

### Verfasser

Harald Schüller (Dipl.-Kaufmann)  
 Harald Schüller Investorenvermittlung  
 Else-Lasker-Schüler-Ring 26  
 42781 Haan

Telefon: +49 (0) 21 29 - 56 78 35  
 Telefax: +49 (0) 21 29 - 56 78 36  
 Mobil: +49 (0) 151 - 15 32 55 86

E-Mail: [harald.schueller@investorenvermittlung.de](mailto:harald.schueller@investorenvermittlung.de)  
 Internet: [www.investorenvermittlung.de](http://www.investorenvermittlung.de)

Stand: August 2020

### Inhalt

1. Eine wichtige Entscheidung
2. Zielgruppe der in Frage kommenden Investoren
3. Investitionsvolumen
4. Standort
5. Internetvermarktung / Vor- und Nachteile
6. Direkte Investorenansprache / Vor- und Nachteile
7. Fazit / Unsere Empfehlung für Ihren Mehrfamilienhaus-Verkauf

## 1. Eine wichtige Entscheidung

Eine entscheidende Weichenstellung beim Verkauf Ihres Mehrfamilienhauses ist der Weg, wie Sie oder Ihr Makler am besten an potenzielle Investoren herantreten sollten. Abgesehen von den nicht mehr zeitgemäßen Inseraten in Printmedien kommen dafür zwei Strategien in Frage:

1. Internetvermarktung
2. Direkte Investorenansprache

Doch was ist nun der richtige Weg für Ihren Mehrfamilienhaus-Verkauf? Leider gibt es darauf keine Pauschalantwort, sondern es kommt zunächst auf folgende Dinge an:

- Zielgruppe der in Frage kommenden Investoren
- Investitionsvolumen
- Standort

## 2. Zielgruppe der in Frage kommenden Investoren

Zunächst ist es unerlässlich, per Zielgruppenanalyse zu eruieren, welche Typen von Investoren überhaupt für Ihr Mehrfamilienhaus in Frage kommen. Der Einfachheit halber soll hier nur zwischen zwei Investoren-Typen differenziert werden:

Typ-1-Investoren	Typ-2-Investoren
Gelegentlich investierende Privatinvestoren oder Zusammenschlüsse (z.B. der Zahnarzt, der sich zur Altersvorsorge ein Mehrfamilienhaus kauft)	Professionelle oder semiprofessionelle Dauerinvestoren, z.B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Versicherungsgesellschaften</li> <li>▪ Pensionsfonds</li> <li>▪ Investmentvermögen, Kapitalverwaltungsgesellschaften</li> <li>▪ Versorgungswerke, Pensionskassen und Zusatzversorgungsanstalten</li> <li>▪ Kreditinstitute</li> <li>▪ Stiftungen</li> <li>▪ Asset-Manager</li> <li>▪ Immobiliengesellschaften</li> <li>▪ Unternehmen</li> <li>▪ Vermögensverwaltungen</li> <li>▪ Family Offices</li> <li>▪ Vermögende Privatpersonen oder Zusammenschlüsse (z.B. als GbR)</li> <li>▪ Projektentwickler, Bauträger</li> <li>▪ Aufteiler</li> </ul>

Typ-1-Investoren verhalten sich hinsichtlich ihrer öffentlichen Erreichbarkeit und Präsenz vielfach anonym und sind daher besser passiv über das Internet erreichbar, während Typ-2-Investoren meist direkt ansprechbar sind.

Kein Verkäufer oder Makler wird von sich behaupten können, einen Großteil der möglichen Typ-1-Investoren zu kennen, während dies für Typ-2-Investoren nach einem aufwändigen Research durchaus auch bundesweit möglich ist.

Hinsichtlich der Typ-2-Investoren möchten wir auch noch erwähnen, dass durch die ausgeprägte Professionalität die Ankaufprozesse meist sehr gut strukturiert, die Finanzierung i.d.R. gesichert und dadurch meist eine zügigere Umsetzung des Verkaufs möglich ist.

Außerdem können Typ-2-Investoren direkt nach deren verfolgter Investitionsstrategie differenziert werden, was eine zielgerichtete Vorselektion und Ansprache ermöglicht.

Im Bereich des Immobilieninvestment unterscheidet man im Wesentlichen folgende nach Risikoklassen gegliederten Investitionsstrategien:

- Core
- Core Plus
- Value Added
- Opportunistic

Die Core-Strategie an einem Ende der Bandbreite birgt das geringste Risiko, aber auch ein vergleichsweise geringes Renditeiveau (z.B. Mehrfamilienhaus in erstklassiger Lage einer Metropoli-stadt, bonitätsstarke Mieter, hoher Vermietungsstand und sehr guter Gebäudezustand).

Die Opportunistic-Strategie hingegen am anderen Ende der Bandbreite weist stark spekulative Züge und dafür vergleichsweise hohe Renditechancen auf (z.B. Mehrfamilienhaus in einer C-Stadt mit signifikantem Leerstand, vergleichsweise geringen Mieterbonitäten und einem hohen Sanierungsbedarf).

Innerhalb der vorgenannten Bandbreite sind die Risikoklassen Core Plus und Value Added anzusiedeln, wobei die Übergänge fließend sind.

Teilweise sind Typ-2-Investoren auch in mehreren oder allen der vorgenannten Investitionsstrategien unterwegs, um ihr Immobilienportfolio risikoseitig zu diversifizieren.

### 3. Investitionsvolumen

Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass „kleinere“ Mehrfamilienhäuser tendenziell eher von Typ-1-Investoren aus dem regionalen Umfeld des Investitionsstandortes nachgefragt werden.

Doch wo liegt die Grenze beim Investitionsvolumen, bis zu der eine Internetvermarktung bzw. ab der eine direkte Investorenansprache die bessere Wahl ist?

Verständlicherweise kann es hierzu keine punktgenaue Aussage geben, da die Übergänge fließend sind. Aber als grober Anhaltspunkt kann von einem Grenzkorridor von ca. 1,5 – 2,0 Mio. EUR ausgegangen werden.

Bei kleineren Investitionsvolumina bis zu diesem Korridor erzielt man somit durch das Internet eine deutlich höhere Grundnachfrage der ohnehin hierfür in Frage kommenden Typ-1-Investoren, während Typ-2-Investoren auch überregional meist größere Investitionsvolumina (Mehrfamilienhäuser, Wohnanlagen oder ganze Portfolios) oberhalb dieses Korridors nachfragen und somit besser direkt und zielgerichtet angesprochen werden sollten.

### 4. Standort

Es ist ein großer Unterschied, ob sich das zum Verkauf stehende Mehrfamilienhaus in einer Metropolregion oder im krassen Gegensatz dazu in einer kleinen ländlichen Gemeinde befindet.

Erfahrungsgemäß lässt das Investitionsinteresse der Typ-2-Investoren in diesem Spektrum mit zunehmender „Ländlichkeit“ sehr deutlich nach, während der ein oder andere Typ-1-Investor aufgrund seiner Verbundenheit zur Region durchaus Interesse haben mag.

Eine genaue Kenntnis der Standortpräferenzen der Typ-2-Investoren ist somit sehr hilfreich.

### 5. Internetvermarktung / Vor- und Nachteile

Das Internet ist ein sehr gutes Instrument, um Typ-1-Investoren für kleinere Mehrfamilienhäuser unterhalb des o.g. Korridors zu erreichen. Die Vorteile liegen klar auf der Hand:

- Mit den einschlägigen Immobilienportalen erzielt man eine gute Reichweite bei aktuell suchenden Typ-1-Investoren.
- Der finanzielle und zeitliche Aufwand ist relativ gering.
- Die Immobilie lässt sich online ansprechend darstellen.

Doch die Kehrseite der Medaille ist die fehlende Diskretion. Um diese zumindest ein wenig zu wahren, bieten sich in den Immobilienportalen folgende Möglichkeiten der Anonymisierung an:

- Keine Nennung der Adresse
- Keine Außenfotos oder nur von der Rückseite

Die nicht ganz zu vermeidende Identifizierbarkeit ist genau der Punkt, warum größere Mehrfamilienhäuser, Wohnanlagen oder Portfolios möglichst nicht über das Internet offeriert werden sollten. Doch was ist dabei das eigentliche Problem?

Neben der Gerüchteküche wecken größere zum Verkauf stehende Immobilien bei manchen „Immobiliendienstleistern“ finanzielle Begehrlichkeiten, werden dann ohne Legitimation des Eigentümers anderweitig angeboten und nicht selten im Markt wahllos gestreut. Für den Eigentümer bedeutet dies einen Kontrollverlust seines Angebotes, da dessen Wege irgendwann nicht mehr nachvollziehbar sind.

Hinzu kommt, dass Typ-2-Investoren gar nicht so sehr auf im Internet angebotene Immobilien setzen und hier auch vielfach gar nicht aktiv suchen, da sie davon ausgehen, dass diese anderweitig nicht verkäuflich waren.

### 6. Direkte Investorenansprache / Vor- und Nachteile

Eigentümer größerer Mehrfamilienhäuser, Wohnanlagen oder Portfolios legen berechtigterweise einen hohen Wert auf Diskretion beim Verkauf.

Der Königsweg ist deshalb hierfür die direkte Investorenansprache. Doch das funktioniert natürlich nur, wenn der Eigentümer oder der beauftragte Makler über die Kontakte zu den potenziellen Typ-2-Investoren verfügt.

Ferner sollte der Verkäufer oder beauftragte Makler mit der Investitionsstrategie der Investoren gut vertraut sein, um wirklich nur die Investoren mit dem Investmentangebot zu versorgen, deren Ankaufsprofil auch tatsächlich passt. Dazu ist eine sorgfältige Vorselektion erforderlich.

Eine kurze telefonische Vorabstimmung macht hier ergänzend in jedem Fall Sinn, so dass das grundsätzliche Interesse im Vorfeld geklärt und Ansprechpartner sowie Ankaufskriterien ggf. noch aktualisiert werden können.

Mit der direkten Investorenansprache ergeben sich folgende Vorteile:

- Optimierung der Marktdurchdringung
- Vermeidung unnötiger Angebotsstreuungen
- Diskretion ohne Internet und sonstige Werbung
- Zügige Verkaufsabwicklung, da die Investoren in einem engen zusammenhängenden Zeitfenster aktiv angesprochen werden können und nicht darauf gewartet werden muss, bis sich jemand meldet.

Unter der Voraussetzung, dass dem Verkäufer oder dem beauftragten Makler die möglichen Typ-2-Investoren bekannt sind, gibt es bis auf den höheren Aufwand für Vorselektion und telefonische Vorabstimmung keine nennenswerten Nachteile. Ansonsten wäre zunächst das aufwändige Research erforderlich, was jedoch den Zeitrahmen des geplanten Verkaufs sprengen würde.

### 7. Fazit / Unsere Empfehlung für Ihren Mehrfamilienhaus-Verkauf

Für den Fall, dass Ihr Mehrfamilienhaus gemäß der Kriterien in Ziff. 3. und 4. eindeutig den Typ-1-Investoren zugeordnet werden kann, ist die Internetvermarktung die Verkaufsstrategie Ihrer Wahl.

Für den Fall, dass Ihr Mehrfamilienhaus (bzw. Wohnanlage, Portfolio) gemäß der Kriterien in Ziff. 3. und 4. eindeutig den Typ-2-Investoren zugeordnet werden kann, ist die direkte Investorenansprache die Verkaufsstrategie Ihrer Wahl.

Doch was ist, wenn Ihr Mehrfamilienhaus für beide Investorentypen passen könnte. In dem Fall empfehlen wir Ihnen ein Zwei-Stufen-Modell:

1. In einer ersten Stufe erfolgt die direkte Ansprache der Typ-2-Investoren. Da diese ja - wie oben vorausgesetzt - bekannt sind, kann dafür ein begrenztes Zeitfenster reserviert werden.

2. Für den Fall, dass die direkte Investorenansprache in dem Zeitfenster nicht zum Ziel führt, wird auf die Internetvermarktung umgeschwenkt.

Von einer gleichzeitigen Durchführung beider Vermarktungsstrategien raten wir jedoch ab, da Typ-2-Investoren geneigt sind, ihr Interesse zurückzuziehen, wenn sie feststellen, dass die Immobilie auch noch parallel im Internet angeboten wird.

Abschließend möchten wir noch erwähnen, dass wir im Rahmen unserer Tätigkeit insbesondere auf die direkte Investorenansprache ausgerichtet sind und die Ankaufprofile hinsichtlich der Investitionsstrategien (Immobilienarten, Standorte, Investitionsvolumina etc.) sehr gut kennen.

Berücksichtigen Sie auch, dass für einen erfolgreichen Verkauf viele weitere Aspekte optimal gestaltet werden müssen.

Weitere Informationen finden Sie unter <https://www.investorenvermittlung.de/mehrfamilienhaus-verkauf/>

Gern verkaufen wir auch Ihr Mehrfamilienhaus professionell, zuverlässig und engagiert. Für Ihren Mehrfamilienhaus-Verkauf wünschen wir Ihnen in jedem Fall viel Erfolg.

Über Ihre Kontaktaufnahme würden wir uns sehr freuen.

Herzliche Grüße

Ihr Harald Schüller (Dipl.-Kaufmann)

