

Pressemitteilung

Leergefegter Markt: Wie dennoch die eigene Immobilie finden?

Lübeck, 12. Mai 2021. Durch die Corona-Pandemie ist die Nachfrage nach Wohneigentum nicht etwa zurückgegangen, sie wurde im Gegenteil weiter befeuert. Die Folge: Ein leergefegter Immobilienmarkt. Welche Strategien und Kanäle sind am erfolgversprechendsten, um dennoch die passenden vier Wände zu finden? Eine deutschlandweite, repräsentative Umfrage der Dr. Klein Privatkunden AG unter privaten Immobilienbesitzern hat ergeben: Beim Suchen und Finden der eigenen Immobilie sind Online-Anzeigen der Königsweg. Aber der Trend geht hin zu mehr Eigeninitiative und auch Makler können wieder an Bedeutung gewinnen.

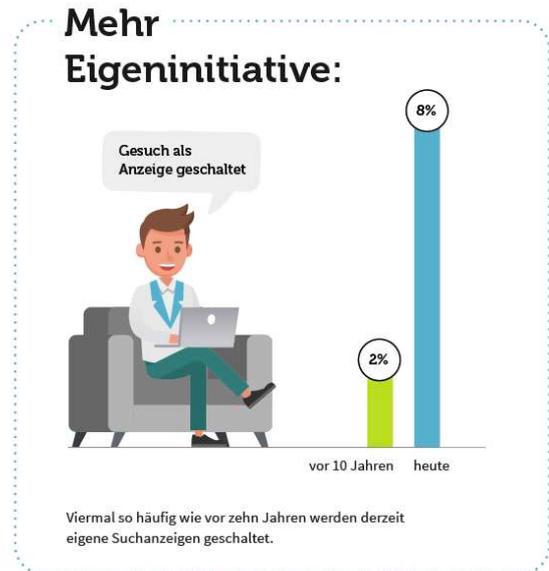
Die Hitliste der Suchkanäle führt ganz klar das Internet an: 74 Prozent der Befragten, die innerhalb der letzten drei Jahre eine Immobilie gekauft haben, gaben an, über Online-Anzeigen gesucht zu haben. Mit einigem Abstand folgen Freunde und Familie auf Platz 2 (36 Prozent) und Makler auf Platz 3 (24 Prozent). Diese Reihenfolge sah vor zehn Jahren noch ganz anders aus: Anzeigen im Internet gehörten mit 22 Prozent zu den Schlusslichtern. Freunde und Familie hatten den Spitzenplatz mit 33 Prozent inne – dicht gefolgt von Print-Anzeigen mit 31 Prozent. Geht es um die Haussuche werden unabhängig vom Kaufzeitpunkt primär die Ohren bei Freunden und Familie offen gehalten, während für Wohnungsinteressenten Online-Anzeigen die erste Wahl sind.

Wo wurde die eigene Immobilie gesucht?			
Kanal	Immobilienwerb in den letzten 3 Jahren	Immobilienwerb in den letzten 4-10 Jahren	Immobilienwerb vor mehr als 10 Jahren
Anzeigen online	74 %	67 %	22 %
Freunde/Familie	36 %	35 %	33 %
Makler	24 %	30 %	24 %
Anzeigen offline	20 %	21 %	31 %
Stadt/Gemeinde	19 %	15 %	22 %
Gesuch als Anzeige geschaltet	8 %	6 %	2 %
Sonstiges	11 %	9 %	15 %

Trend zu mehr Eigeninitiative

Einen signifikanten Anstieg verzeichnet das Schalten von Suchanzeigen: Viermal so häufig wie vor zehn Jahren werden derzeit eigene Gesuche aufgegeben (2 Prozent vor mehr als 10 Jahren, 8 Prozent in den letzten 3 Jahren). Auf dem umkämpften Immobilienmarkt ist also zunehmend mehr Eigeninitiative gefragt. Und das bezieht sich nicht nur auf besonders kreative, individuelle und sympathische Anzeigen,

sondern auch auf die optimale Vorbereitung für den Besichtigungstermin. Madeleine Kaiser, Spezialistin für Baufinanzierung von Dr. Klein in Leipzig, empfiehlt daher, sich vorab beraten zu lassen: „Bei der angespannten Lage ist Schnelligkeit Trumpf. Nur wer bei der Besichtigung sein Budget genau kennt und möglichst schon eine generelle Finanzierungszusage oder einen Vermögensnachweis vorlegen kann, hat im Rennen um die Wunschimmobilie die Nase vorne“, erklärt die Spezialistin und ergänzt: „In einigen Ballungsräumen geht es mittlerweile sogar soweit, dass Kaufinteressenten ohne eine Bescheinigung ihrer Bonität gar keinen Besichtigungstermin bekommen.“



Wer sucht, der findet – im Internet

Je leerer der Immobilienmarkt, desto ausgefeilter werden die Suchstrategien: Vom Zettelwurf im Briefkasten der Wunschimmobilie bis zum Studieren von Todesanzeigen für freiwerdende Häuser ist alles dabei. Aber welcher Weg führt letztlich am häufigsten zum Ziel? Auch hier liegen die Online-Anzeigen aktuell auf dem ersten Platz: 59 Prozent der Besitzer haben ihre Immobilie im Internet gefunden. Der digitale Weg ist damit fünfmal so erfolgreich wie noch vor zehn Jahren (12 Prozent). Bei Maklern hingegen ist es umgekehrt: Ihre Erfolgsaussichten sind deutlich gesunken. Haben bis 2010 noch 17 Prozent ihre Wunschimmobilie über einen Makler gefunden, so sind es derzeit nur noch neun Prozent.

Wo wurde die eigene Immobilie gefunden?			
Kanal	Immobilienwerb in den letzten 3 Jahren	Immobilienwerb in den letzten 4-10 Jahren	Immobilienwerb vor mehr als 10 Jahren
Anzeigen online	59 %	46 %	12 %
Freunde/Familie	12 %	18 %	21 %
Makler	9 %	15 %	17 %
Anzeigen offline	2 %	6 %	20 %
Stadt/Gemeinde	8 %	6 %	15 %
Gesuch als Anzeige geschaltet	2 %	2 %	1 %
Sonstiges	7 %	7 %	14 %

Makler sind nicht zu unterschätzen

Haben die Makler also für den Weg in die eigenen vier Wände an Bedeutung verloren? Nicht unbedingt, meint Madeleine Kaiser von Dr. Klein: „Wir erleben es sehr selten, dass Immobilien von privat gekauft werden. Viele Immobilieninteressenten nutzen zwar die Online-Portale als erste Orientierung, aber wenden sich dann oft gezielt an einen Makler. Zumal ein Großteil der Objekte, die die Makler im Portfolio haben, gar nicht in den Portalen auftaucht. Sie werden direkt innerhalb der Kundenkartei

vermittelt, da der Andrang so groß ist.“ Die Kontaktaufnahme lohne sich also – auch vor dem Hintergrund des seit Dezember 2020 in Kraft getretenen Gesetzes zur Teilung der Maklerkosten: „Nur die Hälfte der Courtage zu zahlen, ist für die Käufer eine spürbare Entlastung. Bei den aktuell hohen Immobilienpreisen bedeutet das schnell eine Ersparnis von mehreren Zehntausend Euro“, erklärt die Spezialistin von Dr. Klein.

Über die Dr. Klein Umfrage

Für die repräsentative Umfrage wurden 1.000 private Immobilienkäufer in Deutschland befragt.

Die Studie wurde in Form einer Online-Erhebung im November 2020 durchgeführt. Infografiken zu den Umfrageergebnissen können unter www.drklein.de/wie-eigene-immobilie-finden heruntergeladen werden.

Über die Dr. Klein Privatkunden AG

Die [Dr. Klein Privatkunden AG](http://www.drklein.de) ist einer der größten Finanzdienstleister Deutschlands und bereits seit 1954 am Markt etabliert. Mit mehr als 600 Beratern in deutschlandweit über 250 Büros hat das Unternehmen die meisten Standorte der Branche. Die Spezialisten von Dr. Klein beraten in den Bereichen Baufinanzierung, Versicherung und Ratenkredit. Dr. Klein arbeitet mit über 400 Kredit- und Versicherungsinstituten zusammen und berät umfassend, anbieterneutral und kostenfrei. So erhalten die Kunden maßgeschneiderte Finanzierungen und günstige Konditionen. Dafür wird das Unternehmen immer wieder ausgezeichnet, zuletzt zum siebten Mal in Folge mit dem „Deutschen Fairness-Preis“. Dr. Klein ist eine 100%ige Tochter des an der Frankfurter Börse im SDAX gelisteten technologiebasierten Finanzdienstleisters Hypoport SE.

Pressekontakt

Dr. Klein Privatkunden AG

Internet: www.drklein.de

Blog: www.drklein.de/hausgemacht

Facebook: www.facebook.com/drkleinag

Instagram: www.instagram.com/drklein_privatkunden_ag

Twitter: www.twitter.com/dr_klein_de

Anne Rosenstock

PR Managerin

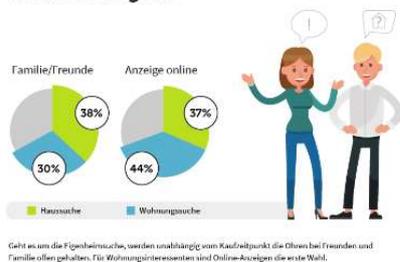
E-Mail: presse@drklein.de

Tel.: +49 (0)451 / 1408 - 9669

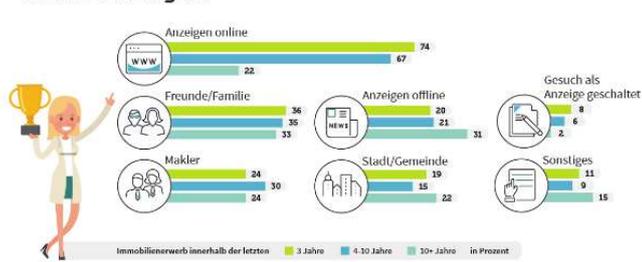
Leergefegter Markt:

Wie dennoch die eigene Immobilie finden?

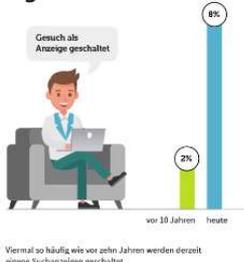
Haus gesucht? Freunde fragen!



Vom Mauerblümchen zum Spitzenreiter – Online-Anzeigen:



Mehr Eigeninitiative:



Wer sucht, der findet – im Internet:

