

FINDEN – BINDEN – HALTEN: So funktionieren Interessenten- und Eigentümerakquise sowie Kundenbindung

Wie Sie mit digitalen Tools Ihre
Customer-Journey steuern



INHALT

Vorwort	03
01. Den Eigentümer finden	05
02. Den Eigentümer überzeugen	15
03. Den korrekten Preis festlegen	21
04. Interessenten finden	28
05. Den Interessenten glücklich machen	33
06. Den Finanzierungsprozess beschleunigen	36
07. Den After-Sales-Kreislauf bespielen	40
08. Kurzes Nachwort	47
09. Links und Tools	48
10. Ihre Ansprechpartner	49

VORWORT

Liebe Leserschaft,

vielen Dank für Ihr Interesse an unserem Whitepaper „Finden – binden – halten: So funktionieren Interessenten- und Eigentümerakquise sowie Kundenbindung“. Hier skizzieren wir Ihnen jede Menge Ideen und Impulse, wie Sie zielgerichtet und bestmöglich automatisiert Ihren Einkaufsprozess gestalten, Interessenten finden, Ihre Vermarktung optimieren sowie Ihre Eigentümer und Interessenten während des Verkaufsprozesses sowie im Nachgang glücklich machen.

Den Startpunkt macht der verkaufswillige Eigentümer. Dieser befindet sich, wie alle anderen derzeit auch, im Netz. Vom neuen Gartentisch bis hin zum besten Pneumologen: Die Recherche nach Waren oder Dienstleistungen beginnt im Internet. Giganten wie Amazon haben sich schon lange darauf eingestellt, bieten ihren Kunden zugeschnittene Nutzererlebnisse und haben sie en passant dazu erzogen, ihre Daten selber zu pflegen. Oder haben Sie schon einmal bei Amazon angerufen, damit der Servicemitarbeiter Ihre Adresse ändert? Darüber hinaus werden wir von den Internetgiganten regelmäßig mit passenden Angeboten bespielt. Sie haben Fliesenkleber

gekauft? Dann werden Ihnen prompt die passenden Fugenkreuze, Putzkellen und Fliesenreinigungsmittel empfohlen.

Amazon und Co. haben wir uns zum Vorbild genommen und für Sie eine smarte Customer Journey gebaut, um Eigentümer zu finden, zu binden und zu halten sowie Interessenten glücklich zu machen.

Denn Interessenten sind das Gold dieser Tage! Wer aktuelle und gut gepflegte Daten in seiner Software hat, ist der Gewinner. Falls keine vorhanden sind, freuen Sie sich auf unsere Anregungen, wo und wie Sie neue Kaufinteressenten kennenlernen und den Verkaufsprozess beschleunigen.

Bei allen Prozessschritten legen wir großen Wert darauf, dass Sie so automatisiert und datengestützt wie möglich arbeiten können. Arbeiten Sie mit Sprengnetter-Tools, so versichern wir Ihnen eine exzellente Datenqualität. Denn aufgrund der Zusammenarbeit mit verschiedenen großen Unternehmen der Finanzdienstleistungs- und Bankenbranche haben wir Zugriff auf über 300.000 neue Kaufpreise pro Jahr. Damit stützen

sich die ermittelten Werte nicht nur auf Angebotsdaten, sondern es liegen ebenfalls real erzielte Kaufpreise zugrunde.

Trotz der vielen Möglichkeiten von Digitalisierung und Automatisierung möchten wir Sie jedoch für ein Thema sensibilisieren, das uns sehr am Herzen liegt. Apps-Produktmanager Philipp Schmitt hat es in einer unserer Veranstaltungen sehr deutlich formuliert: „Wenn man eine Software verwendet, sollte man immer den Anreiz haben, sie verstehen zu können, auch wenn sie automatisiert und man erfolgreich mit den Werten ist, die hinten rauskommen. Man muss im Endeffekt die Ausgabe auch erklären können – man muss ungefähr wissen, was Modelkonformität bedeutet und wie ein Sachwert-, Ertragswert- und Vergleichswertverfahren abzulaufen hat.“

Will heißen: Nur mit dem entsprechenden Bewertungs-Know-how sind Sie in der Lage, Ihre Eigentümer und Interessenten wirklich zu überzeugen. Sollten Sie hier Nachholbedarf haben, dann stehen wir Ihnen gerne beratend unter akademie@sprenghetter.com zur Verfügung.

In diesem Sinne: Bleiben Sie positiv, bleiben Sie gesund und haben Sie viel Spaß beim Lesen.

Herzlichst,

Ihre Tanja Sessinghaus und
Ihr Marco Kaudel



01

DEN EIGENTÜMER FINDEN



Foto von twenty20photos bei Envato Elements

Der erste Schritt in Richtung Verkauf des Eigenheims startet mit der Frage nach dem richtigen Preis. Ob es um Jobwechsel, Scheidung oder auch die Altersimmobilie geht: Mittlerweile startet jedwede Altersgruppe ihre Recherche im Internet.

Das kann eine Eingabe sein wie „Hausverkauf Bewertung Stuttgart“ oder „Haus verkaufen Bonn Preis“. Ziel ist es für den Eigentümer immer, eine erste Preiseinschätzung zu erhalten. Was ist meine Immobilie wert? Ergo: In welcher Preisklasse kann ich nach der barrierefreien Immobilie, der Eigentumswohnung, dem Reihenhaus oder auch dem Haus in einer anderen Stadt suchen?

Der Clou ist nun, die Eigentümer in der Recherchephase auf die eigene Website zu lenken. Auf dieses Thema sind mittlerweile die meisten erfolgreichen Immobilienmakler aufgesprungen. Den Trend begründet haben die Leadverkäufer, die massive Google-Werbungen schalten, um Eigentümer abzufangen, telefonisch zu qualifizieren und ihre Kontaktdaten weiterzuverkaufen. Das Problem hieran: Die Leads sind häufig schlecht qualifiziert, sie werden mehrfach verkauft und Gebietsschutz ist ohnehin eher die Ausnahme als die Regel.



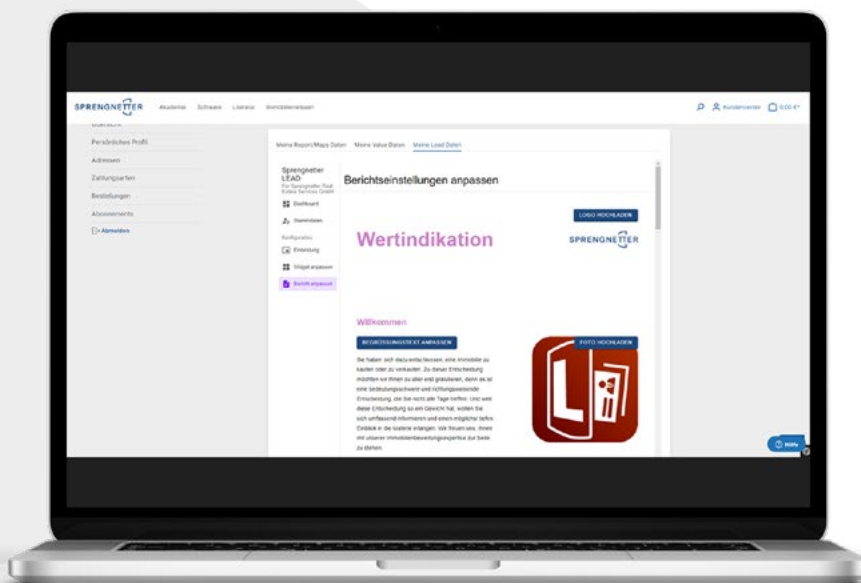
Foto von hoangpts bei Envato Elements

Bleibt also: Selber machen.

Viele Immobilienfirmen bieten über ihre Websites kostenfreie erste Preiseinschätzungen an. Das funktioniert in der Regel so, dass ein Lead-Widget auf der Website eingebunden wird. Diesen Immobilienrechner können Sie sehr einfach konfigurieren und auf Ihre Unternehmensfarben anpassen, Ihr Logo integrieren und eigene Texte hinterlegen. Darüber hinaus haben Sie die Möglichkeit, die Eingabewerte zu den Wohn- und Grundstücksflächen sowie dem Baujahr anzupassen und zu ändern.

Mit dem Immobilienrechner sind Sie selber in der Lage dazu, wertvolle Eigentümerkontakte aus dem Netz zu fischen. Denn der re-

cherchierende Eigentümer hinterlässt seine Daten und muss DSGVO-konform ein Commitment zur Kontaktaufnahme anklicken, ehe er das Widget mit einigen wenigen Daten füttern kann. Achten Sie bitte unbedingt darauf, dass der Anbieter Ihres Leadtools die Bestimmungen der Datenschutzgrundverordnung einhält, denn andernfalls haften Sie. Welche Rolle das Thema DSGVO in der Produktentwicklung von Sprengnetter Lead spielt und wie sich ein Leadtool leicht auf DSGVO-Konformität überprüfen lässt, haben wir Ihnen in diesem [Whitepaper](#) zusammengefasst.



Nach Eingabe seiner Daten – darin anklickbar: handelt es sich um ein freistehendes Einfamilienhaus, ein Reihenhaus oder eine Doppelhaushälfte; ist eine Garage dabei; die Quadratmeterzahl von Haus und Grundstück werden ebenfalls abgefragt sowie Name, Telefonnummer, E-Mail-Adresse und natürlich die Adresse des betreffenden Objektes – erhält der Eigentümer den Hinweis darauf, dass er sein E-Mail-Postfach durchsuchen möge.

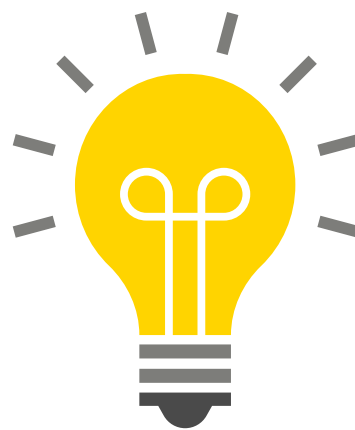
Hierin findet er das Ergebnis seiner Eingaben, nämlich eine Wertindikation als druckbare Website-Ausgabe. Sollten Sie sich für [Sprengnetter Lead](#) entscheiden, so basiert die Wertindikation auf der Sprengnetter-Immobilienbank mit über 15 Millionen Angebotsmieten, 9 Millionen Angebotspreisen und 300.000 neuen Kaufpreisen pro Jahr. Auch die druckbare Website-Ausgabe können Sie wiederum individuell auf Ihr Firmen-Cl anpassen. Hier haben Sie u.a. die Möglichkeit, einen Begrüßungstext mit Überschrift zu hinterlegen, ein Bild, die Bewertungsanzeige und den Abschiedstext zu editieren.

Die Benachrichtigung über einen neuen Lead wiederum erhalten Sie in-time per Mail. Die Leads selber können Sie komfortabel in Ihrem Dashboard verwalten. Hier ist es übrigens möglich, einmal eingepflegte Adressen für die Nutzung anderer BewertungsApps zu übernehmen, ohne die Daten doppelt eingeben zu müssen.



Stellt sich die Frage: Wie finden denn die verkaufsbereiten Eigentümer den Immobilienrechner auf Ihrer Website?

Hier haben Sie mehrere Möglichkeiten. Die wesentliche Grundlage ist Ihre lokale Positionierung als Experte.



Social Media:

Sie haben bereits eine ansprechende Zahl an Followern auf Facebook, Linked-In und/oder Instagram erreicht? Unter Ihren Followern sind nicht nur Kolleginnen und Kollegen, sondern insbesondere potenzielle Eigentümer, Kaufinteressenten und Multiplikatoren?

Dann spielen Sie für Ihre Zielgruppen wichtigen Content aus und verknüpfen diesen mit den Mehrwerten Ihres Immobilienrechners, sodass Sie smart von Ihrer Social-Media-Präsenz auf Ihre Website funneln.

Ein Beispiel:

Die Immobilienpreise Ihrer Region schwanken. Sie – und damit auch Ihre Follower – lesen täglich Nachrichten über das Ende des Immobilien-Booms und der Preis-Rallye. Begegnen Sie den Mutmaßungen doch einfach mit harten Fakten und bieten Sie Ihren Fans regelmäßig den Preistrend Ihrer Region an, clever verbunden mit dem Hinweis auf Ihren Immobilienrechner. Das ist wertvoller Content, der dazu geeignet ist, organisch einiges an Reichweite zu erzielen. Der Hinweis auf Ihren Immobilienrechner könnte dann etwa so aussehen:

Wenn Sie wissen möchten, wie und ob sich der Wert Ihres Hauses geändert hat, bieten wir von XYZ Immobilien Ihnen gerne eine kostenfreie erste Werteinschätzung an (Link zu Ihrem Immobilienrechner). Bei Interesse an einem Verkauf oder einer stichhaltigen Preisermittlung nehmen Sie gerne unter ... Kontakt auf.



Insgesamt eignen sich sämtliche Themen rund um die Bewertung des lokalen Marktes sehr gut als wertiger Content, der organisch ausgespielt werden kann. Denn die eigene Immobilie ist in der Regel das wertvollste Hab und Gut des Eigentümers – klar interessiert er sich dafür, was gerade mit den Preisen vor Ort passiert und was das mit seinem eigenen Haus oder seiner Eigentumswohnung macht.

In diesem Kontext ebenso spannend sind übrigens Posts, die auf neu entstehende Baugebiete hinweisen, auf projektierte Supermärkte oder ähnliches. Die entsprechenden Informationen erhalten Sie bei-

spielsweise, indem Sie den öffentlichen Sitzungen der Ortsausschüsse oder Gemeinden beiwohnen. Auch im Zusammenhang solcher Inhalte – „Neues Baugebiet am Steinacker ausgewiesen – unsere Gemeinde wächst“ – können Sie immer wieder subtil auf Ihren eigenen Immobilienrechner hinweisen. Denn expandierende und nachgefragte Gemeinden bedeuten sich stetig ändernde Immobilienpreise.



Foto von Graphicdunk bei Envato Elements



Foto von thaspol_s bei Freepik

Google

SEA = Werbung bei Google

Das Thema **GoogleAds** werden wir zeitnah in einem gesonderten Whitepaper für Sie behandeln. Nur kurz vorab: Wir empfehlen Ihnen dringend, sich eingehend in Bezug auf GoogleAds beraten zu lassen.

Denn das Widget auf der Website alleine macht noch keinen Traffic, sprich: Der Eigentümer muss über clever gesetzte GoogleAds auf Ihre Website geleitet werden. Das sind z. B. Keywords wie „Immobilie Preis Stadt“ (also z. B. „Haus Preis Bonn“), denn hiermit beginnt die Eigentümerrecherche im Netz. Hierzu gibt es allerdings unzählige und für Google essenzielle Varianten, die in Frage kommen. Darüber hinaus geht es um ein nicht unerhebliches Budget, das die meisten Immobilienunternehmen monatlich für Google ausgeben. Dementspre-

chend sollten die Ads so zielgerichtet sein, dass das Verhältnis von Ausgaben zu Leads passt.



Unser Tipp:

Suchen Sie sich eine spezialisierte Agentur und lassen Sie sich entweder selber gründlich briefen oder geben Sie diese Dienstleistung heraus. Wenn Sie die „richtigen“ finden, dann lohnt es sich!



SEO = Verbesserung des Suchmaschinenrankings

Ihre Performance auf Google ist wichtig. Warum? Weil Sie hierüber qualifizierte Besucher auf Ihre Website lenken können. Und dafür können Sie Ihre Website derart optimieren, dass die Suchmaschinen, allen voran Google, Sie besser finden. Hierfür muss Ihre Website bestimmte Kriterien erfüllen. Insbesondere wichtig bei SEO ist die ständige Optimierung. SEO ist ein laufender Prozess, der nie abgeschlossen ist.

Auch hierauf werden wir nur kurz eingehen, da es jede Menge Kurse, Videokurse und auch Agenturen gibt, die Sie hier unterstützen können. Für Immobilienmakler besonders wertvoll ist beispielsweise Local SEO. Hierzu lesen Sie gerne die Ausarbeitungen des Experten Elias Indrich in der aktuellen Ausgabe des IMMOBILIENMAKLERs. Hier ist Schritt für Schritt beschrieben, wie sich

Vor-Ort-Makler mit welchen Google-Suchanfragen bei der Zielgruppe der Immobilienverkäufer anhand von lokaler Suchmaschinenoptimierung in den Fokus rücken können.

Das Magazin ist [hier](#) kostenfrei digital erhältlich. **Unser Tipp:** Schauen Sie auch in die älteren Ausgaben. Vieles rund um Google haben unsere Fachautoren hier bereits Schritt für Schritt erläutert.



Unser Tipp:

Viele kreative Ideen zur Positionierung werden Ihnen auch in unserer dreitägigen Sofortkompetenz [MarktWert-Makler](#) mit auf den Weg gegeben.



Wir haben keinen Sachkundenachweis - jeder kann Makler in Deutschland werden. Das ist der Vorteil und das ist auch der Nachteil. Unterscheiden gerade gegenüber dem einen oder anderen Großen kann man sich über die Qualifikation.

Tom Schippert
DEKRA-zertifizierter Sachverständiger und Makler

02

DEN EIGENTÜMER ÜBERZEUGEN



Foto von shoangpts bei Envato Elements

Nun sind die ersten Schritte getan, der Eigentümer hat von Ihrem Leadtool auf Ihrer Website eine grobe Preiseinschätzung erhalten und einem persönlichen Gespräch zugestimmt. Die Erstbesichtigung des Objektes steht an, Überzeugungsarbeit sowie so und nicht zuletzt kommt nun die Preisdiskussion auf Sie zu.

In diesem Zusammenhang ist Ihre ausgewiesene Kompetenz essenziell. Eine klare Trennung zwischen Einkauf und Vermark-

tung ziehen von daher einige größere Immobilienmaklerunternehmen mittlerweile. Das bedeutet: In den Akquisetermin werden ausschließlich Mitarbeiter mit fundiertem (Basis-)wissen in Immobilienbewertung geschickt.



Exkurs: Ihr Wertermittlungs-Know-how

Hier haben Sie mehrere Möglichkeiten. Entscheiden Sie sich für die Ausbildung zum **MarktWert-Makler**, so sind Sie bzw. Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nach der dreitägigen bestandenen Sofortkompetenz fit in den Grundlagen der Wertermittlung. Hier werden Sie von Praktikern geschult, diskutieren den Verkehrs- und den Marktwert sowie den Kaufpreis und lernen die Bodenwertermittlung anhand eines Bodenrichtwerts aus Sicht des Maklers. Darüber hinaus üben Sie ganz pragmatisch die Bewertung von Einfamilienhäusern im Sachwertverfahren, von Mehrfamilienhäusern im Ertragswertverfahren sowie einer Eigentumswohnung im Vergleichswertverfahren.

Entscheiden Sie sich für die Ausbildung zum **Sachverständigen für Immobilienbewertung DEKRA D1**, trainieren Sie selbstredend auch die Bewertungen der oben genannten Objektarten in den verschiedenen Wertermittlungsverfahren. Insbesondere sind die enthaltenen Weiterbildungsbestandteile, wie Grundlagen der marktkonformen Immobilienbewertung, des Immobilienrechts für die Immobilienbewertung oder bautechnische Grundlagen, ein klarer Indikator für Ihre Qualität, Seriosität und Kompetenz.

Sowohl für den MarktWert-Makler als auch für den DEKRA-Sachverständigen gilt:

- ➔ Sie erhalten ein Siegel, das Sie auf Ihre Website setzen und aktiv in Ihre Marketingmaßnahmen einbinden können. Hierüber erzielen Sie bereits vor dem persönlichen Kennenlernen den positiven Eindruck von Know-how und Kompetenz.

Dies ist insbesondere für die jetzt mit dem Eigentümer folgende Einpreisung sowie die Preisverhandlung vor Zeichnung des Alleinauftrages unerlässlich. Denn Sie gehen genau jetzt, beim Ersttermin, mit dem Eigentümer in die Diskussion. Und diese bewegt sich traditionell im Spannungsfeld zwischen überzogenen Vorstellungen, dem realistisch erzielbaren Wert und der damit verbundenen Vermarktungsdauer.

Für diesen Schritt auf Ihrer Akquisereise stehen Ihnen verschiedene mögliche Tools zur Verfügung, die Ihre Fachkompetenz und Ihr Know-how untermauern und Ihre Kenntnis und Ihr Bauchgefühl mit harten Fakten stützen. State-of-the art ist etwa der [Report](#). Sie hinterlassen mit der professionellen Marktanalyse einen bleibenden Eindruck und zeigen höchste Kompetenz im Rahmen des Ersttermins.

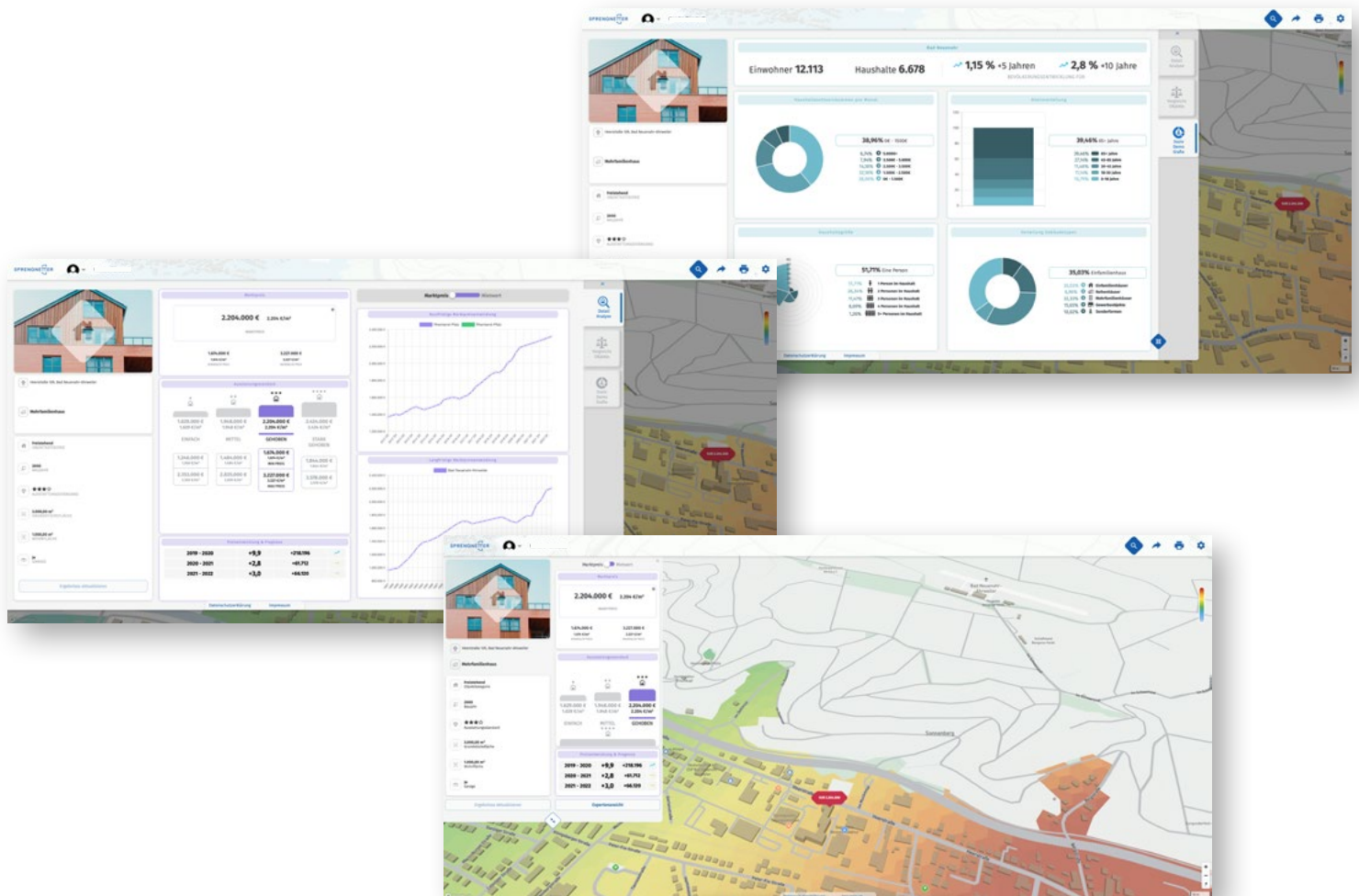
Der [Report](#) bietet Ihnen Preiseinschätzungen (Markt- und Mietpreisspannen) für die Gebäudearten Eigentumswohnung (von der Penthouse- bis zur Einzimmerwohnung), Einfamilienhaus und Mehrfamilienhaus. Dabei finden Sie insbesondere geschätzte Marktpreise für verschiedene Ausstattungsklassen. Darüber hinaus steht Ihnen die kurz- und langfristige Markt- und Mietpreisentwicklung zur Verfügung. Um den Markt transparent darzustellen, gibt Ihnen der Report die Top 10 Vergleichsangebote (für Miete und Kauf) aus. Dadurch wirken Sie gezielt mit harten Fakten emotional geprägten Argumenten wie „Aber der Nachbar hat für XXX verkauft“ entgegen und können mit dem Eigentümer realistisch die Marktpreisspanne diskutieren.



Ein weiteres Tool der Sprengnetter BewertungsApps, das Sie an dieser Stelle einsetzen können, ist [Maps](#). [Maps](#) ermittelt präzise Werte und stellt darüber hinaus auch noch jede Menge weiterer Daten zur Verfügung:

werden in [Maps](#) interaktiv dargestellt. [Maps](#) lässt sich auch wunderbar im Kontext Kaufinteressenten verwenden, deshalb haben wir Ihnen weiter unten noch mehr Informationen hierzu dargestellt.

Soziodemografische Daten wie Haushaltsgrößen, die Einkommensstruktur, nächstgelegene Ärzte, Kindergärten, Schulen etc. sowie die prognostizierte Preis- und Mietentwicklung. Vergleichsobjekte und mehr



03

DEN KORREKTEN PREIS FESTLEGEN



Max Mustermann

Marktpreisermittlung

für das mit einem
Einfamilienhaus bebaute Grundstück
53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler, Sprengnetter-Campus 1

Max Mustermann
Sprengnetter-Campus 1, 53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler
max.mustermann@mustermann.de
0261 9130 0

Datum:
Freitag
Vorname

04.05.2020
23.04.2020
Ausgabetermin

Diese Wertermittlung wurde mit SprengnetterONE Version 5.6.262 erstellt.



Max Mustermann

Marktpreisermittlung

für das mit einem
überholten bebauten Grundstück
53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler, Sprengnetter-Campus 1

Max Mustermann
Sprengnetter-Campus 1, 53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler
max.mustermann@mustermann.de
0261 9130 0

Datum:
Freitag
Vorname

04.05.2020
23.04.2020
Ausgabetermin

Diese Wertermittlung wurde mit SprengnetterONE Version 5.6.262 erstellt.



Das Zweitgespräch und bestenfalls der Alleinauftrag winken. Hierfür braucht der Maklervertrag einen genauen Wert, mit dem das Objekt in die Vermarktung gehen wird. Anhand einer professionellen Kurzbewertung sind Sie in der Lage, mit dem Eigentümer klar und transparent den korrekten Startpreis zu ermitteln.

Was ist eine professionelle Kurzbewertung?

Viele deutsche Sachverständige und Immobilienmakler mit ausgewiesenem Bewertungshintergrund nutzen Sprengnetter [Value](#). Mit [Value](#) können Sie Kurzbewertungen anfertigen. Mit den Kurzbewertungen via [Value](#) ermitteln Sie in wenigen Minuten fundiert und stichtagsgenau den Marktpreis einer in Deutschland gelegenen Wohnimmobilie, und zwar ebenfalls auf einem Erbbaugrundstück. Die für die Wertermittlung wichtigen Daten wie Bodenwerte und Sachwertfaktoren liefert [Value](#) gleich mit. Diese aussagekräftige und nachvollziehbare Kurzbewertung ist in ihrer Berechnung und Datenbasis konform zu den Vorgaben der ImmoWertV.

[Value](#) basiert auf mehreren hunderttausend aktuellen Kaufpreisen aus der Sprengnetter-Immobilienbank.

Damit arbeiten Sie auf Grundlage echter erzielter Preise anstatt auf der Grundlage von Angebotsdaten. Mit der Kurzbewertung über [Value](#) zeigen Sie Ihr breites Wissen während der Akquisephase und haben noch schlagkräftige Argumente für die Preisfindung und die Zeichnung des Alleinauftrags in der Hand.

[Value](#) dient Ihnen als Grundlage für die Preisverhandlung mit dem Eigentümer und gibt Ihnen auch bei Erbpacht eine sichere Wertermittlung mit. Darüber hinaus schaffen Sie für die Verhandlung mit dem Käufer eine klare Faktenlage.

Exkurs: Unser Tipp

Etliche unserer Kunden monetarisieren die Kurzbewertungen via Value, um den Vormarkt zu erreichen und hierauf basierend später Vermarktungsaufträge zu generieren. Verschiedene Szenarien sind denkbar.

Etwa im **Kontext der regelmäßigen Vermögensübersicht von Immobilienbeständen**. Wenn Sie Ihre Dienstleistung als Immobilienmakler oder Sachverständiger einer Hausverwaltung anbieten oder selber Hausverwalter sind, haben Sie etliche Eigentümer in Ihrer Kundschaft, die diverse Wohnungen oder Häuser in ihrem Portfolio haben. Diese Eigentümer kaufen oder verkaufen in der Regel in einem bestimmten Turnus. Für die Liquidität ist eine angepasste Vermögensübersicht extrem wichtig. Mit regelmäßig erstellten Kurzbewertungen haben Ihre Eigentümer den Überblick über die Wertsteigerung ihrer Immobilien und gegebenenfalls gegenüber der Bank eine fundierte Verhandlungsgrundlage für z. B. eine Kreditverlängerung. Am Rande bemerkt: Die Kurzbewertungen basieren auf derselben Datengrundlage, die auch viele Kreditinstitute selber für ihre Gutachten nutzen.

Sie werden als Immobilienmakler oder Sachverständiger gerne von Eigentümern oder Erbengemeinschaften angefragt, wenn es um die **Bewertung geerbter Immobilien** und den aufzuteilenden Betrag geht? Hier kann die Kurzbewertung einen validen Ansatzpunkt liefern. Da die Erben einen Prozentsatz an das Finanzamt zahlen müssen, wenn das Gesamterbe eine bestimmte Summe überschreitet, ist eine realistische Vorabbewertung des Immobilienvermögens für die weitere Entscheidungsfindung essenziell. Bitte beachten Sie in diesem Kontext: Wenn es vor Gericht geht, wird i.d.R. ein Vollgutachten von einem Sachverständigen gefordert. Ähnlich verhält es sich für den Fall, dass ein Gegengutachten der Schätzung des Finanzamts entgegengestellt werden soll. Die Kurzbewertung liefert hier einen ersten Ansatzpunkt.



Immobilienvermögen ist bei **Scheidungen** häufig im Spiel. Viele auseinandergegangene Eheleute einigen sich außergerichtlich. Hierfür muss, um Trennungsunterhalt, Versorgungsausgleich etc. zu berechnen, auch der Immobilienwert festgestellt werden. Ein Vollgutachten ist bei einer außergerichtlichen Einigung in der Regel nicht zwingend notwendig und zudem für viele Kunden zu teuer. Hier ist die Kurzbewertung via Value die richtige Alternative.

- Die Kurzbewertungen eignen sich prima für den Fall der außergerichtlichen Vermögensaufteilung. Hiermit kann ein fester Wert eingesetzt und gegen die weiteren Vermögenswerte aufgerechnet werden.



In allen diesen Fällen können Sie mit der Kurzbewertung prima punkten. Sie entweder verkaufen, wenn ein Vollgutachten nicht nötig ist und der Verkauf der Immobilie zu einem späteren Zeitpunkt stattfinden soll. Um die 500 Euro scheinen sich aktuell hierfür auf dem Markt zu etablieren. Damit sparen Sie dem Eigentümer jede Menge Geld und binden ihn langfristig an sich. Oder Sie verschenken sie – gegen Zeichnung des Alleinauftrags, versteht sich.

Das Beste daran: Die Kurzbewertung kostet Sie nur wenige Minuten, ist ImmoWertV-konform in Bezug auf Datenbasis und Berechnung und liefert Ihnen sämtlich für die Wertermittlung wesentlichen Daten gleich

mit. Bitte beachten Sie jedoch, dass Sie in der Diskussion der Kurzbewertung mit dem Eigentümer das nötige Know-how mitbringen sollten, um die verschiedenen Fachtermini und Berechnungen zu erläutern.

Unsere Sofortkompetenz [Markt-Wert-Makler](#) bietet Ihnen hierfür eine fundierte Grundlage.





**(...) ich will einfach nur dazu anregen,
schon kritisch mit der Automatisierung,
mit der Wertermittlung umzugehen. In der
Masse der Fälle wird der Wert stimmen und
in manchen Einzelfällen halt eben nicht.
Und die Einzelfälle muss man entdecken
und eingreifen.**

Jochem Kierig

Bereichsleiter Research & Development, Sprengnetter

04

INTERESSENTEN FINDEN

Herzlichen Glückwunsch! Der Alleinauftrag ist gezeichnet, das Objekt aufbereitet und die Vermarktung angelaufen.

Jedoch hat sich der Markt gedreht. Der Verkäufermarkt scheint endgültig passé zu sein. Viele Marktakteure klagen über extrem lange Vermarktungszeiten bis hin zu Null-Nachfrage nach ihren Objekten und machen die steigenden Bauzinsen, die Inflation und die daraus resultierende allgemeine Unsicherheit verantwortlich. Auf der anderen Seite drängen vermehrt verkaufswillige Eigentümer auf den Markt, die zum preislichen Vorjahresniveau verkaufen wollen.

Wir von Sprengnetter haben vor ein paar Wochen eine Veranstaltung zum Thema „Gamechanger Interessent: Suchen – finden – binden – rechtssicher ansprechen“ durchgeführt und hatten hochkarätige Praktiker da, die bereits ihr Mindset geändert und sich der Marktsituation angepasst haben. Der Grundtenor: Interessenten mit Finanzierung sind da. Wir müssen sie nur finden. Aber wie?

Unser Tipp: Werfen Sie [hier](#) einen Blick auf die Präsentation von Consultant Robert Kampczyk. Er hat für Sie die verfügbaren Kanäle aufgeschlüsselt und nach Sinnhaftigkeit sortiert sowie jede Menge Anregungen für spannende Inhalte gegeben.

Maßnahmenbündel anpassen

Nun standen eine ewige Zeit lang Eigentümerin und Eigentümer im Fokus des Interesses. Auf die Eigentümerakquise haben die meisten von Ihnen Ihre Website optimiert, Ihre Google- und Social-Media-Aktivitäten sowie generell die Produktion Ihres Contents ausgerichtet. Nun gilt es, Interessentin und Interessent gleichermaßen in den Fokus zu rücken.

Wie das aussehen kann, haben wir Ihnen anhand einiger aktueller spannender Themen aufgezeichnet. Und wie immer im Marketing: Denken Sie daran, dass Sie relevante Inhalte auf verschiedenen Kanälen nutzen können und sollten, on- wie offline. Übrigens haben wir Ihnen die folgenden Inhalte extra auf beide Zielgruppen zugeschnitten, sodass Sie sowohl Interessenten als auch Eigentümer hiermit generieren können.



Welche Themen interessieren den Markt?

Ganz brandaktuell eignet sich das Thema **Erben wird teurer!** ganz prima. Hier gab und gibt es immensen Beratungsbedarf von Seiten der Immobilieneigentümer. Und natürlich auch der Neu-Eigentümer, also jetzigen Interessenten! Welche Marketing-Maßnahmen funktionieren hier?

- Know-how einsammeln: Informieren Sie sich gründlich über die Details der Gesetzesänderung, die voraussichtlich zu höheren Erbschaftssteuern führen wird. Einen Anhaltspunkt bietet z. B. der [Blogbeitrag](#) von Sprengnetter-Fachmann Sebastian Drießen. Er hat Ihnen übrigens auch eine echte Beispielrechnung mitgebracht, die Sie gerne teilen dürfen.
- Eigene Blogbeiträge erstellen und in die Website einbinden: „Warum erben und schenken ab 2023 teurer wird“.
- Via Social Media die Blogbeiträge anteasern und darauf linken: „Erben wird teurer! Die Hintergründe und Lösungsmöglichkeiten lesen Sie im Blogbeitrag.“
- Die Wochenblätter mit entsprechenden Artikeln versorgen: „Immobilien vererben wird teurer – was Sie jetzt tun können“.
- Sich den Lokalzeitschriften als Interviewpartner zum Thema anbieten, zum Beispiel mit dem befreundeten Steuerberater gemeinsam.
- Ratgeber oder **Guides** zum Thema „Richtig vererben“ erstellen und bewerben (zu Ihren Google-Aktivitäten siehe oben).



Die Energiekrise ist in aller Munde, das Thema **„energetisch sanieren“** für Interessenten brandaktuell. Gilt übrigens auch für Eigentümer (die vielleicht irgendwann einmal verkaufen, aber ihr Haus jetzt aufgrund der Energiekrise optimieren möchten). Im Folgenden finden Sie einige Ideen, wie Sie sich bezüglich des Energie-Themas positionieren können.

- ➔ Zuerst einmal ist es super, ein Siegel der Macht zu tragen. Nutzen Sie also die [Weiterbildungsmöglichkeiten](#), die der Markt aktuell zur Verfügung stellt, und werden Sie „ausgezeichneter“ Experte.
- ➔ Zum Know-how-Transfer und damit zur Positionierung eignen sich beispielsweise Newsletter. Informieren Sie hier über die Vor- und Nachteile der Feinstaubbelastung von Pellet-Heizungen.
- ➔ Kooperieren Sie mit Ihrem örtlichen Installateur und bieten Sie ein Info-Video zu Wärmepumpen in Bestandsgebäuden an.

- ➔ Bloggen Sie über die Kosten-Nutzen-Rechnungen von Solaranlagen auf dem Dach (nicht die jährlichen Wartungskosten vergessen!).
- ➔ Machen Sie einen Podcast über die Unterschiede zwischen Solarthermien und Photovoltaikanlagen.
- ➔ Verteilen Sie alle diese Maßnahmen an ihre Social-Media-Community.

Sie sehen also: Vom Ratgeber über regelmäßige Blogbeiträge, die z. B. via Facebook ausgespielt werden bis hin zu Podcasts oder Videos bietet die Energiekrise unendlich viel Beratungsmöglichkeiten in Richtung Interessenten. Und ja – wer sich hier einen Namen als professioneller Berater gemacht hat, kann en passant den Suchauftrag zeichnen lassen.



Bild von pch.vector bei Freepik

Ein Dauerthema, ob Hoch- oder Niedrigzinsphase, ob Eigentümer oder Interessent, sind **Immobilienpreise**. Wir selber von Sprengnetter bekommen täglich Anrufe oder Mails von Kunden wie Ihnen, die nachfragen, ob sie unsere Auswertungen bezüglich Kauf- und Angebotspreise für Social Media, für einen **Vortrag**, für einen **Blogartikel** oder für einen Pressebericht zitieren dürfen.

Dürfen Sie gerne.

Nutzen Sie das Know-how, das wir Ihnen unter <https://shop.sprengnetter.de/> zur Verfügung stellen, und verteilen Sie die Informationen über die Preisentwicklungen an Ihre Follower. Referenzieren Sie hierbei gerne auf uns.

Die **Interessentenfinanzierung** ist das aktuelle K.O.-Kriterium für erfolgreiche Geschäfte. Damit sind **Baufinanzierungsberater** der perfekte Netzwerkpartner für Sie.

Eine Kooperation hat Auswirkungen auf verschiedenen Ebenen: glückliche Käuferinnen und Käufer, die ihre Lösung aus einer Hand erhalten. Verkaufswillige Eigentümer, die vom Baufinanzierungsberater zu Ihnen vermittelt werden (jeder, der kauft, wohnt aktuell – häufig im Eigenheim, das zu groß, zu klein oder nicht barrierefrei genug ist).

Denkbare gemeinsame Maßnahmen gibt es viele, denn Immobilienfinanzierungen sind aktuell das Angst-Thema Nummer 1 potenzieller Käuferinnen und Käufer.

- ➔ Ratgeber: etwa „Welche Unterlagen werden für eine Baufinanzierung gebraucht“ (kleiner Tipp: Antworten finden Sie in Dr. Lucie Lotzkats Artikel „Wie finde ich den richtigen Finanzierungspartner?“ in der zweiten Ausgabe unseres [Magazins IMMOBILIENMAKLER](#)).
- ➔ Gemeinsame Web-Seminare zum Thema „Immobilienfinanzierung leichtgemacht“ oder auch „Wie finde ich den richtigen Finanzierungspartner“. Eignen sich auch für Abendveranstaltungen.
- ➔ Breitflächige Bekanntgabe der Kooperation und der Mehrwerte über Ihre Social-Media-Kanäle.
- ➔ Hierüber Ausspielen wertiger Inhalte, die auf Ihren Blog linken.
- ➔ Sie alle haben Immobilienrechner auf Ihrer Website. Warum nicht den Finanzierungsrechner daneben stellen und hierüber Leads generieren, aus denen Suchaufträge werden? Oder Kunden für Ihren Baufinanzierungspartner. Eine Hand wäscht die andere.

05

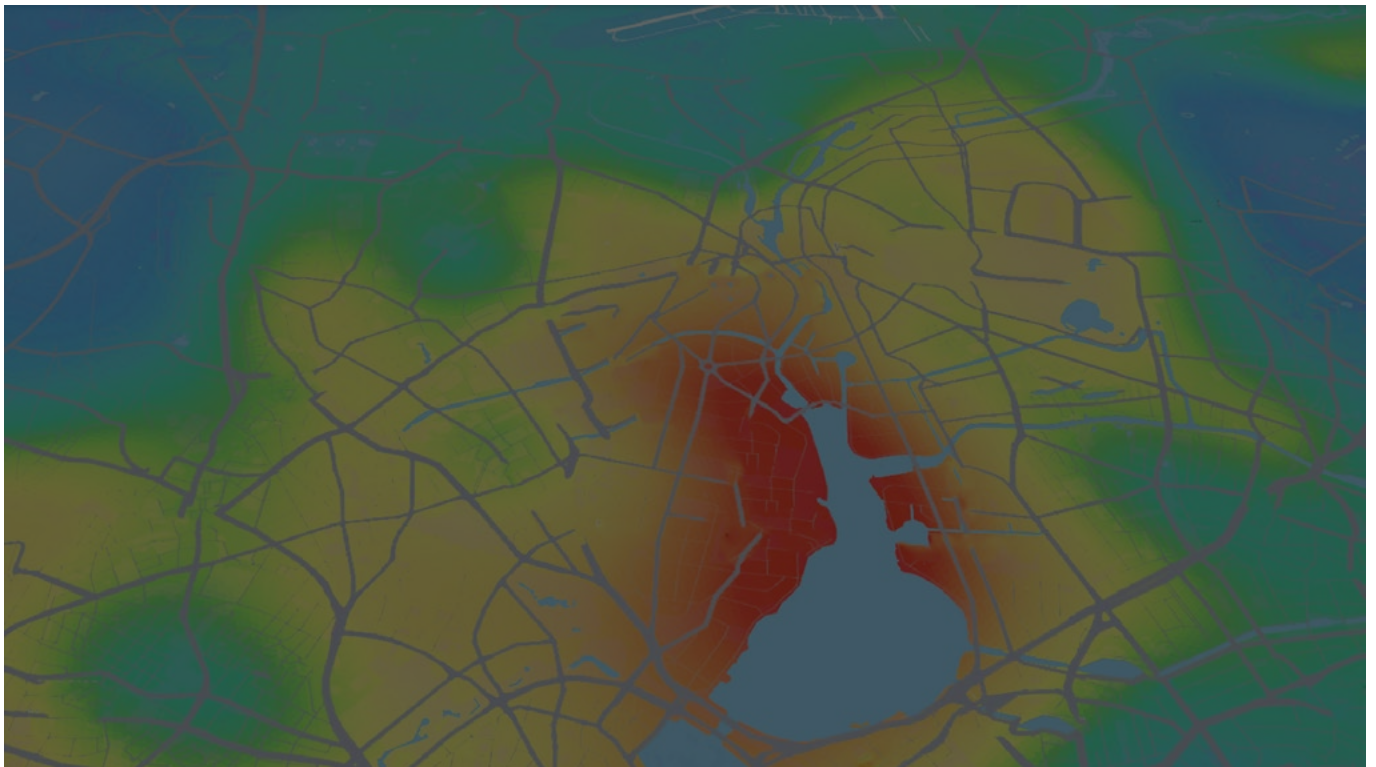
DEN INTERESSENTEN GLÜCKLICH MACHEN

Geschafft! Es ist Ihnen gelungen, einen oder zwei ernsthafte Interessenten zu finden, die nun dabei sind, ihre Finanzierung zu finalisieren. Informiert haben Sie sie mit der smarten Anwendung Maps. Diese stellt übersichtlich die wichtigsten soziodemografischen Daten wie die Altersstruktur der Mikrolage, die wesentlichen Points of Interest wie Kindergärten, Restaurants und Co. wie auch die voraussichtliche kurzfristige und langfristige Marktpreientwicklung in einer Heatmap dar. Den Link haben Sie Ihrem Interessenten kurzerhand aufs Smartphone geschickt.

Hier werden Fragen beantwortet wie:

- ➔ Wie sieht die Bevölkerungsstruktur aus?
- ➔ Welche weiterführenden Schulen gibt es im Umkreis?
- ➔ Wo ist die nächste Bushaltestelle?

Aber auch die harten Fakten, wie die zu erwartenden Preistrends, die Mietpreise der Umgebung und vieles mehr geben Antwort auf die Einordnung von Preis und Lage der potenziellen Immobilie.



Exkurs: Ihre Benefits

- **Schnelle Preisermittlung:** Um die Wertspanne für eine Immobilie zu erhalten, geben Sie die objektbezogenen Daten in Ihr Dashboard ein und erhalten innerhalb von Sekunden Ihr Ergebnis. Vorteil für Sie: Doppelte Dateneingaben entfallen, denn Sie können beispielsweise die Daten aus Ihrem Report übernehmen und direkt ein Maps erstellen.
- **Direkter Überblick:** Nach Eingabe der Daten erhalten Sie einen prognostizierten Marktpreis und Mietwert. Dieser steht ebenfalls für unterschiedliche Ausstattungsstandards zur Verfügung. Untermauert wird die Analyse durch die Darstellung der kurzfristigen und langfristigen Marktpreisentwicklung.
- **Den Markt im Fokus:** Zu jedem analysierten Objekt erhalten Sie entsprechende Vergleichsobjekte. Hierfür werden nicht nur Angebotsdaten genutzt, sondern ebenfalls real erzielte Verkaufspreise.
- **Die Gegend verstehen:** Neben Informationen zur Einwohnerzahl und Anzahl der Haushalte erhalten Sie Auskunft zur Altersverteilung in der Region, zur Haushaltsgröße, zum Haushaltsnettoeinkommen und zur Gebäudeverteilung.
- **Interaktive Darstellung, innovative Visualisierung:** Auf der interaktiven Heatmap mit 3D-Ansicht wird die zu bewertende Immobilie dargestellt. Auf den ersten Blick erhalten Sie eine Einschätzung zu den Marktpreisen. Durch Darstellung relevanter Points of Interest (Restaurants, Kindergärten, öffentlicher Verkehr etc.) lernen Sie und Ihre Kunden die Umgebung schnell kennen.
- **Wählen Sie aus!** Maps können Sie einfach selber konfigurieren. So wählen Sie aus, was Sie Ihrem Eigentümer oder Ihrem Käufer zeigen möchten. Lassen Sie Ihren Kunden zielgruppengerechte selbst dosierte Informationen zukommen, wie z. B. den exakten Marktpreis oder nur die Marktpreispanne.



07

DEN FINANZIERUNGSPROZESS BESCHLEUNIGEN



Foto von ijabbei/FreePik

„Welche Kosten kommen denn auf mich zu?“ ist eine der meistgestellten Fragen von Seiten Ihrer Interessenten. Insbesondere bei Bestandsgebäuden steht das energetische Sanieren im Mittelpunkt der Überlegungen.

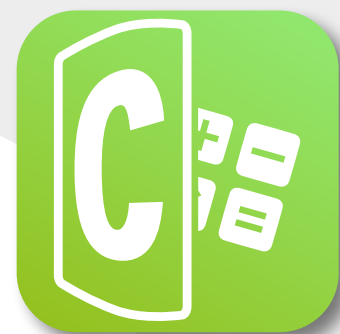
Unser Tipp: Nutzen Sie Sprengnetter [Calc](#) als klare Positionierung in Richtung Käufer und als Finanzierungsbeschleuniger.

Denn Sie haben zwei Möglichkeiten. Sie können entweder mit jedem Interessenten und dessen Gewerken – Dachdecker, Installateur, Fliesenleger etc. – Termine vereinbaren, damit der Käufer die entsprechenden Kosten in die Finanzierung einfließen lassen kann.

Das kostet Sie, den Eigentümer und den Käufer jede Menge Zeit: Zeit für die Terminkoordination, Fahrtzeiten, Vor-Ort-Zeiten. Oder Sie händigen dem Käufer den Diagnosebericht aus, den Sie über Calc effizient in

wenigen Minuten erstellt haben. Mit Sprengnetter Calc sind Sie in der Lage, die Sanierungsaufwendungen zu schätzen. Dies unterstützt Sie auf der einen Seite dabei, den Koordinierungsaufwand für die Gewerke zu minimieren, denn es müssen keine einzelnen Kostenvoranschläge eingeholt werden.

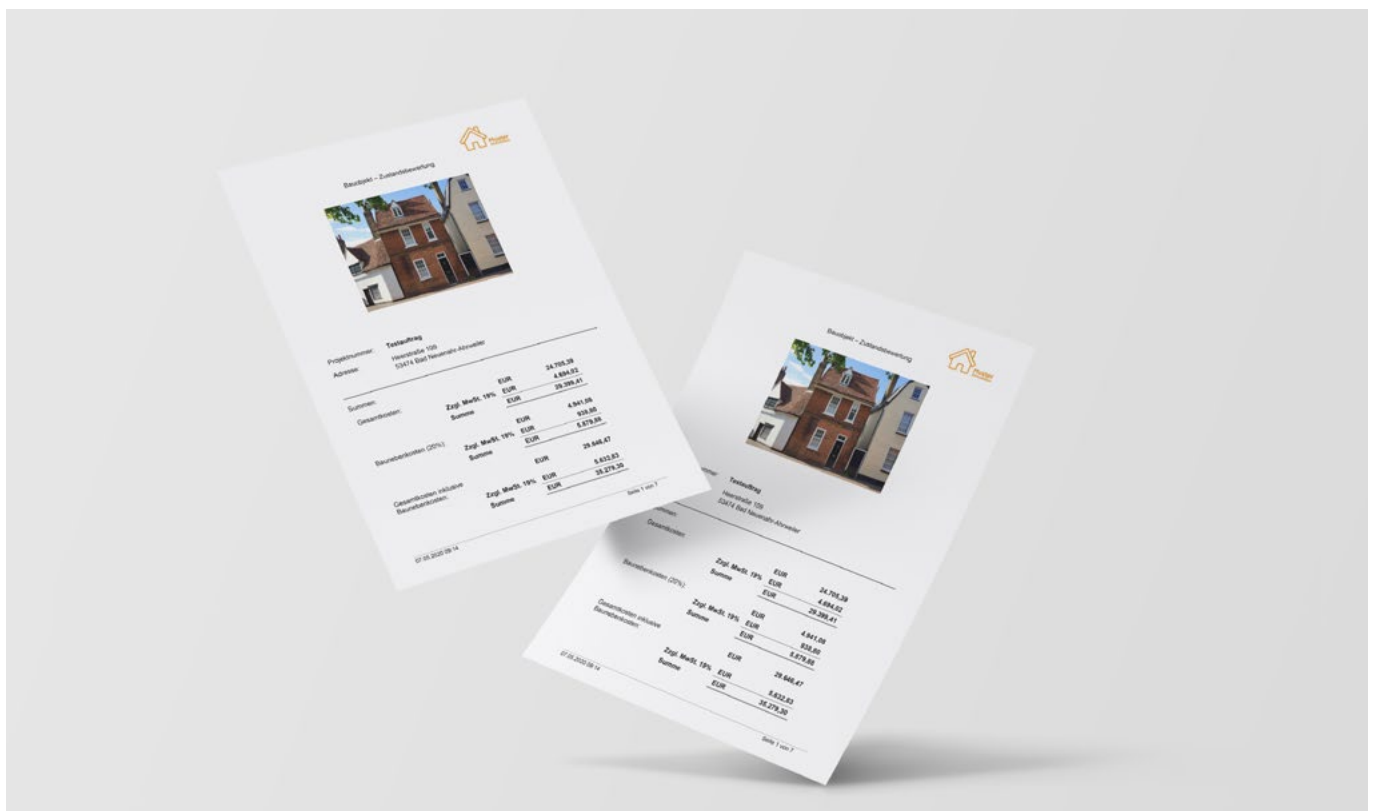
Auf der anderen Seite beschleunigen Sie die Finanzierungszusage der Bank, denn mit dem Diagnosebericht von Calc hat der Käufer der Bank gegenüber eine fundierte Argumentationsgrundlage für die Einpreisung der Renovierung.



Der Bericht beruht übrigens auf regionalisierten Baukosten und beinhaltet klar und transparent eine Kostenschätzung in Anlehnung an die DIN 276. Dies besitzt käuferseitig eine hohe Relevanz für die Kreditvermittlung, nämlich genau dann, wenn der Immobilienkredit durch einen Sanierungskredit aufgestockt werden soll.

liefern Sie eine erstklassige und kompetente Dienstleistung ab, die Sie beim Käufer nachhaltig in Erinnerung bleiben lässt. Denn nicht zuletzt ist der jetzige Käufer der Verkäufer von morgen.

Das Beste daran: Durch den Wegfall der Koordinierung zahlreicher Gewerke sparen Sie dem Eigentümer, dem Käufer und sich selber jede Menge Zeit. Und ganz nebenbei



06

DEN AFTER-SALES-KREISLAUF BESPIELEN



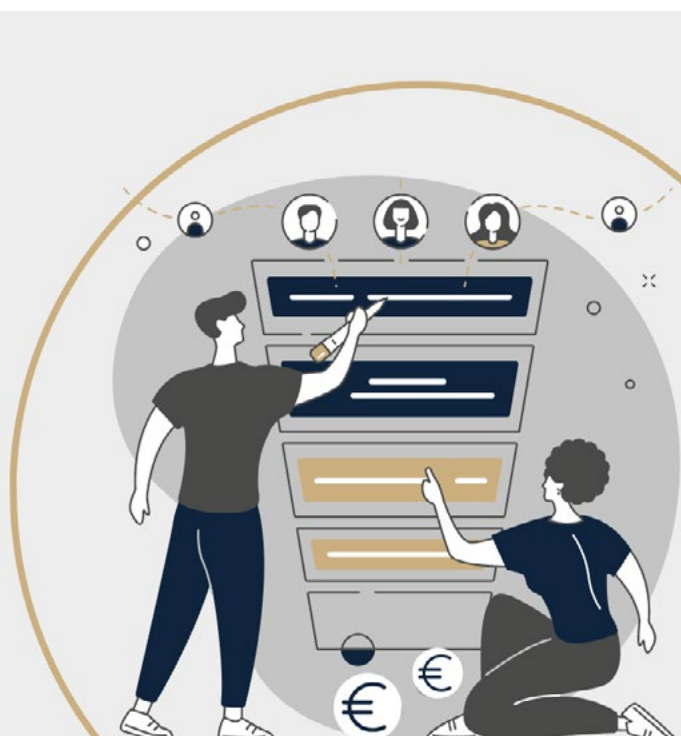
Foto von twenty20photos bei Envato Elements

Scheidung, Jobwechsel, familiäre Veränderung, Tod: Ihr Käufer von heute ist der Verkäufer von morgen. Damit sind wir bei After Sales Services, die klassisch als Dienstleistungen gesehen werden, die dem eigentlichen Verkauf nachgelagert sind. Sie dienen der Kundenbindung, Kundenzufriedenheit und damit auch der Weiterempfehlungsquote.

Soweit die Theorie. Doch bei den meisten Maklerinnen und Maklern findet nach dem Notartermin der Exit statt. Hierfür machen

sich viele noch richtig kreative Gedanken – was ist das beste Geschenk, um nachhaltig beim Neu-Eigentümer in Erinnerung zu bleiben? Die Ideen reichen von der Champagnerflasche bis hin zum Fresskorb, vom Fotobuch für Käufer und Verkäufer bis hin zur Karte mit Konterfei des Objektes.

AFTER-SALES-KREISLAUF



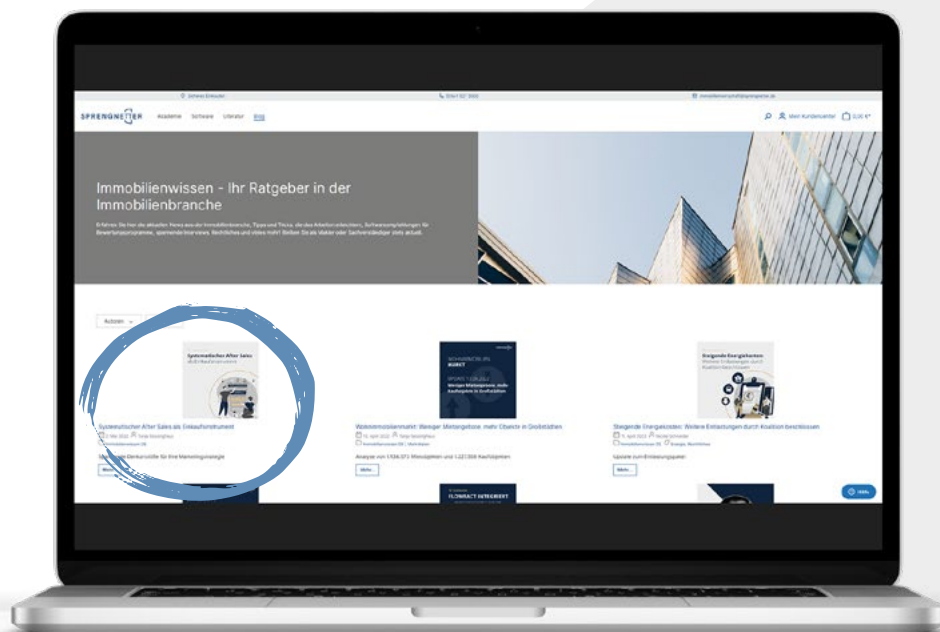
Ob Champagnerflasche oder Fresskorb: Das alles sind je nach Zielgruppe bezaubernde Impulse für nachhaltig in Erinnerung bleibende Geschenke. Trotzdem findet dann der Exit statt. Dabei liegt das Potenzial genau hier – im Neu-Eigentümer. Nicht fünf Minuten später, klar, aber schauen Sie sich alleine die bundesdeutsche Scheidungsrate an. Diese betrug in 2021 37,8 %. Das sind in absoluten Zahlen 142.800 Paare, die sich in der Regel auch immobilienverändern. Hinzu kommen die vielen Menschen, die aus anderen Gründen verkaufen. Jobwechsel, Familienzuwachs und vergrößern, Kinder aus dem Haus und verkleinern, älter geworden und barrierefrei benötigt etc.

Möglichkeiten, sich beim (Neu-)Eigentümer nachhaltig in Erinnerung zu rufen, gibt es viele. Die Wesentlichen haben wir Ihnen

[hier](#) zusammengestellt. Die wertvollste Erinnerungreferenz für Sie:

Das lokale Update

Das lokale Update ist wichtiger Content, der Ihren Eigentümer auch nach Jahren noch interessieren wird. Handelt es sich doch um das materiell wertvollste Gut seines Lebens: sein Haus oder seine Eigentumswohnung. Bei dem lokalen Update sprechen wir hauptsächlich von Zahlen, Daten und Fakten. Aktuell existieren zwei mögliche Varianten. Beide zeigen Ihre herausragende lokale Expertise.

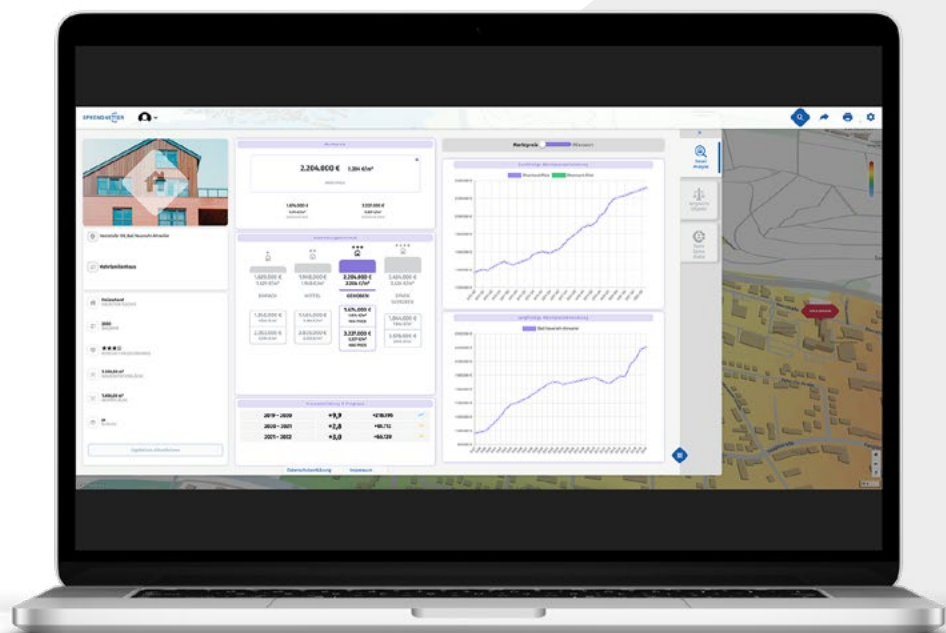


Das persönliche Immobilien-Update

Sehr lokal und adressbasiert ziehen Sie sich für eine relativ schmale Mark innerhalb weniger Sekunden ein [Maps](#). Die Quadratmeterpreisentwicklung ist hier sicher das, was den Eigentümer am meisten interessiert. Was hat sich getan, zum Beispiel vom letzten bis zu diesem Jahr. Oder auf die einzelnen Quartale bezogen. Ihr großer Vorteil: Sie kennen das Objekt und können dementsprechend die Daten in das automatisierte Bewertungssystem sehr fein eingeben.

Auch spannend ist natürlich der Forecast beider, also die langfristige potenzielle Markt- und Mietpreisentwicklung. Aber

auch die soziodemografische Struktur der Nachbarschaft macht neugierig. Da wird sich von Jahr zu Jahr auch etwas verändern. Wie ist denn die Altersstruktur? Die Einkommensverteilung? Die Haushaltsgrößen, sprich: Wie viele neue Leute sind denn dazugekommen? Oder ist die Fluktuation gar negativ? Alle diese Details können Sie entweder in einem Bericht zusammenfassen, oder Sie teasern, das ist der einfachste Weg, die Inhalte kurz in einer E-Mail an und schicken Ihrem Eigentümer den Link zum „Immobilien-Update“.



Weitere Ergebnisse, die Ihnen zur Verfügung gestellt werden und die Ihren Eigentümer interessieren könnten: die Mietpreisentwicklung. Etliche Einfamilienhäuser haben z. B. eine Eigentumswohnung, die auch direkt vermietet wird.

Auch spannend ist natürlich der Forecast beider, also die langfristige potenzielle Markt- und Mietpreisentwicklung.

Aber auch die soziodemografische Struktur der Nachbarschaft macht neugierig. Da wird sich von Jahr zu Jahr auch etwas ver-

ändern. Wie ist denn die Altersstruktur? Die Einkommensverteilung? Die Haushaltsgrößen, sprich: Wie viele neue Leute sind denn dazugekommen? Oder ist die Fluktuation gar negativ? Alle diese Details können Sie entweder in einem Bericht zusammenfassen, oder Sie teasern, das ist der einfachste Weg, die Inhalte kurz in einer E-Mail an und schicken Ihrem Eigentümer den Link zum „Immobilien-Update“.

Marktberichte

Die zweite Variante sind Marktberichte. Sie werden die Marktberichte beispielsweise von dem einen oder anderen Großmakler aus Köln, Bonn, Düsseldorf oder München kennen.

Für einen Marktbericht besorgen Sie sich PLZ-bezogene Daten. Hier erhalten Sie durchschnittliche Immobilienwerte und Wertspannen für Einfamilienhäuser und durchschnittliche Immobilienwerte und -mieten sowie die jeweiligen Wert-/Mietspannen für Eigentumswohnungen.

Diese bereiten Sie dann grafisch auf und lassen ein wenig weiteren Content Ihrer lokalen Expertise einfließen. Etwa: neues Einkaufszentrum geplant. Der Tennisclub ist mit der Gemeinde in Verhandlungen bezüglich eines Hallenbaus. Und schicken ihn dann Ihrem Eigentümer zu – vielleicht sogar als richtiges physisches Handout?

Solche Marktberichte können Sie an eine spezialisierte Agentur herausgeben oder mit dem entsprechenden Wertermittlungs-Know-how und Marktwissen selber erstellen. Der große Vorteil: Sie können einen Marktbericht auf Postleitzahlen-Ebene breitflächiger nutzen. Wenn Sie einen solchen Marktbericht in Ihren After-Sales-Prozess



einbinden, können Sie ihn zugleich als Beilage für die Lokalzeitung oder das Ortsblatt verwenden, Sie können ihn verteilen lassen, Sie setzen ihn natürlich auf Ihre Website, Sie können ihn über Social Media ausspielen und vieles mehr.

Derlei Marktberichte fertigen viele große Makler an. Das Feedback: Der (regelmäßige!) Marktbericht trägt unglaublich viel zur Positionierung, zur Markenbildung und zum Renommee bei.

KURZES NACHWORT

Wir freuen uns sehr, liebe Leserschaft, wenn Sie den einen oder anderen Impuls aus unserem neuen Whitepaper mitnehmen konnten. Zur besseren Übersicht haben wir Ihnen hier sämtliche der erwähnten Links und Tools noch einmal zusammengestellt.

Wie immer freuen wir uns über Ihr Feedback unter tanja.sessinghaus@sprengnetter.com

LINKS UND TOOLS

01. [IMMOBILIENMAKLER Magazin](#)

02. [BewertungsApps](#)

03. Whitepaper und Factsheet BewertungsApps:

- [Whitepaper & Factsheet Value](#)
 - [Whitepaper & Factsheet Calc](#)
 - [Factsheet Maps](#)
 - [Factsheet Report](#)
 - [Factsheet Books](#)
-

04. MarktWert-Makler:

- [MWM | MarktWert-Makler](#)
 - [Berechnung der Brutto-Grundfläche \(BGF\)](#)
 - [Das Ertragswertverfahren \(VIDEO-Kurs\)](#)
 - [Das Sachwertverfahren \(VIDEO-Kurs\)](#)
 - [Das Vergleichswertverfahren \(VIDEO-Kurs\)](#)
 - [Die Markt- und Objektanalyse \(VIDEO-Kurs\)](#)
 - [Grundlagen der Immobilien-Wertermittlung \(VIDEO-Kurs\)](#)
 - [Grundlagen zur Wohnflächenberechnung \(VIDEO-Kurs\)](#)
-

05. [Ausbildung zum DEKRA Sachverständigen Immobilienbewertung D1 und Sprengnetter Immobilienbewerter](#)

06. Weitere Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten finden Sie in unserem Shop unter: <https://shop.sprengnetter.de/Akademie/>

IHRE ANSPRECHPARTNER

Ihre Berater für die **Bewertungs**Apps



Robin Drews
+49 (0) 2641 827 3006



Stefan Münch
+49 (0) 2641 827 3007



Payam Yousefi
+49 (0) 2641 827 3008

Ihre Beraterin für die **Sachverständigen**-Ausbildungen



Bettina Weidenbach
+49 (0) 2641 827 3009

Sprengnetter Real Estate Services GmbH

Sprengnetter-Campus 1
53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler

Telefon: +49 (0) 2641 827 3000

E-Mail: info@sprengnetter.com

Die Gesellschaft hat ihren Sitz in Bad Neuenahr-Ahrweiler und ist eingetragen beim Amtsgericht Koblenz unter HRB 27814.

Geschäftsführer: Jan Sprengnetter, Andreas Kadler

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 55 Abs. 2 RStV: Andreas Kadler (Anschrift wie oben)