

MLADEN KRČMAR
Wohnfreiheit | Invest in Living
©Wohnfreiheit | November 2016

NJEMAČKO TRŽIŠTE NEKRETNINA KOMPAKTNA ANALIZA I NAČIN PRISTUPA

PRVI DIO – AKTUALNO NJEMAČKO TRŽIŠTE

Jedno pitanje unaprijed: dali je itko od vas ikada prodao nekretninu u Njemačkoj? Ako jeste – kome ste prodali? Švabom iz Stuttgarta? Ili bavarcu iz Münchena? Ili možda sjeveronjemačkom kupcu iz Hamburga? Njemačka je raznolika u svojim regijama i kulturama. A te razlike igraju važnu ulogu kod prodaje.

Da krenemo izravno: U Njemačkoj postoji ogroman potencijal kapitala od preko 9 bilijardi eura, koji svake godine raste! Osim toga, u Njemačkoj samo 52% stanovnika posjeduju svoju vlastitu stambenu nekretninu. Sve više i više nekretnina se nasljeđuju - ti nasljednici će profitirati od cijena nekretnina u porastu u njemačkim metropolama, koji su postali gotovo nedostupni za one sa prosječnom zaradom. Objekata ima sve manje, rendita je sve niža. U Münchenu, na primjer, investitor može očekivati prinos iz najma od samo 1% do 2,5%.

Kvota novogradnje su daleko preniske – tako je u Münchenu izdano 8.500 građevinskih dozvola - dok istovremeno doseljava više od 32.000 osoba. Svake godine u tom gradu fali oko 22.000 stanova, sa tendencijom daljnjeg rasta. Jednako dramatično je situacija u Stuttgartu (2.000 građevinskih dozvola – 9.400 novo doseljenih osoba) ili Berlinu (19.000 građevinskih dozvola, 75.000 novo doseljenih). I dalje se nastavlja pojačano doseljenje u metropole i gradska područja, dok ruralni egzodus ostavlja iza sebe izumrla mjesta u kojima se gube infrastruktura i lokalna opskrba. Potražnja je tako visoka, da velike tvrtke prenose svoja ulaganja u takozvane B- i C-lokacije, dakle srednje velike gradove, u kojima se sada isto mogu vidjeti poskupljenja koja su bila nezamisliva prije nekoliko godina.

Uz to i sporedni troškovi rastu – povećanjem troškova gradnje, ali i same države koja diže porez na promet nekretninama (sa povisivanjima od čak 85% u roku od 10 godina) i povisuje porez na nekretnine i sa time postaje glavni uzročnik porasta cijena u posljednjih nekoliko godina – na temelju propisa za zaštitu okoliša i energetske politike kao i potrebne mjere modernizacije za zaštitu klime.

DRUGI DIO – SVAKODNEVNICA POSREDNIKA NEKRETNINAMA U NJEMAČKOJ

Potražnja je u rastu dok je tržište sve uže, sve su teži uvjeti pod kojima je moguće identificirati i ponuditi nove objekte. Posljedica toga je sve niža provizija. U Njemačkoj ne postoje jasne regulative - provizije variraju od 3% do 6% plus PDV, ovisno o saveznoj pokrajini. Iznos provizije koju je prodavač dužan platiti može biti po dogovoru - i to obično u iznosu od 0% do 3% plus PDV. Pogotovo u velikim gradovima u kojima je tržište nekretninama sve manje, postalo je teško ishoditi ovakvu proviziju prodavaća. U ovakvoj okolici posrednik gotovo isključivo živi od provizija kupaca. Kako bi brže generirali promet, posrednici osim toga često odstupe od jednog dijela ovakve provizije.

Njemački kupci i investitori su zahtjevni. Očekuju potpunu predanost, povoljne proizvode i profesionalne usluge. I uvijek će usporediti cijene. Posrednik mora unaprijed pronaći pravu cijenu nekretnine i izboriti tu cijenu kod prodavaća. Ukoliko posrednik određuje previsoku cijenu, nekretnina predugo ostaje u ponudi, a njemački će interesentni dugoročno promatrati razvoj toga. Ako je cijena nekretnine potom smanjena, pošto u prvoj fazi nije pronađen kupac, njemački će interesent biti skeptičan i pričekati daljnji pad cijena. Kako bi izbjegavao ovakvu spiralu, dobar će posrednik pronaći prikladne cijene, koje se mogu brzo realizirati na tržištu

Posrednici nekretninama brzo odgovore na svaki upit! Interesenti očekuju brzi kontakt – to nebi smijelo trajati duže od 24 sata, vikendom najkasnije prvi radni dan nakon vikenda. Ovo je u Njemačkoj već prvi ukazatelj dali se radi o stručnom profesionalnom ili manje profesionalnom posredniku – ukoliko treba predugo čekati odgovor, interesent će steći dojam da se ne volite primiti posla. Ovu grešku skoro da i nećete više moći ispraviti kasnije.

Daljnje elementarne točke su savršena prezentacija nekretnine, visoko kvalitetne slike (dobri posrednici ovdje koriste profesionalne fotografije) i video-snimke, privlačan opis – i ukoliko je to potrebno – uređenje interijera, takozvani „*homestaging*“. Ponuda je upotpunjena pružanjem svih vrsta usluga – posrednik organizira i koordinira sve potrebne termine, prati kupca i pobrine se za prikladne ponude financiranja.

Naime, njemačkim kupcima je zaista važno solidno financiranje nekretnine! Profil profesionalnog posrednika radi toga upotpunjuju adekvatni kontakti sa bankama i financijskim institucijama, znanje o državnim i europskim subvencijama te buduće razvojne mjere – posrednik može sve to ponuditi kupcima kao paket i podršku.

Važno je znati: Njemci uvijek vole znati i dijeliti to znanje sa prijateljima i poznanicima kako bi se pokazali kao „insajderi“. Dobar posrednik nekretninama će kupcu dati osjećaj, da od njega dobiva insajder informacije, koje neće naći nigdje drugdje. To njemačkom potencijalnom kupcu godi i veže ga bliže posredniku.

Posrednici isto nebi trebali podcijeniti preporuke! Dobar posrednik danas postiže više od 50% svoje prodaje zahvaljujući preporukama i mrežnom marketingu. Kupac koji dolazi na preporuku postojećeg klijenta dolazi sa osnovnim povjerenjem. Na ovaj način njemački posrednici uspjevaju u zaista teškoj realizaciji novih poslova – glede velikog broja posrednika nekretninama u Njemačkoj, kupci su često zbunjeni. Njemačac je

zahvalan za bilo kakvu osobnu preporuku, pošto ta preporuka uklanja strah da bi mogao kontaktirati „pogrešnog“ posrednika.

TREĆI DIO - KAKO PRIDOBITI NJEMAČKE INVESTITORE ZA HRVATSKO TRŽIŠTE

Obzirom da njemačko tržište nemože više ispuniti potražnju, neizbježno prouzročuje da potencijalni kupci traže alternativu – naime, novac je i dalje povoljnije no ikad (neki kažu da nema više nikakvu vrijednost), financiranje gradnje je dostupno po kamatnoj stopi od manje od 1,5 % sa dospijecem od 10 godina, dok sa poznatim finansijskim ustanovama nije moguće dobiti adekvatnu renditu. Naprotiv: U Njemačkoj banke počinju tražiti pristojbe za visoke novčane uloge. Imućni radi toga radije ulože svoj novac u stvari – a tržište nije dovoljno veliko za ovakve količine novaca. Jedna alternativa koja privlači sve više njemačke ulagače je ulog u nekretnine u inozemstvu.

Hrvatsko tržište nekretnina moglo bi natproporcionalno profitirati od toga, ukoliko se posrednici, vlasnici nekretnina i finansijske institucije uspiju pozicionirati na pravi način i pronaći adekvatan pristup njemačkim potencijalnim kupcima.

Desetljećima njemački investitori fokusirali su se na zemlje poput Italije, Španjolske, Francuske, Turske ili Grčke kao destinacije za drugo ili treće prebivalište. Iz raznih razloga te su destinacije sve manje atraktivne: U Italiji dobre lokacije postale su previše skupe, a i prirodne katastrofe zastrašuju potencijalne kupce. Španjolska pati od teških posljedica za prirodu radi naglog porasta gradnje u prošlosti – izgrađene su ogromne zgrade koje danas stoje prazne – ta je slika ostala u sjećanju mnogih njemačkih kupaca. Skupe atraktivne lokacije nisu dostupne za većinu ulagača. Turska i Grčka ispadaju iz portfolia mnogih interesenata iz političkih razloga.

S obzirom na sve gore navedeno, postoje mnogi dobri razlozi za Hrvatsku fokusirati se na vlastitu zemlju, koju Njemci cijene i vole zbog njene ljepote. Sa gledišta njemačkih interesenata Hrvatska kao lokacija pruža ponajprije sljedeće prednosti:

1. Geografska blizina (lako je doći do Hrvatske iz Njemačke vlastitim automobilom),
2. mediteranska klima,
3. povoljne početne cijene,
4. dijelom netaknuta priroda te stabilna politička situacija. Najkasnije ulaskom u
1. Europsku Uniju povećan je ovakav pozitivni dojam.
5. digitalizacija,
6. Razmjer legaliziranih i stručno obučanih posrednika nekretninama je čak na višoj razini nego u Njemačkoj!

Povoljna kupnja više nije odlučujući moment. Samopouzdana marketing ponude uz primjerene cijene pridonijeti će brzom rastu potražnje.

ZAKLJUČAK

Aдекватna prodajna cijena, brza i profesionalna komunikacija i reakcija na svaki upit, u najboljem slučaju na njemačkom jeziku, te dobra prezentacija prvi su važni koraci kako biste pridobili novoga klijenta već nakon prvog kontakta! Portal Crozilla je jak partner na vašoj strani – to vam omogućuje pristup mnoštvu potencijalnih klijenta, kako većina njemačkih interesenta u današnje vrijeme traži nekretnine na velikim online portalima. Njemački kupac cijeni udobnost i želi dobiti što više informacija unaprijed, prije nego što će kontaktirati posrednika nekretninama. Prezentacija je dakle osnovna za prikaz vašeg poslovanja prema van i priliku stupanja u kontakt sa interesentima!

Zapamtite – njemačkom kupcu najvažniji su seriozni poslovni odnosi – što više kada se radi o stranoj zemlji.

Opaska:

U sklopu prezentacije pokazati će se razne grafike i najaktualnije informacije.

BILJEŠKA: PREDNOSTI SURADNJE SA WOHNFREIHEIT & CROZILLA

Koristite Crozilla & Wohnfreiheit kao partnere za savršenu suradnju. Wohnfreiheit preuzima ulogu prvog kontakta za umreživanje za sve upite na njemačkom jeziku te kao izvor informacija za sve interesirane u Hrvatsku i B2B investitore. Razvrstimo sve upite prema kategorijama i ciljnim grupama. Pouzdano sastavljamo zapisnike o svakom razgovoru te skupljamo sve relevantne informacije o klijentima.