

Drei Makler - drei Preise.

Vergleichen Sie dieselbe Immobilie mit denselben Informationen. Trennen Sie Marktwert und Angebotspreis. Lassen Sie offene Antworten offen - eine hohe Zahl ist noch kein Qualitätsnachweis.

Immobilie / Adresse

Makler A / Name, Firma

Makler B / Name, Firma

Makler C / Name, Firma

PRÜFFRAGE / NACHWEIS	MAKLER A	MAKLER B	MAKLER C
Marktwert und Startpreis Jeweils EUR; Wertspanne und Datum notieren.			
Daten und Vergleichsfälle Quelle, Aktualität; Kaufpreise oder Inseratspreise?			
Besichtigung und Zustand Was wurde selbst geprüft? Welche Punkte bleiben offen?			
Bauakte aktiv angefragt? Gefragt / angefordert / eingesehen? Oder Daten nur übernommen?			
Angaben abgeglichen? Pläne, Genehmigungen und Wohnfläche mit Bestand verglichen?			
Käufer und Preisstrategie Zielgruppe, Begründung; wann und wie wird ausgewertet?			

Bei der Bauakte konkret werden: Welche Unterlagen hat der Makler verlangt und eingesehen? Welche Abweichungen oder fehlenden Genehmigungen bleiben offen? Zusätzlich Grundbuch und Rechte prüfen; Nachweise je Anbieter beifügen.

Vermarktung, die prüfbar ist.

Tragen Sie je Anbieter Umfang und zugesagten Nachweis ein. „Premium-Marketing“ allein ist keine prüfbare Leistung. Nicht jede Immobilie benötigt jeden Kanal; die Auswahl sollte begründet sein.

PRÜFFRAGE / NACHWEIS	MAKLER A	MAKLER B	MAKLER C
Fotos und Exposé Wer erstellt sie? Arbeitsproben, enthaltene Leistungen.			
Grundriss und Darstellung Aktualität; zusätzliche Formate nur, wenn sinnvoll.			
Portale und Platzierungen Welche Portale, Laufzeit und Zusatzoptionen?			
Zusätzliche Werbung Kanal, Zeitraum, vereinbarter Umfang / Budget.			
Vorgemerkte Interessenten Wie erfolgt die objektspezifische Auswahl?			
Anfragen und Besichtigungen Ansprechpartner, Ablauf und Käuferqualifizierung.			
Berichte und Nachweise Rhythmus, Inseratslinks, Kontakte, Feedback, Angebote.			

Gute Rückfrage: „Wie kann ich sehen, was tatsächlich umgesetzt wurde?“

Hohe Reichweite allein genügt nicht: Entscheidend sind passende, ernsthafte und finanzierbare Kaufinteressenten.

Leistung hat einen Wert.

Vorsicht bei Courtagerabatten ohne klare Leistungszusage. Wird mit dem Honorar auch der Aufwand reduziert, können die Leistungen leiden - etwa bei Fotos, Anzeigen, Käuferansprache oder Betreuung. Weniger passendes Marketing kann weniger qualifizierte Nachfrage bedeuten; ein schwächeres Verkaufsergebnis kann teurer werden als die gesparte Courtage.

Gerade im Marketing ist das schwer erkennbar: Eigentümer sehen häufig nicht, was alternativ möglich gewesen wäre. Lassen Sie sich deshalb schriftlich zeigen, **welche Leistungen bei einer Reduzierung unverändert enthalten bleiben** und wie ihre Umsetzung nachgewiesen wird.

Meine Empfehlung: Vertrauen Sie auf einen Vertriebsprofi! Wer den Wert seiner eigenen Leistung nicht erklären kann und beim ersten Preiseinwand sofort nachgibt, sollte Ihnen umso konkreter zeigen, wie er den Preis Ihrer Immobilie gegenüber Käufern sachlich vertreten will. Fragen Sie nach seiner Argumentation und nach belegbaren Verhandlungserfahrungen.

Das ist ein Prüfmaßstab, kein Beweis: Ein verhandelter Rabatt allein belegt weder mangelnde Verhandlungsstärke noch Leistungskürzungen. Eine hohe Courtage garantiert umgekehrt keinen höheren Verkaufspreis.

PRÜFFRAGE / NACHWEIS	MAKLER A	MAKLER B	MAKLER C
Honorar und Rabatt Verkäufer / Käufer: brutto, Basis, Fälligkeit, Rabattwirkung?			
Eigene Leistung erklären Welche konkreten Leistungen rechtfertigen das Honorar?			
Käufer-Preiseinwand Wie wird ein Preisnachlass anhand von Marktdaten beantwortet?			
Nachweise statt Versprechen Arbeitsproben, Ergebnisse und vereinbarte Berichte.			

Testfrage im Gespräch: „Ein Käufer fordert 30.000 EUR Nachlass: Wie prüfen und beantworten Sie das?“ Gesucht ist eine sachliche Strategie, kein unbelegtes Versprechen, jeden Wunschpreis durchzusetzen.

Vertrag vor Unterschrift prüfen.

Lesen Sie den gesamten Vertrag einschließlich Anlagen und AGB. Lassen Sie sich offene Klauseln schriftlich erklären. Übernehmen Sie Zusagen aus dem Gespräch in den Vertrag; bei Unklarheiten unabhängig rechtlich prüfen lassen.

PRÜFFRAGE / NACHWEIS	MAKLER A	MAKLER B	MAKLER C
Laufzeit und Beendigung Beginn, Ende, Verlängerung; Kündigungsfrist und Form.			
Auftragsart und Bindung Alleinauftrag? Eigene Käufer / weitere Makler erlaubt?			
Kein Verkauf: welche Kosten? Aufwendungsersatz, Zeitaufwand, Pauschalen? Höhe / Berechnung?			
Kostennachweis und Grenze Welche Auslagen? Belege, Bruttobeträge und Kostenobergrenze?			
Abbruch oder Kündigung Kostenfolgen bei Verkaufsverzicht, Kündigung oder Maklerwechsel?			
Weitere Zahlungsklauseln Bearbeitungsgebühr, Vertragsstrafe, Nachlauf / spätere Verkäufe?			
Leistungen und Widerruf Verbindlicher Umfang; ggf. Widerruf und vorzeitiger Tätigkeitsbeginn?			

Kein Verkauf bedeutet nicht automatisch keine Kosten. Nach § 652 Abs. 2 BGB können vereinbarte Aufwendungen auch ohne Vertragsabschluss zu ersetzen sein. Eine Vergütung für Zeit oder Arbeit ist davon zu unterscheiden; ihre konkrete Grundlage und Wirksamkeit müssen geprüft werden. Nicht jede Kostenklausel ist wirksam.

Zusätzlich die Verteilung der Courtage klären: Für Wohnungen / Einfamilienhäuser mit Verbrauchern als Käufer gelten §§ 656b, 656c BGB. Bei entgeltlicher Tätigkeit für beide Parteien sind im Anwendungsbereich gleich hohe Verpflichtungen vorgeschrieben.

Was bleibt am Ende übrig?

Vergleichen Sie nicht nur die Courtage, sondern die Leistung dahinter. Werden mit einem Honorar auch Leistungen reduziert, kann das Reichweite und passende Anfragen verringern. Ein schlechteres Verkaufsergebnis kann dann die Ersparnis übersteigen. Ein Preisnachlass allein belegt diesen Zusammenhang aber nicht.

Entscheiden Sie anhand von Bewertung, nachgewiesenen Leistungen, Verhandlungsstrategie und Vertragsbedingungen. Halten Sie ausdrücklich fest, ob die Bauakte angefragt und geprüft wurde und welche Kosten auch ohne Verkauf entstehen könnten.

Fiktives Rechenbeispiel - keine Ergebnisprognose

Nur Verkaufspreis abzüglich Verkäufercourtage; alle Courtagen brutto, andere Kosten ausgeblendet. Die Rechnung beweist keine Ursache zwischen Rabatt und Mindererlös.

Position	Szenario A	Szenario B
Verkaufspreis	500.000 EUR	490.000 EUR
Verkäufercourtage	15.000 EUR	12.500 EUR
Erlös nach Courtage	485.000 EUR	477.500 EUR

2.500 EUR Courtage gespart, 10.000 EUR weniger Verkaufspreis:

Unter diesen Annahmen bleiben 7.500 EUR weniger.

Bei gleichem Verkaufspreis und gleicher Leistung wären die 2.500 EUR hingegen eine echte Ersparnis.

Ihre Entscheidung - mit Gründen statt Bauchgefühl

Welche Antworten / Nachweise fehlen noch?

Welcher Anbieter überzeugt weshalb?

Was muss vor einer Beauftragung noch schriftlich geklärt werden?

Orientierungshilfe, keine Erfolgsgarantie oder individuelle Vertragsprüfung.

Quellen: gesetze-im-internet.de/bbaug/_194.html; BGB §§ 652, 656b, 656c:

gesetze-im-internet.de/bgb/_652.html (weitere Paragraphen entsprechend).