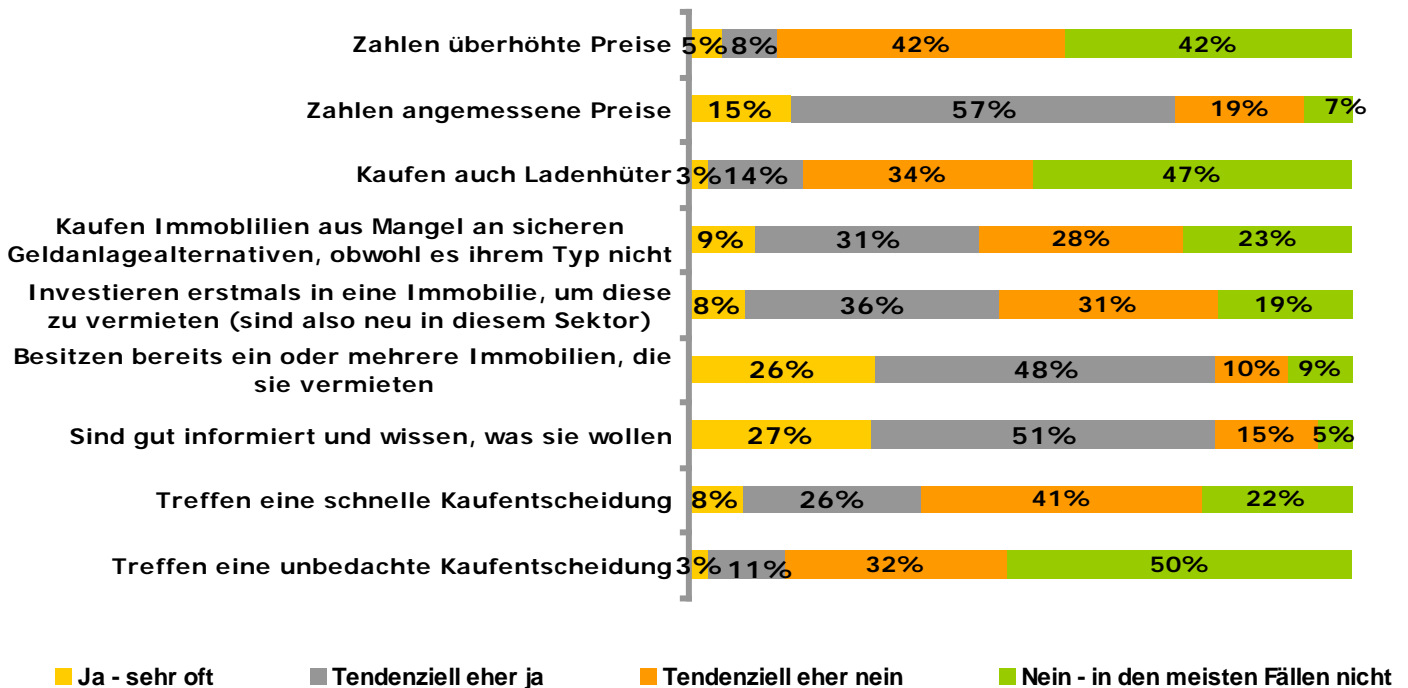
Norden 2012



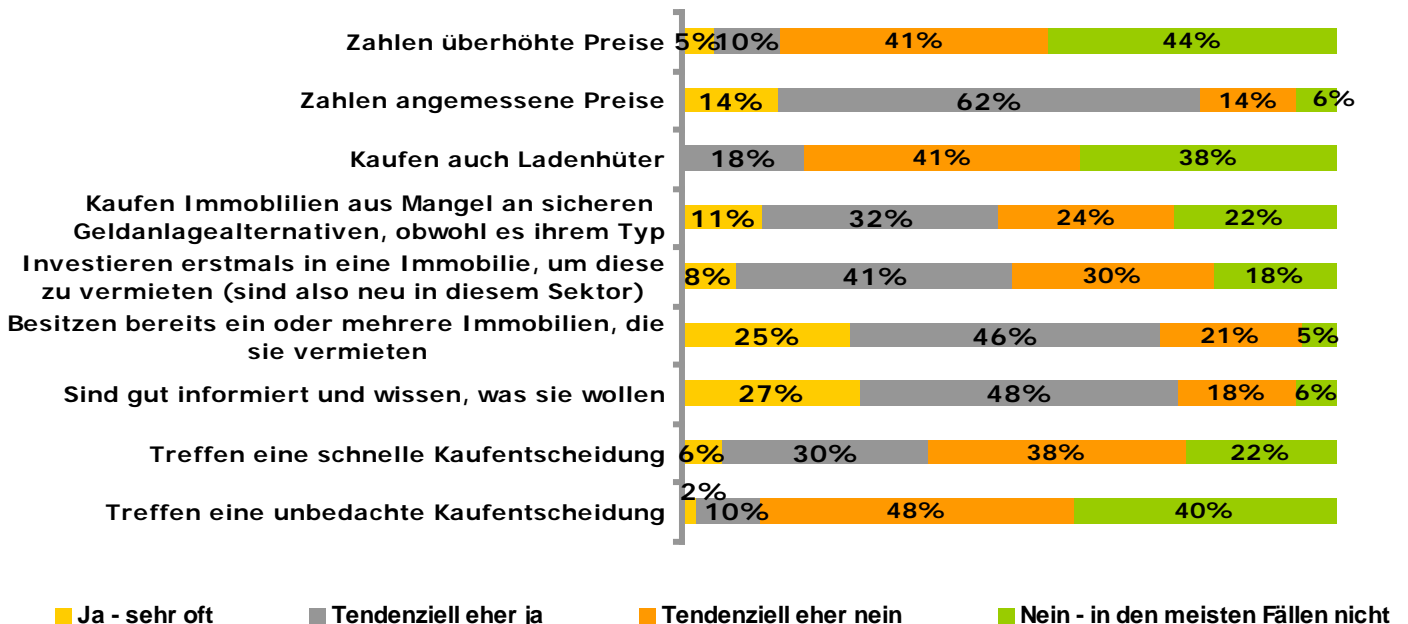
Süden 2012



Westen 2012



Osten 2012



Grafik 32: Entwicklung der Verhandlungsneigung von Käufern um einen Nachlass beim Immobilienpreis in den letzten zwölf Monaten, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 33 Versuch der Verkäufer, eine Preissteigerung zu erzielen, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 34: Verhandlungsbereitschaft der Makler hinsichtlich eines Provisionsnachlasses bei den Käufern, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 35: Verhandlungsbereitschaft der Makler hinsichtlich eines Provisionsnachlasses bei den Verkäufern, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 36: Auslandsanfrage nach Immobilienarten, Kaufimmobilien in den letzten 6 Monaten, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 37: Auslandsanfrage nach Immobilienarten, Mietimmobilien in den letzten 6 Monaten, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 38: Durchschnittliche Häufigkeit der Zusammenarbeit von Maklern mit diversen Käufergruppen, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 39: Bevorzugte Immobilienlage bei Kaufimmobilien, nach Kundengruppen, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 40: Von Kapitalanlegern am häufigsten angefragte Lagen von Kaufimmobilien, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 41: Bevorzugte Immobilienlage bei Mietimmobilien, nach Kundengruppen, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 42: Häufigste Fehler privater Käufer von Immobilien zur Eigennutzung, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 43: Häufigste Fehler privater Käufer von Immobilien zur Kapitalanlage, Gesamtdeutschland 2012

Grafik 44: Einfluss diverser Faktoren (außer Lage) auf den Preis von Kaufimmobilien, Gesamtdeutschland 2011