

Führung/Kommunikation

## Bestandsveräußerung 3: „Problembehaftete Immobilien erfordern noch mehr Detailverliebtheit, Kreativität und Flexibilität, um diese überhaupt im Markt zu positionieren“

Im Geschäftsfeld Wohnungswirtschaft der Aareal Bank, Wiesbaden, berät und unterstützt Manfred Over mit einem umfassenden Paket an Leistungen Wohnungs- und Immobilienunternehmen bei der Veräußerung von Beständen und damit bei der Optimierung ihres Portfolios. In drei Ausgaben von Wohnungswirtschaft heute erläutert er, (1) warum die Aufbereitung der Objekte und Objektdaten der entscheidende Schritt des gesamten Verkaufsprozesses ist, (2) warum er ein strukturiertes Verfahren für das erfolgsversprechendste Modell für Verkäufer und Käufer hält, und lesen Sie heute (3) wie sich der Verkaufsprozess gestalten lässt, wenn problematische Immobilien im Fokus stehen.



Manfred Over

Die Vermarktung von sogenannten „Problemimmobilien“ ist aufwendiger als die von „normalen“ Immobilien und erfordert weit mehr Beschäftigung mit der Immobilie, den jeweiligen Märkten und den die Immobilienwertschöpfung betreffenden Work-Flow-Prozessen. Unter Problemimmobilien sollen hier die Liegenschaften zusammengefasst werden, die ihren Eigentümern nicht den gewünschten Ertrag erbringen, was häufig aus einem Leerstand der einzelnen Objekte resultiert. Nicht selten sind die Schwierigkeiten der Liegenschaften offensichtlich oder zumindest deren Gründe wahrscheinlich. Zumindest dann, wenn sie sich beispielsweise in strukturschwachen Gebieten befinden oder die

Mikrolagen bzw. die tatsächlichen Objektzustände ein klares Bild zeichnen. Sofern massive strukturelle Probleme ausgeschlossen werden können, basiert der Leerstand meist auf einem nicht mehr zeitgemäßen Zustand der Häuser, beziehungsweise Wohnungen, oder Problemen im Bereich des Property Managements.

### Lesen Sie auch

**Bestandsveräußerung 1:** „Mit der Qualität der Verkaufsvorbereitung steigern Sie die Erfolgsaussichten.“

**Bestandsveräußerung 2:** „Transparenz und Nachvollziehbarkeit sind die besten Mittel, um einen angemessenen Verkaufspreis zu realisieren.“

### Über die Details finden sich die Perspektiven

Neben der dezidierten Analyse der Objekte ist der Blick unbedingt auch immer auf das Liegenschaftsmanagement, den Markt in dem sich die Immobilien befinden und die Konkurrenzsituation zu richten. Im Allgemeinen erhält man erst am Ende der Bestandsanalyse ein eindeutiges Bild über den Zustand der Immobilien, da sich häufig im Studium der Unterlagen oder der Marktgegebenheiten weitere oder gar andere Ergebnis beeinflussende Faktoren, die für den Status Quo verantwortlich sind, finden. Ergänzend zur Baubeschreibung gehört eine Aufnahme der Bauausstattung sowie wesentlicher Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen zu den Grundaussagen. Eine Miet(er)analyse vervollständigt die Aussagen, um einen ganzheitlichen Überblick zu erhalten. Der Detaillierungsgrad wird dabei durch die Anzahl und Schwere der Probleme bestimmt.



MFH Vorderansicht

Mit Hilfe einer Marktanalyse lässt sich eine Positionierung der Liegenschaften vornehmen, während die Orientierung am Marktführer vor Ort Perspektiven aufzeigt. Der Vergleich des Eigentümer-Work-Flows im Bereich Neuvermietung/Bestandsbetreuung mit der Benchmark (Marktführer), liefert gegebenenfalls wertvolle Hinweise, die potenziellen Investoren aufzeigt, warum sich ein Investment in diese „problematischen“ Immobilien lohnen kann.

Und damit haben wir auch die Kardinalfrage, die man sich gerade bei problematischen Immobilienbeständen oder Portfolios, während der gesamten Aufbereitung immer wieder stellen muss: Welche Argumente sprechen für den

Welche Argumente sprechen für den Kauf der Objekte?

Kauf der Objekte? Das ist Aufgabe der durchzuführenden Potenzialbetrachtung.

Sind die Leerstandsursachen identifiziert, sollte man durchaus darüber nachdenken, ob sich Investitionen in den Bestand oder kurzfristige Anpassungen/Aktivitäten im Mietmanagement lohnen, die die Verkaufsfähigkeit und/oder den erwarteten Erlös positiv beeinflussen können, sofern überhaupt die entsprechenden Ressourcen vorhanden sind. Am Anfang einer erfolgreichen Vermarktung steht daher immer, nach erfolgter Bestandsaufnahme, die Problemidentifikation, um in einem zweiten Schritt Argumente für ein mögliches Investment aufzuzeigen, die Investoren von einem Kauf überzeugen sollen.

## Die Attraktivität steigt mit dem „Sich Kümmern“

Dass sich auch problematische Liegenschaften im Zeitpunkt des Marktauftrittes ordentlich und sauber präsentieren sollten, ist eigentlich selbstverständlich. Allerdings ist diesen Liegenschaften häufig mehr Zeit und Aufwand zu widmen. So kann es bereits in einem frühen Stadium zielführend sein, sich nach einem Finanzer für potenzielle Investoren umzuschauen und die Finanzierungsmöglichkeiten prophylaktisch abzufragen.

Auch kann das Gespräch mit der Kommune oder Fördermittelgebern weitere Türen öffnen, die potenzielle Investoren positiv bei der Entscheidungsfindung beeinflussen. Je nach Portfolio kann die Kontaktaufnahme zu Property Managern helfen, den Investorenkreis für die angebotenen Liegenschaften zu erweitern. Alles Maßnahmen, die helfen ein schwieriges Portfolio liquider zu machen.

Gespräch mit der Kommune oder Fördermittelgebern

Mit der ERP-Lösung wowi c/s decken Sie alle Prozesse Ihrer wohnungswirtschaftlichen Verwaltung ab. Versprochen.

wowi c/s ist die professionelle ERP-Lösung für die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft und lässt sich an sämtliche Anforderungen in der wohnungswirtschaftlichen Verwaltung mit zahlreichen Modulen und Schnittstellen anpassen.

Neben umfangreichen Funktionen unterstützt die Modulpalette wowi c/s edition leonardo mobile Endgeräte und lässt sich an eine Vielzahl integrierter Lösungen anbinden, z. B.:

- > Handwerkerportal
- > Serviceorientierte Heizkostenabrechnung
- > Verkehrssicherung mit Einsatz mobiler Endgeräte (Datenerfassung und -nutzung vor Ort)

[www.haufe.de/wowi-cs](http://www.haufe.de/wowi-cs)



**HAUFE.**

## Problemimmobilien verlangen mehr Flexibilität



MFH Rückansicht

Bereits während der Vendor Due Diligence ist die Vermarktungsstrategie den sich offenbaren Gegebenheiten anzupassen und zu individualisieren. Das strukturierte Bieterverfahren liefert auch hier eine hervorragende Basis, allerdings sind Abweichungen von den bereits im 2. Teil dieser Serie skizzierten Abläufen zu empfehlen. So sollten beispielsweise Abgabefristen für Gebote eng mit der Wahrscheinlichkeit, überhaupt ernsthafte Gebote zu erhalten, verknüpft werden, da man nach Ablauf des Termins und dem Eingang von qualitativ nur unzureichenden Geboten in Erklärungsnot über den Fortgang des Verfahrens geraten kann. Anstelle einer Abgabefrist sollten daher Investoren tendenziell eher zur Abgabe eines Gebotes über die

Fast jede Immobilie hat einen typischen Erwerberkreis

Aussage, dass derjenige den Zuschlag erhält, der als erster ein adäquates Gebot abgibt, animiert werden – durchaus unter Berücksichtigung der damit verbundenen Risiken. Exemplarisch sei auch auf den Kreis der potentiellen Investoren hingewiesen. Fast jede Immobilie hat einen typischen Erwerberkreis, den man nach der Objekt- oder Portfolioanalyse eingrenzen kann. Darüber hinaus können auch neue Investorenkreise erschlossen werden oder andere Multiplikatoren als üblich in den Fokus rücken. Der Zielgruppendefinition der Investoren sowie deren Qualität ist allerdings bei Problemobjekten eine besondere Aufmerksamkeit zu widmen.

## Mit Information schaffen Sie Vertrauen

In der Marktansprache stellt sich die Frage, wann der beste Zeitpunkt für die Beleuchtung der Probleme gegeben ist. Der Rat kann hier nur lauten, so früh wie möglich, um für alle Beteiligten Kosten und Mühen zu sparen. Erst bei der Besichtigung den Investor selbst herausfinden zu lassen worauf die mangelnde Performance der angebotenen Liegenschaften fußt, ist mehr als kontraproduktiv, da das von Investorseite eingesetzte Vertrauen in eine wahrheitsgemäße Darstellung der Fakten zerstört wird.

direkt auf Defizite der Liegenschaften hinzuweisen

Mit der persönlichen Kontaktaufnahme zu den Investoren besteht eine hervorragende Möglichkeit direkt auf Defizite der Liegenschaften hinzuweisen und im Nachgang gleich Lösungen sowie Perspektiven zu präsentieren. Das sollten Sie nutzen. Vertrauen in den Verkäufer beziehungsweise die Kompetenz und Seriosität seines Beraters sind gerade bei der Vermarktung von Problemimmobilien unverzichtbar, da beim Investor gar nicht erst der Gedanke aufkommen darf: was wurde mir noch verheimlicht?

Nutzen Sie daher nicht nur den Vertrauenstransfer durch die Einschaltung eines renommierten Beraters, sondern auch dessen unterschiedliche Blickwinkel auf Ihr Portfolio, um die darin liegenden Chancen für eine erfolgreiche Vermarktung zu entdecken.

**Manfred Over**