

Immobilienbewertung zum Nulltarif

■ von Patrick Beier

An jeder Ecke im Internet gibt es mittlerweile Angebote für kostenfreie Immobilienbewertungen. Ein Fluch für den seriösen Sachverständigen? Oder doch eine Chance? Erfahrungen mit einem Leadgenerator.

1 Was nichts kostet ist nichts wert

Wer kennt sie nicht, die kostenfreien Angebote für Immobilienbewertungen. Überall im Internet lauern sie: Auf Immobilienportalen, in Hypothekenbörsen oder sogar auf den Internetpräsenzen einiger Zeitschriften gibt es zahlreiche Angebote, mit denen eine Immobilie angeblich kostenfrei bewertet werden kann.

Sollten wir als Sachverständige, die von dem Verkauf von Bewertungsdienstleistungen leben, diese Online-Konkurrenz verurteilen? Die Antwort darauf ist aus Autorensicht ebenfalls sachverständig: „Es kommt darauf an!“.

Heutzutage ist es auch für Profis nicht mehr ausreichend, auf den jährlichen Marktbericht des Gutachterausschusses zu warten.

Schon längst gehört es zur täglichen Routine eines modernen Sachverständigen, auf „Big Data“ zurückzugreifen. Allerdings nicht blind. Problem: Computer, die vom Anwender mit den Daten gefüttert werden, verlassen sich darauf, dass alles das, was eingegeben wird, auch wahr ist. Beispielsweise wird bei vielen Online-Bewertungen der Laie gefragt, welche Ausstattung eine Immobilie denn habe: einfach, mittel, gehoben? Das Problem: Sachverständig gesehen, ist diese Einteilung viel zu undifferenziert.

Oder: Bekanntlich wird im Rahmen einer Modernisierung nicht nur der Gebäudestandard angehoben, sondern auch die Restnutzungsdauer des Objekts verlängert sich. Das sollte berücksichtigt werden. Und was ist mit Schäden?

Spätestens hier stößt der Laie an seine Grenzen und genau dies ist die Chance für den Sachverständigen. Denn Immobilienbewertung ist mehr als die

Eingabe von Daten und ein paar Mausklicks. Es geht darum, einen sich ständig verändernden Markt vorausschauend zu interpretieren und korrekt zu würdigen.

2 Vom Feind zum Freund

Seit April dieses Jahres nutzt der Autor das von Sprengnetter entwickelte Online-Tool ImmoWert2Lead. Mit wenigen Eingaben erhalten potenzielle Auftraggeber über die Webseite des Sachverständigen eine aussagekräftige Marktwertspanne sowie eine erste belastbare Aussage zum wahrscheinlichsten Marktpreis für ihre Immobilie per E-Mail – kostenlos, unverbindlich und unmittelbar.

Neben einem indikativen Marktwert wird auch eine Marktpreisspanne ausgewiesen sowie ein Rating hinsichtlich der Datenqualität. Ferner werden die Eingabedaten kurz übersichtlich aufgelistet sowie einige Begriffserläuterungen dargestellt.

Das wichtigste jedoch ist der Einleitungstext, der mit jeder E-Mail versendet wird:

„Da jede Immobilie hinsichtlich Ausstattung, Lage oder objektspezifischer Grundstücksmerkmale individuell ist, kann der tatsächliche Marktwert Ihrer Immobilie von dem hier ermittelten geschätzten Marktwert abweichen.

Um gemeinsam mit Ihnen den optimalen Verkaufspreis zu ermitteln und mögliche offene Fragen zu klären, werde ich Sie in Kürze unter Ihrer Telefonnummer bzw. Ihrer E-Mail-Adresse kontaktieren und weitere Details mit Ihnen besprechen.“

Mit dem für den potenziellen Auftraggeber kostenfreien dreiseitigen Handout geht also der Sachverständige in „Vorleistung“. Im Gegenzug erhält er die Kontaktdaten des potenziellen Auftraggebers und kann sodann im Rahmen einer telefonischen Akquise oder per E-Mail den Kunden bedarfsorientiert zu einem kostenpflichtigen Produkt führen.

3 Ins Gespräch kommen

Die gezielte Ansprache von potenziellen Auftraggebern und die Suche nach Interessierten ist gerade in den ersten Berufsjahren – wenn das Netzwerk noch nicht so groß ist und auch Weiterempfehlungen noch nicht die Existenz sichern – der wichtigste Faktor zur Generierung eines ausreichenden Umsatzes.

Nachdem der potenzielle Auftraggeber eine erste Antwort umgehend erhalten hat, sollte im folgenden Telefonat bzw. Schriftwechsel auf die Besonderheiten der Immobilie, etwaige Rechte und



Abb. 1: Eingabemaske auf der Webseite des Sachverständigen

Belastungen, Zustandsbesonderheiten sowie Mängel oder Schäden eingegangen werden und dem Kunden aufgezeigt werden, dass all diese Punkte nicht in der Wertindikation berücksichtigt wurden bzw. werden könnten.

Es ist nun einmal die persönliche Beratung, die fachliche Kompetenz und die Erfahrung, die einen guten Sachverständigen ausmacht. Wer es schafft, dies in dem Telefonat bzw. Schriftverkehr mit dem Interessenten zu vermitteln, wird es nicht schwer haben, einen Auftrag aus dieser Anfrage zu generieren.

4 Fazit: Online-Bewertung als Akquisemittel

Losgelöst von alten Denkweisen sollte der Sachverständige stets offen sein für neue, manchmal auch ungewöhnliche Strategien, um Neukunden zu gewinnen. Eine erste Wertindikation über die Webseite des Sachverständigen anzufordern, kann manchmal den entscheidenden Vorteil bei der Neukundengewinnung ausmachen. Es besteht sofort ein Dialog zwischen dem Sachverständigen und seinem potenziellen Auftraggeber.

Meine Erfahrungen mit Online-Bewertungstools fasse ich im folgenden fiktiven Interview zusammen:

F.: Herr Beier, sie nutzen nun seit einem knappen halben Jahr ImmoWert2Lead. Warum?

A.: Mich hat es genervt, dass ich ständig mit Online-Bewertungen meiner Kunden konfrontiert wurde, die weder fachlich noch in irgendeiner anderen Weise fundiert und wertmäßig korrekt waren. Immer wieder wurden mir beispielsweise Bewertungen vorgelegt, die vollkommen unpassende Vergleichsobjekte auflisteten. Andersherum hat es mich fasziniert, dass Kunden sehr häufig diese Möglichkeit eines schnellen Ergebnisses nutzen. Ärgerlich war auch, dass bei solchen Angeboten über Immobilienportale sogenannte „Leads“, also Adresdatensätze von potenziellen Kunden, generiert und schlussendlich an andere (Gutachter?) verkauft wurden. Das wollte ich auch haben – aber besser.

Dann fiel mir das von Sprengnetter angebotene Tool auf, das vornehmlich für Makler zur Neukundengewinnung eingesetzt wird. Ich fragte mich, ob dieses Tool nicht auch auf der Internetseite eines zertifizierten Sachverständigen erfolgreich eingesetzt werden könnte.

F.: Welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

A.: Zunächst musste ich kreativ werden, eine Vorlage nach meinen Wünschen gestalten und auch den Text für die Wertindikation nach meinen Vorstellungen modifizieren. Nachdem ich dann mein HTML-Snippet erhalten habe – so heißt der Code, den der Sachverständige in seine Webseite einbaut – erhielt ich bereits drei Tage später eine erste Anfrage; mittlerweile sind es nach einem guten halben Jahr fast 40 Anfragen. Ich erhalte jedes Mal eine Kopie der automatisch erstellten Wertindikation.

F.: Und wie gehen Sie mit diesen Anfragen um?

A.: Ich rufe die Kunden nach Ablauf von 24–48 Stunden an bzw. schreibe ihnen eine E-Mail und frage, ob sie mit der Indikation zufrieden waren oder ob sie weitergehenden Beratungsbedarf haben. Ferner hinterfrage ich, wofür die Wertermittlung benötigt wird. Aufgrund meiner schwerpunktmäßigen Arbeit im Bereich der Ehescheidungen und Erbstreitigkeiten bewegen natürlich viele der Interessenten diese Themen. Weiter gehe ich auf Lasten, Rechte zugunsten Dritter, Mängel, Schäden und sonstige Objektbesonderheiten ein. Ich nehme mir hier gezielt Zeit, den Interessenten klarzumachen, dass eine ausführliche, professionelle Beratung und Bewertung bei einer Immobilienbewertung unersetzlich sind.

F.: Inwiefern lohnt sich der Aufwand? Wie viel Umsatz kann hieraus generiert werden?

A.: Es ist in diesem Bereich der Akquise ein großer Vorteil, dass der Interessent bereits etwas „geschenkt“ bekommen hat. Er hält bereits etwas in den Händen. Häufig bedanken sich die Interessenten auch für diesen Service.

Man begegnet dem potenziellen Kunden auf einer anderen Ebene und kann viel schneller viel tiefer ins Detail gehen. Ca. 15% der Anfragen wurden zu Aufträgen. Dies ist eine Konvertierungsquote, die ich persönlich als hoch zufriedenstellend erachte. Die Kosten für das Tool insgesamt sind sehr überschaubar und der Ertrag hat meine Kosten bereits nach wenigen Wochen um ein Vielfaches überstiegen. Aktuell stehen rund 8.000 € Nettoumsatz etwa 300 € Kosten gegenüber.

F.: Was empfehlen Sie Ihren Berufskollegen?

A.: Ich spreche im Zusammenhang mit meinem Beruf häufig von Manufaktur, da ich unsere Gutachten sehr wohl als Handarbeit verstehe. Den potenziellen Auftraggeber lasse ich auch ganz klar wissen, dass eine maschinelle Bewertung immer nur der Einstieg bzw. die grobe „Marschrichtung“ sein kann. Wenn Sie nicht wie ich einen großen Teil Ihrer Neukunden über professionelles Marketing im Internet generieren und Ihnen der Bereich „Big Data“ suspekt oder gar negativ erscheint, wird es sehr schwer, den Kunden im nachfolgenden Gespräch zu überzeugen und folglich ein Geschäft zu generieren. Ich bin trotzdem der Meinung, dass ich (potenzielle) Kunden dort abholen muss, wo sie stehen – nicht dort, wo ich sie als Unternehmer gern hätte. Und das kann ich am besten dann, wenn ich voll und ganz hinter dem stehe, was ich tue und wie ich es tue.

Patrick Beier
Theodor-Haubach-Weg 2
21684 Stade