

Verfasser

CLEVER HAUSVERKAUF
Arno Hänisch
Willbecker Straße 74 A
40699 Erkrath

Telefon: 0 21 04 - 80 01 30
Telefax: 0 21 04 - 80 01 39
Mobil: 01 72 - 64 18 84 8

E-Mail: kontakt@clever-hausverkauf.de
Internet: www.clever-hausverkauf.de

Stand: Mai 2020

Inhalt

9. Fotos - So setzen Sie Ihr Haus ins richtige Licht
10. Videos und Drohnenaufnahmen - Macht das überhaupt Sinn?
11. Zusammenstellung von Plänen und Karten - Damit Ihre Kaufinteressenten sich zurechtfinden
12. Erstellung eines hochwertigen Verkaufsexposés - Die Visitenkarte für Ihr Haus
13. Inserate in Immobilienportalen - Die Reichweitenbooster
14. Inserate in Printmedien - Ist das nicht Geldverschwendung?
15. Sonstige Werbemaßnahmen - Das Zusatzbrot für die Reichweite
16. So planen und organisieren Sie den Verkaufsablauf - Damit alles reibungslos funktioniert

Liebe Eigentümerin, lieber Eigentümer,

in Artikel 2 erfahren Sie nun, wie Sie Ihre Immobilie ins richtige Licht setzen und professionell bewerben.

Mit unseren Tipps heben Sie Ihr Immobilienangebot positiv von anderen ab.

Darüber hinaus erfahren Sie, wie Sie den Ablauf des Verkaufs organisieren und optimieren.

Wir wünschen Ihnen gutes Gelingen.

Bei Fragen nehmen Sie gern Kontakt mit uns auf.

Herzliche Grüße

Ihr Arno Hänisch
CLEVER HAUSVERKAUF



Online-Ratgeberbereich:
<https://www.clever-hausverkauf.de/hausverkauf-ohne-makler/>

9. Fotos

So setzen Sie Ihr Haus ins richtige Licht

Der Mensch ist visuell veranlagt. Machen Sie deshalb aussagekräftige Fotos, die Sie für Ihr Exposé und die Online-Inserate in den Immobilienportalen verwenden.

Selbst mit modernen Handys lassen sich mittlerweile Fotos in guter Qualität erzielen. Wenn Sie oder Bekannte von Ihnen eine gute Fotoausrüstung und dazu noch das entsprechende Know-how haben, lässt sich noch deutlich mehr aus den Fotos herausholen.

Sie können natürlich auch einen auf Immobilien spezialisierten Fotografen beauftragen.

Würden Sie mit einem professionellen Makler verkaufen, wäre das Erstellen der Objektfotos in dessen Leistungsspektrum enthalten.

Folgende Tipps haben wir für Sie:

- Machen Sie die Fotos erst dann, wenn Sie die von Ihnen ausgewählten Maßnahmen aus dem Wertsteigerungs-Ratgeber umgesetzt haben.
- Machen Sie die Fotos unbedingt bei guter Wetterlage. Ein blauer Himmel lässt die Fotos in einem völlig anderen Licht erscheinen als bei tristem Wetter. Dies gilt auch für Innenfotos von Räumen, die von Tageslicht durchflutet werden.
- Fotografieren Sie Ihre Immobilie aus unterschiedlichsten Perspektiven, sowohl außen als auch innen. Machen Sie Fotos von allen Bereichen und Räumen. Probieren Sie aus, wie Ihre Immobilie am besten zur Geltung kommt.
- Machen Sie auch Fotos entlang der Straße, damit das Umfeld und die Einbettung Ihrer Immobilie in das Umfeld erkennbar ist.
- Machen Sie lieber mehr als weniger Fotos, damit Sie hinterher die besten auswählen können.
- Machen Sie die Fotos in sehr hoher Auflösung. Verkleinern können Sie die Bilder später immer noch.
- Bearbeiten Sie die Fotos, falls erforderlich, etwas nach.

- Ergänzen Sie einzelne Fotos ggf. durch Einzeichnungen, Markierungen. So können Sie z.B. beim Foto entlang der Straße Ihr Haus markieren. Bei Eigentumswohnungen können Sie auf einem Außenfoto z.B. die Lage der Wohnung im Gebäude durch einen Rahmen kennzeichnen.
- Achten Sie aus Datenschutzgründen darauf, dass Gesichter von dritten Personen oder Kfz-Kennzeichen auf Fotos unkenntlich gemacht werden.
- Falls Sie oder Bekannte von Ihnen eine 360-Grad-Kamera haben, können Sie für die Online-Portale ein paar Aufnahmen der wichtigsten Bereiche machen.
- Nutzen Sie für die Fotos das Dateiformat jpg.

10. Videos und Drohnenaufnahmen

Macht das überhaupt Sinn?

Der Präsentation von Immobilien in den Online-Portalen sind heute technisch kaum noch Grenzen gesetzt.

Von Videoaufnahmen ohne oder mit begleitender Vertonung bis hin zu Drohnenaufnahmen ist alles möglich.

Wir empfehlen jedoch, diese Maßnahmen in Relation zur Immobilie zu sehen. So kann es durchaus sinnvoll sein, bei einer Luxusvilla, bei der die Käuferzielgruppe ohnehin sehr klein ist, darüber nachzudenken, um wirklich alle Präsentationsmöglichkeiten zu nutzen. Bei „normalen“ Immobilien sind sie aus unserer Sicht jedoch nicht unbedingt erforderlich und führen in der Regel auch nicht zu besseren Vermarktungsergebnissen.

Sollten Videos oder Drohnenaufnahmen aber zufällig Ihr oder das Hobby eines Familienmitglieds sein, spricht nichts dagegen.

Interessant und kostengünstig zugleich ist jedoch die Möglichkeit einiger Immobilienportale, die eingestellten Bilder automatisch zusätzlich als bewegten Videoclip darzustellen.

11. Zusammenstellung von Plänen und Karten

Damit Ihre Kaufinteressenten sich zurechtfinden

Diese Dinge benötigen Sie als weitere Grundlage für Ihr Exposé und für die Online-Inserate. Das meiste davon haben Sie schon in der Unterlagen-Checkliste gesehen.

11.1 Pläne

Dazu gehören der Lageplan, die Flurkarte, Grundrisse, Ansichten und evtl. noch Schnitte. Dazu folgende Tipps:

- Bearbeiten Sie die Pläne für Exposé und Online-Inserate dahingehend, dass Sie überflüssige Informationen aus den Plänen entfernen.
- Ergänzen Sie im Lageplan und in der Flurkarte ggf. eine farbliche Umrandung des Grundstücks, damit dies hervorgehoben wird.
- Sofern die Ihnen vorliegenden Grundrisse in ihrer Darstellung veraltet sind, greifen Sie ggf. auf eine entsprechende

Software zur Grundrissbearbeitung zurück oder lassen Sie diese von einem sogenannten Grundriss-Service erstellen.

- Denken Sie an alle Grundrisse vom Unter- bis zum Dachgeschoss, damit Ihre Kaufinteressenten sich schon im Vorfeld überall orientieren können.
- Bei Eigentumswohnungen empfehlen wir neben dem Einzelgrundriss der Wohnung auch noch einen Geschossgrundriss, so dass die Einbettung der Wohnung in das gesamte Geschoss erkennbar ist. Und natürlich den Grundriss des Untergeschosses nicht vergessen (z.B. Tiefgarage, Abstellraum, Waschraum, Fahrradkeller)
- Als Dateiformat empfehlen wir Ihnen jpg für die Exposé-Einbettung und jpg oder pdf für die Immobilienportale.

11.2 Karten

Die Karten benötigen Sie für Ihr Exposé zur Darstellung des Makro- und Mikrostandortes. Dazu folgende Tipps:

- Nutzen Sie dazu einen Online-Kartenservice und erstellen Sie Karten in unterschiedlichen Maßstäben.
- Achten Sie darauf, ob bzw. unter welchen Voraussetzungen die Lizenzbedingungen des Kartenservice die Verwendung erlauben.
- Bearbeiten Sie die Karten dahingehend, dass Sie z.B. Standort oder Gebäude per Pfeil oder Kreis markieren.
- Als Dateiformat empfehlen wir Ihnen jpg.

12. Erstellung eines hochwertigen Verkaufs-Exposés

Die Visitenkarte für Ihr Haus

Das Exposé ist die Visitenkarte Ihrer Immobilie. Mit einem professionellen Exposé wecken Sie deutlich mehr Interesse bei potenziellen Käufern als mit einem lieblos zusammengestellten Wirrwarr an Informationen und Unterlagen.

Durch die Abarbeitung der Unterlagen-Checkliste und mit der Erstellung der Fotos, Pläne und Karten sind Sie nun bestens gerüstet für die Exposé-Erstellung.

Dazu haben wir folgende Tipps für Sie:

- Sie können das Exposé z.B. mit Word, Powerpoint oder auch Excel erstellen. Wir empfehlen Ihnen allerdings Powerpoint, da dieses Programm speziell auf Präsentationen ausgerichtet ist.
- Ob Sie es im Quer- oder Hochformat erstellen, ist Geschmackssache. Wir haben gute Erfahrungen mit dem Querformat, da Fotos, Pläne und Karten sich hier meist besser einfügen.
- Wir empfehlen folgende Struktur des Exposés: Deckblatt, Inhaltsverzeichnis, Übersichtsdarstellung (Fact-Sheet), ausführliche Inhalte, Kontaktdaten.
- Selbstverständlich haben wir für Sie auch ein Muster-Exposé-Raster als PDF- und Powerpoint-Download zusammengestellt, welches Sie als Vorlage nutzen und Ihrem

Geschmack hinsichtlich des Layouts oder auch Reihenfolge der Inhalte anpassen können.

**PDF-Download:
Muster-Exposé-Raster**

**Powerpoint-Download:
Muster-Exposé-Raster**

- Verfassen Sie die Texte kurz, prägnant und aussagekräftig.
- Stellen Sie im Exposé die Stärken Ihrer Immobilie heraus, aber bleiben Sie realistisch und vermeiden Sie Übertreibungen, die später bei der Besichtigung nicht erfüllt werden können.
- Stellen Sie auch die besonderen Merkmale Ihrer Immobilie im Exposé heraus, die für Ihre primäre Käuferzielgruppe wichtig sind (z.B. bei Familien mit Kindern die Nähe zu Kindergarten und Schule).
- Speichern Sie das Exposé nach Fertigstellung auch im PDF-Format ab.
- Sofern Sie selbst keinen Farbdrucker haben, sorgen Sie dafür, dass Sie bei Bedarf auch Ausdrücke anfertigen lassen können, die Sie später auf hochwertigem Papier in ansprechenden Mappen Ihren Kaufinteressenten überreichen können.

13. Inserate in Immobilienportalen

Die Reichweitenbooster

Unabhängig von der Käuferzielgruppe empfehlen wir Ihnen, Ihre Immobilie zumindest in zwei der weitreichendsten Immobilienportale (z.B. ImmobilienScout24, Immowelt, Immonet) zu inserieren, auch wenn dies mit Kosten verbunden ist. Nach unseren Erfahrungen schauen Kaufinteressenten hier mit hoher Wahrscheinlichkeit, wenn sie ein Haus oder eine Eigentumswohnung suchen.

Ergänzend können Sie in weiteren kostenlosen überregionalen und regionalen Portalen inserieren.

Mit einer breit aufgestellten Internetpräsenz schaffen Sie eine wesentliche Grundlage, um Ihre potenziellen Kaufinteressenten auch tatsächlich zu erreichen.

Folgende Tipps haben wir für Sie:

- Ob Sie die genaue Adresse Ihrer Immobilie bereits im Inserat angeben, kann man unterschiedlich sehen: Bei genauer Adressangabe im Exposé besteht ein gewisses Risiko, dass Kaufinteressenten unangemeldet vor Ihrer oder der Tür Ihres Mieters stehen. Bei unbewohnten Immobilien ist dies hingegen kein Problem. Durch die Adressangabe haben Kaufinteressenten die Möglichkeit, sich vorab mit dem Umfeld der Immobilie vertraut zu machen. Ortskundige können vermutlich auch schon anhand der Fotos einordnen, um welche Immobilie es sich handelt. Wir würden jedoch davon abraten, deshalb nur die Fotos mit Rückansicht der Immobilie ins Inserat zu stellen.

- Orientieren Sie sich bei Überschrift und den Textabschnitten Ihres Inserates an Ihrem Exposé.
- Füllen Sie die vordefinierten Eingabemöglichkeiten so umfassend und exakt wie möglich aus.
- Nutzen Sie die Möglichkeit, viele Fotos ins Inserat zu stellen. Ordnen Sie den Bildern zutreffende Beschreibungen zu.
- Falls Sie 360-Grad-Fotos oder Videos erstellt haben, binden Sie diese an den dafür vorgesehenen Stellen in das Inserat ein.
- Fügen Sie Pläne (Lageplan, Flurkarte, Grundrisse, Ansichten und Schnitte) und ggf. auch den Energieausweis am besten als PDF-Dokument(e) an. So haben Kaufinteressenten schon mal die Möglichkeit, sich diese herunterzuladen und damit zu befassen.
- Lassen Sie die Karten aus dem Exposé in den Online-Inseraten weg, da hier automatisch eigene Darstellungen in variablen Maßstäben integriert sind.
- Bieten Sie Kaufinteressenten an, auf Anforderung Ihr ausführliches Exposé erhalten zu können.
- Bitten Sie Kaufinteressenten bei Anfragen um ihre vollständigen Kontaktdaten.
- Falls Ihre telefonische Erreichbarkeit eingeschränkt ist, geben Sie ein oder mehrere Zeitfenster an, in denen Sie gut erreichbar sind.
- Weisen Sie darauf hin, dass Besichtigungen nur nach vorheriger Terminabstimmung möglich sind.
- Prüfen Sie, ob durch den Wettbewerb anderer Inserate Sonderwerbformen und Premium-Platzierungen sinnvoll sein können.

14. Inserate in Printmedien

Ist das Geldverschwendung

Inserate in Tageszeitungen und Anzeigenblättern halten wir eigentlich nicht mehr für zeitgemäß, da sie meist teuer und hinsichtlich der Darstellungsmöglichkeiten mehr als eingeschränkt sind.

Im Gegensatz zu den Online-Inseraten in Immobilienportalen können Sie hier auch nicht messen, wie viele Leute das Inserat überhaupt gesehen haben.

Aber wenn Ihre Immobilie (z.B. barrierefreie Eigentumswohnung) insbesondere auch die ältere Generation als Käuferzielgruppe - die nicht immer im Internet aktiv ist - anspricht, erhöht dies natürlich die Chance, den passenden Käufer zu finden. Andererseits ist es oft so, dass ältere Kaufinteressenten ihre Kinder oder Enkel mit der Suche im Internet beauftragen.

15. Sonstige Werbemaßnahmen

Das Zusatzbrot für die Reichweite

15.1 Werbeflyer

Mit diesem Werbeinstrument können Sie zusätzliche Nachfrage auch bei potenziellen Kaufinteressenten wecken, die aktuell gar nicht aktiv im Internet suchen.

Es ist natürlich wichtig, einen sinnvollen Radius für das Verteilen von Werbeflyern zu definieren.

Wenn sich Ihr Haus in einer Wohnsiedlung befindet, macht es sicherlich Sinn, die Flyer hier zu verteilen, da die Anwohner vielleicht Freunde oder Bekannte haben, die gern hier hinziehen möchten oder sogar selbst an einem Wechsel interessiert sind.

Handelt es sich um eine Eigentumswohnung, macht es Sinn, die Eigentümer und Mieter aus Ihrem und den benachbarten Häusern über Ihre Verkaufsabsicht zu informieren.

Ein Vorteil dieser potenziellen Kaufinteressenten ist, dass sie mit der Situation vor Ort meist sehr gut vertraut sind und deshalb zu diesem Punkt nicht lange überlegen müssen.

Zum Werbeflyer haben wir folgende Tipps für Sie:

- Erstellen Sie den Werbeflyer idealerweise auch mit Powerpoint.
- Der Werbeflyer sollte nur aus einem Blatt bestehen. Auf der einen Seite z.B. das Deckblattfoto, auf der anderen Seite die Eckdaten aus der Übersichtsdarstellung aus dem Exposé, ergänzt um Ihre Kontaktdaten. Das war es schon.
- Je nach Verfügbarkeit eines Farbdruckers können Sie den Werbeflyer selbst ausdrucken oder auch in einer Druckerei in der gewünschten Menge in Auftrag geben. Die Kosten dafür sind überschaubar.

15.2 Verkaufsgalgen und Verkaufsschild

Diese Werbemaßnahme macht an frequentierten Straßen, wo sicherlich auch zusätzliche Nachfrage geschaffen wird, mehr Sinn als im letzten Winkel einer Sackgasse.

Auch hiermit können Sie zusätzliche Nachfrage bei potenziellen Kaufinteressenten wecken, die aktuell gar nicht aktiv im Internet suchen.

Wenn Sie sich dafür entscheiden, müssen Sie aber damit rechnen, dass Kaufinteressenten unabgestimmt bei Ihnen an der Haustür stehen. Ist Ihre Immobilie jedoch nicht mehr bewohnt, entfällt dieses Problem.

Ob Verkaufsgalgen, Schild oder beides möglich bzw. sinnvoll ist, hängt von den Gegebenheiten vor Ort ab.

Für Verkaufsgalgen oder Schild reicht der Inhalt „Zu Verkaufen“ sowie eine Telefonnummer und vielleicht noch eine E-Mail-Adresse. Alles natürlich in einer Größe, die von der Straße aus und nicht nur mit dem Fernglas lesbar ist.

Bei Eigentumswohnungen empfiehlt sich eine Beschilderung in den von der Straße aus sichtbaren Fenstern. So können Kaufinteressenten gleich die Lage der Wohnung im Gebäude einordnen.

Wenn Sie sich für diese Maßnahme entscheiden, ist dies mit zusätzlichen Kosten verbunden. Erreichen Sie damit aber genau den passenden Kaufinteressenten, hat sie sich gelohnt.

16. So planen und organisieren Sie den Verkaufsablauf

Damit alles reibungslos funktioniert

Wenn alle vorbereitenden Maßnahmen bis hierher erledigt sind und der Startschuss für Ihre Werbemaßnahmen unmittelbar bevorsteht, sollten Sie auch auf das, was dann kommt, gut vorbereitet sein.

16.1 Anrufe

Unter der oder den Telefonnummern, die Sie in Ihren Werbemaßnahmen angegeben haben, sollten Sie auch tatsächlich für Kaufinteressenten gut erreichbar sein. Wenn Sie berufstätig sind, geben Sie in Ihren Werbemaßnahmen direkt ein oder mehrere Zeitfenster an, in denen die Erreichbarkeit gewährleistet ist.

16.2 E-Mail-Anfragen

Auf E-Mail-Anfragen sollten Sie stets zeitnah reagieren, d.h. möglichst innerhalb von 24 Std.

E-Mail-Anfragen aus den Inseraten in Immobilienportalen haben meist folgenden Inhalt:

- Wunsch nach einem Besichtigungstermin
- Wunsch nach Zusendung eines ausführlichen Exposés
- Spezielle Fragestellungen zur Immobilie

16.3 Exposé-Versand

In den meisten Fällen können Sie heute davon ausgehen, dass Sie Anfragen zur Exposé-Zusendung elektronisch als PDF erledigen können.

Dennoch kann es sein, dass Sie vereinzelt auch um Zusendung in Papierform gebeten werden. Halten Sie dafür stets ein paar Druckexemplare bereit.

Sollten Kaufinteressenten Ihr Exposé nicht schon vorab erhalten haben, können Sie die PDF-Zusendung auch während der Besichtigung vereinbaren oder währenddessen ein Druckexemplar überreichen.

16.4 Besichtigungsplanung

Mit den Werbemaßnahmen und Ihrem Exposé wecken Sie das erste Interesse bei Kaufinteressenten, mit den zukünftigen Besichtigungen wird es ernst und hier trennt sich meist die Spreu vom Weizen. Grund genug, die Besichtigungen sorgfältig zu planen. Doch was ist hierbei zu beachten:

Ist Ihre Immobilie vorbereitet?

Ist Ihre Immobilie fit für die Besichtigung?

Haben Sie alle Maßnahmen, die Sie aus unserem Wertsteigerungs-Ratgeber geplant haben, umgesetzt bzw. ggf. Ihren Mieter darum gebeten?

Für die Besichtigungsplanung haben wir noch zusätzlich folgende Tipps für Sie:

- Halten sie Einweg-Schuhüberzieher bereit. Diese kosten in großer Stückzahl nur wenige EUR. So bleiben Ihre Böden sauber (gerade bei schlechtem Wetter) und Sie müssen Ihre Kaufinteressenten nicht darum bitten, ihre Schuhe auszuziehen. Sofern Ihre Immobilie vermietet ist, wird es Ihnen auch Ihr Mieter danken.
- Für den Fall, dass Familien mit kleinen Kindern kommen, halten Sie etwas Spielzeug bereit, so dass diese beschäftigt werden können.
- Lassen Sie bzw. Ihr Mieter keine Wertgegenstände herumliegen und schützen Sie sich so vor Diebstahl.

Sammelbesichtigungen oder Einzelbesichtigungen?

Nachfolgend zeigen wir Ihnen die Vor- und Nachteile beider Varianten auf.

Sammelbesichtigungen

Vorteile:

- Zeitersparnis
- Erzeugung eines Konkurrenzdrucks durch die gleichzeitige Anwesenheit von Kaufinteressenten

Nachteile:

- Sie können sich nicht so intensiv um den einzelnen Kaufinteressenten kümmern.
- Wenn die Kaufinteressenten dann noch zu zweit oder mit der ganzen Familie kommen, kann es schnell stressig und chaotisch werden.
- Das Risiko von Diebstahl kann nicht ausgeschlossen werden.
- Einzelne Kaufinteressenten machen Ihre Immobilie ggf. vor den anderen schlecht, um deren Interesse zu mindern und gleichzeitig Spielraum für Preisverhandlungen zu schaffen.

Einzelbesichtigungen

Vorteile:

- Sie können sich intensiv um den einzelnen Kaufinteressenten kümmern und dessen Fragen ausführlich beantworten, vielleicht auch bei einer Tasse Kaffee.
- Die Besichtigungen laufen ohne Stress ab.

- Das Risiko, dass ein Kaufinteressent Ihre Immobilie vor anderen schlecht macht, ist nicht gegeben.
- Kaufinteressenten fühlen sich eher wertgeschätzt, wenn für sie ein spezieller Besichtigungstermin angesetzt wird.

Nachteile:

- Mehr Zeitaufwand
- Es wird kein direkter Konkurrenzdruck in der Besichtigung erzeugt.

Unsere Tipps für Sie:

Wir empfehlen eher Einzelbesichtigungen, da die Vorteile überwiegen. Die Erzeugung eines Konkurrenzdrucks können Sie hier auch dadurch erzeugen, dass Sie die Besichtigungen so takten, dass sich die Interessenten quasi die Klinke in die Hand geben. Machen Sie die Art der Besichtigung aber auch von der Nachfrage abhängig. Bei Sammelbesichtigungen empfehlen wir jedoch maximal drei Kaufinteressenten. Um dabei in jedem Fall den Überblick zu behalten, empfiehlt sich das Hinzuziehen von Familienmitgliedern/Freunden und die Verteilung auf mehrere Räume.

Terminplanung

Grundsätzlich besteht ein Unterschied zwischen selbst genutzten, nicht mehr bewohnten und vermieteten Immobilien. In den ersten beiden Fällen muss die Zeitorganisation nur an Ihre eigenen Bedürfnisse angepasst werden. Bei vermieteten Wohnungen müssen Sie die Mieter in die Terminplanung mit einbeziehen.

Besichtigungen sollten verständlicherweise bei gutem Tageslicht und idealerweise guter Wetterlage stattfinden, da Ihre Immobilie sich dann optimal präsentiert. Da die meisten der Kaufinteressenten berufstätig sind, spielen sich die Termine in der dunklen Jahreszeit somit vor allem am Wochenende, ansonsten auch in der Woche spätnachmittags/abends ab. Liegt Ihre Immobilie an einer vielbefahrenen Straße, wählen Sie eine entsprechend vorteilhafte Zeit mit weniger Verkehrslärm.

Weitere Tipps:

- Vereinbaren Sie die Besichtigungstermine individuell als Einzelbesichtigung oder Sammelbesichtigung in kleinen Gruppen (siehe oben).
- Geben Sie keine festen Besichtigungstermine in Ihren Werbemaßnahmen vor. Dann kann es passieren, dass trotz Ihres Hinweises, sich vorher anzumelden, Kaufinteressenten vor der Tür stehen, mit denen Sie nicht gerechnet haben.
- Es sollte ausreichen, wenn Sie maximal 30 - 45 min für eine Besichtigung einplanen. Die Dauer hängt jedoch auch von der Art und Größe der Immobilie ab.

16.5 Unterlagenversand bzw. -aushändigung

Aus der Unterlagen-Checkliste konnten Sie entnehmen, dass wir Ihnen die Zusammenstellung der Unterlagen in elektronischer Form in gängigen Dateiformaten und -größen empfehlen. Somit haben Sie die Möglichkeit, Ihren Kaufinteressenten

die Dateien in einer von ihnen favorisierten Form zu übermitteln, z.B.:

- Direkte Zusendung per E-Mail (aufgrund der Dateivolumen-Begrenzung ggf. mehrere Mails erforderlich)
- auf einem Stick oder auf CD
- über Filehosting- bzw. Clouddienste (z.B. WeTransfer, Dropbox, Google Drive oder OneDrive)

In elektronischer Form haben Ihre Kaufinteressenten somit die Möglichkeit, die Unterlagen zwecks Finanzierungsanfrage direkt ihrer Bank oder Sparkasse zur Verfügung zu stellen.

Weiterhin empfehlen wir Ihnen, die Unterlagen thematisch in Datei-Ordern zu hinterlegen. Als Raster können Sie dabei die Vorgabe aus der Unterlagen-Checkliste verwenden.

Sollte ein Kaufinteressent ergänzend den Wunsch äußern, die Unterlagen in Papierform zu erhalten, sollten Sie diesem Wunsch selbstverständlich nachkommen. Auch hier empfiehlt sich die Zusammenstellung in einem Ordner mit entsprechender thematischer Gliederung.

Und wann ist der richtige Zeitpunkt, Kaufinteressenten die Unterlagen zur Verfügung zu stellen? Dies lässt sich mit einem Satz beantworten:

Wenn Sie das Gefühl haben, dass ein ernsthaftes Kaufinteresse besteht.

Ende Artikel 2