

Real Estate und Immobilienvermarktung - welche Wege gehen die Amerikaner?

Von Jörg Winterlich

Immobilien, die typischerweise in einer bis fünf Wochen verkauft werden, Zugriff eines jeden Maklers auf nahezu das gesamte Objektangebot, eine Makler-Marktanteilsquote von fast 80 Prozent aller Transaktionen, eine Verkaufsquote von 50 bis 100 Objekten für erfolgreiche Makler und funktionierende Gemeinschaftsgeschäfte: Ein Blick auf den über 100 Jahre organisch gewachsenen Immobilienmarkt der USA zeigt deutlich, dass der US-amerikanische Immobilienmarkt ein höchst interessantes Vergleichsfeld bietet.

Abschauen über den großen Teich

macht also angesichts der soeben erwähnten Verkaufsquote durchaus Sinn. Denn das deutsche Geschäft für Wohnimmobilien ist durch lange Verkaufszeiten (zwei bis 18 Monate), lange Such- und Entscheidungszeiten der Käufer und wenig Transparenz in Auswahl- und Entscheidungsprozessen gekennzeichnet. Die Marktanteilsquote der deutschen Wohnmakler nimmt, auch im europäischen Vergleich, mit landesweit geschätzten 50 Prozent fast den letzten Platz ein. Erschwerend kommt hinzu, dass in Deutschland eine im europaweiten Vergleich sehr geringe Eigentumsquote vorliegt, die nur noch

durch die Schweiz unterboten wird. Alleinaufträge sind eher die Ausnahme als die Regel, und Fachleute sprechen sich mittlerweile immer häufiger für die Käuferprovision aus. Woran aber liegt es, dass der US-amerikanische Markt besser funktioniert? Ein Einblick in die Praxis - der Autor interviewte Maklerunternehmen in San Francisco und New Orleans - zeigt, dass die Arbeitswerkzeuge der Makler sich deutlich von denen der deutschen Immobilienvermarkter unterscheiden. Die beiden wichtigsten Tools heißen MLS (Multi Listing System) und CMA (Comparative Market Analysis).

Multi Listing System

Das MLS ist eine durch die Immobilienmaklerbranche (Wohnimmobilien) selbst geschaffene Datenbank, in der fast alle über Makler laufenden Objekte sowie Transaktionen der letzten (meist zehn bis 25) Jahre lückenlos gelistet sind. Dabei gibt es in den USA für jedes Gebiet eine eigene Datenbank mit zum Teil unterschiedlichen Datenstrukturen; die Datenbanken werden jeweils von lokalen Gremien betrieben. 96 Prozent aller Makler sind Mitglieder des MLS und haben gegen eine pauschale Jahresgebühr von rund 600 Dollar den unbeschränkten Zugang zum lokalen MLS-Datenbestand. Über eine verpflichtende Nutzungsvereinbarung sind unter Androhung von Sanktionen alle Nutzungsanforderungen durch jeden Makler vereinbart, das gilt insbesondere auch für die Einstellzeiten, zum Beispiel 24 Stunden nach Annahme eines Objekt-Vermittlungsauftrages.

Wie fühlt sich die Arbeit mit dem Tool MLS in der Praxis an? Lynda Nugent Smith, Maklerin bei Keller Williams, erläutert die Arbeit in New Orleans. Im offiziellen „City Business Book of Lists“, einer Art öffentlichem Erfolgsbuch für alle Gewerbe im Großraum New Orleans, war Lynda 2005 mit 76 eigenhändig verkauften Einheiten eine der Spitzenreiterinnen der lokalen Zunft. „Für uns in den USA ist einfach typisch, dass wir Objekte in einer sehr kurzen Zeit verkaufen und fast immer einen Alleinauftrag haben. Interessenten entscheiden sich eher schnell. Die hohe Transparenz am Markt mit Zugriff auf alle über Makler angebotenen Objekte, das sind rund 84 Prozent des gesamten Marktes, fast lückenlose Transaktionshistorien zu allen Objekten sowie die tolle Möglichkeit, mit nahezu jedem Kollegen auf dem Markt vertrauensvoll im Gemeinschaftsgeschäft zusammenarbeiten zu können - so macht das Arbeiten Freude“, erklärt Lynda, bevor sie die Arbeit mit MLS am PC vorführt.

Innerhalb weniger Sekunden zeigt die interne zugangsgeschützte Datenbank

der lokalen Immobilienbranche alle verfügbaren Objekte einer bestimmten Kategorie, Größe und Ausstattung eines Stadtgebietes, dazu alle kürzlich verkauften Objekte. Zu jedem Objekt ist weiterhin eine mehrjährige Historie vorhanden, wann wurde es von wem an wen verkauft, inklusive Einstandspreis, tatsächlichem Verkaufspreis, DOM (days on market), beteiligte Makler und Maklercourtage. Per Knopfdruck gelangt man aus der Listenansicht direkt in das jeweilige Kurzexposé oder auf die Landkarte, wo alle Objekte als Punkt mit Eckdaten aufgeführt sind.

„Wir können einem Interessenten also das gesamte verfügbare Angebot auflisten, er hat überhaupt keinen Grund, noch weitere Makler aufzusuchen“, erläutert Lynda ihre Arbeitsweise. „Weiterhin können wir ihm sehr exakt mittels statistischer Angaben und einer Übersicht aller gerade verkauften Objekte belegen, wie fair das Angebot ist und wie lange beziehungsweise wie kurz es vermutlich überhaupt noch am Markt sein wird.“ Gefällt dem Interessenten ein Angebot, wird kurzfristig eine Besichtigung vorgenommen und eine Entscheidung oft nach kurzer Zeit getroffen, denn der Markt bewegt sich schnell.

Wie innovativ das MLS eingesetzt werden kann, erläutert Jeff Melancon, erfolgreicher RE/MAX-Makler, anhand einer ungewöhnlichen Story: „Nachdem zur Zeit des Hurrikan im August 2005 und in den Wochen danach die gesamte Stadt und das Umland von New Orleans von den Sicherheitskräften vollständig geräumt waren, besorgte ich mir eine Sondergenehmigung und fuhr die Straßen in den nicht oder weniger überfluteten Gebieten ab. Mit Hilfe des MLS wusste ich, welche Objekte zum Verkauf standen, prüfte vor Ort deren Zustand, klärte die weitere Verkaufbarkeit mit dem Angebotsmakler/Verkäufer und bot diese Objekte telefonisch meinen Bestandsinteressenten sowie den vielen geflüchteten Neuanfragern an.“ Innerhalb weniger Tage wurden so per Telefon und elektronischer Unterschrift viele Objekte verkauft - eine große Hilfe

für die Käufer und ein solides Geschäft für den findigen Immobilienvermarkter. „Wir gewinnen neue Objektverkäufer ansonsten durch ein gutes persönliches Kontakt Netzwerk, unsere regionale Kenntnis des Marktes und unseren Zugriff auf das MLS. Viele Immobilienunternehmen nutzen zudem die CMA Comparative Market Analysis, um angehende Verkäufer optimal zu beraten und einen Alleinauftrag zu erhalten“, so Jeff weiter.

Comparative Market Analysis

Eine CMA ist eine auf den MLS-Daten basierende, an potenzielle Verkäufer gerichtete Analyse per Computerprogramm, um eine ausführliche und solide Einwertung des zu verkaufenden Objektes in das Marktumfeld sowie eine fundierte Verkaufspreisempfehlung vorzunehmen. Ziel des Einsatzes ist es, den potenziellen Verkäufer zudem mit den Leistungen des eigenen Unternehmens vertraut zu machen, das Unternehmen und den Vermarktungsplan vorzustellen und so den Alleinauftrag für das Objekt zu bekommen.

Hierfür werden aus dem MLS alle zu verkaufenden ähnlichen Objekte in die CMA geladen, dort kartographisch dargestellt, Kurzexposés eingefügt sowie eine zahlenmäßige vergleichende Darstellung der Wettbewerbsobjekte vorgenommen. Zudem können kürzlich verkaufte Objekte sowie deren Preis-Marktdauer-Relation dargestellt werden. Abschließend erfolgt eine Empfehlung eines oder mehrerer Verkaufspreise mit den jeweilig zu erwartenden Abschlusszeiten. Die Empfehlung könnte lauten: Bei einem Preis von 190.000 Dollar ist das Objekt mit einer Wahrscheinlichkeit von 80 Prozent innerhalb von vier Wochen verkauft, bei 180.000 Dollar deutlich eher in zwei Wochen, bei 200.000 Dollar und mehr eher mit einer Wahrscheinlichkeit von 50 Prozent nach acht Wochen immer noch nicht.

Der potenzielle Verkäufer erhält also ein professionelles Dokument, das realistische Erwartungen weckt und die Lei-

stungen des makelnden Unternehmens beziehungsweise des verantwortlichen Maklers genau aufzeigt - eine wichtige Maßnahme zur Vertrauensbildung.

„Generell sind in den USA an jeder Immobilientransaktion zwei Makler beteiligt, einer für den Käufer, einer für den Verkäufer. Das gibt der jeweiligen Partei die Sicherheit, dass ihr Makler auch nur für ihre Interessen arbeitet“, erklärt Charles E. Moore, der Geschäftsführer des sehr erfolgreich tätigen Maklerunternehmens McGuire in San Francisco. Für den Makler bedeutet es, dass er sich ganz auf die Akquise- oder Verkaufsarbeit für Objekte konzentrieren kann und nicht etwa für ein akquiriertes Objekt noch krampfhaft selbst einen Käufer suchen muss, sondern dafür alle Kollegen am Markt zur Seite stehen hat - und umgekehrt. Sollte es vorkommen, dass der Makler eines Verkäufers zufällig auch der Makler für einen an diesem Objekt interessierten Käufer ist, dann wird die Partei des Käufers oder die des Verkäufers zukünftig durch ein Geschäftsleitungsmitglied des Unternehmens vertreten - und ein Interessenskonflikt so wiederum verhindert.

Auswahl des Maklers

In den USA kontaktiert der Verkäufer in der Regel drei Makler, bevor er seine Entscheidung trifft. Für die Vorauswahl verlässt er sich typischerweise auf die Empfehlung von Freunden und Bekannten (38%), eine bereits erfolgte Immobilientransaktion mit dem selben Makler (31%) sowie auf klassische Marketingaktivitäten, Firmen- oder „Open Houses“-Schilder (30%). Für wen sich der Verkäufer letztendlich entscheidet, macht er in erster Linie abhängig von der Reputation des Maklers (54%) und dessen Kenntnis der lokalen Märkte, Mikrolagen sowie sozialen Komponenten (19%). In 90 Prozent der Beauftragungen wird ein exclusive contract, also ein Makleralleinauftrag, geschlossen. Der Maklerauftrag regelt neben dem Provisionsatz und Vermarktungsplan auch, was passiert, wenn der Auftrag innerhalb der vereinbarten Zeit zurück-

gezogen wird oder der Verkäufer selbst verkauft. In der Regel ist auch dann die Provision für den Makler fällig, zu Provisionsstreitigkeiten kommt es insgesamt recht selten.


Die Gruppe der FSBO's (For Sale by Owner), also der Verkäufer, die ihr Objekt selbst vermarkten, ist aktuell rückläufig, sie betrug in 2006 nur zwölf Prozent (2003 noch 14 Prozent). Grund hierfür ist, dass einerseits nur Makler den Zugriff auf das MLS haben, andererseits tun sich Privatanbieter mit den rechtlichen und organisatorischen Dingen des Immobilienverkaufs sowie der optimalen Preisfindung speziell für ihr Objekt deutlich schwerer als Maklerkunden.

Auf Seiten der Käufer dauert der gesamte Suchprozess in der Regel nur sieben bis neun Wochen. In dieser Zeit werden rund zehn Objekte besichtigt. Die Provisionen werden in der Regel hälftig zwischen dem Makler des Verkäufers und dem Makler des Käufers geteilt, die Provision trägt im landesweiten Durchschnitt meist der Verkäufer allein (70 %), in Ausnahmefällen zahlt ausschließlich der Käufer (20 %) oder die Zahlung wird aufgeteilt (10 %).

Der tatsächliche Verkaufspreis und der im Maklerauftrag genannte Markteinstiegspreis liegen übrigens nahe beieinander: Für 67 Prozent aller Objektverkäufe liegt der tatsächliche Verkaufspreis zwischen 95 und 100 Prozent des Erstpreises. Zwölf Prozent der Objekte liegen aufgrund der großen Nachfrage sogar über dem Erstpreis. Im Schnitt dauert eine Objektvermarktung sechs Wochen. Je nach Höhe des Erstpreises und der resultierenden Nachfrage werden nach zwei bis vier Wochen erste Angebotspreissenkungen vorgenommen, um höhere Nachfrage auf das Objekt zu lenken.

Der Makler macht den Käufer glücklich und den Verkäufer reich

Der transparente Markt nützt allen Beteiligten: Der Verkäufer kann sich auf schnelle und zuverlässige Vermarktung

und Realisierung des besten Marktpreises verlassen, der Suchende erhält das gesamte Marktangebot - und die Makler selber treffen auf realistischere Kundenerwartungen und können diese an objektiven Daten herbeiführen. Zudem profitieren sie von einer hohen Marktanteilsquote, regelmäßigen Provisions-einnahmen und einer partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Kollegen. Der Makler kann sich so als echter Dienstleister verstehen gemäß dem Motto „Der Makler macht den Verkäufer reich“ verbunden mit „Der Makler macht den Käufer glücklich“ - und sichert sich selber ein leistungsorientiertes solides Einkommen. 

Jörg Winterlich



Jörg Winterlich ist Vorstand der FlowFact AG und unter anderem verantwortlich für Kooperationsmanagement und Internationalisierung.