

Marktmonitor

Immobilien 2016

eine Studie von  immowelt

Abschlussbericht – Teil 1

Eine empirische Studie zum Bestellerprinzip (Teil 1), Energie & Umwelt (Teil 2) sowie zum Sachkundenachweis (Teil 3)

Abschlussbericht – Teil 1: Bestellerprinzip

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	3
1. Methodische Vorbemerkungen	4
1.1 Definition der Grundgesamtheit	4
1.2 Stichprobenziehung und Erhebung	5
1.3 Nachbearbeitung der Daten zur Analyse.....	5
2. Auswirkungen des Bestellerprinzips auf den Markt	7
2.1 Auswirkungen des Bestellerprinzips auf die Makler	7
2.2 Auswirkungen des Bestellerprinzips auf das Nachfrageverhalten der Immobilieneigentümer.....	9
2.3 Bewertung der Gesetzesänderung durch die Makler.....	11
2.4 Fazit.....	11
Anhang	13

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Struktur der WZ 68.31 (Vermittlung von Immobilien für Dritte) und 68.32 (Verwaltung von Immobilien für Dritte) laut Statistischem Bundesamt, Destatis

Abb. 2: Regionale Verteilung der Makler nach Bundesländern

Abb. 3: Einteilung der Bundesländer in die Regionen Nord, Ost, Süd und West

Abb. 4: Bewertung des Bestellerprinzips durch die Makler

Abb. 5: Grad der Betroffenheit durch das Bestellerprinzip

Abb. 6: Auswirkungen des Bestellerprinzips

Abb. 7: Von Vermietern wertgeschätzte Maklerleistungen

1. Methodische Vorbemerkungen

Der MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2016 enthält die drei Einzelkapitel zu den Themen *Bestellerprinzip*, *Energie und Umwelt* sowie *Sachkundenachweis*. Insbesondere das erste und letzte Kapitel sind, aufgrund der aktuellen Relevanz bedingt durch gesetzliche Änderungen bzw. geplante Gesetzesbeschlüsse, in diesem Jahr erstmals aufgenommen worden. Die Methodik der Umfrage, die Grundgesamtheit sowie die Nachbearbeitung wurden auch in diesem Jahr beibehalten, womit eine Vergleichbarkeit im ersten Kapitel der Studie gewährleistet ist.

Für die Ziehung der Stichprobe und die Befragung der Unternehmen wurde, wie in den vergangenen Jahren auch, das Immobilien-Professional-Panel (IPP) verwendet. Dabei handelt es sich um ein geschlossenes Panel, dem ausschließlich Fachleute von Unternehmen aus der Immobilienbranche angehören. Es basiert auf der Kundendatenbank der Immowelt AG (Nürnberg), in der rund 35.000 gewerbliche Immobilienvermittler und -anbieter aus ganz Deutschland vertreten sind. Hiermit wird gewährleistet, dass Experten der Immobilienbranche zu aktuellen Fragestellungen befragt werden. Dies ermöglicht eine zielgerichtete Abfrage und belastbare Ergebnisse.

Die Erhebung der Daten für den MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2016 wurde vom 22. Januar bis zum 7. Februar 2016 durchgeführt. Nach Bereinigung der Rohdaten (Abbrecher, Plausibilitätskontrolle) flossen die Antworten von 710 Unternehmen mit in die Analyse ein.

Nach aller methodischen Sorgfalt und unter Berücksichtigung der Quellenlage kann der MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2016 daher auch im Jahr 2016 wieder als repräsentativ für gewerbliche Immobilienvermittler und -anbieter in Deutschland mit Zugang zum Internet gelten.

1.1. Definition der Grundgesamtheit

Dank der in den vergangenen fünf Jahren geleisteten Arbeit konnte die methodische Nachbereitung der diesjährigen Studie auf die Überprüfung der vorliegenden Definitionen beschränkt werden. Nach der Neugliederung der Dienstleistungsbereiche durch das Statistische Bundesamt gelten für den MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2016 wie im Vorjahr folgende Eckdaten: Maßgeblich ist die Strukturerhebung im Dienstleistungsbereich des Statistischen Bundesamtes¹, dort die Wirtschaftszweige (WZ) 68.31, Vermittlung von Immobilien für Dritte, und 68.32, Verwaltung von Immobilien für Dritte.

Anzahl Unternehmen gesamt	39.926
Anzahl Einzelunternehmen	20.903
Unternehmen mit weniger als 250.000 Euro Umsatz	31.173
Durchschnittlich pro Unternehmen tätige Personen	4

Abb. 1: Struktur der WZ 68.31 (Vermittlung von Immobilien für Dritte) und 68.32 (Verwaltung von Immobilien für Dritte) lt. Statistischem Bundesamt, Destatis

Wie in den vergangenen Jahren wurde ein Abgleich mit der Adressdatenbank der Immowelt AG² durchgeführt. Dieser bestätigt die Annahme, dass die Grundgesamtheit „Immobilienmakler“ aus circa 35.000 Unternehmen besteht. Der überwiegende Anteil davon sind Einzelunternehmen beziehungsweise Unternehmen, in denen neben dem Inhaber höchstens acht weitere Personen beschäftigt sind.

Nicht nur die reine Anzahl der in Deutschland ansässigen und tätigen Immobilienmakler muss beachtet werden, sondern auch deren regionale Verteilung.

¹ Statistisches Bundesamt: Dienstleistungen. Strukturerhebung im Dienstleistungsbereich Grundstücks- und Wohnungswesen, 2013.

² Die zur Verfügung gestellten Adressen der Immowelt AG, die mit immowelt.de eines der führenden Immobilienportale am Markt betreibt, werden aus zwei Gründen als annähernd vollständige Abbildung des Marktes angesehen: Einerseits besteht ein vitales Interesse des Unternehmens, möglichst alle potenziellen Kunden zu Akquisezwecken zu erfassen. Andererseits ist das Unternehmen seit 1991 im Immobilienbereich tätig und verfügt über eine sehr gut gepflegte Adressdatenbank.

Diese ist für eine empirische Marktbe- trachtung von äußerster Wichtigkeit, da die Immobilienmärkte in Deutschland höchst heterogen sind. So würde eine Übergewichtung von Maklern aus dem wirtschaftlich starken Süden gegenüber einer Untergewichtung von Maklern aus dem Osten Deutschlands die Daten systematisch verfälschen. Nachdem beim MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2016 vor allem die Bundesländer Bayern und Nordrhein- Westfalen über- bzw. unterrepräsentiert sind, wurden die Daten wie folgt gewich- tet:

Bundesland	SOLL	IST	Gewich- tungs fak- tor
Baden- Württemberg	12%	13%	0,98
Bayern	15%	28%	0,54
Berlin	5%	5%	0,98
Brandenburg	3%	2%	1,55
Bremen	1%	0%	9,02
Hamburg	2%	3%	0,92
Hessen	7%	8%	0,94
Mecklenburg- Vorpommern	2%	1%	2,34
Niedersachsen	10%	7%	1,32
Nordrhein- Westfalen	21%	15%	1,48
Rheinland-Pfalz	5%	3%	1,39
Saarland	1%	2%	0,75
Sachsen	6%	6%	0,87
Sachsen-Anhalt	3%	2%	1,88
Schleswig- Holstein	4%	3%	1,35
Thüringen	3%	3%	0,91

Abb. 2: Regionale Verteilung der Makler nach Bun- desländern

1.2. Stichprobenziehung und Erhe- bung

Auf Grundlage der definierten Grundge- samtheit laut Definition WZ 68.31 und WZ 68.32 und der festgesetzten regiona- len Verteilung wurde eine einfach ge- schichtete Stichprobe (quotiert nach Re- gion) aus dem IPP der Immowelt AG gezogen. Jedes angeschriebene Unter- nehmen erhielt per E-Mail einen soge- nannten Unique-Link zum Fragebogen, mit dem die Teilnahme an der Befragung nur einmal möglich war. Die Umfrage wurde im Zeitraum vom 22. Januar bis zum 7. Februar 2016 durchgeführt, wo-

bei alle Teilnehmer, die nach einer Wo- che Laufzeit noch nicht geantwortet hat- ten, mit einer zweiten E-Mail an die Stu- die erinnert wurden.

Die Stichprobe erfolgte durch einfache Zufallsauswahl aus quotierten Regional- gruppen. Eingeladen wurden 3.942 zufäl- lig ausgewählte gewerbliche Immobilien- anbieter, deren Adressen und Tätigkeits- bereiche validiert wurden. Der Rücklauf nach Bereinigung betrug insgesamt 710 Unternehmen.

1.3. Nachbearbeitung der Daten zur Analyse

Im Anschluss an die Erhebung wurden die Rohdaten im ersten Schritt bereinigt. Dabei galten für Probanden folgende Kriterien für die Aufnahme in die Analy- se:

- Der Fragebogen wurde vollständig ausgefüllt.
- Es wurden keine unplausiblen Antworten gegeben.

Die Ergebnisse können dank der umfang- reichen im Panel hinterlegten Struktur- daten nach Bundesland und Einwohner- zahl gefiltert werden. Maßgeblich ist der Ort, an dem die befragten Immobilien- vermittler hauptsächlich tätig sind. Dabei wird zwischen drei Klassen unterschieden: Großstadt mit mehr als 100.000 Einwohnern, Kleinstadt mit 50.000 bis 100.000 Einwohnern und Land mit weni- ger als 50.000 Einwohnern. Die Bundes- länder werden seit 2011 folgendermaßen zusammengefasst:

West: Nordrhein-Westfalen, Rheinland- Pfalz, Saarland und Hessen

Süd: Bayern und Baden-Württemberg

Nord: Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen und Niedersachsen

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 MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2016 repräsentativ für Immobilienmakler in Deutschland sind, die das Internet nutzen.



Abb. 3: Einteilung der Bundesländer in die Regionen Nord, Ost, Süd und West

2. Auswirkungen des Bestellerprinzips auf den Markt

Seit dem 1. Juni 2015 gilt in Deutschland das Bestellerprinzip. Das Gesetz legt fest, dass bei der Vermittlung von Wohnungsmietverträgen derjenige die Provision zahlen muss, der die Leistung in Auftrag gegeben hat. Auftraggeber können dabei sowohl Mieter als auch Vermieter sein, wobei der Mieter nur dann die Provision bezahlen muss, wenn der Makler speziell für ihn sucht und ihm nicht eine Wohnung aus seinem Bestand anbietet.

Bei Maklern, Immobilienverbänden und Immobilienexperten hielt sich die Begeisterung in Grenzen. Der Grund: Die Profis kritisierten, dass das Bestellerprinzip nicht „praxistauglich und marktwirtschaftlich“ sei. Aufgrund der hohen Marktrelevanz sowie der durchaus divergierenden Beurteilungen des Gesetzes ist das Thema Bestellerprinzip in diesem Jahr ein neuer Bestandteil des MARKTMONITOR IMMOBILIEN.

Der erste Abschnitt widmet sich der Frage, wie Makler die neue Gesetzesregelung finden beziehungsweise inwieweit

sie davon betroffen sind. Nachfolgend soll geklärt werden, welche Auswirkungen das Gesetz auf die tägliche Arbeit der Immobilienprofis sowie die Branche im Allgemeinen hat. In einem dritten Teil werden mögliche Folgen des Gesetzes auf das Geschäftsmodell der Makler dargestellt. Zudem ziehen die Profis ein Resümee zum Bestellerprinzip und seinen Auswirkungen.

2.1 Auswirkungen des Bestellerprinzips auf die Makler

Auf die Frage, wie die Immobilienprofis das neue Bestellerprinzip finden, geben 54 Prozent der Befragten an, die Neuregelung zum Bestellerprinzip schlecht oder sogar sehr schlecht zu finden (vgl. Abb. 4). Allerdings zeigt sich, dass die Ablehnung des Gesetzes tendenziell zurückgeht: Eine von Immowelt durchgeführte Ad-hoc-Umfrage unter Maklern 75 Tage nach Einführung des Bestellerprinzips hatte gezeigt, dass 63 Prozent der Profis das neue Gesetz zu diesem Zeitpunkt ablehnten³. Aktuell stehen 28 Prozent der Befragten dem Gesetz neutral gegenüber. 75 Tage nach Einführung des Gesetzes lag dieser Anteil noch bei 20 Prozent. Immerhin: 18 Prozent (plus 1

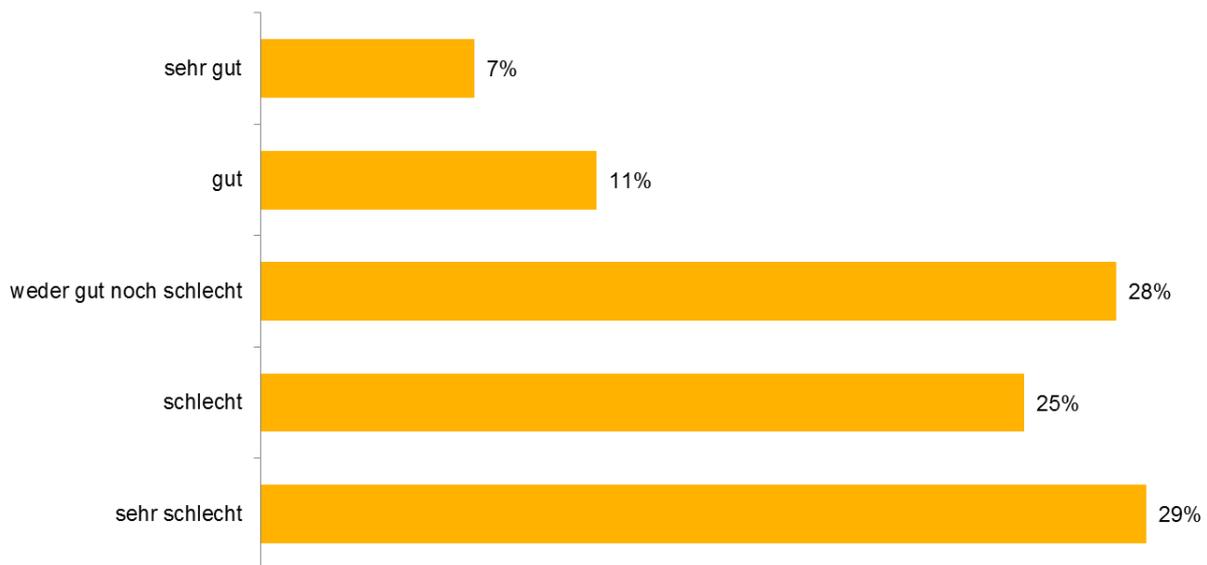


Abb. 4: Bewertung des Bestellerprinzips durch die Makler (Frage: Wie finden Sie die neue Regelung? (Einfachnennung))

³ vgl. Immowelt Ad-hoc-Maklerumfrage: 75 Tage Bestellerprinzip

Prozentpunkt gegenüber der Ad-Hoc-Studie) begrüßen das Gesetz⁴. Dabei sind sich die Befragten bundesweit einig.

Makler sind regional unterschiedlich stark vom Bestellerprinzip betroffen

Ein Grund für den Rückgang der strikten Ablehnung kann sein, dass die Profis sich inzwischen an die veränderte Situation angepasst haben oder nicht persönlich davon betroffen sind. So gibt die Mehrheit der Befragten Makler an, von dem Gesetz nur wenig (32 Prozent) oder sogar gar nicht betroffen zu sein. 16 Prozent der Makler erklären dies damit, dass die Vermietung bisher nie Bestandteil ihres Geschäfts war (vgl. Abb. 5). Jeder Zehnte (10 Prozent) gibt an, dass er die Provision schon vor der Einführung des Gesetzes vom Vermieter bekommen hat. Auffällig ist, dass dieser Anteil gerade in Ostdeutschland am höchsten ist (18 Prozent). In Norddeutschland hingegen liegt er bei nur 3 Prozent.

Dem stehen die vom Gesetz betroffenen Makler gegenüber: Insgesamt 74 Prozent der Profis geben an, stark (19 Prozent), mittelmäßig (23 Prozent) oder zumindest wenig (32 Prozent) vom Bestellerprinzip tangiert zu sein.

Allerdings sind auch hier deutliche regionale Unterschiede festzustellen. Insbesondere die Makler im Norden und Süden sind betroffen: Hier geben jeweils 83 Prozent der Befragten an, durch das Bestellerprinzip beeinflusst worden zu sein. Eine Erklärung hierfür könnte sein, dass insbesondere in den nachfragestarken Großstädten in Bayern, Baden-Württemberg und Hamburg der Anteil der Vermietungsmakler höher und vor dem Hintergrund eines knappen Wohnungsangebotes die Zahlungsbereitschaft von Vermietern eher gering ist. Gesetzliche Einschnitte bei der Vermietung von Wohnraum fallen somit deutlicher ins Gewicht als beispielsweise im Osten der Republik. Hier liegt der Anteil der stark Betroffenen lediglich bei 13 Prozent. Aufgrund der strukturbedingt schwächeren Nachfrage in den östlichen Bundesländern war es bereits vor Einführung des Gesetzes oftmals die Regel, dass der Vermieter die Provision getragen hat. Damit ist der Einfluss des neuen Bestellerprinzips hier weniger stark ausgeprägt (vgl. Anhang I).

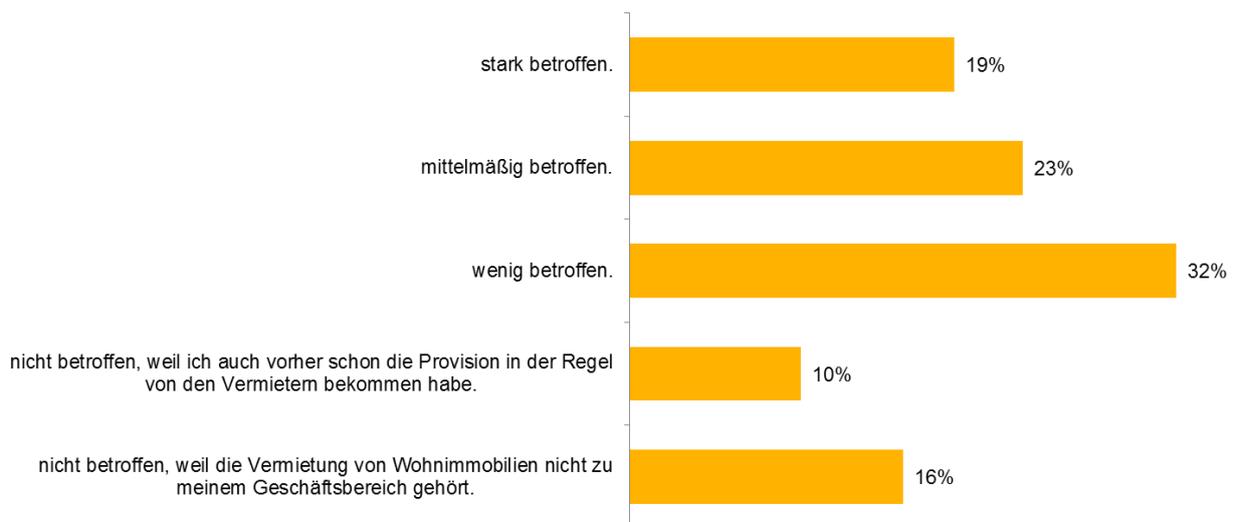


Abb. 5: Grad der Betroffenheit durch das Bestellerprinzip (Frage: Sind Sie vom Bestellerprinzip betroffen? (Einfachnennung))

⁴ Antworten: „sehr gut“ und „gut“

Makler bewerten Folgen des Bestellerprinzips differenziert

Auch wenn die Makler das Bestellerprinzip mehrheitlich ablehnen, gibt immerhin ein Großteil (53 Prozent) an, dass sich für sein Geschäft dadurch keine Folgen ergeben hätten. Auch hier zeigen sich regionale Unterschiede: Gerade die Makler im Osten Deutschlands wurden weniger durch die Gesetzesänderung beeinflusst als in anderen Regionen. 61 Prozent der ostdeutschen Makler geben an, bisher keine Auswirkungen festgestellt zu haben (vgl. Anhang II).

Andere Makler haben hingegen ihre Geschäftsstruktur entsprechend der neuen Marktbedingungen angepasst. Sie haben ihre Fixkosten deutlich reduziert (20 Prozent), beispielsweise durch die Gründung gemeinschaftlicher Büros, oder mussten sogar einen oder mehrere Mitarbeiter entlassen (15 Prozent). Zwei Prozent haben ihr Geschäft oder aber den Beruf ganz aufgegeben.

Die Makler wurden ebenfalls zu den Auswirkungen des Gesetzes auf den Berufsstand befragt (vgl. Abb. 6). Die Mehrheit (64 Prozent) begrüßt, dass schwarze Schafe es durch das Gesetz in der Branche deutlich schwerer werden. 60 Prozent vermuten allerdings,

dass die Mieten bereits nach der kurzen Zeit seit Einführung des Gesetzes gestiegen sind und die Mieter durch die Gesetzesänderung nicht merklich entlastet werden (45 Prozent). 46 Prozent gehen darüber hinaus davon aus, dass Schlupflöcher gesucht werden, um die Regelungen des Bestellerprinzips zu umgehen, beispielsweise durch überhöhte Abstandszahlungen. 38 Prozent geben an, dass sich der Service gegenüber Vermietern durch das neue Gesetz verbessert hat. Bezogen auf die Mietinteressenten, sehen dies allerdings lediglich 16 Prozent der Befragten. Ein Grund hierfür kann sein, dass zusätzliche Services insbesondere dem Zahlenden, in der Regel also jetzt dem Eigentümer, zugutekommen. Dies geht zu Lasten von Sonderservices für Mietinteressenten, schließlich bezahlen sie den Makler nicht (mehr).

2.2 Auswirkungen des Bestellerprinzips auf das Nachfrageverhalten der Immobilieneigentümer

Neben den generellen Auswirkungen auf das eigene Geschäft sowie den Berufsstand beziehungsweise das Marktumfeld wurden die Immobilienprofis auch zu Änderungen im Verhalten der Vermieter befragt. Gut 54 Prozent der Makler geben an, dass die Vermieterkunden eher widerwillig die Maklerprovision zahlen.



Abb. 6: Auswirkungen des Bestellerprinzips (Frage: Wie bewerten Sie folgende Aussagen hinsichtlich des Bestellerprinzips?)

Zudem sehen die Immobilienprofis Veränderungen im Nachfrageverhalten der Vermieter (vgl. Anhang III): 51 Prozent geben an, dass Vermieter jetzt oft versuchen, ihre Immobilie zunächst alleine zu vermieten. Mehr als jeder vierte Makler (27 Prozent) gibt zudem an, dass die Vermieter oftmals mehr Service beziehungsweise eine geringere Provision verlangen. Dies ist insbesondere der Fall, wenn der Mieter nur kurze Zeit mietet und in kurzer Zeit wieder ein neuer Mieter gefunden werden muss. 26 Prozent der Profis erklären darüber hinaus, dass Vermieter häufig versuchen, die Kosten für die Maklerprovision bewusst ganz oder wenigstens teilweise auf die Mieter umzulegen.

Insgesamt zeigt sich, dass Vermieter seit Inkrafttreten des Bestellerprinzips nun deutlich mehr Service von Maklern einfordern als vor der Neuregelung (vgl. Abb. 7). Die Vermieter schätzen hierbei insbesondere solche Leistungen, die einen hohen Aufwand mit sich bringen oder einfach unbequem in der Umsetzung sind. So sagen 71 Prozent der Makler, dass die Vorauswahl und Überprüfung potenzieller Mieter hinsichtlich ihrer Seriosität und Solvenz besonders wertgeschätzt wird. 53 Prozent geben an, dass die Durchführung der Besichtigun-

gungstermine großen Anklang findet und 48 Prozent der Makler sind der Meinung, dass die rechtssichere und rechtzeitige Erledigung des Papierkrams (wie z. B. Energieausweis, Mietvertrag, Übergabeprotokoll) von den Kunden besonders anerkannt wird.

Weniger gewürdigt werden hingegen die Fach- und Ortsexpertise der Makler, wie beispielsweise die Nähe zum Objektstandort (16 Prozent). Auch beratende Leistungen zum Markt (22 Prozent) oder die Exposéerstellung und Anzeigenschaltung (23 Prozent) werden eher weniger wertgeschätzt. Der Grund: Vermieter können diese Informationen problemlos selbst recherchieren, da sie oftmals sogar kostenlos im Internet zur Verfügung gestellt werden. Auch ein einmal erstelltes Exposé behält seine Gültigkeit und verändert sich in der Regel nicht.

Allerdings zeigen sich auch hier regionale Unterschiede (vgl. Anhang IV): Während im Süden vermehrt die bereits genannten Serviceleistungen geschätzt werden, haben im Osten die Nähe zum Objektstandort sowie die Ortskenntnisse der Makler eine größere Bedeutung. Auch hier spiegeln sich die unterschiedlichen Marktsituationen wider. Denn gerade in den nachfrageschwächeren östlichen

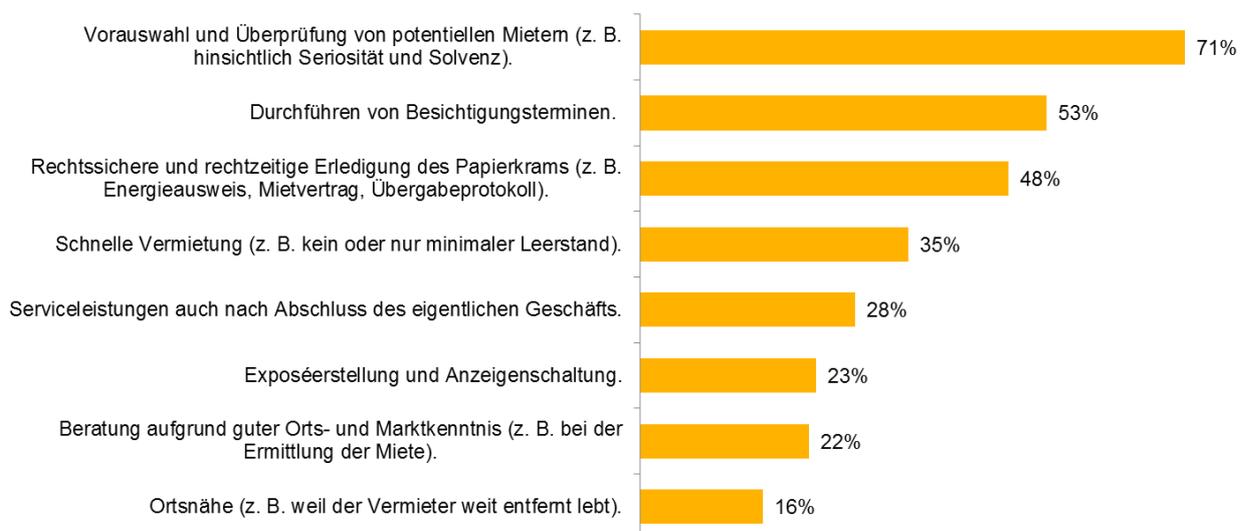


Abb. 7: Von Vermietern wertgeschätzte Maklerleistungen (Frage: Welche Ihrer Leistungen werden von den Vermietern, von denen Sie beauftragt werden, am meisten geschätzt? (Mehrfachnennung, max. drei Antworten))

Bundesländern sind Marktexpertise und Ortsnähe entscheidende Faktoren für eine schnellere Vermarktung. In nachfragestarken Regionen können sich Vermieter hingegen sicher sein, ihr Objekt schnell und zu durchaus guten Preisen vermarkten zu können. Der Makler wird hier vor allem zur unterstützenden Abwicklung von den Immobilieneigentümern geschätzt.

2.3 Bewertung der Gesetzesänderung durch die Makler

Abschließend konnten die Makler im Rahmen einer Freifeldfrage ihre Erfahrungen, Meinungen oder Anmerkungen zum Bestellerprinzip äußern.

Zusammenfassend bewerten die Befragten das neue Gesetz als einen politischen Eingriff, der in seiner jetzigen Umsetzung an den Zielen vorbeiginge. Etliche Makler sehen sich knapp ein Jahr nach Einführung deutlich größeren Belastungen gegenüber, hervorgerufen durch zu viele unqualifizierte Interessentenanfragen („kostet ja nichts“) oder einem höheren Serviceanspruch von Seiten der Eigentümer. Häufig haben Makler auch Schwierigkeiten, neue Immobilien zu akquirieren, weil viele Eigentümer zunächst alleine versuchen, ihre Objekte in Eigenregie zu vermitteln. Auch hat sich die Situation für Mietinteressenten mit eher geringem Einkommen trotz des Bestellerprinzips insbesondere in den nachfragestarken Regionen nicht verbessert. Viele Makler sind sogar der Meinung, dass sich die Lage für solche Mieter eher verschärft hat.

Ebenfalls ein Problem: Der Gesetzgeber macht es laut befragten Maklern nur bedingt möglich, für Mietsuchende tätig zu werden. Denn laut Bestellerprinzip darf der Makler keine Objekte aus seinem Bestand anbieten. Ansonsten dürfte er die gezeigte Immobilie nicht mehr anderweitig anbieten.

Vor diesem Hintergrund hätten die befragten Makler – wenn schon ein Eingriff durch die Politik erfolgt – vielmehr das Modell der Provisionsteilung befürwortet. Denn nach ihrer Einschätzung hätte dies wesentlich besser zu einer fairen Kostenverteilung zwischen Mieter und Eigentümer geführt, ohne dass Services eingeschränkt oder Mieten erhöht worden wären.

2.4 Fazit

Die Meinung zum Bestellerprinzip ist unter den befragten Fachleuten eindeutig: Etwas mehr als die Hälfte lehnt das neue Gesetz in seiner jetzigen Form ab. Und obwohl knapp zwei Drittel der Makler von dem Bestellerprinzip betroffen sind, hat es bei gut jedem zweiten Makler bisher keine Folgen auf die Geschäftsstruktur gehabt.

Diese Einschätzung zeigt auf, wie emotional die Gesetzesänderung im Markt aufgenommen und bewertet wird. Das Bestellerprinzip stellt durchaus einen Einschnitt in den Makleralltag sowie – in vielen Fällen – in das bisherige Geschäftsmodell dar. Oft geben die befragten Profis an, dass viele Eigentümer zunächst alleine versuchen, ihre Objekte zu vermarkten. Allerdings zeigt die vorliegende Untersuchung auch, dass die Immobilienprofis die Folgen und Auswirkungen des Gesetzes regional unterschiedlich bewerten: Makler im Osten der Republik zeigen sich weniger stark betroffen als die Kollegen im Süden. Der Grund liegt auf der Hand: In den nachfrageschwächeren Gebieten war es bereits vor der Einführung des Bestellerprinzips durchaus üblich, dass der Makler seine Provision vom Immobilieneigentümer erhalten hat. Alles andere hätte die Vermarktung dort noch weiter erschwert und potenzielle Interessenten nur zusätzlich verschreckt.

Anders in den nachgefragten Regionen im Süden der Republik: Hier machte die Maklerprovision aus der Immobilienver-

mietung oft einen Großteil am Umsatz der Makler aus. Für Eigentümer war es eine bequeme und gängige Vorgehensweise, dass die Mietinteressenten die Maklerprovision trugen. Daher ist es nachvollziehbar, dass insbesondere die dort angesiedelten Immobilienprofis die Auswirkungen des Gesetzes deutlicher auf ihre tägliche Arbeit ausmachen.

Auch im Hinblick auf die Situation der Mieter bewerten die Makler die Folgen des Bestellerprinzips eher negativ. Denn die eigentlich beabsichtigte Entlastung der Mietinteressenten erweist sich nach Meinung der Makler als schwierig. So gibt eine Vielzahl der Profis an, dass die Akzeptanz von Mietern mit geringem Einkommen oder Problemmietern tendenziell gesunken sei und Vermieter zudem vermehrt versuchen, die Kosten für die Provision zumindest teilweise auf die Miete umzulegen.

Ebenso leidet der Service der Makler gegenüber Mietinteressenten. Der Grund dafür liegt auf der Hand: Einerseits verlangen die Eigentümer wesentlich mehr administrative Serviceaufgaben als noch vor Einführung des Bestellerprinzips. Andererseits wollen sie oft eine geringere Provisionen bezahlen, beispielsweise wenn der Mieter schnell wieder auszieht oder bestimmte Garantien nicht erfüllt wurden. Makler müssen daher noch stärker als vorher auf ein wirtschaftlich sinnvolles Handeln achten. Dies geht dann zulasten von Zusatzservices für Mietinteressenten.

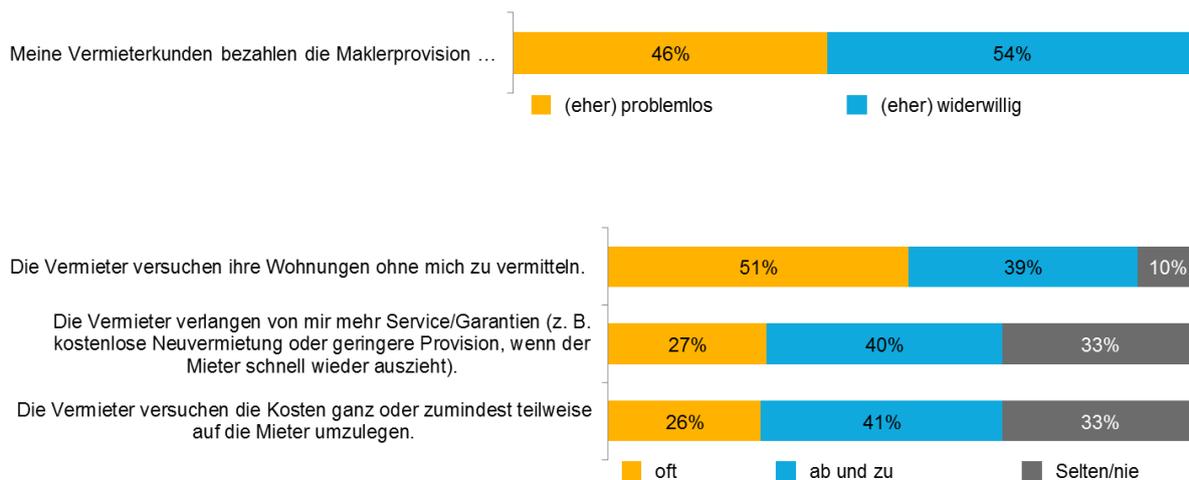
Anhang

Sind Sie vom Bestellerprinzip betroffen?					
	Gesamt	Nord	Ost	Süd	West
Ich bin vom Bestellerprinzip...					
stark betroffen	19%	17%	13%	22%	23%
Mittelmäßig betroffen	23%	29%	20%	27%	19%
Wenig betroffen	32%	37%	32%	34%	28%
nicht betroffen, weil ich auch vorher schon die Provision in der Regel von den Vermietern bekommen habe.	10%	3%	18%	5%	12%
nicht betroffen, weil die Vermietung von Wohnimmobilien nicht zu meinem Geschäftsbereich gehört.	16%	14%	17%	12%	18%

Anhang I: Grad der Betroffenheit vom Bestellerprinzip – Gesamt und regionale Verteilung

Welche Folgen hat die Einführung des Bestellerprinzips für Sie gehabt?					
	Gesamt	Nord	Ost	Süd	West
Ich habe den Maklerberuf aufgegeben (z. B. weil ich jetzt einer anderen Tätigkeit nachgehe).	1%	5%	0%	1%	0%
Ich habe mein Geschäft geschlossen (z. B. weil ich jetzt in einem Angestelltenverhältnis arbeite).	1%	1%	0%	2%	0%
Ich vermittele keine Wohnimmobilien zur Miete mehr.	24%	24%	18%	25%	25%
Ich musste einen/mehrere Mitarbeiter entlassen.	15%	8%	15%	13%	20%
Ich habe meine Fixkosten deutlich reduziert (z. B. durch die Gründung eines Gemeinschaftsbüros).	20%	20%	15%	18%	25%
Keine. Es hat sich (vom Rechnungsempfänger ggf. abgesehen) bisher nichts verändert.	53%	52%	61%	53%	48%

Anhang II: Folgen des Bestellerprinzips auf das Geschäft – Gesamt und regionale Verteilung



Anhang III: Verändertes Verhalten auf Seiten der Vermieter (Frage: Wie haben Ihre Vermieterkunden auf das Bestellerprinzip reagiert?)

Welche Folgen hat die Einführung des Bestellerprinzips für Sie gehabt?					
	Gesamt	Nord	Ost	Süd	West
Serviceleistungen auch nach Abschluss des eigentlichen Geschäfts.	28%	29%	24%	32%	27%
Schnelle Vermietung (z. B. kein oder nur minimaler Leerstand).	35%	42%	29%	32%	37%
Vorauswahl und Überprüfung von potentiellen Mietern (z. B. hinsichtlich Seriosität und Solvenz).	71%	71%	60%	78%	73%
Ortsnähe (z. B. weil der Vermieter weit entfernt lebt).	16%	18%	28%	11%	12%
Beratung aufgrund guter Orts- und Marktkenntnis (z. B. bei der Ermittlung der Miete).	22%	19%	30%	21%	19%
Durchführen von Besichtigungsterminen.	53%	43%	60%	49%	55%
Rechtssichere und rechtzeitige Erledigung des Papierkrams (z. B. Energieausweis, Mietvertrag, Übergabeprotokoll).	48%	44%	39%	55%	51%
Exposéerstellung und Anzeigenschaltung.	23%	28%	26%	19%	22%

Anhang IV: Von Vermietern wertgeschätzte Maklerleistungen

Marktmonitor

Immobilien 2016

eine Studie von



Abschlussbericht – Teil 2

Eine empirische Studie zum Bestellerprinzip (Teil 1), Energie & Umwelt (Teil 2) sowie zum Sachkundenachweis (Teil 3)

Abschlussbericht – Teil 2: Energie & Umwelt

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	3
1. Methodische Vorbemerkungen	4
1.1 Definition der Grundgesamtheit	4
1.2 Stichprobenziehung und Erhebung	5
1.3 Nachbearbeitung der Daten zur Analyse.....	5
2. Energieeffizienz als Vermarktungsfaktor	7
2.1 Immobilienzustand und Vermarktung	7
2.1.1 Auswirkungen des Sanierungsstands bei Kauf- und Mietimmobilien	7
2.1.2 Sanierungsempfehlungen vor der Vermarktung	8
2.2 Fazit.....	10
Anhang	11

Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: Struktur der WZ 68.31 (Vermittlung von Immobilien für Dritte) und 68.32 (Verwaltung von Immobilien für Dritte) laut Statistischem Bundesamt, Destatis
- Abb. 2: Regionale Verteilung der Makler nach Bundesländern
- Abb. 3: Einteilung der Bundesländer in die Regionen Nord, Ost, Süd und West
- Abb. 4: Auswirkungen eines hohen Sanierungsstandards auf die Vermarktung, Kauf- und Mietimmobilien
- Abb. 5: Empfohlene Sanierungsmaßnahmen vor dem Verkauf
- Abb. 6: Empfohlene Sanierungsmaßnahmen vor einer Vermietung
- Abb. 7: Gründe gegen Sanierungsmaßnahmen

1. Methodische Vorbemerkungen

Der MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2016 enthält die drei Einzelkapitel zu den Themen *Bestellerprinzip*, *Energie und Umwelt* sowie *Sachkundenachweis*. Insbesondere das erste und letzte Kapitel sind, aufgrund der aktuellen Relevanz bedingt durch gesetzliche Änderungen bzw. geplante Gesetzesbeschlüsse, in diesem Jahr erstmals aufgenommen worden. Die Methodik der Umfrage, die Grundgesamtheit sowie die Nachbearbeitung wurden auch in diesem Jahr beibehalten, womit eine Vergleichbarkeit im ersten Kapitel der Studie gewährleistet ist.

Für die Ziehung der Stichprobe und die Befragung der Unternehmen wurde, wie in den vergangenen Jahren auch, das Immobilien-Professional-Panel (IPP) verwendet. Dabei handelt es sich um ein geschlossenes Panel, dem ausschließlich Fachleute von Unternehmen aus der Immobilienbranche angehören. Es basiert auf der Kundendatenbank der Immowelt AG (Nürnberg), in der rund 40.000 gewerbliche Immobilienvermittler und -anbieter aus ganz Deutschland vertreten sind. Hiermit wird gewährleistet, dass Experten der Immobilienbranche zu aktuellen Fragestellungen befragt werden. Dies ermöglicht eine zielgerichtete Abfrage und belastbare Ergebnisse.

Die Erhebung der Daten für den MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2016 wurde vom 22. Januar bis zum 7. Februar 2016 durchgeführt. Nach Bereinigung der Rohdaten (Abbrecher, Plausibilitätskontrolle) flossen die Antworten von 710 Unternehmen mit in die Analyse ein.

Nach aller methodischen Sorgfalt und unter Berücksichtigung der Quellenlage kann der MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2016 daher auch im Jahr 2016 wieder als repräsentativ für gewerbliche Immobilienvermittler und -anbieter in Deutschland mit Zugang zum Internet gelten.

1.1 Definition der Grundgesamtheit

Dank der in den vergangenen sechs Jahren geleisteten Arbeit konnte die methodische Nachbereitung der diesjährigen Studie auf die Überprüfung der vorliegenden Definitionen beschränkt werden. Nach der Neugliederung der Dienstleistungsbereiche durch das Statistische Bundesamt gelten für den MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2016 wie im Vorjahr folgende Eckdaten: Maßgeblich ist die Strukturerhebung im Dienstleistungsbereich des Statistischen Bundesamtes¹, dort die Wirtschaftszweige (WZ) 68.31, Vermittlung von Immobilien für Dritte, und 68.32, Verwaltung von Immobilien für Dritte.

Anzahl Unternehmen gesamt	39.926
Anzahl Einzelunternehmen	20.903
Unternehmen mit weniger als 250.000 Euro Umsatz	31.173
Durchschnittlich pro Unternehmen tätige Personen	4

Abb. 1: Struktur der WZ 68.31 (Vermittlung von Immobilien für Dritte) und 68.32 (Verwaltung von Immobilien für Dritte) lt. Statistischem Bundesamt, Destatis

Wie in den vergangenen Jahren wurde ein Abgleich mit der Adressdatenbank der Immowelt AG² durchgeführt. Dieser bestätigt die Annahme, dass die Grundgesamtheit „Immobilienmakler“ aus circa 40.000 Unternehmen besteht. Der überwiegende Anteil davon sind Einzelunternehmen beziehungsweise Unternehmen, in denen neben dem Inhaber höchstens acht weitere Personen beschäftigt sind.

Nicht nur die reine Anzahl der in Deutschland ansässigen und tätigen Immobilienmakler muss beachtet werden, sondern auch deren regionale Verteilung.

¹ Statistisches Bundesamt: Dienstleistungen. Strukturerhebung im Dienstleistungsbereich Grundstücks- und Wohnungswesen, 2013.

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

Diese ist für eine empirische Marktbe- trachtung von äußerster Wichtigkeit, da die Immobilienmärkte in Deutschland höchst heterogen sind. So würde eine Übergewichtung von Maklern aus dem wirtschaftlich starken Süden gegenüber einer Untergewichtung von Maklern aus dem Osten Deutschlands die Daten systematisch verfälschen. Nachdem beim MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2016 vor allem die Bundesländer Bayern und Nordrhein- Westfalen über- bzw. unterrepräsentiert sind, wurden die Daten wie folgt gewich- tet:

Bundesland	SOLL	IST	Gewich- tungs fak- tor
Baden- Württemberg	12%	13%	0,98
Bayern	15%	28%	0,54
Berlin	5%	5%	0,98
Brandenburg	3%	2%	1,55
Bremen	1%	0%	9,02
Hamburg	2%	3%	0,92
Hessen	7%	8%	0,94
Mecklenburg- Vorpommern	2%	1%	2,34
Niedersachsen	10%	7%	1,32
Nordrhein- Westfalen	21%	15%	1,48
Rheinland-Pfalz	5%	3%	1,39
Saarland	1%	2%	0,75
Sachsen	6%	6%	0,87
Sachsen-Anhalt	3%	2%	1,88
Schleswig- Holstein	4%	3%	1,35
Thüringen	3%	3%	0,91

Abb. 2: Regionale Verteilung der Makler nach Bun- desländern

1.2 Stichprobenziehung und Erhe- bung

Auf Grundlage der definierten Grundge- samtheit laut Definition WZ 68.31 und WZ 68.32 und der festgesetzten regiona- len Verteilung wurde eine einfach ge- schichtete Stichprobe (quotiert nach Re- gion) aus dem IPP der Immowelt AG gezogen. Jedes angeschriebene Unter- nehmen erhielt per E-Mail einen soge- nannten Unique-Link zum Fragebogen, mit dem die Teilnahme an der Befragung nur einmal möglich war. Die Umfrage wurde im Zeitraum vom 22. Januar bis zum 7. Februar 2016 durchgeführt, wo-

bei alle Teilnehmer, die nach einer Wo- che Laufzeit noch nicht geantwortet hat- ten, mit einer zweiten E-Mail an die Stu- die erinnert wurden.

Die Stichprobe erfolgte durch einfache Zufallsauswahl aus quotierten Regional- gruppen. Eingeladen wurden 3.942 zufäl- lig ausgewählte gewerbliche Immobilien- anbieter, deren Adressen und Tätigkeits- bereiche validiert wurden. Der Rücklauf nach Bereinigung betrug insgesamt 710 Unternehmen.

1.3 Nachbearbeitung der Daten zur Analyse

Im Anschluss an die Erhebung wurden die Rohdaten im ersten Schritt bereinigt. Dabei galten für Probanden folgende Kriterien für die Aufnahme in die Analy- se:

- Der Fragebogen wurde vollständig ausgefüllt.
- Es wurden keine unplausiblen Antworten gegeben.

Die Ergebnisse können dank der umfang- reichen im Panel hinterlegten Struktur- daten nach Bundesland und Einwohner- zahl gefiltert werden. Maßgeblich ist der Ort, an dem die befragten Immobilien- vermittler hauptsächlich tätig sind. Dabei wird zwischen drei Klassen unterschieden: Großstadt mit mehr als 100.000 Einwohnern, Kleinstadt mit 50.000 bis 100.000 Einwohnern und Land mit weni- ger als 50.000 Einwohnern. Die Bundes- länder werden seit 2011 folgendermaßen zusammengefasst:

West: Nordrhein-Westfalen, Rheinland- Pfalz, Saarland und Hessen

Süd: Bayern und Baden-Württemberg

Nord: Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen und Niedersachsen

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 MARKTMONITOR IMMOBILIEN 2016 repräsentativ für Immobilienmakler in Deutschland sind, die das Internet nutzen.



Abb. 3: Einteilung der Bundesländer in die Regionen Nord, Ost, Süd und West

2. Energieeffizienz als Vermarktungsfaktor

Das Thema Energieeffizienz war bereits in den vergangenen Jahren Gegenstand des MARKTMONITORS IMMOBILIEN. Untersucht wurden unter anderem die Wechselwirkungen zwischen der Energieeffizienz und der Vermarktung von Immobilien.

2.1 Immobilienzustand und Vermarktung

Nachfolgend soll näher betrachtet werden, welche Vor- bzw. Nachteile sich bei der Vermarktung einer Immobilie ergeben, die den aktuellen energetischen Standards entspricht oder aber einen sichtbaren Sanierungsrückstand aufweist. Zudem soll aufgezeigt werden, welche Sanierungsmaßnahmen Makler ihren Kunden hinsichtlich eines Verkaufs oder einer Vermietung empfehlen.

2.1.1 Auswirkungen des Sanierungsstands bei Kauf- und Mietimmobilien

Knapp die Hälfte der Befragten (46 Prozent) gibt an, dass sich ein hoher energetischer Sanierungsstand positiv auf den Verkaufspreis auswirken kann (vgl. Abb. 4). 26 Prozent der Makler gehen davon aus, dass sich die Vermarktungsdauer verkürzt, 20 Prozent beobachten,

dass die Vermarktung einer energetisch sanierten Immobilie weniger aufwändig ist.

Doch die Zahl der Skeptiker steigt: So sehen 35 Prozent der befragten Makler kaum bzw. gar keine Auswirkung auf den Verkaufspreis einer Immobilie – immerhin ein Anstieg um gut vier Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr (vgl. Anhang I).

Der Grund für diese Entwicklung könnte im aktuellen Marktumfeld zu finden sein: Aufgrund der anhaltend hohen Nachfrage nach Betongold sowie dem damit verbundenen geringeren Angebot ist der Sanierungsstand der Immobilie weniger relevant. Dies zeigt sich insbesondere in den Großstädten: Hier geben 40 Prozent der Makler an, dass ein hoher energetischer Sanierungsstand kaum Auswirkung auf die Vermarktung hat. In kleinen und mittleren Städten sind es hingegen nur 27 bzw. 34 Prozent (vgl. Anhang II).

Die Mehrheit der Makler bestätigt, dass der energetisch hohe Sanierungsstand einer Immobilie immer noch ein Vermarktungsvorteil ist, auch wenn der Einfluss dieses Faktors in den letzten fünf Jahren abgenommen hat.

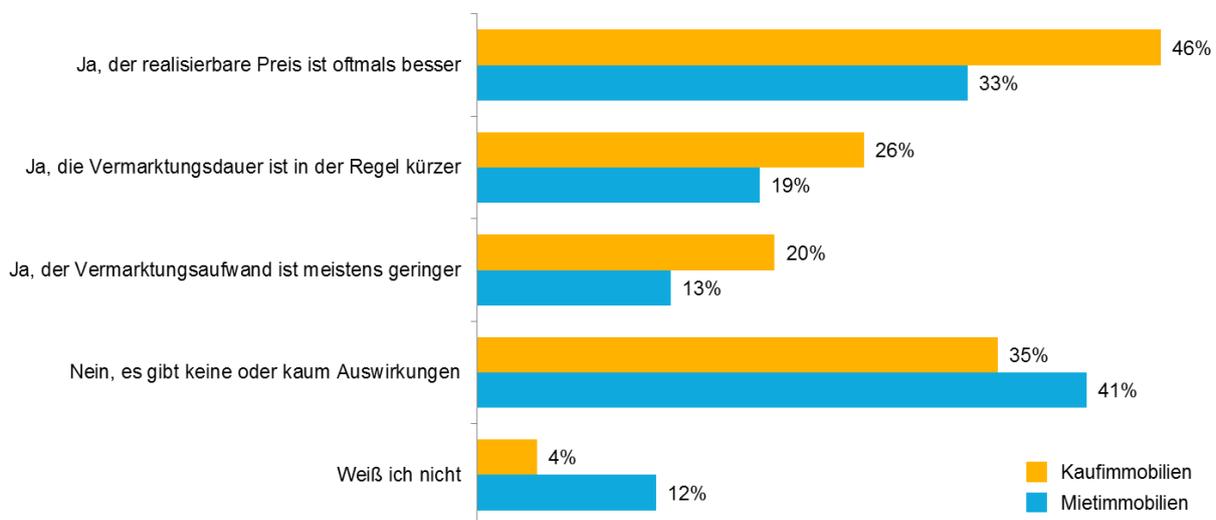


Abb. 4: Auswirkungen eines hohen Sanierungsstandards auf die Vermarktung – Kauf- und Mietimmobilien (Frage: Bemerken Sie positive Auswirkungen eines hohen energetischen Sanierungsstands einer Bestandsimmobilie auf die Vermarktung?)

Im Gegensatz dazu steht die Frage, ob bereits der Anschein eines Sanierungsrückstands den realisierbaren Kaufpreis einer Immobilie negativ beeinflussen kann. Das Urteil der Fachleute ist eindeutig: 90 Prozent stimmen dieser Aussage zu. Allerdings halten 62 Prozent andere Merkmale und insbesondere die Lage einer Immobilie für bedeutsamer (vgl. Anhang III).

Auch wenn die Energieeffizienz als Vermarktungsfaktor in den vergangenen Jahren an Bedeutung nachgelassen hat, so hat sie doch einen Einfluss auf den Preis einer Immobilie. So schätzen die Makler, dass der durchschnittliche Kaufpreisabschlag aufgrund von Sanierungsrückständen aktuell etwa 19,5 Prozent beträgt (vgl. Anhang IV).

Auch bei den Mietimmobilien zeigen sich die Auswirkungen einer anhaltend hohen Nachfrage: Hier sehen 41 Prozent der Makler keine nennenswerten Effekte eines hohen Sanierungsstandards auf die Vermarktung einer Immobilie.

Immerhin ein Drittel der Makler (33 Prozent) ist der Meinung, aufgrund eines guten energetischen Zustandes einer Immobilie oftmals eine bessere Miete realisieren zu können. Zudem erwarten 19 Prozent eine kürzere Vermarktungsdauer, während 13 Prozent der Befragten weniger Aufwand bei der Vermittlung von Mietimmobilien erwarten (vgl. Anhang V).

2.1.2 Sanierungsempfehlungen vor der Vermarktung

Vor dem Hintergrund, dass der energetische Zustand einer Immobilie als Vermarktungsfaktor zwar an Bedeutung verloren hat, sich aber trotzdem noch auf den Preis auswirkt, stellt sich die Frage: Raten Makler ihren Kunden zu bestimmten Sanierungsmaßnahmen wie beispielsweise der Dämmung der obersten Geschossdecke/des Dachs oder aber

dem Einbau einer neuen Heizungsanlage?

Im Rahmen der Studie MARKTMONITOR IMMOBILIEN wird diese Frage seit 2010 unverändert gestellt. Die Zeitreihe zeigt, dass sich die Makler bei den Sanierungsempfehlungen im Hinblick auf die Vermarktung einer Immobilie zunehmend zurückhalten (vgl. auch Anhang VI und VII): Während 2010 nur 12 Prozent der Makler keine Sanierungsmaßnahmen hinsichtlich einer Vermietung/eines Verkaufs empfohlen haben, liegt dieser Anteil in 2016 nunmehr bei 24 Prozent (Mietimmobilien) bzw. 28 Prozent (Kaufimmobilien). Gut zwei Drittel (69 Prozent) der Fachleute empfehlen hingegen wenigstens eine Maßnahme, um den Wert der Miet- bzw. Kaufimmobilie zu steigern.

Kaufimmobilien: Sanierungsempfehlungen zur Einhaltung von EnEV

Für Immobilien, die zum Verkauf stehen, werden insbesondere Maßnahmen, welche der Einhaltung der EnEV dienen, empfohlen (vgl. Abb. 5): Die Mehrheit der Immobilienprofis rät zu einer Dachdämmung (59 Prozent), gefolgt von der Wärmeschutzverglasung (41 Prozent) sowie der Brennwertheizung (40 Prozent). Weniger relevant sind Erdwärmeheizung (4 Prozent) und Photovoltaik (6 Prozent).

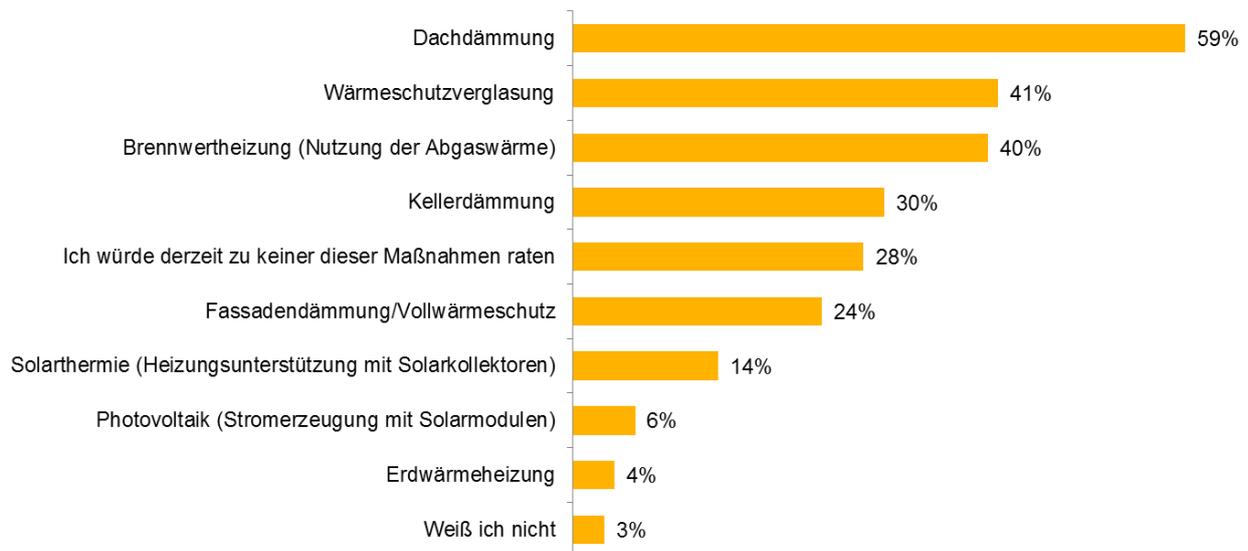


Abb. 5: Empfohlene Sanierungsmaßnahmen vor dem Verkauf (Frage: Zu welchen Investitionen würden Sie Eigentümern von Bestandsimmobilien im Hinblick auf einen zukünftigen Verkauf raten (Mehrfachnennungen)?)

Im Vergleich zu den Vorjahren überraschen die Ergebnisse nicht. Die seit 2010 fortgeführte Zeitreihe zeigt gewisse Trends: Die Wärmeschutzverglasung verliert weiterhin an Bedeutung. Die Dachdämmung war von Beginn an die Sanierungsmaßnahme, die Makler am häufigsten empfohlen haben. Doch auch hier zeigt sich in diesem Jahr ein erneuter Rückgang. Die Fassadendämmung war 2011 (65 Prozent) eine der wichtigsten Maßnahmen zur Sanierung. Mittlerweile rücken viele Makler jedoch von dieser Ansicht ab (24 Prozent). Gründe hierfür könnten sein, dass sich diese Maßnahme zu selten rentiert. Zudem könnte es sein, dass sich das Dämmmaterial oftmals als nicht lange haltbar und die Entsorgung meist als umfangreich und teuer erweist.

Mietimmobilien: Gesetzlich vorgeschriebene Sanierungsmaßnahmen vorn

Auch bei zur Miete angebotenen Immobilien nimmt die Zurückhaltung beim Thema Sanierung zu: Hier rät mittlerweile fast jeder vierte Makler (24 Prozent) zu keiner der genannten Maßnahmen. Wenn Sanierungsempfehlungen im Hinblick auf

die Vermietung gegeben werden, dann sind es vor allem die Wärmeschutzverglasung (48 Prozent), Brennerheizung (43 Prozent) und Fassadendämmung (27 Prozent). Kaum eine Rolle spielen hingegen die Erdwärmeheizung (3 Prozent) und die Solarthermie (8 Prozent) (vgl. Abb. 6).

Marktumfeld beeinflusst Empfehlungsverhalten

Sowohl bei Kauf- als auch bei Mietimmobilien zeichnet sich in den vergangenen sechs Jahren ein deutlicher Trend ab: Die befragten Makler empfehlen energetische Sanierungsmaßnahmen vor einem Verkauf oder der Vermietung inzwischen deutlich seltener.

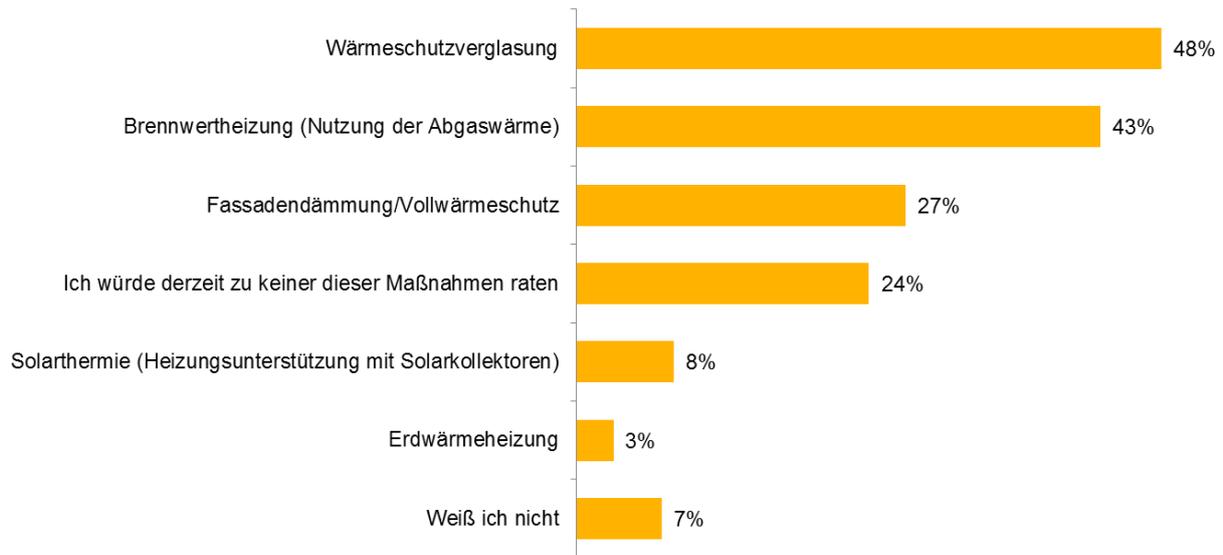


Abb. 6: Empfohlene Sanierungsmaßnahmen vor einer Vermietung (Frage: Und welche Investitionen würden Sie Eigentümern von Bestandsimmobilien hinsichtlich einer Vermietung empfehlen (Mehrfachnennungen)?)

Der Grund für diese Entwicklung findet sich im aktuellen Marktumfeld: So wollen laut Maklern Käufer einer gebrauchten Immobilie lieber ihre eigenen Vorstellungen bei der Renovierung umsetzen (71 Prozent). 70 Prozent der Makler glauben zudem, dass die Kosten für eine Sanierung höher wären als der Preisabschlag, der für ein unsaniertes Objekt entstehen würde. Auch erlaubt die aktuell gute Marktlage den vergleichsweise leichten

Verkauf von Immobilien mit Sanierungsstau (47 Prozent). Zu guter Letzt sind 39 Prozent der Makler der Meinung, dass die Lage einer Kaufimmobilie wichtiger ist als ihr Renovierungszustand (vgl. Abb. 7).

Auch bei Mietimmobilien gehen die befragten Makler davon aus, dass die Sanierungskosten wahrscheinlich höher wären als der entstehende Preisabschlag

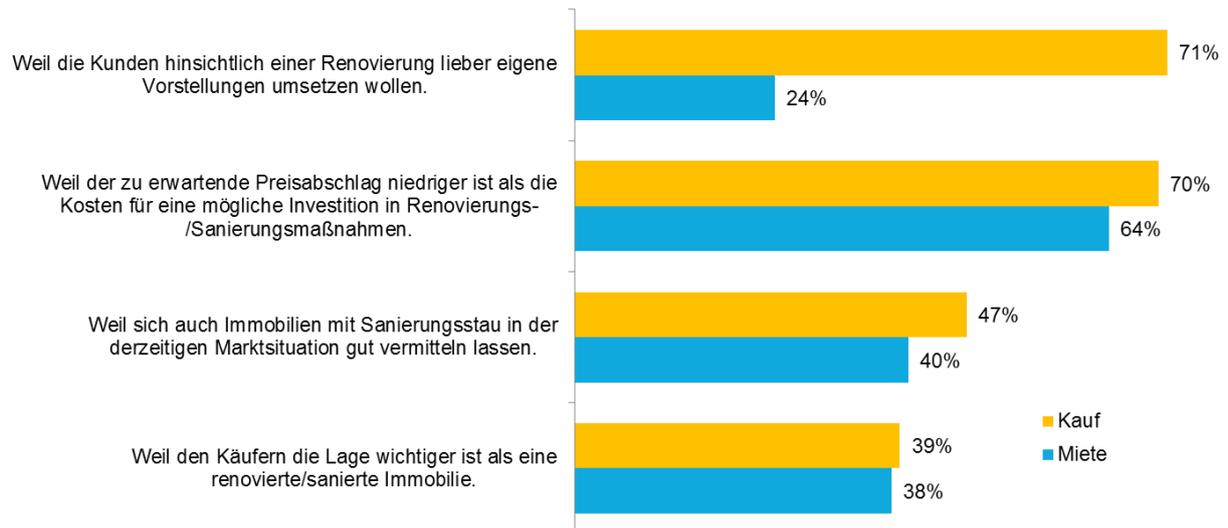


Abb. 7: Gründe gegen Sanierungsmaßnahmen (Frage: Warum würden Sie Verkäufern/Vermietern derzeit zu keiner dieser Maßnahmen raten? (Teilmenge: Nur die Antwortenden, die zu keiner Maßnahme raten; Mehrfachnennungen))

für ein unsaniertes Objekt (64 Prozent). Zwar können 11 Prozent der Kosten für energetische Sanierungsmaßnahmen laut Gesetz pro Jahr auf die Miete aufgeschlagen werden – doch eine solche Modernisierungsmieterhöhung muss der Markt verkraften können. In Gegenden, die von Leerstand, Abwanderung und niedrigen Mieten geprägt sind, lässt sich eine solche Mieterhöhung nur schwer durchsetzen, denn für Mieter gibt es ausreichend günstigere Alternativen. In Märkten mit besonders hoher Nachfrage dagegen können die Wohnungen auch ohne Sanierung problemlos vermarktet werden. So geben 40 Prozent der Profis an, dass der Markt aktuell ausreichend Potenzial bietet, auch nicht sanierte Mietobjekte gut vermarkten zu können.

2.2 Fazit

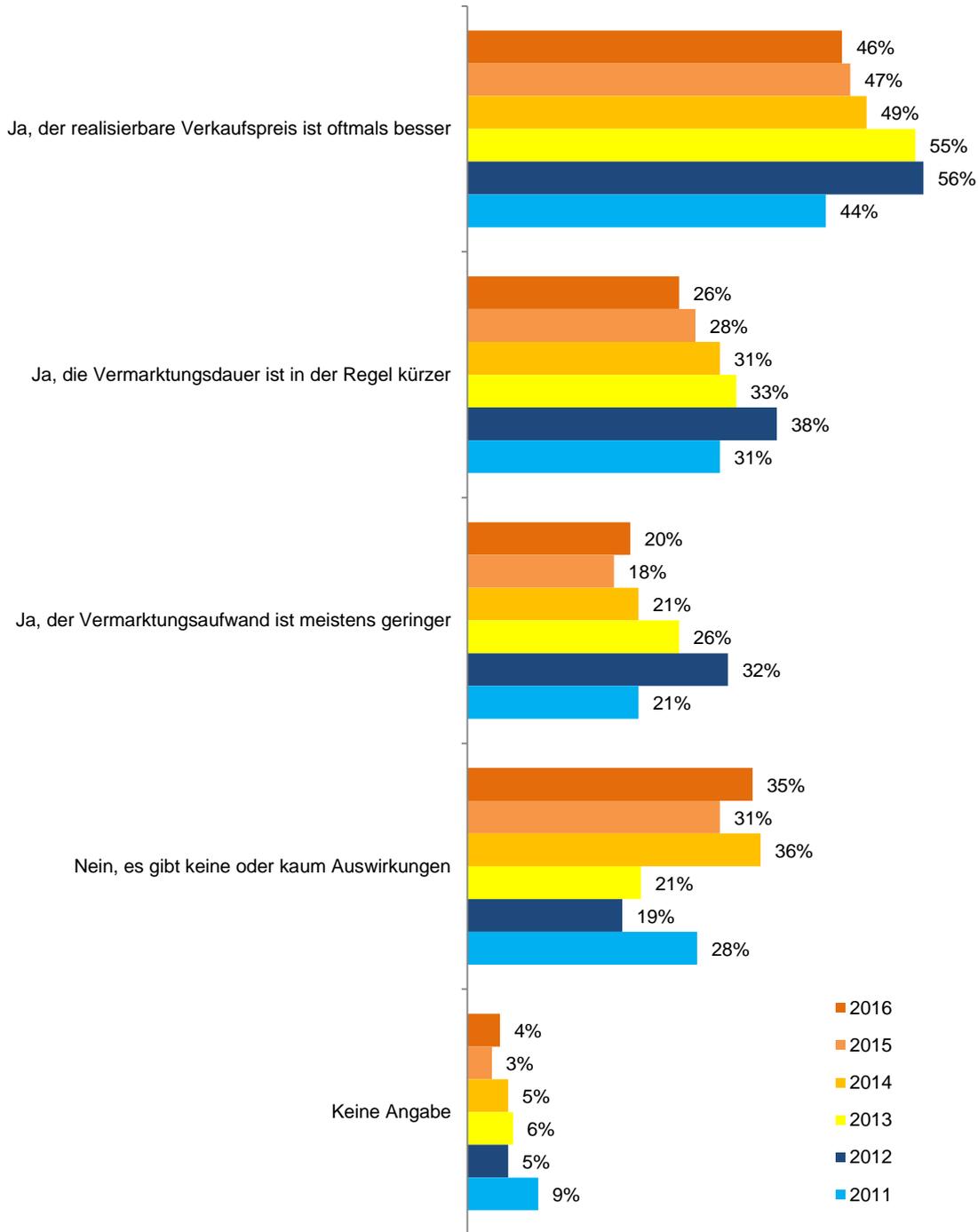
Viele Makler sehen durchaus einen Vorteil in der Sanierung von Kauf- und Mietimmobilien. Nach ihren Aussagen lässt sich durch ein zeitgemäß instandgesetztes Objekt häufig ein höherer Preis durchsetzen und die Vermarktungszeit reduzieren. Aber: Die Zahl der Skeptiker nimmt stetig zu. Denn das aktuelle

Marktumfeld, sprich die regional anhaltend hohe Nachfrage nach Kauf- und Mietimmobilien, macht einen hohen Sanierungsstand vor allem in Großstädten und Ballungsgebieten überflüssig. Vielmehr gibt es relevantere Merkmale für Kauf- und Mietinteressenten als ein energetisch topaktueller Objektzustand. Gerade in nachgefragten Lagen nehmen Kauf- und Mietinteressenten Abstriche beim Objektzustand in Kauf, da gerade hier das Angebot nach passenden Immobilien knapp ist.

Diese Entwicklung korreliert auch mit dem Empfehlungsverhalten der Makler für Investitionen vor der Vermarktung. Sofern diese keinen wesentlichen Einfluss auf die Rentabilität der Maßnahmen haben, gibt es für die befragten Makler kaum einen Grund zu sanieren. Lediglich Maßnahmen, die im Rahmen der EnEV als verpflichtend deklariert sind, werden durch die Immobilienprofis empfohlen. Denn dies kann im Falle eines Verkaufs unter Umständen ein vorteilhaftes Argument darstellen.

Anhang

Kaufimmobilien: Bemerken Sie positive Auswirkungen eines hohen energetischen Sanierungsstandards einer Bestandsimmobilie auf die Vermarktung?



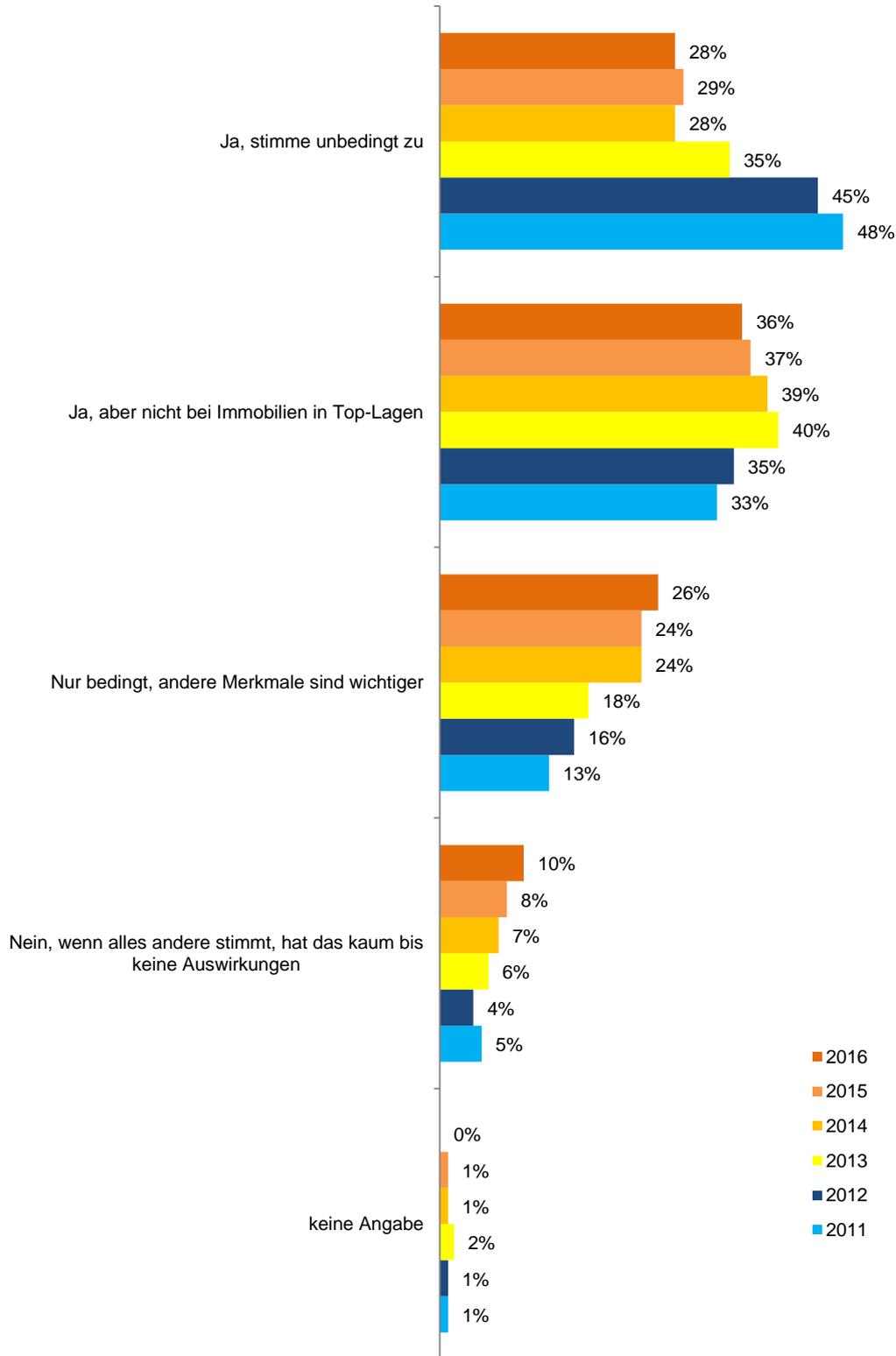
Anhang I: Auswirkungen eines hohen energetischen Sanierungsstandards im Jahresvergleich – Kaufimmobilien

Bemerken Sie positive Auswirkungen eines hohen energetischen Sanierungsstandards einer Bestandsimmobilie auf die Vermarktung?

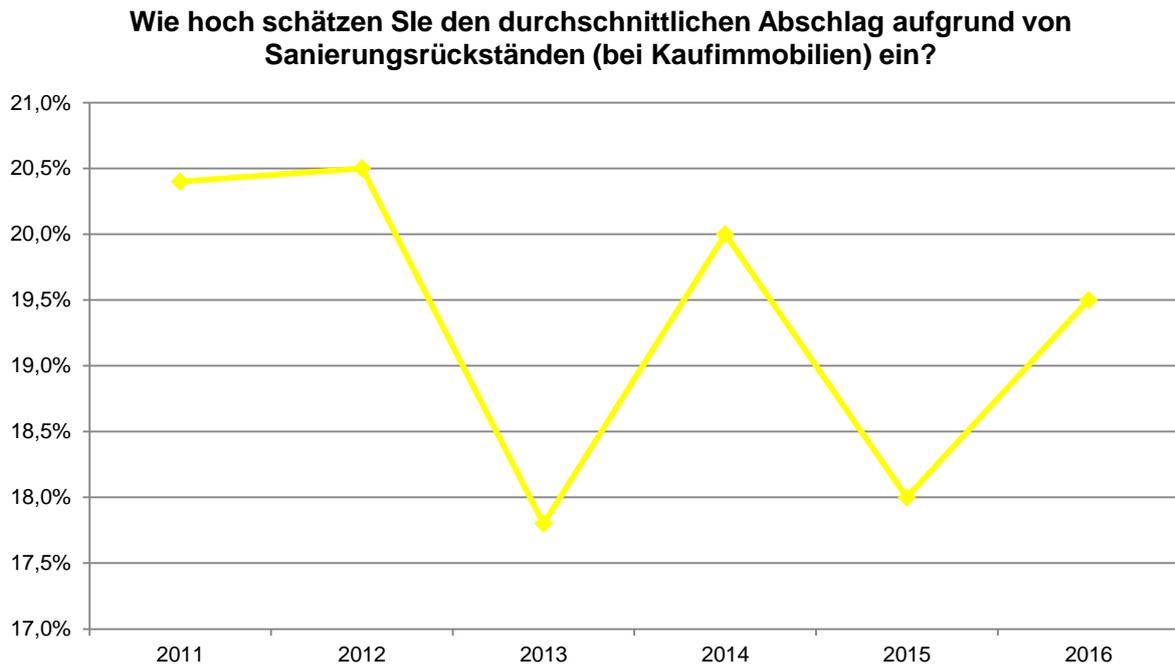
	Gesamt	City	Town	Country
Ja, der realisierbare Verkaufspreis ist oftmals besser	46%	43%	55%	46%
Ja, die Vermarktungsdauer ist in der Regel kürzer	26%	20%	28%	30%
Ja, der Vermarktungsaufwand ist meistens geringer	20%	17%	22%	21%
Nein, es gibt keine oder kaum Auswirkungen	35%	40%	27%	34%
Weiß ich nicht	4%	4%	5%	3%

Anhang II: Auswirkungen eines hohen Sanierungsstands auf die Vermarktung – gesamt und nach Größe der Stadt

Stimmen Sie der Aussage zu, dass bereits der Anschein eines Sanierungsrückstands den realisierbaren Kaufpreis einer Immobilie negativ beeinflussen kann?

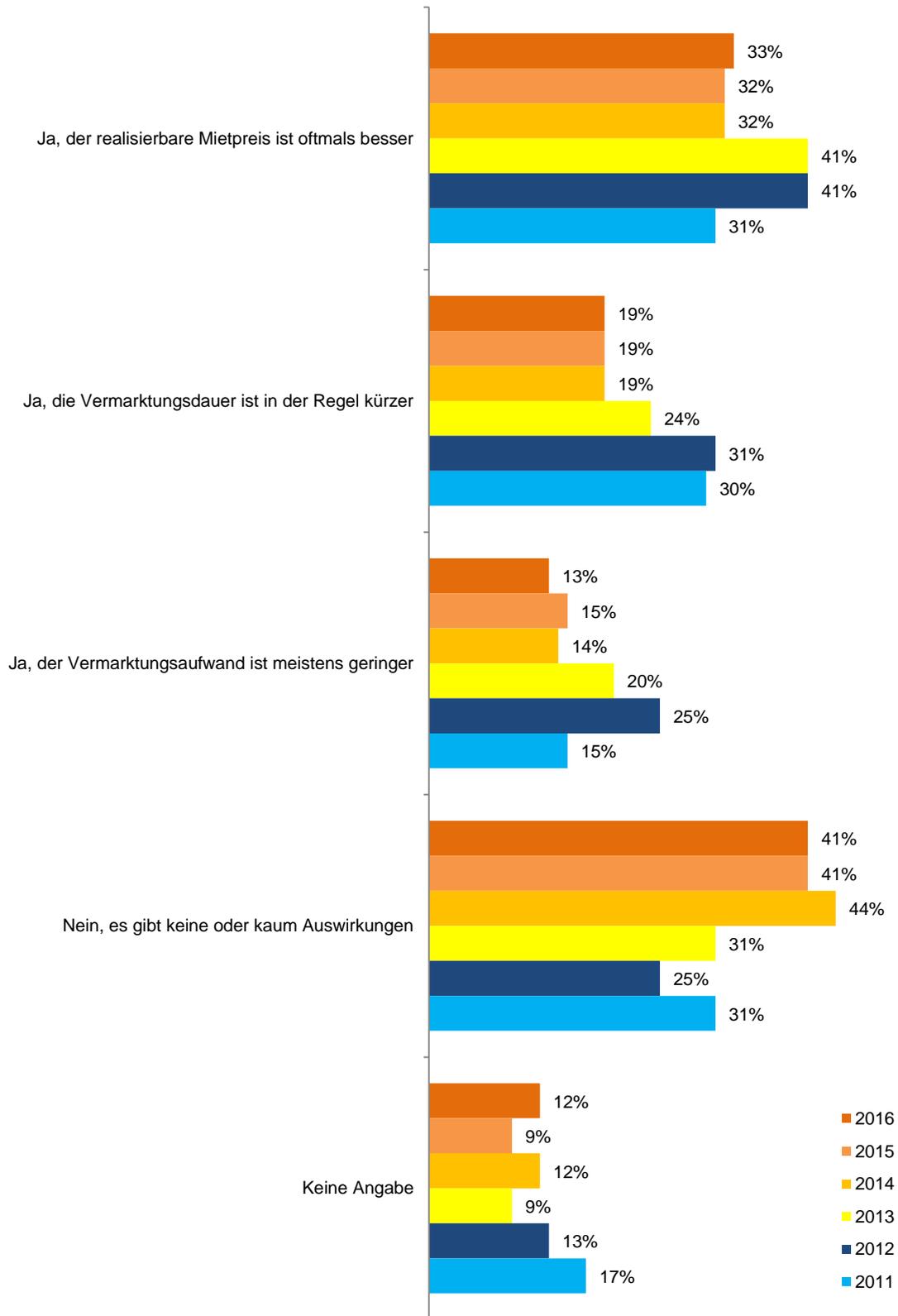


Anhang III: Negative Auswirkungen eines Sanierungsrückstands – Jahresvergleich



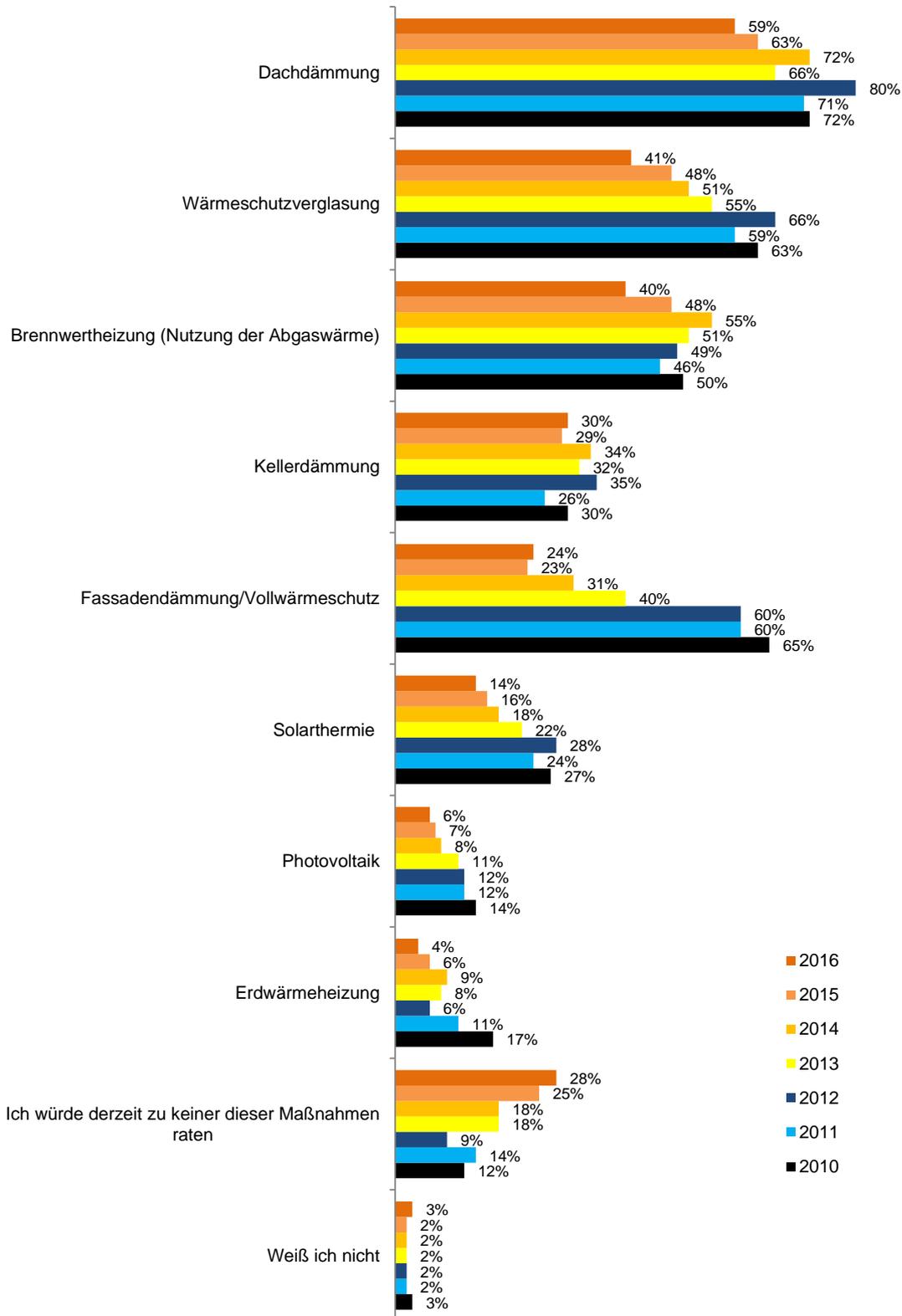
Anhang IV: Preisabschlag aufgrund eines Sanierungsrückstandes

Bemerken Sie positive Auswirkungen eines hohen energetischen Sanierungsstandards einer Bestandsimmobilie auf die Vermarktung?



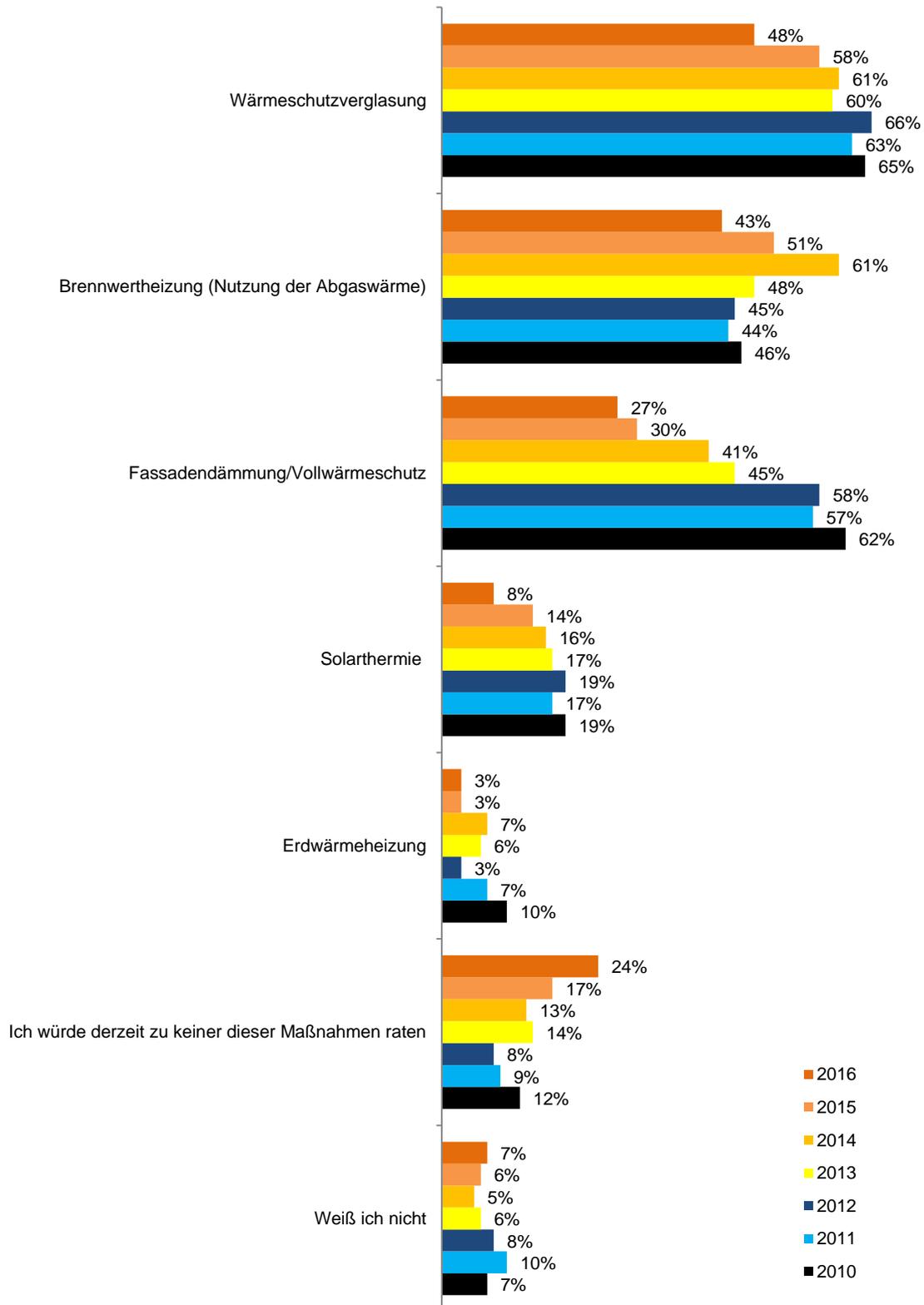
Anhang V: Auswirkungen eines hohen energetischen Sanierungsstandards im Jahresvergleich – Mietimmobilien

Zu welchen Investitionen würden Sie Eigentümern von Bestandsimmobilien im Hinblick auf einen zukünftigen Verkauf raten?



Anhang VI: Empfohlene Sanierungsempfehlungen, Verkauf – Jahresvergleich

Zu welchen Investitionen würden Sie Eigentümern von Bestandsimmobilien hinsichtlich einer Vermietung raten?



Anhang VII: Empfohlene Sanierungsempfehlungen, Vermietung – Jahresvergleich