

BERATUNG FÜR DIE WOHNUNGS- UND IMMOBILIENWIRTSCHAFT

Sprechen Sie uns bei folgenden Themen an:

- » Steuerung von Verkaufsprozessen / Strukturierten Verkaufsverfahren
 - » Portfoliomanagement
- » Due Diligence für Erwerber / Verkäufer von Immobilienportfolios und Wohnungsgesellschaften
 - » Beratung / Begleitung bei der Optimierung Ihres Wohnungsportfolios
 - » Wohnungswirtschaftliche Unternehmens- und Strategieberatung

und lassen Sie sich ausführlich beraten.

Unsere Kompetenz basiert auf

- » langjährigen Branchenerfahrungen in der Immobilien- und speziell in der Wohnungswirtschaft
 - » der Kenntnis über die Entscheidungskriterien der Marktteilnehmer
 - » dem Know-how von Investmentbankern
 - » exzellenter Kenntnis des Immobilienmarktes.

Nutzen Sie unsere Expertise.

Gerne stehen wir Ihnen für ein Gespräch zur Verfügung.



Aareal Bank

Aareal Bank AG · Paulinenstraße 15 · 65189 Wiesbaden
Telefon: +49 611 348 2984 · Fax: +49 611 348 2499 · E-Mail: invest@aareal-bank.com
www.aareal-bank.com

Auszug aus dem Kundenmagazin der Aareon AG „indicator“, 1/2005

DER MARKT HAT EIN GUTES GEDÄCHTNIS ...

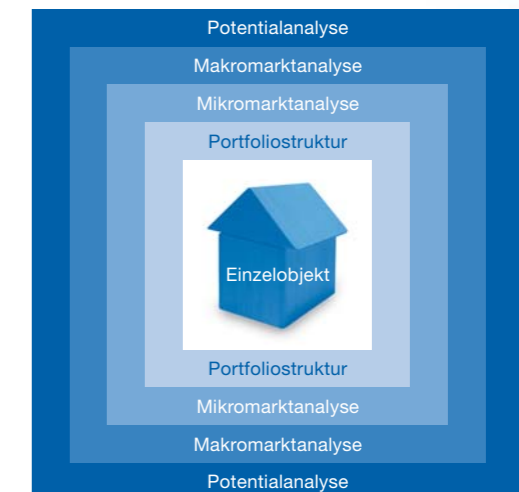
... daher hat man oftmals nur eine Chance Immobilien im Markt (professionell) anzubieten. Ob eine Wohnimmobilie verkauft werden soll, um Liquidität für Modernisierungsleistungen zu beschaffen oder ob im Rahmen des aktiven Portfoliomanagements aus strategischen Gründen eine Immobilie oder ein größeres Wohnungsteilportfolio verkauft werden soll, allen Verkaufsbemühungen ist eines gemeinsam – gelingt es nicht beim ersten Versuch einen adäquaten Käufer zu finden, braucht es in der Regel mehrere Jahre, bis erneut ein Marktauftritt gestartet werden kann.

Um eine Verkaufstransaktion im ersten Durchgang erfolgreich abschließen zu können, müssen heute immer mehr Informationen zielgerichtet aufbereitet werden. Das nicht nur um den gestiegenen Informationsbedürfnissen der Investoren nachzukommen, sondern auch aus reinem Selbstzweck, um sich vor gegebenenfalls auftretenden Haftungsfragen zu schützen. Dabei erkennen Immobilieninvestoren schnell, ob sie einem professionellen Verkäufer gegenüberstehen, der den Wert seiner Wohnimmobilien kennt, oder ob sich eine prächtige Gelegenheit für ein Schnäppchen bietet. Wer das Optimale aus einem Verkauf herausholen will, sollte sich daher im Vorfeld intensiv mit der richtigen Vorgehensweise bei der Vermarktung von Immobilien beschäftigen oder auf eine kompetente Beratung zurückgreifen.

Dabei können – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – folgende Argumente für eine professionelle Unterstützung sprechen:

Schonung der eigenen Ressourcen
Professionelle Aufbereitung der Daten und «
Fakten aus Sicht der Investoren «

- » Rückgriff auf bestehende Investorenkontakte
- » Zielgerichtete Investorenauswahl und -ansprache
- » „Bestmöglicher“ Preis aufgrund der Professionalität
- » Ausführliches Prozess-Reporting
- » Absicherung der Objektivität gegenüber Gremien



© invest@aareal-bank.com

Im Allgemeinen liegen die Kosten für die Inanspruchnahme einer vollständigen Prozessberatung deutlich unter den bekannten Maklersätzen. Professionalität sollte sich von Anfang an durch das gesamte Verkaufsverfahren ziehen. Jedoch werden oft, vor allem bei der Erstellung der Vermarktungsunterlagen (Informationsmemorandum), Fehler gemacht. Informative, ziel- und adressgerichtete Objektinformationen helfen, die identifizierte Käufergruppe optimal zu erreichen und Streuverluste zu vermeiden.



Aareal Bank

Auszug aus dem Kundenmagazin der Aareon AG „indicator“, 1/2005

Die Objektinformationen nehmen, genau wie gegebenenfalls eine im Vorfeld geschaltete Anzeige, eine Filterfunktion wahr, um im weiteren Verfahrensablauf Zeit und Kosten sowohl für den Verkäufer als auch für den Käufer zu sparen.

Unabdingbar ist die Berücksichtigung der spezifischen Besonderheiten der Immobilien, der je nach Teilmarkt mit unterschiedlichen Interessen aufwartenden Investoren oder auch der Verkäufer (z. B. sozialverträglicher Verkauf) im Informationsmemorandum.

Voraussetzung dafür ist, dass die Objektunterlagen als Kommunikationsmedium verstanden werden, deren Ziel es ist, Interesse und Kaufanreize zu wecken. Daher muss es gelingen, die folgende idealtypische Prozesskette zu generieren:

1. Wecken von Aufmerksamkeit über die in den Markt gegebenen Informationen
(Marktauftritt – Attention)

2. Erzeugen von Interesse über den Inhalt der vermittelten Informationen
(Alleinstellungsmerkmal – Interest)

3. Schaffen von Begehrlichkeit über die zielgruppen-gerechte Darstellung
(Abbildung der Investitionskriterien – Desire)

4. Auslösen einer Kaufabsicht
(Kaufvertrag – Action)

Welche Unterlagen man den potenziellen Interessenten zur Verfügung stellt, wird wesentlich vom geschätzten Transaktionsvolumen abhängen. So reicht es bei der Vermarktung einer kleinen Wohnanlage durchaus, sämtliche Informationen zu bündeln und in Form eines vollumfänglichen Informationsmemorandums an die interessierten Erwerber weiterzugeben. Parallel wird für die Käufer-Due Diligence ein Datenraum (digital, virtuell oder körperlich) eingerichtet.



Informationsmemorandum

Stehen jedoch mehr als 1.000 Wohnungseinheiten zur Disposition, so bietet es sich an, zunächst über einen Teaser (Kurzinformation) die wesentlichen Eigenschaften des Portfolios zu kommunizieren und erst bei bestätigtem Interesse der möglichen Erwerber ein separates Informationsmemorandum weiterzugeben und einen Datenraum einzurichten.

Wichtig ist es, Glaubwürdigkeit zu erzeugen, damit Vertrauen geschaffen wird, was wiederum eindeutig hilft, mögliche Preisabschläge aufgrund von Unsicherheit zu verhindern.

Zu den Mindestanforderungen der Objektinformationen zählen dabei folgende Informationen:

- » Klassische Objektinformationen
- » Ergänzt um spezifische Investitionskriterien der potenziellen Käufergruppe (differenziert bspw. nach Bestandshalter oder „Aufteiler“)
- » Aussagefähige Fotos sowie Kartenmaterial
- » Mikro-, Makromarktanalyse
- » Detaillierte Immobilienmarktanalyse
- » Potenzialbeschreibung der Liegenschaften

Auszug aus dem Kundenmagazin der Aareon AG „indicator“, 1/2005

In den aufbereiteten Unterlagen muss das Potenzial der Objekte herausgearbeitet und so strukturiert und formuliert werden, dass die Liegenschaften mit ihren Alleinstellungsmerkmalen beschrieben werden und dem Investor prägnant in Erinnerung bleiben (Unique Selling Proposition).

Decken sich die vorgestellten Objekt- und Marktmerkmale mit dem Investitionsprofil der identifizierten

Investorengruppe, wird bei dieser der Wunsch nach einem Besichtigungstermin entstehen. Wenn jetzt das über das Informationsmemorandum gezeichnete Bild mit der Wirklichkeit bei der Objektbesichtigung in Einklang steht, ist man einen großen Schritt zum erfolgreichen Abschluss des Vermarktungsprozesses näher gekommen.

Gerne stehen wir für weitere Auskünfte zur Verfügung.

Die Autoren:

Manfred Over
Dipl.-Kaufmann
Dipl.-Immobilienwirt (DIA)



Aareal Bank AG · Paulinenstraße 15 · 65189 Wiesbaden
Telefon: +49 611 348 2984 · Fax: +49 611 348 2499
E-Mail: manfred.over@aareal-bank.com



Katja Hennig
Dipl.-Betriebswirt (BA)
Immobilienökonom (ebs)

Aareal Bank AG · Paulinenstraße 15 · 65189 Wiesbaden
Telefon: +49 611 348 2983 · Fax: +49 611 348 2499
E-Mail: katja.hennig@aareal-bank.com

