

1/  
2012

## **Verhandlungsspielraum Immobilienangebote**

*Mit welcher mathematischen Wahrscheinlichkeit lassen sich im Preisangebot einkalkulierte Verhandlungsspielräume am Markt durchsetzen.*

*Jedes Preisangebot enthält zur Höhe drei mögliche Preisvorstellungen. Zum einen den Preis, der dem Marktpreis entspricht und daher am wahrscheinlichsten zu erzielen ist. Zum anderen den Preis mit dem in Preisverhandlungen nachgebessert werden kann. Und schlussendlich den Preis der unbedingt erzielt werden muss.*





## **1 Der gute Rat von Experten**

Noch vor wenigen Tagen war in einer großen deutschen Zeitung zu lesen, dass die Immobilienpreise an die Obergrenze stoßen. Die Zeit der großen Preissteigerungen am Wohnimmobilienmarkt sei vorbei, deshalb werden sich in nächster Zeit die Preise für Einfamilienhäuser und Eigentumswohnungen nicht weiter verteuern.

Dies sei das Ergebnis einer neuen Studie des renommierten Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung (RWI). Begleitet mit der Aussage des RWI: „Die Preise für Bestandsobjekte werden mittelfristig stagnieren“.

Zu einem anderen Ergebnis kommt jedoch der Finanzdienstleister Hypoport. Er verweist auf seinen HPX-Preisindex, welcher noch im Oktober 2011 Preissteigerungen von 1,4 % für Eigentumswohnungen und 0,3 für Ein- und Zweifamilienhäuser verzeichnet.

Beide Aussagen liegen nicht nur weit auseinander. Dennoch, beide Aussagen sind bestenfalls nicht brauchbar.

Was nutzt es dem Verkäufer oder Interessent eines Einfamilienhauses am oder nahe zum „Starnberger See“ wenn sich in Deutschland die Preise für Einfamilienhäuser im Oktober 2011 noch um 0,3 % verteuert haben, aber sich voraussichtlich nicht mehr verteuern werden.

Auch der Verkäufer oder Interessent einer Eigentumswohnung – egal wie groß, wie alt und wo – kann mit dieser generalisierten „Expertenaussage“ wenig bis nichts anfangen.

Er sieht hieraus nur eines.

**Alles, was lediglich wahrscheinlich ist, ist wahrscheinlich falsch.**  
*(René Descartes, Mathematiker und Philosoph, 1596-1650)*

## 2 Quantil - der Merkmalswert in der Statistik

Dabei ist es im Prinzip ganz einfach mit Hilfe der Wahrscheinlichkeitsrechnung einen gangbaren Weg aus der Ungewissheit heraus in eine berechenbare Unsicherheit zu finden. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass man über eine komfortable und ständig aktualisierte Datenmenge verfügt, die in vielerlei Hinsicht brauchbar ausgewertet werden kann.

Zum Beispiel zu der ständig wiederkehrenden Frage: Welcher Preis hat im Markt - und im Wettbewerb zu anderen Preisangeboten - eine realistische Erfolgchance? Dazu sollte man sich die nachstehende Abbildung einer mathematischen Häufigkeitsanalyse und der sich daraus ergebenden Erfolgswahrscheinlichkeit etwas genauer ansehen.

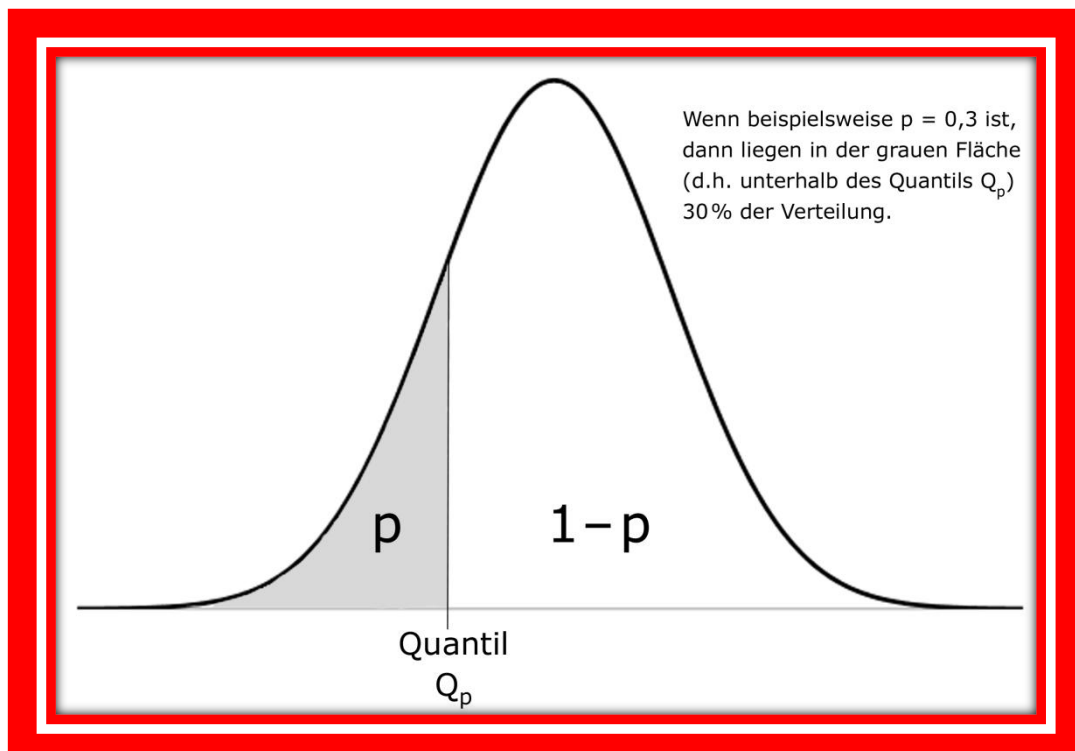


Abbildung 1: Normalverteilung mit einem Quantil  $Q(p)$

(Urheberrechtinhaber Marcus Glöder – GFDL Lizenz für freie Dokumentation)

Wenn also – laut obiger Abbildung – 30 % aller Angebote unterhalb eines bestimmten Preises liegen, so ist damit bestimmt, dass der große Rest von 70 % mit einem höheren Preis im Markt und im Wettbewerb steht. Die Wahrscheinlichkeit, einen höheren Preis erzielen zu können, liegt somit bei 70 %.

Vielleicht etwas schwerer zu verstehen ist die hierin ebenfalls enthaltene Erkenntnis, dass sich dann mit einem Quantil von  $p = 0,5$  (50 % aller Werte) ein Gleichgewicht zwischen niedrigeren und höheren Preisen einstellt.

Dies – und nur dies - wiederum ist der optimale Ausgangspunkt einen guten Preis mit einer guten Erfolgsaussicht in abschließende Verkaufsverhandlungen zu führen.

**Und wie sieht es in der täglichen Praxis aus?**



### **3 Analyse aus dem Angebotsmarkt**

Nicht etwa selektiv - sondern in echter Zufallsauswahl - wurden in den letzten Wochen des auslaufenden Jahres 2011 aus der Masse überall zugänglicher Verkaufsangebote von Eigentumswohnungen (in der Region des Beobachtungsgebiets Stuttgart und umliegende Landkreise) eine Preisanalyse des zu jedem „Verkaufsangebot“ gegebenem Merkmalswert (Quantil) und der daraus folgernden Erfolgswahrscheinlichkeit erstellt.

Insgesamt wurden 64 zufällig ausgewählte Verkaufsangebote analysiert. Zum Vergleich dazu wurden aus eigener Datenbank nur solche „Daten“ herangezogen, die mit dem einzeln ausgewerteten Verkaufsangebot hinreichend übereinstimmten. In breiter Differenzierung nach den jeweils wertbeeinflussenden Kriterien:

- Lage (Ortslage)
- Wohnungsgröße
- Baujahr
- Anzahl der Zimmer
- Stockwerkslage
- Wertbeeinflussender Ausstattung/Zubehör (Balkon/Terrasse, Stellplatzmöglichkeit, Einbauküche)

#### **3.1 Erstes - noch harmloses - Ergebnis**

Die Angebotspreise dieser 64 liegen im Minimum bei 28.000 € und im Maximum bei 520.000 €.

- Der durchschnittliche Angebotspreis beträgt (nicht gerundet) 147.703 €.
- Der dazu durchschnittliche Angebotspreis aus eigener Datenbank beträgt (nicht gerundet) 132.576 €.

Mithin eine (noch) vertretbare, leichte Differenz von 16.336 € oder 12,8 % pro Angebot.

Die Häufigkeitsverteilung sowie die jeweils dazu ermittelte prozentuale Preisdifferenz der zur Analyse ausgewählten Angebotspreise sehen wie folgt aus (nachfolgende Diagramme 1 und 2):

- Die Mehrheit der Angebotspreise häufen sich in den Preisklassen über 100.000 bis 180.000 € und über 180.000 € bis 240.000 €.
- Die jeweilige prozentuale Abweichung zu den gegebenen Vergleichspreisen ist im Bereich Unterpriis (- 0,1 = minus 10 %) und Überpreis (0,1 = plus 10 %) schiefastig und zeigt weiter signifikante Anzahl von Überteerungen im Bereich plus 30 % bzw. plus 50 %.

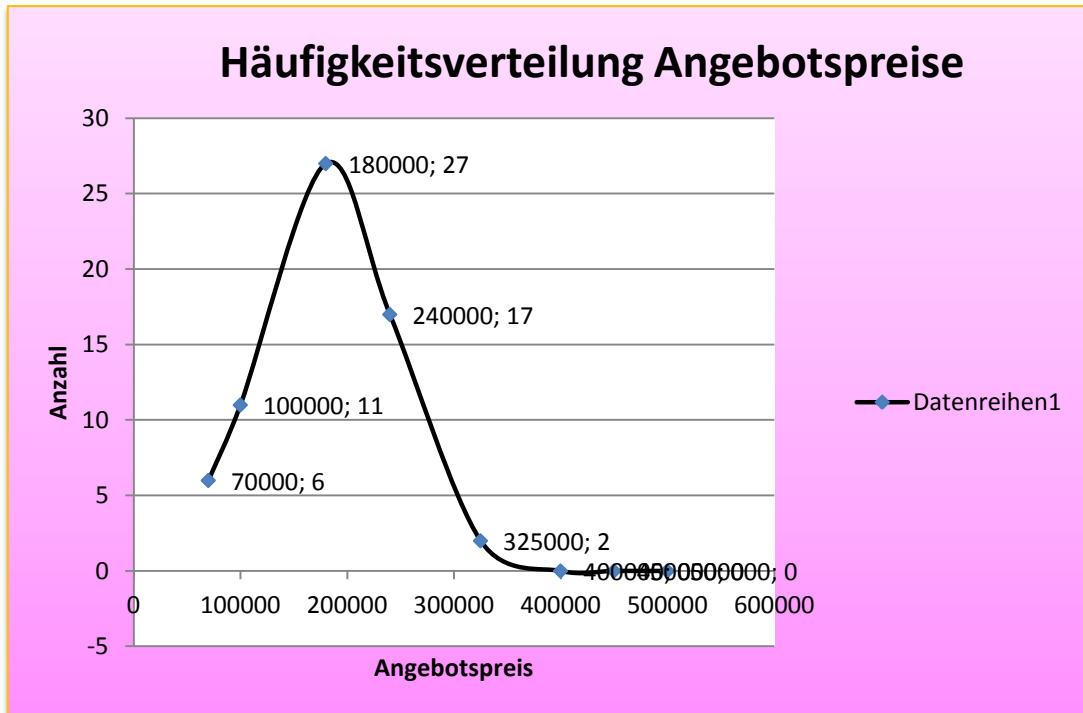


Diagramm 1: Häufigkeitsverteilung Angebotspreise

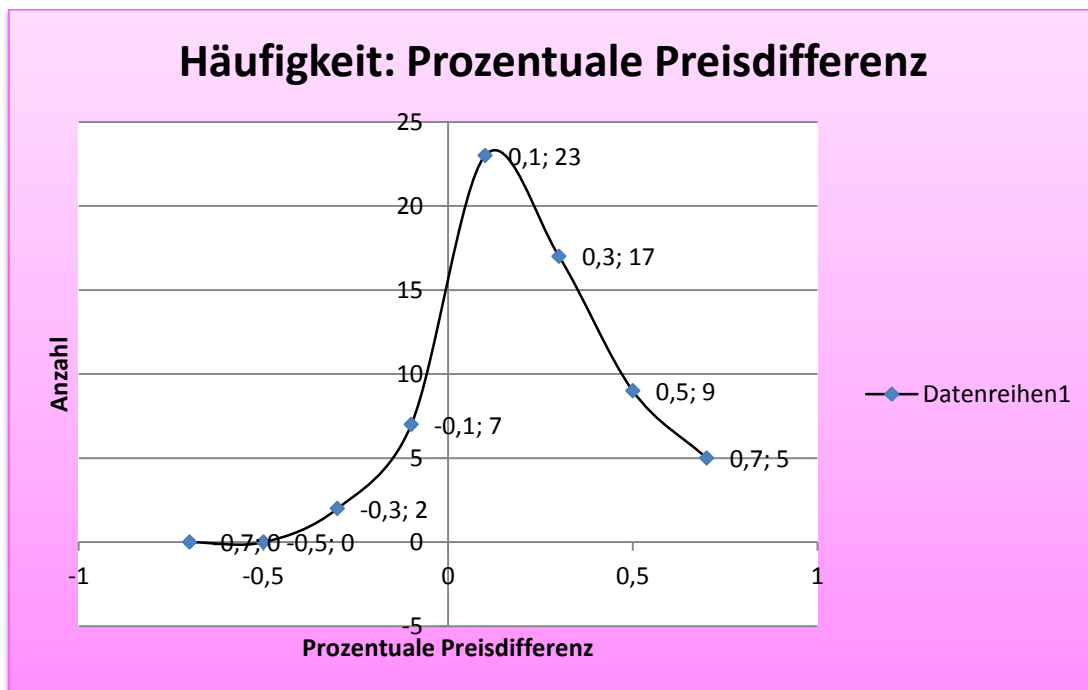


Diagramm 2: Häufigkeitsverteilung prozentuale Preisdifferenz



### 3.2 Zweites – und bestürzendes – Ergebnis

In Fortsetzung aus vorgenannten Erkenntnissen ergeben sich gewichtige und sehr nachdenklich stimmende Ergebnisse.

Die vorerwähnten Preisklassen (>100 – 180.000 €) und (>180 – 240.000 €) umfassen noch 34 Einzelwerte. Also etwas mehr als die Hälfte aller zur Analyse herangezogener Angebotspreise. Nur ein einziger Wert, aus der Beobachtung zu diesem gesamten Preissegment signalisiert einen leichten Unterpriß zu einer Erfolgswahrscheinlichkeit von nahe 60 %. Zwei weitere Werte liegen im Toleranzbereich nahe und genau der optimalen 50 %.

Die weitaus überwiegende Anzahl aller Beobachtungen liegen hierbei zwischen 0 und 20 % Erfolgswahrscheinlichkeit. Wobei eine erkleckliche Anzahl dieser Beobachtungen – mit dem Wert 0 - überhaupt keine mathematisch berechenbare Wahrscheinlichkeit eines Erfolgs zu diesem Preis haben. Deshalb, weil sämtliche dazu herangezogene Vergleiche deutlich, bis sehr deutlich, unter dem angebotenen Preis liegen.

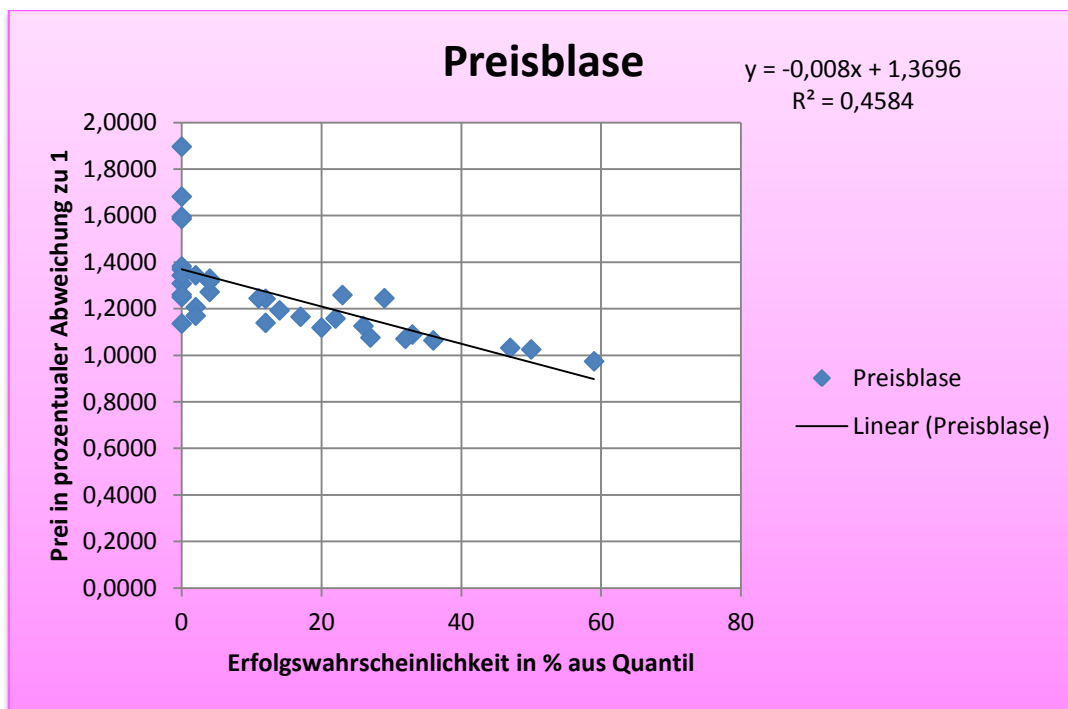


Diagramm 3: Preisbeeinflussung aus Erfolgswahrscheinlichkeit

Nur noch ein kleiner, unbedeutender Rest liegt im Bereich einer Erfolgswahrscheinlichkeit zwischen 40 und 60 %. Das heißt schlichtweg: In den jeweiligen Angebotspreisen ist von vornherein ein beachtlicher Verhandlungsspielraum einkalkuliert. Dieser Verhandlungsspielraum wiederum liegt überdeutlich im Bereich eines 20- bis 40-prozentigen Aufschlags auf die jeweiligen Vergleichspreise der durchgeführten Analyse.

Dies ist legitim. Schließlich rechnet jeder der am Markt Beteiligten – sei er nun Kaufinteressent oder Verkäufer – mit Preisverhandlungen zu einem dann endgültig ausgehandelten Verkaufspreis.



### 3.3 Einkalkulierter Verhandlungsspielraum

In den vorerwähnten Preisklassen (über 100.000 € bis 180.000 € und über 180.000 € bis 240.000 €) lassen sich dazu interessanterweise unterschiedliche „Verhandlungsspielräume“ ermitteln. Und zwar durchschnittlich:

- 17,1 % in der Preisklasse über 100.000 bis 180.000 €
- 29,7 % in der Preisklasse über 180.000 bis 240.000 €

Die sollte dann doch nachdenklich stimmen.

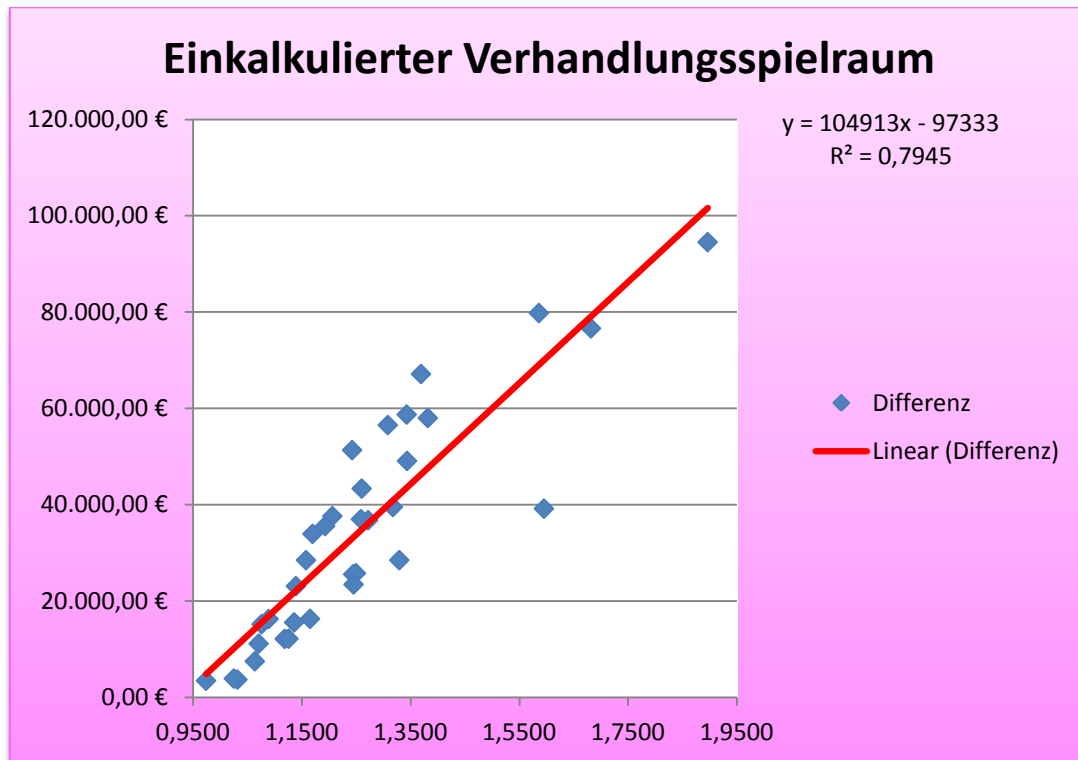


Diagramm 4: Höhe des einkalkulierten Verhandlungsspielraums

### 4 Zwingende Schlussfolgerung

Die Schlussfolgerung liegt nahe. Es gibt dabei nur zwei Verlierer.

- Entweder der Verkäufer, der einem zu hohen Preisnachlass zustimmt, oder
- Der Kaufinteressent, der die Höhe des Verhandlungsspielraums nicht kennt.

Filderstadt, den 13. Januar 2012