

# Tipps & Tricks zur erfolgreichen Immobilienvermarktung

# WANTED

**Sie suchen einen Käufer oder  
Mieter für Ihre Immobilie?!**

**Wie Sie Ihre Immobilie noch  
schneller verkaufen oder vermieten.**

Christian Esch

# **Tipps & Tricks zur erfolgreichen Immobilienvermarktung**

2. Auflage  
© Christian Esch

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung des Autors unzulässig und strafbar. Das gilt im Besonderen für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Es ist deshalb nicht gestattet, Abbildungen und Texte zu verändern oder zu manipulieren. Auch die Weitergabe an Dritte ist ohne Zustimmung des Autors nicht erlaubt.

Hinweis an die Leser:

Alle Beispiele, Informationen, Anregungen und Tipps basieren auf den Erkenntnissen sowie der Gesetzeslage zum Zeitpunkt der Drucklegung und wurden mit der größtmöglichen Sorgfalt zusammengestellt. Dabei wurde darauf geachtet, dass die gewählten Beispiele allgemein übertragbar sind. Trotz aller Sorgfalt sind Fehler jedoch nicht ganz auszuschließen. Weil sich in Einzelfällen und durch Änderungen von Gesetzen und Vorschriften eventuell andere Umstände ergeben können, ist jedoch eine Haftung vom Autor für Vermögensschäden aus der Anwendung der hier erteilten Ratschläge ausgeschlossen. Auch kann der Autor weder eine Garantie noch irgendeine Haftung für Personen-, Sach- oder Vermögensschäden, die auf fehlerhafte Angaben in diesem Buch zurückzuführen sind, übernehmen.

Die UrheberInnen, der in diesem Report enthaltenen Sprüche, Zitate und Aphorismen sind genannt. Fehlen sie, dann waren sie nicht eindeutig feststellbar. Das gilt auch für Spruchweisheiten aus dem Volksmund und für Neuformulierungen alter oder zu langer Sprüche.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des Autors.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis.....</b>	<b>I</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>II</b>
<b>0 Vorwort.....</b>	<b>1</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>2</b>
<b>2 Lernen Sie Ihre Zielgruppe kennen.....</b>	<b>5</b>
<b>3 Wo sollte die Immobilie vermarktet werden?.....</b>	<b>7</b>
<b>3.1 Zeitung.....</b>	<b>7</b>
3.1.1 Wann sollte in der Zeitung inseriert werden?.....	7
3.1.2 In welcher Zeitung ist ein Inserat am sinnvollsten?.....	8
3.1.3 Wie formuliere ich die Anzeige?.....	8
3.1.4 Macht eine Chiffre-Anzeige Sinn?.....	10
3.1.5 Wie teuer sind Zeitungsanzeigen?.....	10
<b>3.2 Internet.....</b>	<b>10</b>
3.2.1 Wann sollte im Internet inseriert werden?.....	10
3.2.2 In welchem Portal ist eine Anzeige am sinnvollsten?.....	12
3.2.3 Wie formuliere ich die Anzeige?.....	17
3.2.3.1 Die Überschrift.....	17
3.2.3.2 Die Objektbeschreibung.....	19
3.2.4 Die Bilder.....	21
3.2.5 Grundrisse – Die Kraft der Vorstellung.....	22
3.2.6 Wie teuer sind Anzeigen auf Immobilienportalen?.....	23
<b>4 Fazit.....</b>	<b>24</b>

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Die Marketing-Bedeutung von Bildern.....	3
Abbildung 2: Die Marktanteile der Immobilienportale.....	13
Abbildung 3: Eigentumswohnungen in Köln.....	14
Abbildung 4: Grundriss-Aufbereitung.....	23

## 0 Vorwort

Gut 2 Jahre gibt es Immoticket24.de mittlerweile, Anlass für uns die Version unseres E-Book mal auf den neuesten Stand up zu daten. Geändert haben sich vor allen Dingen, wie von uns in der ersten Auflage des E-Books bereits vorhergesagt, die Preise bei den Immobilienportalen. So haben nahezu alle nennswerten Portale Ihre Preise merklich erhöht. (mehr hierzu finden Sie unter Punkt 3.2.6).

Doch nicht nur unser E-Book haben wir aktualisiert. Auch bei Immoticket24.de hat sich allgemein sehr viel getan. Wir arbeiten an allen Fronten, damit wir Ihnen weiterhin den bestmöglichen Service bieten können. So wird in Kürze unsere neue Website online gehen. Diesbezüglich haben wir uns ganz neu aufgestellt. Unser neues Logo auf der ersten Seite dieses E-Books macht schon mal einen kleinen Vorgeschmack, auf das was Sie in Kürze erwartet.

Darüber hinaus haben wir uns dem allgemeinen „Social Media“-Trend angeschlossen und verfügen mittlerweile über einen Facebook und einen Twitter-Account. Dies bedeutet für Sie, dass Sie uns auf beiden Kanälen folgen können und stets über wichtige aktuelle Neuigkeiten aus der Welt der Immobilien- und Internetvermarktung informiert werden. Klicken Sie hierzu einfach auf den „Gefällt mir“-Button unter [www.facebook.com/Immoticket24.de](http://www.facebook.com/Immoticket24.de) oder werden Sie unser Follower bei Twitter.

Über Feedbacks Ihrerseits bezüglich dieses E-Books auf unserer Facebook-Seite oder einfach nur einen Gruß auf unserer dortigen Pinnwand würden wir uns sehr freuen. Denn nach wie vor ist es unsere oberste Prämisse, Ihnen mit Rat und Tat zur Seite zu stehen und für Jedermann ein Unternehmen „zum Anfassen“ zu sein.

Ansonsten wünsche ich Ihnen auf jeden Fall schon einmal viel Spaß beim Lesen und Umsetzen der Ratschläge und das Sie in möglichst kurzer Zeit den gesuchten „optimalen“ Mieter oder Käufer für Ihre Immobilie finden.

# 1 Einleitung

*„Regel eins lautet: Nie Geld verlieren.*

*Regel zwei lautet: Vergesse nie die Regel Nummer eins.“*

**Warren Buffett, US-amerikanischer Großinvestor und Unternehmer**

Ist Ihnen folgendes Szenario bekannt: Sie möchten sich von einer Immobilie trennen und diese möglichst so teuer wie nur irgendwie möglich verkaufen. Doch wo fangen Sie an? Wie schaffen Sie es, die Immobilie genau so zu inszenieren, dass Sie auf den Liebhaber stoßen, der bereit ist, Ihnen den Preis zu zahlen, den Sie für Ihr Objekt haben möchten? Sollten Sie in der Zeitung inserieren? Oder vielleicht doch im Internet? Was sollten Sie schreiben? Auf welchen Inhalt kommt es an?

Dies sind alles Punkte, die bei Nicht-Beachten Ihnen teuer zu stehen kommen können, wodurch sie schnell schon mal mehrere 10.000,- € (!) weniger für Ihre Immobilie bekommen können, als diese eigentlich wert ist. Nun ist es aber auch so, dass man eine Haus oder eine Wohnung nicht alle Tage verkauft und dies nicht mal gerade so macht, wie bei einem alten Auto. Bei einem Auto kann man es sich auch einmal leisten, schnell zu verkaufen, ohne lange auf jemanden zu warten, der einen Liebhaber-Wert bezahlt.






Oder ganz einfach aus dem Grund, weil man es genervt ist, zu inserieren, zu besichtigen oder zu verhandeln. Der Verlust wird sich bei einem Gebrauchtwagen im Vergleich zu dem Ergebnis, das man hätte erzielen können, wenn man es auf die „perfekte“ Art gemacht hätte, immer in Grenzen halten. Bei einer Immobilie sieht das ganz anders aus. Dort stecken Werte drin, die weitaus höher sind, als dies bei einem Gebrauchtwagen der Fall ist.

Daher ist es von immenser Bedeutung, auf alle wesentlichen Aspekte zu achten, ansonsten ist es schnell passiert, dass man aus einer Unachtsamkeit heraus viel Geld verschenkt. Nur mal ein Beispiel: Auch heute sehe ich es noch

vielfach, dass beim Marktführer der Immobilienportale im Internet Immobilienscout24 einige Immobilien ohne Bilder beworben werden. In diesem Fall ist ein Verkauf reine „Glückssache“, denn vergleichen Sie es doch einmal mit Ihren eigenen Angewohnheiten:

Fast jeder von Ihnen war bestimmt schon einmal auf der Website von ebay, um sich nach Produkten zu erkundigen. Wenn Sie dort jetzt beispielsweise ein Polo-Hemd der Marke „Ralph Lauren“ suchen, bekommen Sie nach der Eingabe im Suchfeld mehrere Tausend Artikel angezeigt. Nehmen wir nur mal die erste Ergebnisseite.

**Abbildung 1: Die Marketing-Bedeutung von Bildern**

			Preis	Versand nach DEU	Restzeit
<b>Top-Angebote</b>					
	Polo by Ralph Lauren <i>Sobri! Kaufen</i>		EUR 39,90	Kostenlos	18T 13Std 16Min
Erhöhen Sie Ihre Verkaufschancen! Informieren Sie sich, wie Sie für Ihre Artikel werben können.					
	Original Ralph Lauren Polo Big Pony XXL Langarm	8 Gebote	EUR 35,50	Kostenlos	2Std 11Min
	Polo Ralph Lauren Polo hemd hellblau Gr. M	6 Gebote	EUR 15,50	+EUR 3,90	10Min
	Ralph Lauren Polo Parfum Duschgel 200 ml Neu-Rarität!	0 Gebote	EUR 18,99	Kostenlos	9Std 55Min
	* Polo Ralph Lauren * Poloshirt rosa-weiß gestreift süß	6 Gebote	EUR 11,49	+EUR 1,65	31Min

Quelle: <http://www.ebay.de>

Welche von den Artikeln klicken Sie wohl an? Mit höchster Wahrscheinlichkeit wohl diejenigen, die bereits auf der Suchseite mit Bild angezeigt werden. Sie selektieren bereits auf dieser Seite, welches Polo-Hemd Ihren Vorstellungen



entspricht und welches nicht. Dabei scheiden Artikel, die ohne Bild angezeigt werden, bereits grundsätzlich aus. Ganz einfach aus dem Grund, da wir in Zeiten zunehmender Informationsüberflutung überhaupt keine Lust mehr dazu haben, die Zeit aufzubringen, uns über einen Artikel zu erkundigen, bei dem wir nicht einmal wissen, wie er überhaupt aussieht.

Daher können Sie es jetzt bestimmt auch gut nachvollziehen, wie sich Immobilien-Interessenten verhalten, die beispielsweise in Köln eine Wohnung suchen und als Ergebnis einen Bestand von rund 1000 angebotenen Objekten angezeigt bekommen. Bei welchen Wohnungen werden sich die Suchenden wohl nähere Informationen einholen? Genau, über die mit ansprechenden Bildern. Daher haben attraktive Bilder höchste Priorität.

Doch es gibt noch vieles mehr, worauf Sie achten sollten, wenn Sie Ihr Haus oder Ihre Wohnung verkaufen oder vermieten wollen. Bedenken Sie immer, dass das Angebot deutlich größer ist als die Nachfrage, von daher ist es wichtig, dass Sie sich von anderen Angeboten auf positive Art differenzieren. Gerade in Zeiten der Bankenkrise wird die Immobilie als Anlagegut wieder zunehmend interessanter.

Das spielt Ihnen als Verkäufer in die Karten, denn das heißt, dass die Nachfrage nach Immobilien wieder steigt. Dies wird sich auch im Preis bemerkbar machen, sofern Sie diesen Leitfaden befolgen. Ich möchte Ihnen in diesem E-Book verdeutlichen, worauf Sie beim Verkauf oder der Vermietung Ihrer Immobilie achten sollten.

Wichtig ist nur, dass Sie im Vorfeld wissen, was Sie zu machen haben, um an möglichst viele Interessenten heran zu kommen. Die dafür nötigen Marketing-Instrumente gebe ich Ihnen hier an die Hand. Ich rate Ihnen beim Erstellen Ihrer Anzeige, noch einmal den einen oder anderen Blick in dieses Skript zu werfen, denn bekanntlich hält doppelt genäht besser. Von daher wollen wir gleich loslegen und nicht Ihre wertvolle Zeit vergeuden.

## **2 Lernen Sie Ihre Zielgruppe kennen**

Nach wie vor zählt das Eigenheim zu den größten Wünschen der deutschen Bevölkerung. Zu diesem Ergebnis gelangte eine im Jahr 2008 durchgeführte Studie des Marktforschungsinstitutes TNS Infratest. Dabei gehörte für rund 80 Prozent der hiesigen Bevölkerung ein eigenes Haus oder eine eigene Wohnung zu einer idealen Altersvorsorge.

Interessant ist vor allem die Tatsache, dass der Anteil des Erwerbs von Neubau-Immobilien im Vergleich zum Bestandsimmobilien-Erwerb rückläufig ist. Sinkende Kaufkraft bei gleich bleibenden Einkommen, ein steigendes Baupreisniveau sowie der Wegfall der Eigenheimzulage sind mit Sicherheit die negativsten Indikatoren, die zu diesem Umstand führten. Gerade aus diesen Gründen ist es somit für Käufer deutlich interessanter eine Bestandsimmobilie zu kaufen als einen Neubau in Angriff zu nehmen.

Besonders bitter für diejenigen, die einen Neubau gewagt haben: In den seltensten Fällen kann beim Verkauf mit einem ähnlichen Preis gerechnet werden, wie dieser an Kosten verursachte. Gerade in ländlichen Gefilden ist es so, dass ab dem Tag der Fertigstellung eines Neubaus, dieser bereits deutlich weniger Wert ist, als dieser gekostet hat. Dabei sind nicht nur die hohen Baukosten ein Grund hierfür, sondern auch die momentane „Landflucht“ der Bevölkerung, die es aktuell vorzieht in den Ballungsgebieten ihr Nest auf zu schlagen.

Das Ballungsgebiet teilt sich mit 35 Prozent die Spitzenposition gemeinsam mit den Kernregionen in der Kategorie „Wo haben Sie Ihre Immobilie gekauft?“. Beliebteste Immobilie ist das freistehende Einfamilienhaus, welches von rund 40 Prozent der Käufer bevorzugt wurde. Somit kann man sagen, dass bei vielen Erwerbern ein eigener Garten und ein abgeschiedenes Wohnen oberste Priorität genießen. Das Durchschnittsalter der Immobilienerwerber lag bei 40 Jahren.

Durchschnittliche Ersterwerber liegen mit 38 Jahren nur knapp darunter. Umsteiger, die bereits eine Immobilie besaßen, sich aber etwas Moderneres zule-

gen möchten sind im Durchschnitt 48 Jahre alt. Bei Gebrauchtimmobilen waren die Erwerber durchschnittlich 41 Jahre alt, Neubauerwerber lagen im Schnitt bei 40 Jahren. Dadurch sind Kinder häufig zum Zeitpunkt des Einzugs im fortgeschrittenen Schulalter. Für Sie ist dabei vor allem folgendes von enormer Bedeutung: Das Hauptmotiv für den Kauf war dabei für zwei Drittel der Erwerber emotionaler Natur und zwar der Wunsch nach einem Eigenheim. Zweitwichtigster emotionaler Kaufgrund ist der Aufbau einer Altersvorsorge.

Dies ist zwar alles nur bloße Statistik. Im Sinne eines zielgerichteten Controlling lassen sich hieraus jedoch für Ihre Immobilienanzeige hervorragende Erkenntnisse gewinnen. **So sollte Ihre Anzeige den Interessenten hauptsächlich emotional ansprechen.** Daher sollten Sie es unter allen Umständen unterlassen, Ihre Anzeige mit Informationen zu überfluten. Schreiben Sie nur das wichtigste in gebündelter Form in Ihre Anzeige und versuchen Sie diese **so emotional wie möglich** zu gestalten.

**Denken Sie daran:** Wichtigster Kaufgrund war der Wunsch nach den eigenen vier Wänden, zweitwichtigster Erwerbsgrund der Aufbau einer Altersvorsorge. Diese Erkenntnisse sollten Sie auf alle Fälle in Ihre Anzeige einfließen lassen. Formulieren Sie emotionale Überschrift und Sätze, die dieses Bedürfnis beim Interessenten wecken und schon haben sich Ihre Kontaktmöglichkeiten um ein vielfaches gesteigert.

Zur Vervollständigung des Erwerber-Steckbriefes noch folgende Kennzahlen: Das monatliche Haushaltsnettoeinkommen der Immobilienerwerber lag bei 3.460 €. Während Ersterwerber 3.293 € zur Verfügung hatten, lag das durchschnittliche Einkommen der Umsteiger bei 4.064 €. Erwerber von Neubau-Immobilien hatten durchschnittlich 3.515 €, Käufer von Gebrauchtimmobilen durchschnittlich 3.418 € zur Verfügung.

In den Vorgängerstudien lag das Durchschnitts-Einkommen noch bei 2.910 €. Grund für die deutliche Verschlechterung ist der Wegfall der Eigenheimzulage, was die Bedingungen zum Eigentumserwerb deutlich verschlechterte.

### **3 Wo sollte die Immobilie vermarktet werden?**

#### **3.1 Zeitung**

##### **3.1.1 Wann sollte in der Zeitung inseriert werden?**

In der Zeitung zu inserieren macht Sinn bei Mietobjekten, die eher die ältere Generation ansprechen oder die sich in eher ländlichen Gefilden befinden. Es gibt viele Menschen, die mit dem Internet immer noch nicht viel anzustellen wissen, geschweige denn große Immobilienportale kennen, wo man nach einer passgenauen Immobilie Ausschau halten kann. Diese Menschen gehen nach wie vor den traditionellen Weg über Zeitungsinserate.

Vor allem, die immer mehr in Mode kommenden Wohnungen in Seniorenresidenzen sollten in Zeitungen beworben werden. Die Nachfrage übers Internet ist bei solchen Objekten eher gering. Allerdings habe ich auch schon die Erfahrung gemacht, dass beispielsweise ein Enkel für seine Großmutter eine Wohnung in einer Seniorenresidenz suchte. Nachdem dieser eine passgenaue Wohnung im Internet fand (die zufällig von mir angeboten wurde) gab der Enkel meine Kontaktdaten der Großmutter weiter.

Diese meldete sich dann bei mir und erkundigte sich nach der Wohnung (kaufte Sie aber leider nicht). Auch bei Bauernhöfen macht es durchaus Sinn, diese in der Zeitung zu bewerben. Zwar ist die Zahl der Landwirte und Viehbauern in den vergangenen Jahren rapide gesunken, gleichzeitig vergrößerten sich aber die Betriebe derjenigen Bauern die übrig blieben und diesem Beruf weiter nachgehen.

Den zunehmenden Flächenbedarf mieten oder kaufen sich diese dann von den ehemaligen Bauern. Diese gehen dabei eher den klassischen Weg und erfahren von einem angebotenen Verkauf oder einer Vermietung eher aus Anzeigen in der lokalen Presse oder über Mund-zu-Mund-Propaganda.

### **3.1.2 In welcher Zeitung ist ein Inserat am sinnvollsten?**

Anzeigen in den kostenlosen wöchentlichen Anzeigenblättchen machen meiner Meinung nach am meisten Sinn. Ganz einfach aus dem Grund, dass der Mensch von Natur aus bequem ist. Sofern er also nicht ein Abonnent der regionalen Tageszeitung ist, wird der Weg des Interessenten eher dazu führen, dass er sich im kostenlosen regionalen Wochenblättchen erkundigt. Dieses bekommt er bequem jede Woche in den Briefkasten geworfen und noch dazu ohne einen Cent zu bezahlen.

Ein Nicht-Abonnent einer regionalen Tageszeitung muss wesentlich mehr Wertschöpfungsprozesse durchlaufen, eher er auf die Anzeigen stößt. So muss er erstmal in ein Geschäft gehen, dort die Zeitung kaufen, wieder zurückgehen und dann aus einer enormen Vielzahl an Anzeigen die passenden herausfiltern. Dagegen ist in den wöchentlichen Anzeigenblättern das Angebot nicht so groß, da es regional begrenzter ist, wodurch sich die Suche hier für Interessenten wesentlich angenehmer gestaltet.

Zwar umfasst die Zeitung ein wesentlich größeres Einzugsgebiet als der lokale Ortsanzeiger, jedoch kann man dann auch gleich seine Anzeige im Internet platzieren, wenn man an einem möglichst großen Einzugsbereich interessiert ist.

### **3.1.3 Wie formuliere ich die Anzeige am besten?**

Hierbei handelt es sich um ein großes Problem von Zeitungsanzeigen im Vergleich zur Veröffentlichung auf Immobilienportalen im Internet, denn der Platz ist begrenzt oder anders gesagt: Je größer die Anzeige, umso größer die Kosten. Und damit die Kosten nicht ins Unermessliche steigen, sollte die Formulie-

rung möglichst effektiv gewählt werden, das heißt so kurz wie möglich und gleichzeitig mit so vielen Informationen wie nur möglich.

Wichtig ist auch ein kurzer Aufhänger, der beim Interessent einen Bedarf weckt (dazu wird unter Punkt 3.2.3 noch ausführlicher eingegangen). Pflichtangaben sollten mindestens die Objektart (Einfamilienhaus, Eigentumswohnung, Mehrfamilienhaus, etc.), die Wohnfläche, die Grundstücksgröße (bei Häusern), die Zimmeraufteilung (z. B. 3ZKDB für 3 Zimmer, Küche, Diele, Bad) und der Preis sein. Auch die Angaben der Befeuerungsart (Gas, Öl, etc.) sowie hinsichtlich Garage, Balkon, Terrasse, Stellplatz, Garten oder Energiepass sind wichtig.

Darüber hinaus ist natürlich Ihre Telefonnummer ganz wichtig. Optimal ist es, wenn man nur eine Telefonnummer angibt, also nicht Festnetz und Handy, sondern nur Handy. So banal es klingen mag, aber glauben Sie mir, je mehr Telefonnummern sie angeben umso mehr überfordern Sie den Interessenten. Denn dadurch hat dieser wieder einen Entscheidungsprozess mehr. Also, bitte nur eine Telefonnummer angeben.

So könnte beispielsweise eine Anzeige für eine Eigentumswohnung aussehen:

**Zahlen Sie etwa noch Miete?! Wir haben die Lösung: Herrliche ETW in Düsseldorf-Düsseltal mit 3 ZKDB, Wfl: 93 m<sup>2</sup>; mit Stellplatz, Terrasse, großem Garten und grünem Energiepass für nur 127.000,- EUR. Rufen Sie uns schnell an: 0170-7339951**

Diesen Stil nennt man auch AIDA-Formel. Mit dem ersten Satz sorgen Sie für Aufmerksamkeit (A = Attention), in dem wir einen Bedürfnis wecken, im zweiten Satz liefern wir die wichtigsten Informationen (I = Information) und schüren gleichzeitig das Verlangen nach mehr (D = Desire). Mit dem letzten Satz fordern wir den Interessent auf, uns anzurufen (A = Action).

### **3.1.4 Macht eine Chiffre-Anzeige Sinn?**

Kurz gesagt, nein, eine Chiffre-Anzeige macht überhaupt keinen Sinn. Wie geht es Ihnen, wenn Sie eine solche Anzeige in der Zeitung sehen? Bei mir spielt sich in Gedanken folgendes ab, nachdem ich als Interessent eine solche Anzeige erblicke: „Klingt interessant, aber irgendwie viel zu umständlich.

Dann muss ich erst einen Brief an die Zeitungsredaktion schicken, das dauert dann bestimmt ein paar Tage bis ich eine Antwort erhalte. Bis dahin habe ich eh was Besseres gefunden... Dann spar ich mir lieber die Zeit und Arbeit“. Geht es Ihnen nicht auch so? So viel Umständlichkeit tötet jedes Interesse bereits im Vorfeld und macht überhaupt keinen Sinn. Von daher kann ich davon nur abraten.

### **3.1.5 Wie teuer sind Zeitungsanzeigen?**

Zeitungsanzeigen sind im Vergleich zu Anzeigen im Internet a) teuer und b) haben Sie eine wesentlich geringere Halbwertszeit. Während Sie eine Anzeige im Internet in der Regel für 1 Monat aufgeben und Interessenten so einen ganzen Monat die Möglichkeit haben, auf Ihre Anzeige zu stoßen, wird eine Zeitungsanzeige maximal drei Tage aufgehoben. Dann wird die Zeitung ins Altpapier geworfen.

Um aber auf den Ausgangspunkt der Frage zurück zu kommen: Es liegt immer daran wie groß die Anzeige sein soll, ob diese mit Bild oder ohne, ob das Bild farbig oder ob es schwarz/weiß sein soll, etc. Die Preise fangen bei rund 10,- EUR an und gehen bis zu mehreren Hundert Euro.

## **3.2 Internet**

### **3.2.1 Wann sollte im Internet inseriert werden?**

Die Frage könnte auch lauten, warum sollte nicht im Internet inseriert werden. Ich kann nur jedem dazu raten, sowohl Verkaufs- als auch Vermietungsanzeigen im Internet zu inserieren. Hier können Sie Ihre Anzeigen beispielsweise für einen ganzen Monat platzieren und so von Millionen von Interessenten täglich gefunden werden. Allein im Januar 2010 suchten so zum Beispiel über 4,6 Millionen Interessenten nach einer Immobilie beim Marktführer Immobilienscout24. Eine so große Zielgruppe erreichen Sie mit keiner Zeitung, geschweige denn zu den Kosten.

Hier können Sie Ihre Immobilie ideal beschreiben, können Bilder einstellen und sogar virtuelle Videoführungen durch Ihr Haus machen. Das spart Interessenten sehr viel Zeit, da Sie sich bereits im Vorfeld genau über die Immobilie informieren können und somit die Gefahr eine böse Überraschung bei der Besichtigung zu erleben, massiv sinkt.

Darüber hinaus beschränken Sie die Vermarktung Ihrer Immobilie nicht nur auf den regionalen Bereich (wie es bei Zeitungen der Fall ist), sondern beispielsweise auch der Soldat, der sich gerade im Auslandseinsatz befindet und für die Zeit nach seinem Einsatz eine Wohnung in Ihrer Gegend sucht, kann sich bereits mit Ihnen in Verbindung setzen.

Ihnen stehen sozusagen alle Türen offen. Das Internet ist in dieser Hinsicht einfach eine gigantische Erfindung mit unheimlich vielen Möglichkeiten. Leider habe ich bereits oft festgestellt, dass viele der Generation Ü40 sich gar nicht der Möglichkeiten im Internet bewusst sind. Sie gehen lieber den alten bekannten Weg getreu dem Motto „der Mensch ist ein Gewohnheitstier“ und seine Komfortzone ist Tabuzone.

All den kann ich nur den beliebten Spruch von dem bekannten Motivationstrainer Jörg Löhr um die Ohren hauen „Raus aus der Komfortzone“. Verlassen Sie alte Pfade und nutzen Sie die unendlichen Möglichkeiten des World Wide Web. Angesichts der Tatsache, dass es im Januar 2009 über 70.000 (!) Privat-



Anbieter im Internet gab, zeigt sich, dass der Markt in dieser Hinsicht immer transparenter wird.

Wurden früher noch regelmäßig Immobilienmakler für die Vermittlung des Hauses oder der Wohnung engagiert, neigen heutzutage immer mehr Privatpersonen dazu, Ihre Immobilie selber zu vermitteln. Die dafür nötigen Kenntnisse können auf zahlreichen Seiten im Internet nachgelesen werden. So sind im Prinzip alle Immobilien dazu geeignet, im Internet vermarktet zu werden.

Auch die in Punkt 3.1.1 genannten Senioren werden dort die geeignete Immobilie finden. Wenn nicht selbst, dann durch deren Verwandten oder Bekannten. Glauben Sie mir, egal ob Nische- oder Massenprodukt, im Internet wird alles gefunden. Ich gehe sogar so weit und behaupte, dass es in einigen Jahren den klassischen Anzeigenmarkt in der Zeitung in der heutigen Form nicht mehr geben wird.

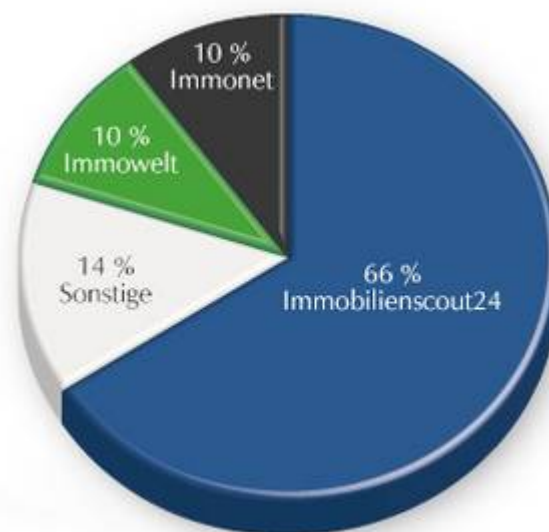
Dazu sinkt das Interesse daran zu rasant. Portale wie ebay Kleinanzeigen (ehemals Kijiji), Kalaydo und rheinmainmarkt wachsen und wachsen. Sämtliche bekannten Such & Find-Anzeigen aus den Zeitungen tauchen mittlerweile im Internet auf diesen Portalen auf und so ist es nur eine Frage der Zeit bis es die klassischen Zeitungsanzeigen nicht mehr geben wird, sofern die Zeitungsverlage kein wirksames Gegenrezept vor allem hinsichtlich der Preisgestaltung finden.

### **3.2.2 In welchem Portal ist eine Anzeige am sinnvollsten?**

Statistisch gesehen ist es am sinnvollsten beim Marktführer Immobilienscout24 zu inserieren. Laut einer Studie von Nielsen / NetRatings NetView hatte Immobilienscout24 im Jahr 2009 einen Marktanteil von 66 Prozent, die beiden Zweitplatzierten Immowelt und Immonet folgten mit jeweils 10 Prozent. Die restlichen 14 Prozent teilten sich die sonstigen Portale wie Kalaydo, rheinmainmarkt, etc. (siehe Abbildung 2)

Problematisch ist aber, dass aufgrund der Masse an Anzeigen bei Immobilienscout24 die eigene Anzeige je nach Suchkriterien des Interessenten auf eine der hinteren Seiten verschwinden kann. Nehmen wir an Sie suchen eine Eigentumswohnung in Köln. Sie haben keine genauen Vorstellung, was Sie genau suchen und geben einfach als Suchkriterien „freistehendes Einfamilienhaus“ und als Preisspanne „100.000 bis 150.000 EUR“ an.

**Abbildung 2: Die Marktanteile der Immobilienportale**



**Quelle:** Nielsen/NetRatings NetView, Deutschland,  
Hochrechnung monatliche Durchschnittswerte von Jan. – Dez 2009  
Zitiert auf [www.immobilienscout24.de](http://www.immobilienscout24.de)

Jetzt bekommen Sie 36 Seiten angezeigt mit jeweils 15 Eigentumswohnungen in Köln, insgesamt exakt 528 Treffer (siehe Abbildung 3; Datum der Erhebung 11.06.2009). Wenn Sie jetzt Pech haben, liegt Ihre Anzeige irgendwo auf Seite 26. Glauben Sie, dass ein Interessierter so weit sucht? In der Regel wird er spätestens nach 15 Seiten, also rund 225 Eigentumswohnungen aufgeben und aus diesen eine Vorauswahl treffen.

Der Rest scheidet komplett aus. Dieses „Problem“ hat auch Immobilienscout24 erkannt und bietet ein so genanntes „Top-Listing“ an, das bedeutet, dass Sie für einen zusätzlichen Betrag von 49,95 EUR, die Garantie bekommen, dass Ihre

Anzeige für 14 Tage auf eine der vordersten Seiten platziert wird. Eine gute Sache aber leider auch wieder zusätzliche Kosten.

Um seine Wunsch-Immobilie zu finden will der Interessent natürlich möglichst auf Nummer sicher gehen. Aus diesem Grund geht er auch bei anderen Portalen auf die Suche. Mit Sicherheit nicht bei allen, aber er will sich ja auch nicht vorwerfen, dass er nicht alles getan hat, um seine Wunschimmobilie zu finden, also geht er beispielsweise auf Immonet oder Kalaydo und schaut sich dort ebenfalls um.

**Abbildung 3: Eigentumswohnungen in Köln**

Wir haben **528** Angebote für Wohnungen zum Kauf

Ihre Suchkriterien: 100.000 - 150.000 EUR Kaufpreis in Nordrhein-Westfalen, Köln

[Listenansicht](#)
[Galerieansicht](#)
[Kartenansicht BETA](#)

Seiten: [1](#) | [2](#) | [3](#) | [4](#) | [5](#) | [6](#) ... [36](#) Nächste Seite ▶

nach Kaufpreis (höchste zuerst)

**Angebote per E-Mail**

Zu dieser Suche neue Angebote per E-Mail erhalten.

[Mehr Infos](#)

---








**Suche ändern**

Nordrhein-Westfalen  
Köln  
[Ändern](#)

Zimmer:  
 -

Wohnfläche (m²):  
 -

**Kaufpreis (EUR):**  
 -

Zimmer	Wohnfläche	Kaufpreis	
 <b>Humboldt-Gremberg: SW-Balkon, Blick in Baumlandschaft, hofseitig-ruhig, renoviert</b> <span style="background-color: yellow;">Balkon</span> <span style="background-color: green;">Garten</span> <span style="background-color: orange;">Grundriss</span>	3,00 70,00 m²	111.000,00 EUR	<a href="#">Details</a> <a href="#">Merken</a>
 <b>Reduziert! Belgisches-Viertel - inkl. TG-Stellplatz</b> <span style="background-color: yellow;">Balkon</span> <span style="background-color: orange;">Grundriss</span>	2,00 65,00 m²	150.000,00 EUR	<a href="#">Details</a> <a href="#">Merken</a>
 <b>Wohnung - Junkersdorf Köln</b> <span style="background-color: yellow;">Balkon</span> <span style="background-color: blue;">EBK</span> <span style="background-color: orange;">Grundriss</span>	4,00 105,79 m²	150.000,00 EUR	<a href="#">Details</a> <a href="#">Merken</a>
 <b>Mitten im Leben!</b> <span style="background-color: yellow;">Balkon</span>	2,00 64,00 m²	150.000,00 EUR	<a href="#">Details</a> <a href="#">Merken</a>
 <b>Freundliche, gut geschnittene 4-Zimmer-Wohnung mit Balkon und Gartenmitbenutzung</b> <span style="background-color: yellow;">Balkon</span> <span style="background-color: green;">Garten</span>	4,00 90,00 m²	150.000,00 EUR	<a href="#">Details</a> <a href="#">Merken</a>
 <b>Traumwohnung zu verkaufen!!!! in Köln-Höhenberg</b> <span style="background-color: yellow;">Balkon</span> <span style="background-color: green;">Garten</span>	5,00 105,00 m²	150.000,00 EUR	<a href="#">Details</a> <a href="#">Merken</a>
 <b>Zentral Wohnen.</b> <span style="background-color: yellow;">Balkon</span>	4,00 107,00 m²	150.000,00 EUR	<a href="#">Details</a> <a href="#">Merken</a>

Quelle: [www.immobilienscout24.de](http://www.immobilienscout24.de)

Beide Seiten haben bei weitem nicht deutschlandweit den Bekanntheitsgrad wie Immobilienscout24, dennoch kann sich ihr Bestand sehen lassen. Jetzt suchen Sie beispielsweise mal bei Kalaydo eine Eigentumswohnung in Köln. Da Kalaydo insbesondere im Kölner Raum sehr bekannt ist, haben Sie hier eine ähnlich hohe Anzahl an Angeboten wie bei Immobilienscout24, interessant ist jedoch die Tatsache, dass die neuesten Angebote immer auf der vordersten Seite zu finden sind.

So können Interessenten Ihre Immobilie überhaupt nicht verfehlen. Aus diesem Grund rate ich allen Verkäufern oder Vermietern, sofern Sie kein Nischenprodukt, wie beispielsweise ein Schloss oder eine Villa haben, „zweigleisig“ zu fahren. Und glauben Sie mir, Interessenten schauen eher auf anderen Portalen, ob dort auch noch passende Immobilienangebote sind, als dass diese sich sehr lange bei einem Portal aufhalten.

Die Chancen sind bei stark angebotenen Kategorien, wie es nun mal Eigentumswohnungen sind, wesentlich größer, dass Sie auf einer anderen Seite gefunden werden, als bei Immobilienscout24 auf einer der hinteren Seiten. Denn der Web-User zeichnet sich vor allem durch seinen starken Drang nach Veränderung aus und so wird ihm ein langes suchen bei einem Portal irgendwann zu monoton.

Die große Auswahl führt bei ihm schnell zu einer Reizüberflutung, die ihn dazu veranlasst, etwas anderes auszuprobieren. Dann überwiegt wieder der Drang des „Jägers und Sammlers“, dass es vielleicht doch noch irgendwo „das gewisse Etwas“ geben könnte, ganz nach dem Motto: „Drum prüfe, wer sich ewig binde, ob er nicht was besseres finde“...

Genau aus diesem Grund veröffentlichen wir bei Immoticket24.de Ihre Anzeigen auch auf mindestens fünf Portalen. Dies hat für den Kunden den Vorteil, dass es kaum noch möglich ist, dass er vom Interessenten nicht gefunden wird.

Denn auf mindestens einer der zahlreichen Seiten wird er mit Sicherheit ganz vorne zu finden sein.

Demnach sparen Sie bei Immoticket24.de beispielsweise bei einer Verkaufsanzeige im Komplett-Ticket nicht nur rund 75,- EUR im Vergleich zur monatlichen Einzelbuchung, sondern darüber hinaus noch ein „Top-Listing“ in Höhe von 49,95 EUR. Also summa summarum rund 125,- EUR Ersparnis pro Monat. Bei einem Preis von 49,95 EUR eine ganz erhebliche Ersparnis. Ganz zu schweigen, davon was eine ähnliche Zeitungsanzeige kosten würde.

Also, wenn Sie schon nicht Ihre Anzeige durch uns veröffentlichen, dann sollten Sie auf jeden Fall darauf achten auf mindestens zwei Portalen vertreten zu sein. Ein Ausnahmefall stellt hier sicherlich das Saarland da. Da hier das Portal „My next home“ den höchsten Bekanntheitsgrad genießt (bekannter als Immobilienscout24) benötigen Verkäufer und Vermieter dort nicht „zweigleisig“ zu fahren.

Ganz einfach aus dem Grund, da dort bei weitem nicht so viele Angebote eingestellt sind, wie auf anderen Portalen. Dies hat zur Folge, dass Sie es dort als saarländischer Verkäufer oder Vermieter wesentlich einfach haben, gefunden zu werden. Während Immobilienscout24 bundesweit enorme Popularität genießt, gestaltet es sich bei den anderen Immobilienportalen etwas anders.

Je nach Region ist die Bekanntheit der verschiedenen Webseiten sehr unterschiedlich. So ist in Westdeutschland Kalaydo sehr bekannt, während in Süddeutschland Immowelt sowie Immobilien.de und im Norden sowie im Nordosten der Republik Immonet einen großen Bekanntheitsgrad genießen. Einen Sonderfall stellt das eben angesprochene Saarland mit „My next home“ dar.

Aus dieser Info können Sie somit wunderbar Ihren individuellen Marketing-Mix ableiten. So sollten Verkäufer oder Vermieter aus der Region Köln mindestens bei Immobilienscout24 und bei Kalaydo inserieren, während Verkäufer oder

Vermieter aus Hamburg auf Immobilienscout24 und Immonet Ihre Immobilie veröffentlichen sollten, etc.

### **3.2.3 Wie formuliere ich die Anzeige?**

#### **3.2.3.1 Die Überschrift**

Wichtig ist, dass Sie eine Überschrift wählen, die beim Interessenten ein Bedürfnis weckt. Um ein Bedürfnis zu wecken, muss er einen Bedarf haben. Nehmen wir einen typischen Mieter, der in einem Mehrfamilienhaus wohnt. Dieser hat sicherlich den Bedarf irgendwann einmal in einem eigenen Haus zu wohnen. Somit müssen Sie an dessen Bedürfnis nach eigenem freiem Wohnraum appellieren. Eine mögliche Überschrift könnte heißen: Zahlen Sie etwa noch Miete?

Hier mal einige beispielhafte Überschriften für Häuser und Wohnungen:

- Wohnen, wo es am schönsten ist
- Wohnen mit kostenloser Aussicht
- Fast wie im Himmel (bei Hochhäusern!)
- Ein Haus, wie eine Sonneninsel
- Das ideale Rezept für Sonnenanbeter
- Genießen Sie den Frühling im Wald
- Mitten in der Stadt – trotzdem im Grünen
- Für Ihre Familie ein Paradies
- Entdecken Sie die rheinische Toskana
- Jeden Morgen frische Brötchen – der Bäcker wohnt nebenan
- Kommen Sie zu uns – bevor es andere kaufen
- Das schönste am Erfolg ist das eigene Haus
- Ein Platz an der Sonne
- Panoramablick gratis – jeden Tag!
- Genießen Sie ein Schmuckstück mit Garten – 365 Tage im Jahr!
- Sonnenschein macht Wohnen unvergesslich

- Ein Objekt im aktuellen Trend
- Sind Sie Liebhaber eines Traumhauses?
- Das Weihnachtsgeschenk fürs Leben
- Abends am Kamin im eigenen Haus
- Eine Oase der Behaglichkeit
- Viel Grün, viel frische Luft, viel Sonne
- Leckerbissen für Naturfreunde / Sonnenanbeter
- Träumen am Kamin
- Nur Nizza ist im Frühling schöner
- Ihre 2. Rente mit einer Immobilie
- Steuersparen mit einer Eigentumswohnung

#### Beispielhafte Überschriften für Renovierungsobjekte:

- Heimwerken im eigenen Haus (Wohnung)
- Kein Traumhaus – aber ein Haus für Bastler
- Ein Haus, in dem Sie Ihre Freizeit verbringen
- Richten Sie Ihr Haus selbst her
- Trauen Sie sich Heimwerken zu?
- Das Haus, das Sie nach Ihren eigenen Ideen herrichten können
- Machen Sie selbst ein Schmuckstück daraus
- Ideal für Handwerker

#### Beispielhafte Überschriften für Kapitalanleger:

- Optimale Kombination für Rentabilität und Sicherheit
- Sie legen Wert auf regelmäßig gute Erträge
- Denken Sie ans Alter – Ein Haus wie eine Rente
- Die Mieteinnahmen können sich sehen lassen
- Ein Haus von uns – Sicherheit für Sie
- Ein Haus von uns – Sicherheit für Ihr Alter

Weiter ist bekannt, dass die Überschrift den Suchenden emotional ansprechen muss. Das bedeutet, dass wir nicht nur ein Bedürfnis beim Interessenten we-

cken müssen, sondern darüber hinaus noch Emotionalität bei Ihm erzeugen müssen. Dafür spricht auch die Tatsache, dass laut der bereits angesprochenen Studie, beim Kauf eines Hauses nicht die rationalen Gesichtspunkte entscheidend, sondern ganz klar die emotionalen Punkte beim Käufer ausschlaggebend sind.

Das bedeutet, dass Sie mit Ihrer Überschrift den Leser „fesseln“ müssen. Nennen Sie Ihm emotional den Vorteil, den gerade diese Immobilie Ihm bietet. So könnte die Überschrift aus obigem Beispiel jetzt wie folgt lauten: „Haben Sie es auch satt, Miete zu zahlen?“

Interessant ist auch der dritte Aspekt. So können Sie die Überschrift auch in Anführungszeichen schreiben. Einer Studie zu Folge schenkt das menschliche Auge dem wörtlich zitierten deutlich mehr Beachtung. Schon in der Grundschule lernt ein Jeder, dass die wörtliche Rede in Anführungszeichen gesetzt wird. Wenn wir dieses Wissen jetzt für unsere Überschrift übernehmen, sollte diese kaum noch übersehen werden können.

Ein kleiner Tipp: Alternativ zu den Gänsefüßchen gibt es auch noch die Möglichkeit des „Dreifachen Pluszeichens“. Schauen Sie sich mal auf bekannten Webseiten, wie T-Online, etc. um. Sobald es auf diesen Seiten eine Eilmeldung zu bericht gibt, unterstreichen die „Dreifachen Pluszeichen“ die Dringlichkeit und Wichtigkeit der Nachricht. Diese würde dann in unserem obigen Beispiel wie folgt aussehen:

+++ Haben Sie es auch satt, in Miete zu wohnen? +++ Provisionsfrei +++

### **3.2.3.2 Die Objektbeschreibung**

In diesem Fall gilt es darauf zu achten, die richtige Mischung zu finden. Hier sollten Sie zum einen, nicht zu wenig schreiben, zum anderen aber auch darauf achten, dass Sie nicht zu viele Informationen Preis geben. So sollten Sie sich immer noch mindestens einen Aha-Effekt für die Besichtigung aufbewahren und nicht gleich Ihr ganzes Pulver verschießen.



Hat eine Anzeige zu viel Text, hat der Interessent erst gar keine Lust, diesen komplett zu lesen. Bedenken Sie, dass er womöglich bereits einige Inserate durchgelesen hat und dementsprechend keine Lust mehr auf lange Texte hat. In diesem Fall „ist weniger oft mehr!“ Achten Sie auch darauf, dass Sie keine Abkürzungen in Ihrem Text verwenden, da dies bei dem einen oder anderen Leser zu einer „mittelmäßigen Verzweiflung“ führen kann, was unweigerlich zum Entnerven des Lesers führt.

So sollten Sie Ihren Anzeigentext in 4 kurze Blöcke mit jeweils maximal drei bis vier Sätzen aufteilen. Zunächst sollten Sie in drei bis vier Sätzen Ihre Immobilie vorstellen. Wichtig ist dabei eine objektive Einschätzung über den Zustand der Immobilie. Geben Sie dem Interessenten die Möglichkeit sich virtuell vorzustellen, wie es im Objekt aussieht. Auch einen Überblick über die Aufteilung sollten Sie geben. Achten Sie jedoch darauf, dass Sie nicht zu ausschweifend werden und Ihre Angaben immer emotional formulieren.

Beispiele hierfür sind:

- Auf dem 800 m<sup>2</sup> großem Grundstück ist genug Platz für Ihre Kinder zum Plantschen und Toben.
- Der geräumige Einbauschränk im Flur sorgt für jede Menge Stauraum im 60 m<sup>2</sup>-Appartement
- Licht durchflutete helle Räume sorgen für bestes Wohlfühlklima
- Oberste Etage – Sie haben keinen mehr über sich!
- Ganz bequem mit dem Aufzug bis vor die Wohnungstür
- Das ausbaufähige Dachgeschoss bietet Platz für Ihre Pläne
- Frühstücken auf dem Ostbalkon – ein wahres Vergnügen

Im zweiten Punkt sollten Sie einen kurzen Überblick über die Lage geben. Hierbei sollten Sie angeben, in welcher Gegend sich Ihr Objekt befindet. Ob Geschäfte, Ärzte, Apotheken oder Banken in der Nähe sind. Wie weit es zur

nächsten Autobahn oder Bundesstraße ist und wie weit es bis zur nächsten Stadt ist. Ferner können Sie hier noch angeben ob es einen Bahnhof gibt.

Der dritte Punkt sollte Auskünfte über die Ausstattung des Objektes geben. Dabei ist vor allem die Befeuerungsart (Gas, Öl, etc.) wichtig. In Zeiten der Energieeinsparung interessiert sich der Interessent darüber hinaus auch für die Werte eines Energieausweises sowie die Beschaffenheit von Fenstern und deren Verglasung (einfach, zweifach, etc.). Die Böden spielen auch eine Rolle, genauso wie ob die Bäder über Wanne und/oder Dusche verfügen. Abschließend sollte hier natürlich auch außergewöhnliche Sonderausstattungen wie Fußbodenheizung, etc. erwähnt werden.

Der vierte und letzte Punkt sollte „Sonstiges“ genannt werden. Hier sollte beispielsweise erwähnt werden, ob das Haus über einen Garten, eine Garage, einen Balkon oder eine Terrasse verfügt. Ob Stellplätze extra angemietet werden müssen oder bereits vorhanden sind. Last but not least können Sie hier auch angeben, in welchen Zeiten Sie am besten unter welcher Nummer zu erreichen sind.

#### **3.2.4 Die Bilder**

Neben der Überschrift kommt den Bildern die wichtigste Bedeutung zu. Diese entscheiden, ob die Anzeige angeklickt wird oder nicht. Das Bild gilt nicht umsonst als „Mutter des Wortes“. Daher sollten Sie immer darauf achten, dass Sie das absolut beste Bild als Galeriebild nutzen. Besonders einladend wirken Bilder mit einem **strahlend blauen Himmel** sowie herrlichen Grünflächen. Die Chancen stehen sehr gut, dass Ihre Anzeige so aus der Masse der Anzeigen herausragt.

Achten Sie auch darauf, dass Sie immer mehrere Bilder anzeigen. Wichtig ist neben einer Ansicht von außen, auch immer, wie es im Inneren des Objektes aussieht. Auch ein Ausblick vom Balkon kann manchmal Wunder bewirken. Da Sie sich die meiste Zeit im Wohnzimmer aufhalten, sollten Sie auch immer ein

Bild vom Wohnzimmer einfügen. Es sollten auf jeden Fall immer nur Bilder ausgewählt werden, die einen guten Eindruck vermitteln und aktuell sind.

Das bedeutet, dass Sie im Winter keine Sommerbilder der Immobilie anzeigen und auch keine, die bereits zwei Jahre alt sind. Beachten Sie auch, dass die Wohnung beim Fotografieren aufgeräumt ist. Dann gilt es nur noch ein Bild auszuwählen, welches zur emotionalen Überschrift passt und schon kommt der Interessent gar nicht mehr an Ihrer Anzeige vorbei.

### **3.2.5 Die Grundrisse – Die Macht der Vorstellung**

Eine herausragende Rolle kommt auch den Grundrissen zu. Ich meine damit nicht die alten verstaubten Zeichnungen, die Sie noch von Ihrem Architekten in Ihren Unterlagen haben. Diese bitte nicht einfach einscannen und lieblos ins Internetportal stellen. Vielmehr sollten Sie diese Zeichnungen einem Grundriss-Aufbereitungsdienst zur Verfügung stellen.

Diese können aus Ihrem alten Grundriss einen wunderbaren neomodischen Grundriss anfertigen, der auch in den Augen Ihres Interessenten ein perfektes Vorstellungsvermögen über die Räumlichkeiten und deren Möglichkeiten erzeugt. Der französische Komponist Denis Gaultier sagte einmal: „Fantasie ist die einzige Waffe im Krieg gegen die Wirklichkeit“.

Machen Sie sich dieser Waffe mächtig und erzeugen im Interessenten mit 3D-Grundrissen die Fantasie, wie das Objekt aussehen könnte. Dies können Sie beispielsweise bequem über uns machen, in dem Sie uns Ihre alten Grundrisse oder auch selbst erstellten Zeichnungen zur Verfügung stellen. Wir sorgen dann für eine optimale Aufbereitung.

**Abbildung 3: Grundriss-Aufbereitung**



### 3.2.6 Wie teuer sind Anzeigen bei Immobilienportalen?

Anzeigen bei Immobilienportalen kosten nur den Bruchteil einer Zeitungsanzeige. Bedenkt man einmal, dass Sie bei der Anzeige bei einem Immobilienportal noch deutlich mehr Text sowie Bilder im Vergleich zur normalen Zeitungsanzeige veröffentlichen können, so ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis die Immobilienportale Ihre Preise weiter erhöhen.

Im Moment liegen die Preise bei Immobilienscout24 bei Verkaufsanzeigen und monatlicher Zahlungsweise bei 49,95 EUR pro Monat, bei Vermietungsanzeigen bei 39,95 EUR pro Monat. Bei allen anderen nennenswerten Portalen liegt der Preis bei Verkaufsanzeigen zwischen 14,90 und 29,95 EUR pro Monat, bei Vermietungsanzeigen zwischen 14,90 EUR und 24,95 EUR pro Monat.

Zum Vergleich: Für eine Vier-Zeilen-Anzeige in der Zeitung, die nur kurz und bündig die nötigsten Informationen beinhaltet, zahlen Sie bereits ab 19,95 EUR aufwärts. Bedenkt mal einmal, dass dies noch nicht einmal ein Bild beinhaltet

und die Zeitung spätestens nach drei Tagen weggeworfen wird, so fällt es nicht schwer festzustellen, welche Art der Werbung wohl effektiver ist.

## **4 Fazit**

Den vorherigen Punkten können Sie bereits entnehmen, dass es nur in Ausnahmefällen Sinn macht, eine Immobilienanzeige in der Zeitung zu inserieren. Dieser Ausnahmefall haben wir festgestellt ist bei Mietobjekten gegeben, die überwiegend die ältere Generationen ansprechen. Mit Ältere Generation ist die Altersgruppe „Über 40“ gemeint.

Dies sind beispielsweise Erdgeschosswohnungen, welche vor allen Dingen barrierefrei sind. Mit barrierefrei ist gemeint, dass die Wohnung möglichst ebenerdig ist, d. h. keine Treppenstufen hat sowie dass die Türen so breit sind, dass man auch mit einem Rollstuhl ohne weiteres durchfahren kann. Barrierefrei können aber auch Wohnungen in höheren Stockwerken sein, so fern das Haus über einen Personenaufzug verfügt.

Neben barrierefreien Wohnungen gelten Seniorenresidenzen sowie Bauernhöfe wohl als die für Zeitungsanzeigen lohnenswertesten Objekte. Jedoch kann ich Ihnen nur den Tipp geben, dass Sie niemals nur in der Zeitung inserieren sollten. Das Internet gilt nicht umsonst neben dem Buchdruck als die bahnbrechendste Erfindung der Menschheit. Nutzen Sie diese „Globalisierung“ des Internets aus und inserieren Sie in den Immobilienportalen. Denn mit keiner Zeitung erreichen Sie zu solch günstigen Preisen eine so enorme Reichweite.

Daher sollten Sie folgendes beachten, falls Sie Ihre Anzeige doch in der Zeitung bewerben möchten. Um sich unnötige Kosten zu ersparen, wie beispielsweise ein farbiges Bild, das Ihre Kosten in den dreistelligen Bereich steigen lässt, sollten Sie jede Zeitungsanzeige mit einer Internet-Anzeige kombinieren. Damit meine ich, dass ein einfacher Vierzeiler, wie im obigen Beispiel ausreicht, so-

fern Sie noch den Code der Internet-Anzeige beifügen. Das ganze würde dann wie folgt aussehen:

**Günstiger als jede Miete! Herrliche ETW in Düsseldorf-Düsseltal mit 3 ZKDB, Wfl: 93 m<sup>2</sup>, Grdst: 520 m<sup>2</sup>; mit Garage, Terrasse, großem Garten und grünem Energiepass für nur 127.000,- EUR. Scout-ID: 99574329**  
**Rufen Sie uns an: 0170-7339951**

Mit dem Einfügen des Codes meine ich die Nummer der Anzeige bei den Immobilienportalen. So vergibt Immobilienscout24 für jedes Objekt eine sogenannte „Scout-ID“. Aber auch Immonet, Immowelt, Kalaydo, etc. vergeben für jede Anzeige einen Code. Dieser Code lässt sich bei sämtlichen Portalen bereits auf der Startseite der Website eingeben, so dass man direkt zu der Anzeige gelangt.

Diejenigen, die sich somit für die Zeitungs-Anzeige interessieren, können sich auf diese Weise die Bilder sowie eine ausführliche Beschreibung der Immobilie jederzeit im Internet ansehen. Dadurch sparen Sie sich erstens die Zeit, fremde Leute durch Ihr Haus zu führen, die bei der Besichtigung feststellen, dass es sich doch nicht um deren Wunschimmobilie handelt. Zweitens sparen Sie sich jede Menge Geld, das eine farbige Anzeige mit Bild kosten würde.

Merken Sie sich auch, dass es immer sinnvoll ist, seine Internet-Anzeige mindestens auf zwei Portalen zu veröffentlichen. Daher würde ich eine Internet-Anzeige auf jeden Fall immer bei Immobilienscout24 veröffentlichen. Ganz einfach aus dem Grund, da dies der Marktführer ist und nahezu ganz Deutschland zuerst einmal dort sucht. Als zweites Portal sollten Sie immer das regional bekannteste wählen.

Das ist im Westen der Republik „Kalaydo“, im Norden und Nordosten „Immonet“, im Süden „Immowelt und Immobilien.de“ und im Saarland „My next home“. So haben Sie immer die höchste Wahrscheinlichkeit, dass jemand der ein Ob-

jekt wie das von Ihnen angebotene sucht auch findet. Sie haben bestimmt schon einmal die Bauernweisheit „Wer Wind sät, wird Sturm ernten“ gehört!? In den meisten Fällen trifft dies zu, im Fall der Immobilien-Vermarktung ganz besonders.

Nutzen Sie die Tipps aus diesem E-Book und Sie sparen nicht nur eine Menge Geld für die Vermarktung Ihrer Immobilie, sondern Sie werden mit Sicherheit auch deutlich mehr Erlös aus Ihrer Immobilie herausholen. Oder um es mit den Worten von Johann Wolfgang von Goethe zu sagen:

*„Es ist nicht genug zu wissen,  
man muss es auch anwenden;  
es ist nicht genug zu wollen,  
man muss es auch tun.“*



Inh. Christian Esch

Krufter Straße 5

56753 Welling

Tel. 0 26 54 – 8 80 11 99

Email: [Christian@immoticket24.de](mailto:Christian@immoticket24.de)

Internet: [www.immoticket24.de](http://www.immoticket24.de)

NEU! Jetzt auch bei Twitter:

[http://twitter.com/Immoticket24\\_de](http://twitter.com/Immoticket24_de)

NEU! Jetzt auch bei Facebook:

[www.facebook.com/immoticket24.de](http://www.facebook.com/immoticket24.de)