

Sechs Erfolgsfaktoren beim Verkauf einer Geschäftsliegenschaft

Eine Geschäftsliegenschaft zu verkaufen ist anspruchsvoll. Die Veräusserung ist nicht mit dem Verkauf einer Eigentumswohnung ab Plan zu vergleichen. Erfahrung und Kompetenz eines professionellen Immobilienberaters helfen, Fehler zu vermeiden.

Text: Jérôme Andermatt // Fotos: zvg.



Beim Verkauf einer Geschäftsliegenschaft ist die Vorbereitung essenziell. Eine solche Liegenschaft birgt immer Vorzüge und häufig auch Risiken. Es stellen sich viele Fragen, welche den Liegenschaftswert entscheidend beeinflussen können: Welches Potenzial weist die Liegenschaft und die gesamte Parzelle auf? Wie hoch ist die Ausnützungsziffer? Sind Baulandreserven vorhanden? In welcher Zone befindet sich die Parzelle und welche Bedingungen sind einzuhalten? Bestehen Altlasten auf dem Grundstück?

Attraktive Mietverträge und lukrative Mieterträge sind wesentliche Wertfaktoren bei einer Geschäftsliegenschaft. Es gilt abzuklären, ob die aktuellen Mieten den marktüblichen Konditionen entsprechen. Allenfalls besteht die Möglichkeit, die Mieteinnahmen zu optimieren und auslaufende Mietverträge langfristig zu sichern.

Unabhängige Bewertung erarbeiten

Häufig stellt sich die Frage nach dem realistischen Immobilienwert einer Geschäftsliegenschaft. Es bestehen verschiedene anerkannte Bewertungsmethoden wie die Ertragswert-, Realwert- oder Vergleichswertmethode. Jedes dieser Rechenmodelle beruht auf einer anderen Herangehensweise, weshalb unterschiedliche Immobilienwerte resultieren. Die Erfahrung eines Immobilienberaters kann hierbei eine zentrale Rolle spielen. Letztlich entscheidet jedoch immer der Markt, zu welchem Preis eine Liegenschaft verkauft wird. ▶



Potenzial der Liegenschaft und der Parzelle. Ausnutzungsziffer, Baulandreserven. Bauvorschriften. Altlasten. Fragen über Fragen beim Verkauf von Geschäftsimmobilien.

Oft werden die so genannten immateriellen Aspekte wie ein guter Standort und zahlungskräftige, langjährige Mieter nicht in den Preisbildungsmodellen berücksichtigt. Auch die Bandbreite an Nutzungsmöglichkeiten, die eine Liegenschaft bietet, oder die absehbare Entwicklung der Region sind wichtige Werttreiber, welche den Liegenschaftswert erhöhen.

Der erste Eindruck zählt

Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, die Liegenschaft «zu schmücken». Kleinere Unterhaltsarbeiten und ordentliche Präsentation der Verkaufsräume, Lagerhallen oder Büroräume wirken oft Wunder. Es sollten sämtliche Vorzüge, welche die Liegenschaft auszeichnen, augenscheinlich hervorgehoben werden. Wie bei einem Vorstellungsgespräch ist auch bei der Besichtigung einer Liegenschaft der erste Eindruck entscheidend und kann im positiven Fall zu einem höheren Verkaufspreis führen.

Liegenschaft perfekt vermarkten

Eine attraktive und ausführliche Immobilienpräsentation verschafft einen detaillierten Überblick. Die Präsentation dient als Verkaufsprospekt und ist die «Visitenkarte». Sämtliche Stärken und Chancen der Geschäftsliegenschaft sind aufzuzeigen. Dabei ist auch besonders auf die Visualisierung durch qualitativ gute Aussen- und Innenfotos der Liegenschaft zu achten.

Um auf die Liegenschaft und das Verkaufsangebot aufmerksam zu machen, ist eine effektive Vermarktung nötig. Es ist wichtig, parallel mehrere Werbekanäle zu nutzen, um einen möglichst breiten Interessentenkreis zu generieren. Die interne Datenbank eines Immobilienberaters enthält wichtige Informationen zu potenziellen Käufern und hilft, diese zielgerichtet und einfach anzusprechen. Zudem ist die Insertion in klassischen Medien wie Zeitungen oder Magazinen unabdingbar, um entweder ein breites oder genau definiertes Zielpublikum anzusprechen. Im Zeitalter des Internets bestehen heute viele Immobilienportale, welche eine beträchtliche Reichweite im Immobilienmarkt erzeugen können. Es gilt, das ideale Vermarktungskonzept zu erstellen und die entsprechenden Massnahmen umzusetzen.

Eine Konkurrenzsituation schaffen

Mit gezielten und effektiven Vermarktungsmassnahmen werden viele potenzielle Käufer angesprochen. Dabei gilt es, diese zu kanalisieren und die richtigen und solventen Interessenten zu berücksichtigen. Oft spielt das Timing eine entscheidende Rolle. Bestehen im gleichen Zeitraum mehrere Angebote von potenziellen Käufern, verbessert dies massgeblich die Verhandlungsposition des Verkäufers. Die Interessenten können gegeneinander ausgespielt und so der bestmögliche Verkaufspreis realisiert werden.

Strikt, aber fair verhandeln

In den Verhandlungen mit den potenziellen Käufern ist oft Fingerspitzengefühl gefragt. Der Käufer soll spüren, dass seine Anliegen ernst genommen werden. Verhandlungsgeschick ist förderlich, jedoch sollten stets die Interessen beider Seiten gewahrt werden. Hier ist die Fähigkeit und Expertise eines Immobilienberaters gefragt. Ein qualifizierter, erfahrener Immobilienberater hilft, die Schlüsselmerkmale zu erkennen und einen effizienten Verkaufsprozess zu gewährleisten. Praxisbeispiel: Die grösste Herausforderung ist die Suche nach einem motivierten und solventen Käufer. Zu diesem Zweck unterhält die Firma Business Estate eine Datenbank mit über 10'000 potenziellen Käufern. Jede erfolgreiche Transaktion hinterlässt oft Dutzende von potenziellen Käufern, die nicht zum Zug gekommen sind. Bei einer grosszügigen und vollvermieteten Büro- und Gewerbeliegenschaft mit einer Nutzfläche von 2500 Quadratmeter konnte Business Estate innerhalb von zwei Wochen 30 Interessenten generieren. Der Eigentümer war von dieser grossen Resonanz überrascht und durfte mehrere qualifizierte Interessenten durch seine Liegenschaft führen. Nach vier Monaten konnte die Liegenschaft zu einem äusserst attraktiven Preis verkauft werden. ■

www.businessbroker.ch