

Von „Liebhaberobjekt“ zu „hell und gepflegt“

Wie sich die Sprache in Immobilienanzeigen verändert

Berlin, 29. April 2026

„Liebhaberobjekt“, „für Handwerker“ oder „familienfreundliche Lage“ – solche Formulierungen gelten als typische Maklersprache. Eine aktuelle Analyse von 60.000 Immobilieninseraten auf ImmoScout24 zeigt jedoch: Statt dieser bekannten Floskeln setzen Anbieter heute überwiegend auf allgemeine Begriffe wie „hell“, „gepflegt“ oder „großzügig“.

- **Es dominieren generische Begriffe wie „gepflegt“, „hell“ und „großzügig“.**
- **Eigentumswohnungen werden überwiegend sachlich beschrieben – mit Fokus auf Zustand und Lage.**
- **Häuser werden emotionaler über Wohnumfeld und Lebensqualität inszeniert.**

Die Analyse von ImmoScout24 zeigt deutliche Unterschiede in der Ansprache: Während bei Eigentumswohnungen vor allem Zustand und Wertigkeit im Fokus stehen, ist die Vermarktung von Häusern häufig emotional aufgeladen.

So dominieren bei Wohnungen Begriffe wie „gepflegt“ (34 Prozent), „hell“ (30 Prozent) und „zentral“ (20 Prozent). Sie beschreiben in erster Linie Zustand und Lage. Bei Einfamilienhäusern hingegen stehen Aspekte des Umfelds im Vordergrund: „großzügig“ (32 Prozent), „ruhig“ (24 Prozent) oder „freistehend“ (16 Prozent) vermitteln eher ein Wohngefühl als konkrete Zustandsbeschreibungen.

Die häufigsten Floskeln bei der Immobilienbeschreibung

Eigentumswohnung			Einfamilienhaus		
	Adjektiv	Häufigkeit in Beschreibung		Adjektiv	Häufigkeit in Beschreibung
1	gepflegt	34 %	1	großzügig	32 %
2	hell	30 %	2	gepflegt	29 %
3	großzügig	26 %	3	hell	26 %
4	attraktiv	23 %	4	ruhig	24 %
5	modern	22 %	5	attraktiv	21 %
6	zentral	20 %	6	modern	18 %
7	ruhig	18 %	7	hochwertig	18 %
8	hochwertig	18 %	8	freistehend	16 %
9	neu	16 %	9	groß	16 %
10	charmant	12 %	10	charmant	14 %

Von der Floskel zur Einordnung

Auffällig ist: Viele der heute dominierenden Begriffe sind zwar positiv besetzt, aber wenig spezifisch. Die meistverwendeten Begriffe sind „hell“, „großzügig“ oder „gepflegt“ – unabhängig von der Objektart.

Andere häufig genutzte Formulierungen sind zweideutig: So kann „ruhig“ eine eher abgelegene Lage beschreiben, während „charmant“ auf einen zweifelhaften Zustand hindeuten kann. Die tatsächliche Aussagekraft bleibt häufig Interpretationssache.

Medienkontakt

Arne Hartwig | PR & Communication Manager

Telefon: +49 30 24301 1633 | E-Mail: pr@immoscout24.de | www.immobilienscout24.de

Für eine erfolgreiche Vermarktung sind konkrete Angaben entscheidend. Informationen zu Zustand, Baujahr oder Lage erhöhen die Aussagekraft und setzen realistischere Erwartungen.

Methodik

Analysiert wurden 60.000 Inserate bei ImmoScout24 für Wohnungen und Häuser zum Kauf in den größeren Städten (RIWIS-Kategorie A, B und C) und deren Umland. Grundlage sind die Texte der Objektbeschreibungen im März 2026.

Über ImmoScout24

ImmoScout24 ist die führende Online-Plattform für Wohn- und Gewerbeimmobilien in Deutschland. Seit 25 Jahren revolutioniert ImmoScout24 den Immobilienmarkt. Jeden Monat suchen rund 19 Millionen Nutzer:innen auf unserem Online-Marktplatz oder in unserer App ein neues Zuhause oder die passende Gewerbefläche. Deshalb kennen rund 90 Prozent der Zielgruppe ImmoScout24. Mit seinen digitalen Lösungen schafft der Online-Marktplatz Orientierung und bringt Eigentümer:innen, Makler:innen und Immobiliensuchende erfolgreich zusammen. ImmoScout24 arbeitet an dem Ziel, Transaktionen rund um die Immobilie digital abzuwickeln und dadurch komplexe Entscheidungen für seine Nutzer:innen einfacher zu machen. Seit 2012 ist ImmoScout24 auch auf dem österreichischen Wohn- und Gewerbemarkt aktiv und erreicht monatlich rund 3 Millionen Suchende.

Medienkontakt

Arne Hartwig | PR & Communication Manager

Telefon: +49 30 24301 1633 | E-Mail: pr@immoscout24.de | www.immobilienscout24.de