

## → Die Energieausweise

Bereits für Ihre erste Annonce benötigen Sie einen Energieausweis, da Sie daraus bestimmte Angaben übernehmen müssen (siehe Seite 42). Spätestens bei der ersten Besichtigung von Kaufinteressenten muss der Energieausweis vorliegen.

Der kostengünstige **Verbrauchsausweis** (verbrauchsorientierter Energieausweis, ca. 30 bis 50 Euro) zeigt den echten Heizenergieverbrauch der letzten 36 Monate auf einer Skala mit Grün-, Gelb- und Rotmarkierung an, um einen geringen, mittleren oder hohen Energieverbrauch darzustellen.

Der teurere **Bedarfsausweis** (bedarfsorientierter Energieausweis, mindestens 300 Euro) setzt den Besuch eines Gutachters in Ihrem Haus oder Ihrer Eigentumswohnung voraus. Dieser ermittelt den Energiebedarf auf Basis der verwendeten Baumaterialien, des Hauszustands und der Größe von Haus oder Wohnung. Der tatsächliche Verbrauch spielt hier keine Rolle.

Der Bedarfsausweis ist Pflicht für Neubauten sowie ältere Immobilien (weniger als 5 Wohnungen) mit Bauantrag vor dem 1.11.1977 ohne energetische Sanierung.

## Pflichtangaben bei Onlineanzeigen

Ihre private Immobilienanzeige muss nach §16 Energieeinsparverordnung (EnEV 2014) seit dem 1.5.2014 folgende Pflichtangaben enthalten:

- ▶ Baujahr des Gebäudes
- ▶ Energieträger der Heizung (zum Beispiel Öl, Erdgas oder Fernwärme)
- ▶ Art des Energieausweises. Beim Verkauf einer Eigentumswohnung reicht ein Verbrauchsausweis meist aus. Falls Sie jedoch ein größeres oder älteres Haus verkaufen, kann sich der Bedarfsausweis für Sie als Verkäufer insbesondere dann empfehlen, wenn Sie bei Ihrem Haus mit einer relativ hohen Energieeffizienz glänzen können.
- ▶ Energieverbrauchswert (kWh pro qm und Jahr)
- ▶ Energieeffizienzklasse (von der optimalen A+ bis zur schlechten Klasse H).

Falls Sie gegen diese Angabepflicht verstoßen, droht Ihnen seit 1.5.2014 ein schmerzhaftes Ordnungsgeld.

Falls Ihnen zum Zeitpunkt der Anzeigenaufgabe noch kein Energieausweis vorliegt, müssen Sie die Angaben zur Art des Energieausweises, zum Energieverbrauchswert und zur Energieeffizienzklasse den Kaufinteressenten spätestens bei der ersten Haus- oder Wohnungsbesichtigung vorlegen. Bei den Daten für Ihre Internetanzeige auf der folgenden Seite 42 wird auf die nötigen Pflichtangaben zur Energieausstattung Ih-

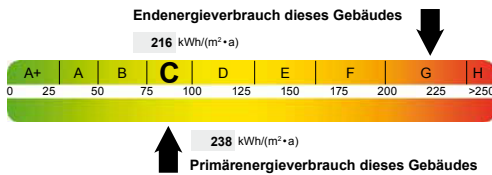
# ENERGIEAUSWEIS für Wohngebäude

gemäß den §§ 16 ff. Energieeinsparverordnung (EnEV) vom<sup>1)</sup> 18.11.2013

## Erfasster Energieverbrauch des Gebäudes

Reg

### Energieverbrauch



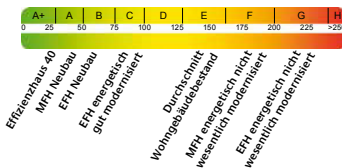
Endenergieverbrauch dieses Gebäudes (Pflichtangaben für Immobilienanzeigen)

216 kWh/(m²·a)

### Verbrauchserfassung – Heizung und Warmwasser

Zeitraum		Energieträger <sup>3)</sup>	Primär- energie- faktor	Energieverbrauch Wärme [kWh]	Anteil Warmwasser [kWh]	Anteil Heizung [kWh]	Klima- faktor
von	bis						
01.01.2011	31.12.2011	Erdgas H	1,10	106268	19128	87140	1,16
01.01.2012	31.12.2012	Erdgas H	1,10	114826	20669	94157	1,07
01.01.2013	31.12.2013	Erdgas H	1,10	109422	19696	89726	1,03

### Vergleichswerte Endenergie



Die modellhaft ermittelten Vergleichswerte beziehen sich auf Gebäude, in denen die Wärme für Heizung und Warmwasser durch Heizkessel im Gebäude bereitgestellt wird.

Soll ein Energieverbrauch eines mit Fern- oder Nahwärme beheizten Gebäudes verglichen werden, ist zu beachten, dass hier normalerweise ein um 15 bis 30% geringerer Energieverbrauch als bei vergleichbaren Gebäuden mit Kesselheizung zu erwarten ist.

### Erläuterungen zum Verfahren

Das Verfahren zur Ermittlung des Energieverbrauchs ist durch die Energie spezifische Werte pro Quadratmeter Gebäudenutzfläche (A<sub>n</sub>) nach der Energieeffizienz des Gebäudes. Der tatsächliche Energieverbrauch einer Wohnung unter Berücksichtigung der Witterungseinflüsse und sich ändern des Nutzerverhaltens vom angegebenen

<sup>1)</sup> siehe Fußnote 1 auf Seite 1 des Energieausweises <sup>2)</sup> siehe Fußnote 2 auf Seite 1 des Energieausweises in kWh <sup>4)</sup> EFH: Einfamilienhaus, MFH: Mehrfamilienhaus

Der Verbrauchsausweis schlüsselt den tatsächlichen Endenergieverbrauch der Haus- oder Wohnungsnutzer während der letzten 36 Monate auf. Der erfasste Verbrauch wird um einen Klimafaktor korrigiert, der die Wetterdaten des Messzeitraums berücksichtigt. Bei Eigentumswohnungen wird der Verbrauchsausweis übrigens für die gesamte Eigentumswohnanlage erstellt.

Aktuelle Informationen zum Energieausweis gibt es bei [www.test.de/faq-energieausweis](http://www.test.de/faq-energieausweis). Die Deutsche Energie-Agentur ([www.dena.de](http://www.dena.de)) listet in ihrer Datenbank qualifizierte Aussteller von Energieausweisen auf und verteilt Bedarfsausweise mit Gütesiegel, teilweise auch mit TÜV-Zertifikat.

## Checkliste

### Daten für Ihre Internetanzeige

Bei ImmobilienScout24 geben Sie die Daten für Ihr zum Verkauf stehendes Haus in der folgenden Reihenfolge ein:

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Eine prägnante Überschrift (z. B. „Komfort-Reihenhaus in ..... von privat zu verkaufen“) | <input type="checkbox"/> Kaufpreis (für Haus und Garage)                                |
| <input type="checkbox"/> Haustyp (freistehendes Einfamilienhaus, Reihenhaus oder Doppelhaus-hälfte)               | <input type="checkbox"/> Baujahr  |
| <input type="checkbox"/> Wohnfläche (in qm)   | <input type="checkbox"/> Heizungsart (z. B. Erdgas oder Öl)                             |
| <input type="checkbox"/> Grundstücksfläche (in qm)  | <input type="checkbox"/> Energieausweis (Verbrauchs- oder Bedarfsausweis)               |
| <input type="checkbox"/> Bezugsfrei (sofort oder nach Vereinbarung)   | <input type="checkbox"/> Energieeffizienzklasse (A+ bis H)                              |
| <input type="checkbox"/> Zimmer insgesamt (Anzahl)  | <input type="checkbox"/> Energieverbrauchswert (in kWh/qm x a) oder Endenergiebedarf    |
| <input type="checkbox"/> Schlafzimmer (Anzahl)  | <input type="checkbox"/> Objektbeschreibung (eigener Text)                              |
| <input type="checkbox"/> Badezimmer (Anzahl)  | <input type="checkbox"/> Ausstattung (eigener Text)                                     |
| <input type="checkbox"/> Garage (und/oder Außenstellplatz)  | <input type="checkbox"/> Lage (eigener Text)  |
|   | <input type="checkbox"/> Sonstiges (eigener Text)                                       |
|   | <input type="checkbox"/> Grundrisse (möglichst farbig für alle Geschosse)               |
|   | <input type="checkbox"/> Fotos (mit Vorder- und Hinteransicht vom Haus und den Zimmern) |

res Hauses hingewiesen. Wenn Sie dann alle Unterlagen inklusive Grundrisszeichnungen und Fotos zur Hand beziehungsweise im Computer haben, benötigen Sie für die Aufgabe Ihrer Anzeige nicht mehr als 15 Minuten.

Bei ImmobilienScout24 und Immonet können Sie statt der Basis- beziehungsweise Standardanzeige auch eine teurere Anzeige wählen, die Ihnen zusätzliche Leistungen bietet (zum Beispiel Position der Anzeige an vorderster Stelle).

### Die Zeitungsanzeige

Bei einer Zeitungsannonce werden Sie sich wegen der Kosten auf ein paar Zeilen beschränken und Ihr Immobilienangebot kurz und prägnant beschreiben. Das „Fassen Sie sich kurz“ ist meist sehr viel schwieriger als die genaue und ausführliche Angebotsbeschreibung. Andererseits fühlen sich davon bestimmte Interessenten besonders angesprochen. Insbesondere viele ältere Menschen haben informieren sich trotz vorhandenen Computers immer noch gerne über den Immobilienteil in ihrer Tageszeitung, wenn sie ein Haus oder eine Wohnung kaufen wollen.

Auch junge Familien mit zwei oder mehr Kindern, die dringend ein Haus oder eine größere Wohnung mit mindestens 100 Quadratmeter Wohnfläche suchen, stöbern außer in Immobilienportalen zusätzlich die meist mittwochs und samstags er-

scheinenden Immobilienteile der örtlichen Tageszeitungen durch.

Für sie war die Zeitungsannonce hier unten gedacht, die nicht nur als Exposé versandt wurde (siehe „Kaufangebot für Einfamilienhaus an Selbstnutzer“, Seite 37) und als Internetanzeige erschien, sondern auch in der Samstagsausgabe einer Tageszeitung.

Verständlicherweise sind solche vier- bis maximal achtzeiligen Fließtextanzeigen nicht jedermanns Geschmack. Allein schon die üblicherweise verwendeten Abkürzungen (zum Beispiel Bj., Wfl., 184 kWh/qm x a) schrecken so manchen Interessenten ab. Andere kennen sich aber darin aus und sind froh, dass sie die Kerndaten bereits in wenigen Zeilen auf einen Blick wahrnehmen können. Weitere Informationen kann ihnen dann der Eigentümer am Telefon nennen, mit dem sie so schnell wie möglich einen Besichtigungstermin vereinbaren können.

### Mustertext

#### Zeitungsanzeige in der Rubrik Einfamilienhäuser:

Erkrath, großes Komfort-Reihenhaus in der Nähe des Naturschutzgebiets Neandertal, voll unterk., Bj. 1981, Wfl. 160 qm plus 30 qm Hobbyraum, Grundst. 210 qm, ÖIZHzg, B, 184 kWh/(qm x a), hochw. Ausstattg., 5 Gehmin. zur S-Bahn, Kaufpreis 325 000 €, von privat an privat, Tel. .... oder E-Mail an .....

Vergessen Sie auch nicht die an alle Haushalte in der Region kostenlos verteilten Wochen- und Anzeigenblätter. Gerade für den Verkauf eines Hauses auf dem Lande kann sich dort eine Kleinanzeige lohnen, die für den Privatanbieter weniger kostet als eine Immobilienanzeige in einer überregionalen Tageszeitung.

Für den Verkauf von vermieteten Eigentumswohnungen eignen sich Annoncen in Tageszeitungen oder Anzeigenblättern weniger. Kapitalanleger informieren sich erfahrungsgemäß lieber im Internet über die Immobilienportale ImmobilienScout24, ImmoWelt und Immonet. Dort lassen sie sich automatisch die neuen Angebote zusenden, die ihren hinterlegten Immobilienwünschen am nächsten kommen. Auf diese Weise wissen sie frühzeitig über attraktive Angebote Bescheid und können ihr Interesse sofort unter der angegebenen E-Mail-Adresse bekunden.

### **Das gelungene Immobilienexposé**

Sammeln oder ergänzen Sie möglichst alle relevanten Informationen zur Ausstattung und zu weiteren Details der Immobilie. Setzen Sie im Exposé bei Größenangaben – insbesondere bei den Wohnflächen – immer ein „ca.“ vor die qm-Zahl, auch dann, wenn Sie zentimetergenau gemessen haben. Die genauen Flächen und Raumgrößen sind immer den professionell erstellten Bauplänen zu entnehmen. Die wichtigsten Angaben und Unterlagen für das Exposé sind:

- ▶ Grundstücksgröße
- ▶ Wohnfläche/Nutzfläche (Grundrissplan und Wohnflächenberechnung)
- ▶ Baujahr des Gebäudes
- ▶ Bauweise
- ▶ Modernisierungen und Instandsetzungen (Rechnungen/Nachweise über Reparatur-/Instandhaltungskosten)
- ▶ Energieausweis (siehe Seite 40)
- ▶ Wertgutachten (falls vorhanden)
- ▶ Art der Heizungsanlage und des Wärmeschutzes (Gutachten, Prüfberichte, TÜV-Bescheinigung Heizungsanlage)
- ▶ Besondere Ausstattung, zum Beispiel Sauna, elektrische Rollläden, Whirlpool, Kamin
- ▶ Zustand des Gartens und der Nebengebäude
- ▶ Lage und Verkehrsanbindung (Stadt- und Lageplan, Flurkarte)
- ▶ Informationen über nahe gelegene Schulen, Kindergärten, Einkaufsmöglichkeiten
- ▶ Grundsteuerbescheid
- ▶ Grundbuchauszug
- ▶ Bei Vermietung: Mietverträge, Mietaufstellungen/-einnahmen, Kostenaufstellung, ggf. Verwaltervertrag.

**Bei einer Eigentumswohnung** kommen noch folgende Unterlagen hinzu:

- ▶ Teilungserklärung
- ▶ Hausordnung
- ▶ Protokolle der letzten drei Eigentümerversammlungen

- ▶ Letzte drei Nebenkostenabrechnungen
- ▶ Wirtschaftsplan für das laufende und das Folgejahr
- ▶ Aktueller Rücklagenbestand (angesparte Instandhaltungsrücklage)
- ▶ Verwaltervertrag
- ▶ Mietvertrag, falls Sie Ihre Eigentumswohnung nicht selbst bewohnen.

### **Der realistische Verkaufspreis**

Zur Wertermittlung können vier Verfahren herangezogen werden: Das Vergleichswert-, das Sachwert-, das Ertragswert- und das Verkehrswertverfahren (siehe Seite 25).

Achten Sie darauf, dass Ihre Kaufpreisforderung marktgerecht und angemessen sein sollte. Ist der Preis zu hoch angesetzt, werden Sie Ihr Objekt kaum oder erst nach langer Zeit verkaufen können.

Verzichten Sie in Ihren Angeboten auf Zusätze zur Kaufsumme wie „VH, VHB, gegen Gebot oder Gebot erbeten“. Das signalisiert Interessenten, dass Ihre Preisforderung nicht ganz ernst zu nehmen ist. Damit sprechen Sie eine Einladung zum Herunterhandeln Ihrer Preisvorstellung aus.

### **Immobilie aufbereiten und attraktive Fotos machen**

Anhand der Fotos entscheidet ein Interessent schnell, ob die Immobilie seinen Vorstellungen entspricht oder nicht. Illustrieren Sie das Exposé deshalb mit hochwertigen Fotos von schönen Innen- und Außenaufnahmen. Sie sollten ansprechend sein

und gute Stimmung vermitteln statt nur Details zu präsentieren. Dazu:

- ▶ Den richtigen Zeitpunkt wählen; möglichst Frühling, Sommer, viel einfallendes Licht. Aber: Im Winter signalisieren Fotos mit grünem Garten und bunten Beeten, dass das Objekt wohl schon länger zum Verkauf steht. Da muss dann wohl ein Haken versteckt sein.
- ▶ (Vor-)Garten bzw. Balkon oder Terrasse aufräumen (Hecken schneiden, den Rasen mähen, Beete und Wege säubern)
- ▶ Keller und Garagen aufräumen
- ▶ Eingangsbereich säubern und einladend gestalten (z. B. mit einer dekorativen Topfpflanze)
- ▶ Küche und Bad bzw. Toilette sauber und neutral halten
- ▶ In allen Räumen die sehr persönlichen Gegenstände entfernen
- ▶ Raumwände aufbereiten
- ▶ Kurz vor dem Fotografieren Fußböden pflegen
- ▶ Beim Fotografieren Räume gut ausleuchten. Alle Rollläden sollten oben sein und alle Lampen leuchten, ein Aufhellblitz kann Kontraste reduzieren.
- ▶ Aus dem richtigen Winkel fotografieren (Brust- bis Hüfthöhe, Kamera senkrecht halten, nicht kippen), kein übertriebener Weitwinkel, bei Bedarf ein Stativ verwenden.

Diese kleinen Arbeiten zahlen sich aus. Natürlich können und sollten Sie alle Fotos mit

einem Bildbearbeitungsprogramm nachbearbeiten (lassen): Aufhellen, Kontraste verbessern, Horizontlinien parallel zum Bildrand ausrichten, gegebenenfalls perspektivische Verzerrungen („stürzende Linien“) ausgleichen, Bilder beschneiden.

### **Gedrucktes Exposé selbst erstellen**

Das ausführlichere Exposé wird vor der Besichtigung verschickt oder bei der Besichtigung angeboten.

Hier treffen Sie schon zu Beginn Ihrer Verkaufsbemühungen auf professionelle Konkurrenz, besonders auf Maklerfirmen mit Werbe- und Grafikfachleuten. Der zunächst einfachste Weg ist also, von anderen zu lernen.

Studieren Sie den Immobilienenteil Ihrer Lokal- und einer überregionalen Zeitung wie „Die Welt“, „Süddeutsche Zeitung“, „Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)“ oder „Die Zeit“. Von Objekten, die Ihrem eigenen ähnlich sind, fordern Sie ein Exposé an, nicht nur von Privatverkäufern, sondern auch von Maklern. Deren Exposés sind in der Regel professioneller in der Gestaltung und genauer im Inhalt, also eher als Vorbild zu empfehlen. Ebenso eignet sich diese Methode für die entsprechenden Portale im Internet wie [www.immowelt.de](http://www.immowelt.de), [www.immobilienscout24.de](http://www.immobilienscout24.de) und [www.immonet.de](http://www.immonet.de).

Suchen Sie sich nun einfach die Exposés als Vorlage aus, die Ihnen am besten gefallen und die den folgenden Kriterien und Hinweisen am meisten entsprechen.

Denken Sie an den alten Spruch: „Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.“ Also beschreiben Sie Ihr Haus aus der Sicht Ihres Idealkunden! Ist es eine junge Familie mit Kindern und Hund? Ein älteres Ehepaar? Eine Alleinerziehende? Ein Rechtsanwalt oder Steuerberater, der nicht nur wohnen möchte, sondern auch ein Büro braucht mit Parkplätzen vor dem Haus? Dadurch sparen Sie sich viel Zeit und Aufwand und Sie kommen schneller ans Ziel.

Der potenzielle Käufer bekommt etwas zum Mitnehmen in die Hand und erinnert sich – dann hoffentlich möglichst gerne – an die Immobilie. Deshalb findet er auf dem Deckblatt Ihres Exposés folgende Angaben:

- ▶ Überschrift zum Objekt
- ▶ Attraktives Übersichtsfoto
- ▶ Die Adresse der Immobilie
- ▶ Ihre Kontaktdaten
- ▶ Das Datum der Exposéerstellung.

Mit einer gelungenen Überschrift ziehen Sie die Aufmerksamkeit auf sich. Eine Kombination aus Objektart und Ort ist ratsam, aber auch Beschreibungen wie „Großzügige Villa im Herzen von München-Schwabing“, „Neues Townhouse in Berlin-Mitte“ etc. und Schlagworte wie „provisionsfrei“, „Strandperle“ oder „unverbaubarer Blick ins Grüne“ können die Aufmerksamkeit steigern. Bei der Exposé-Überschrift gilt: so lang wie nötig, so kurz wie möglich.

Die Überschrift im Internetexposé kann ruhig etwas länger, ausführlicher und mit

### Topgepflegte Maisonettewohnung



Musterstadt



Musterstraße 6  
12345 Musterstadt



### Beschreibung

5073  
Musterstadt  
Musterstraße 6, 12345 Musterstadt  
Maisonettewohnung  
1995  
2 Etagen  
ca. 110 m² nach DIN, Grundfläche 134 m²  
4 Zimmer, Fensterbad und Gäste-WC  
Etagenheizung mit zentraler Warmwasseraufbereitung optional möglich  
Sonntags vor dem Haus  
sehr gepflegt

- Fußbodenheizung im gesamten 1. Stock
- Gasheizung mit 240 Liter Warmwassertank
- Badezimmer mit Eckbadewanne und Dusche
- Bodentiefe Fensteranlage zum überdachten Balkon
- Elektrische Markise
- Gegensprechanlage mit Kamera
- Hochwertige, angepasste Einbauliche, kann bei Gefallen mitverworfen werden
- Ausgebautes Dachstudio mit Einbauschrank
- Traumhafte, ca. 27 m² große, mit Tropenholz

nach Vereinbarung  
193.000 EUR

### 1. Obergeschoss



Musterstraße 6  
12345 Musterstadt



möglichst vielen Informationen gespickt sein. Der Nutzen für den Leser muss in der Überschrift sofort erkennbar sein, dann liest er den Rest. Außerdem wird Ihr Objekt mit seinen spezifischen Qualitätsmerkmalen durch die Suchmaschinen von den Kunden besser gefunden. Übrigens: Bei Annoncen in Immobilienportalen im Internet können Sie Ihre Datei mit den Druckdaten in der Regel als PDF-Datei einbinden.

Bei den Beschreibungen selbst sind allzu fantasievolle Ausschmückungen zu vermeiden. Die Informationen sollten klar, sachlich und wahr formuliert werden. Der Text muss nicht jedes Zimmer beschreiben, sondern es müssen die Hauptwohnräume, die Küche und das Bad dargestellt werden. Der Text soll dabei eine Wohnstimmung widerspiegeln und nicht nur technische Beschreibung sein. Wie kommen Formulierungen bei den Interessenten an? „Sehr gepflegter großer Garten“ könnte auf pingelige, spießige Besitzer und viel Arbeit hinweisen.

„Naturnahes Grundstück“ könnte zwar ökologisch orientierte Gartenfreunde ansprechen, aber auch eine charmante Umschreibung für eine Wildnis sein. „Verkehrsgünstige Lage“ passt gut zu Verkehrslärm und Abgasen an einer Durchgangsstraße oder Kreuzung!

Emotionen und Bauchgefühl sind beim Hauskauf wichtige Kaufkriterien. Wie man inzwischen weiß, sind unterbewusste Zu- oder Abneigung sogar ganz entscheidende Kaufmotive. Gekauft werden Gefühle: Sicherheit, Geborgenheit, Wohlbefinden, Anerkennung, Neid oder Bewunderung. Achten Sie bewusst auf Werbespots von Kreditgebern im Immobilienbereich. Der Gegenstand, in diesem Fall das Haus, dient lediglich dazu, diese Gefühle zu erzeugen. Rationale Gründe werden dann hinterhergeschoben, um vor Verwandten und Freunden nicht dumm dazustehen. Ein Indiz dafür ist der oft gehörte Satz „Wir haben uns sofort in dieses Haus verliebt!“