

## Frontalangriff auf die Immobilienmakler

*Junge Unternehmen locken Hausverkäufer mit günstigen Pauschalangeboten*

Wenn in der Schweiz eine Wohnimmobilie verkauft wird, geschieht das meist mithilfe eines Maklers. Dessen Dienste sind jedoch sehr teuer. Nun gibt es immer mehr ernstzunehmende Alternativen.

MICHAEL SCHÄFER

Wer eine Wohnung oder ein Haus verkaufen will, steht vor der Wahl, die Angelegenheit selbst in die Hand zu nehmen oder einen erfahrenen Profi hinzuzuziehen. Die Vorteile dabei, auf die Dienste eines Immobilienmaklers oder einer -maklerin zurückzugreifen, liegen auf der Hand. Versteht diese Person ihr Handwerk gut, wird sie nicht nur eine solide Bewertung der Liegenschaft vornehmen, die zu einer realistischen Preisvorstellung führt (Eigentümer, denen die eigenen vier Wände ans Herz gewachsen sind, neigen nicht selten zu überteuerten Vorstellungen), sondern auch für eine erfolversprechende Vermarktung des Objekts besorgt sein. All das hat jedoch seinen Preis.

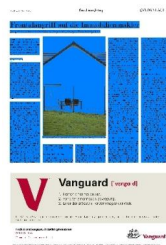
### Der Aufwand variiert kaum

Üblich ist in der Schweiz nämlich eine Maklerprovision in Höhe von 3% des Verkaufspreises, nur bei sehr teuren Liegenschaften werden häufig auch tiefere Sätze angewendet. Bei einem Objekt, das für 1,5 Mio. Fr. verkauft wird, sind das also schon 45 000 Fr., und unter Umständen stellt der Makler zusätzlich noch gewisse Kosten separat in Rechnung.

Unbestritten ist, dass sich eine solch happige Rechnung trotzdem rechnen kann. Würde es dem Verkäufer ohne die Unterstützung eines Maklers nur gelin-



Discount-Makler stellen günstig das Grundlegendste für den Verkauf bereit. S. TANNER / NZZ



gen, einen Preis von maximal 1,45 Mio. Fr. statt von 1,5 Mio. Fr. zu erzielen, hätte Letzterer sich selbst finanziert. Kommt hinzu, dass er dem Verkäufer einiges an Arbeit abnimmt, so dass dieser viele Stunden mit anderen Dingen verbringen kann, die ihm mehr Freude bereiten.

Unbestritten ist aber einerseits auch, dass die geforderten Beträge happig sind. Selbst viele Exponenten der Immobilienbranche sehen diese als zu hoch an. Ein schöner Nebeneffekt für die Makler waren in den vergangenen Jahren zudem die stark steigenden Preise für Wohneigentum, die ihnen quasi automatisch Gehaltserhöhungen beschert haben, von denen andere Berufsgruppen nur träumen können.

## Der Kunde hat die Wahl

Andererseits kommt hinzu, dass ein Verkäufer einer Liegenschaft im Wert von 2 Mio. Fr. eine doppelt so hohe Rechnung gestellt bekommt wie einer, der für seine Immobilie nur 1 Mio. Fr. erlöst. Der Arbeitsaufwand des Maklers hängt jedoch kaum vom Verkaufspreis ab und dürfte unter normalen Umständen in den beiden Beispielen ähnlich hoch sein. Etwas günstiger wurde es für Hausverkäufer bisher nur dann, wenn mehrere Makler sich gegenseitig unterboten, um einen Auftrag zu ergattern. Genau an diesen Punkten setzen nun einige junge Firmen an. Im Kern unterscheiden sie sich von den traditionellen Maklern, indem sie den Kunden für die erbrachten Leistungen ausschliesslich oder zu einem grossen Teil einen Pauschalpreis verrechnen. Man könnte sie also Fixpreis-Makler oder Discount-Makler nennen, sie wollen sich jedoch bewusst von dieser Berufsgruppe abgrenzen. Was die Preise anbelangt, können sie sich definitiv sehen lassen.

Simplehouse beispielsweise bietet ein Paket für 3300 Fr. an, für das eine Verkaufsdokumentation und ein virtueller Rundgang durch das Objekt erstellt werden. Hinzu kommen die Online-Vermarktung auf den wichtigsten Portalen und eine Verkaufsbetreuung für die

Dauer von drei Monaten sowie die Unterstützung beim Vertragsabschluss. Die Module können aber auch einzeln gebucht werden.

Separat zu zahlen ist die Bewertung der Liegenschaft (450 Fr.). Auch wenn ein professioneller Fotograf engagiert oder Luftaufnahmen mit einer Drohne erstellt werden sollen, wird das extra berechnet. Kommt man mit solch einem Paket plus Immobilienbewertung ans Ziel, zahlt man nur einen Bruchteil dessen, was ein Makler üblicherweise in Rechnung stellt. Anders als bei einem Makler, dessen Provision erst bei Vertragsabschluss fällig wird, sind die gebuchten Dienstleistungen aber auch dann zu bezahlen, wenn es nicht zu einer Veräusserung kommt.

Zumindest theoretisch riskiert der Verkäufer so, dass sich der Anbieter auf die Erstellung der Verkaufsdokumentation konzentriert, sich aber nicht voll ins Zeug legt, wenn es darum geht, Interessenten das Objekt zu präsentieren oder in den Verhandlungen möglichst viel für den Verkäufer herauszuschlagen.

## Modelle mit Erfolgsprämien

Um solchen Bedenken etwas Wind aus den Segeln zu nehmen, lässt sich Noho, ein weiteres Beispiel der jungen Spezies, neben dem Fixpreis von 3000 Fr. für die Leistungen rund um den Verkaufsprozess eine ebenfalls fixe Prämie von 4500 Fr. zahlen, wenn die Immobilie verkauft wird. Bei Myhausverkauf schliesslich hat der Kunde die Wahl zwischen einem erfolgsunabhängigen Modell, in dem er so oder so einen Fixpreis zahlt, und einem erfolgsabhängigen. Bei Letzterem wandelt sich der Fixpreis in eine Provision von 1%, wenn das Objekt zu einem vereinbarten Mindestpreis verkauft wird. Auf den Betrag, der diesen Mindestpreis übersteigt, wird zudem ein Erfolgshonorar von 7% erhoben. So sollen die Mitarbeiter von Myhausverkauf motiviert werden, den maximalen Verkaufspreis für ihre Kunden zu erzielen. Auch wenn hier das Honorar über 1% betragen kann, liegt es immer noch deutlich unter

den üblichen Maklergebühren, und es fragt sich, wie die neuen Firmen ihre Dienste zu solch günstigen Preisen anbieten können.

## Ist billiger auch besser?

Zu einem Teil dürfte es an neuen Technologien, standardisierten Prozessen und einer allgemeinen Kostendisziplin der neuen Anbieter liegen. Mit ihren Modellen können sie es auch besser vermeiden, viel unbezahlte Arbeit in ein Mandat zu stecken, das sie am Schluss doch nicht erhalten. Zahlreiche Makler können ein Lied davon singen, dass ihnen Kunden abgesprungen sind, nachdem sie das Objekt intensiv analysierten und bewerteten, nur weil ein Mitbewerber einen höheren Verkaufserlös in Aussicht stellte. Nicht zuletzt sind die neuen Anbieter auch überzeugt, dass sie von ihren Honoraren gut leben können und Provisionen von 3% überrissen sind.

Die alles entscheidende Frage ist aber nicht die nach den Kosten, die mit einem Verkauf verbunden sind, sondern was unter dem Strich für den Verkäufer herauskommt. Welcher Anbieter einem zur Maximierung dieses Betrags verhelfen wird, lässt sich jedoch nie mit Sicherheit sagen. Entsprechend kommt es darauf an, die Fähigkeiten, die Erfahrung und die Seriosität eines Experten möglichst gut einzuschätzen.

An dieser Stelle unterscheiden sich die neuen Anbieter von den Maklern erst einmal nur wenig. Zwar lässt sich die Erstellung von Verkaufsunterlagen zu einem gewissen Grad standardisieren, spätestens im Verhandlungsgespräch kommt es aber auf die jeweilige Kompetenz des Profis an, egal, ob er sich Makler nennen will oder nicht. Und so wie es erhebliche Qualitätsunterschiede bei den Maklern gibt, sind solche auch bei den Mitarbeitern der neuen Anbieter möglich. Zu hoffen bleibt, dass sie hier für hohe Standards sorgen werden.