

Aareal Immobilienvermarktung heute –
Ein komplexer Prozess, der Professionalität erfordert



Aareal Bank

Ablaufphasen ...und was Sie währenddessen beachten sollten:

Initiierungsphase

Verkaufsüberlegung

- **Verkaufsgründe** Präzisieren Sie Ihre Verkaufsgründe und formulieren Sie diese aus.
- **Zieldefinition** Leiten Sie aus den Verkaufsgründen Ziele ab, die Sie mit dem Verkauf erreichen wollen.
- **Objektauswahl** Treffen Sie eine erste Grundauswahl der zu verkaufenden Objekte, sofern Sie Alternativen haben.
- **Marktpreisindikation** Nehmen Sie eine erste Bewertung der identifizierten Verkaufsobjekte vor, berücksichtigen Sie dabei Ihre Verkaufschancen unter den aktuellen Marktbedingungen und stellen Sie diese Größen zu anderen internen Werten ins Verhältnis (z. B. Buchwerte, Beleihungswerte).
- **Unternehmensstrategie** Überprüfen Sie den Einklang Ihrer Verkaufsentscheidung mit der Unternehmensstrategie, den Ergebnissen des Portfoliomanagements sowie der prognostizierten Marktentwicklung am Standort.
- **Rahmenbedingungen** Diskutieren Sie mögliche Rahmenbedingungen (Sozialcharta etc.) des Verkaufs und berücksichtigen Sie dabei die Interessen möglicher Stakeholder.
- **Gremienzustimmung** Präsentieren Sie Ihren Gremien und treffen Sie eine grundsätzliche Verkaufsentscheidung.

Objektidentifikation

Sofern nicht bereits feststehend, wählen Sie anhand eines Kriterienkatalogs die final zu vermarktenden Liegenschaften aus. Daran anschließend sind die Objekte für den Verkauf vorzubereiten:

- Intensive Begehung aus Erwerbersicht
- Behebung kleinerer baulicher Mängel
- Beseitigung von Graffiti, Sperrgut etc.

Strategieentwicklung

Unter Berücksichtigung des Zielsystems sowie der festgelegten Rahmenbedingungen entwickeln Sie eine objektspezifische Vermarktungsstrategie, in der z. B. folgende Themen Berücksichtigung finden:

- Mieterprivatisierung, Blockverkauf
- Private/Public Placement
- Chancen-/Risiko-Profil der Objekte
- Objektspezifischer Investorenkreis
- Abgestimmter Marketingmix
- Situation auf dem Immobilienmarkt
- Zeitplan

Vendor Due Diligence

Tragen Sie alle verkaufsrelevanten Bestandsinformationen zusammen und betrachten Sie Ihr Verkaufsportfolio aus Erwerbersicht. Das heißt:

- Analysieren Sie den Markt und den jeweiligen Standort, beziehen Sie dabei besonders den Immobilienmarkt sowie ggf. Konkurrenz mit ein.
- Nehmen Sie eine Marktwerteinschätzung auf Basis der gewonnenen Informationen vor, um Ihre überschlägige Preisvorstellung zu verfestigen.

Datenraum

- Aus der gewonnenen Datenbasis generieren Sie einen Datenraum (virtuell und/oder physisch) mit sämtlichen für einen Investor relevanten Informationen. Diese Daten können Bestandteil des Kaufvertrags werden und sind später dem Käufer zu übergeben.

Vermarktungsunterlagen

- Als Informationsträger ist eine für potenzielle Investoren aussagefähige Objektinformation zu erstellen. Je nach gewählter Vermarktungsstrategie benötigen Sie zudem ein Pre-Information-Paper als Erstinformation.
- Detaillierte Informationen über die Verkaufsobjekte werden auf einer CD-ROM gespeichert, je nach Größe des Portfolios kann es sinnvoll sein, für die Transaktion eine eigene Website einzurichten.
- Haben Sie sich für ein Public Placement entschieden, muss eine professionelle Anzeige formuliert werden.

Investoren

- Den Grundstock Ihrer Investorenliste bilden Ihnen bekannte Adressen. Sind Sie bereits von professionellen Marktteilnehmern auf Verkaufsbestände angesprochen worden, gehören seriöse Interessenten in der Regel auch auf Ihre Kontaktliste. Allerdings ist ein zusätzliches objektspezifisches Research nach weiteren Interessenten unverzichtbar.
- Den größten Erfolg verspricht es, Investoren persönlich anzusprechen.
- Wichtig im Umgang mit Investoren ist, dass Sie ein Vertrauensverhältnis zu Ihren möglichen Käufern aufbauen, um Ihrem Gegenüber das Gefühl für ein gutes Investment zu geben. Seien Sie gut vorbereitet, sodass keine Frage offenbleibt, die im ungünstigsten Fall zu Preisabschlägen durch den Erwerber führen kann.
- Informieren Sie die potenziellen Investoren frühzeitig über den Verfahrensablauf, Strukturvorgaben und einen möglichen Zeitplan. So haben alle Seiten ausreichend Zeit, Ihre Ressourcen effizient zu planen. Geben Sie sensible Daten nur gegen Unterzeichnung einer Vertraulichkeitserklärung weiter.
- Um spätere Unannehmlichkeiten zu vermeiden, sollten Sie genauestens darauf achten, dass Sie alle Investoren gleich behandeln und zeitgleich mit denselben Informationen versorgen. Relevante Fragen Einzelner und im Verlauf des Verfahrens auftretende Sachverhalte müssen allen Investoren gegenüber beantwortet werden, um Informationsasymmetrien, die sich wiederum auf die Vergleichbarkeit der Angebote auswirken können, auszuschließen.
- Überlassen Sie Objektbesichtigungen nicht dem Zufall, sondern bereiten Sie diese sorgfältig vor, um unliebsame Überraschungen zu vermeiden.

Verhandlung

- Führen Sie Verhandlungen nur mit den vielversprechendsten Interessenten. Achten Sie jedoch bei deren Auswahl nicht nur auf den Ihnen gebotenen Preis und die akzeptierten Rahmenbedingungen, sondern auch auf die notwendige Bonität, Seriosität und Finanzkraft der Käufer.
- Zur Gebotsauswertung bietet sich ein Scoring der vorliegenden Angebote an, um die Vergleichbarkeit untereinander herzustellen und ein Ranking vornehmen zu können.
- Bedenken Sie immer, dass Vertragsverhandlungen erst mit der Unterschrift vor dem beurkundenden Notar ein hoffentlich für alle Seiten erfolgreiches Ende finden. Seien Sie daher bei vorhergehenden Versprechungen und Zusagen vorsichtig.

Closing / Nachbearbeitung

Tipps

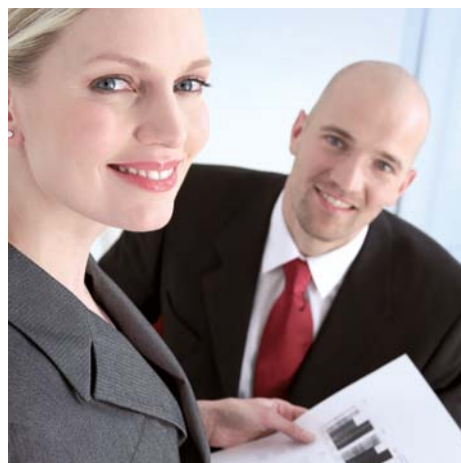
Koordination/Steuerung

- Es ist ratsam, für das gesamte Verfahren einen zentralen Ansprechpartner zu benennen, der letztendlich auch für die Steuerung und Koordination zwischen Investoren, Rechtsanwälten, Notaren, Gutachtern, öffentlichen Stellen, eigenen Gremien und sonstigen möglichen Verfahrensbeteiligten verantwortlich ist, um Informations- und Reibungsverluste so gering wie möglich zu halten.
- Es zeigt sich, dass es sinnvoll ist, sich an eine bestimmte Verfahrensstruktur zu halten, um den Verkauf unter Zeit- und Kostenaspekten für alle Seiten effizient und erfolgreich abzuschließen.

Koordination/Steuerung

- Haben Sie während des gesamten Prozesses ein wachsames Auge auf Stakeholder (Mieter, Politik, Presse, Gremien etc.), um auch hier mögliche Reaktionen zu antizipieren. Seien Sie daher auch auf der Kommunikationsebene, intern wie extern, vorbereitet.
- Dokumentieren Sie daher die jeweiligen Verfahrensschritte sorgfältig und zeitnah. Machen Sie diese transparent und nachvollziehbar. So können Sie für ein einwandfreies Verfahren sorgen.

Warum sollte man bei der Vermarktung von Immobilien einen Berater einschalten?



Um

- mit **professioneller Beratung professionellen Investoren** gegenüberzutreten;
- nicht vorhandenes **Know-how** zu ergänzen;
- **Zeit, Kapazitäten und Kosten** zu sparen;
- **Marktinformationen** zu beschaffen;
- bestehende **Kontakte** zu nutzen;
- **Erfahrung** einzukaufen;
- eine **Marktpreisindikation** zu erhalten;
- ein **Full Service-Angebot** zu erhalten, statt sich mit einem Fulltime-Job zu belasten.

Kurz: Um **keine** teuren **Fehler** zu machen, denn eine Immobilie kann man nur einmal verkaufen!

Warum sollten Sie sich von der Aareal Bank Gruppe beraten lassen?

Weil wir

- den Immobilienmarkt aus **verschiedenen Blickwinkeln** kennen;
- über **interdisziplinäres Markt-Know-how** verfügen:
 - Volks- und Betriebswirte (Finanzexperten, Analysten etc.)
 - Immobilienfachleute
 - Architekten
 - Bauingenieure
 - Juristen
- über ein breites **Netzwerk an Kontakten** verfügen;
- dank unserer **Organisationsstruktur** ganz einfach leistungsfähig sind;
- **beraten** und nicht nur vermitteln;
- **exklusiv** für Sie arbeiten und nicht auch für die Käuferseite;
- mit unserer Beratung schon bei der **Auswahl** der Objekte unter Berücksichtigung Ihres Portfoliomanagements anfangen können und gegebenenfalls nach Alternativen suchen;
- uns mit der **Vermarktungsstrategie** an Ihren Bedürfnissen und Objekten ausrichten;
- mit Ihnen über den optimalen **Verkaufszeitpunkt** sprechen;
- einen **Stakeholder-Ansatz** verfolgen, der auch die Interessen von Mietern, Politik, Presse usw. berücksichtigt;
- eine **objektspezifische Investorenauswahl** unter unseren nationalen wie internationalen Kontakten vornehmen;
- **Bonitäten** prüfen;
- vermarktungsrelevante **Informationen** sammeln, sachgerecht aufbereiten, auswerten und präsentieren (Markt- / Standortanalysen, Potenzialbeschreibung etc.);
- gut **vorbereiten** können (Vendor Due Diligence, Datenraum, Objektbesichtigungen etc.);
- auch Ihre Investoren **betreuen** (Informationsbereitstellung, Objektbesichtigung, Erreichbarkeit, Single Person Contact, etc.);
- Sie über den **Vertragsabschluss** hinaus begleiten;
- eine ausführliche **Projektdokumentation** vornehmen, um Transparenz zu schaffen;
- **serviceorientiert** sind und Ihnen so viel wie möglich abnehmen, um **Freiräume** zu schaffen;
- **erfolgsorientiert** arbeiten und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis bieten;
- über eine hohe **Akzeptanz** am Markt verfügen;
- **persönlich** für Sie da sind;
- **Glaubwürdigkeit, Objektivität, Unabhängigkeit, Vertrauen und Seriosität** sichern.

Ausgewählte Leistungen und Expertisen der Aareal Bank Gruppe

Real Estate M&A
Bewertung Property Management
Asset Management
Strategieberatung **Privatisierung**
Markt- und Standortanalysen
Due Diligence



Ihr Ansprechpartner



Manfred Over

Diplom-Kaufmann / Diplom-Immobilienwirt (DIA)
First Vice President

Aareal Bank AG · Paulinenstraße 15 · 65189 Wiesbaden
Telefon: +49 611 348 2984 · Fax: +49 611 348 7 2984
Mobil: +49 171 866 7048 · E-Mail: manfred.over@aareal-bank.com
www.aareal-bank.com



Aareal Bank