

PRAXIS-REPORT FÜR BAUTRÄGER

Warum 9 von 10 Bauträgern in der Krise scheitern – und was die erfolgreichen anders machen

Die 5 größten Fehler bei der Vermarktung von Neubauprojekten und wie Sie sie ab sofort vermeiden

Ein Praxis-Report von **Trimando**

März 2026

Vorwort: Warum dieser Report Ihr wichtigstes Dokument in diesem Jahr sein könnte

Die Immobilienbranche durchlebt die schwerste Krise seit Jahrzehnten. Während die Schlagzeilen von Großinsolvenzen, Baustopps und Finanzierungsengpässen dominiert werden, gibt es eine Gruppe von Bauträgern, die trotz aller Widrigkeiten ihre Neubauprojekte erfolgreich abverkauft. Der Unterschied zwischen diesen beiden Gruppen liegt nicht im Produkt, nicht in der Lage und oft nicht einmal im Preis. Er liegt in der Art und Weise, wie sie ihre Projekte vermarkten und verkaufen.

Dieser Report zeigt Ihnen auf Basis aktueller Marktdaten, warum die klassischen Vermarktungswege nicht mehr funktionieren, welche fünf Fehler die meisten Bauträger immer noch machen und welche Strategien nachweislich zu mehr Anfragen, schnellerem Abverkauf und damit zu erheblichen Zinseinsparungen führen. Jeder Monat, den eine Wohnung unverkauft bleibt, kostet Sie bares Geld. Dieser Report zeigt Ihnen, wie Sie diesen Kreislauf durchbrechen.



Kapitel 1

Die Marktlage – Zahlen, die jeder Bauträger kennen muss

Kapitel 1: Die Marktlage -- Zahlen, die jeder Bauträger kennen muss

1.1 Eine Branche im Ausnahmezustand

Die österreichische und deutsche Immobilienbranche befindet sich in einer beispiellosen Krise. Was als Zinswende im Sommer 2022 begann, hat sich zu einem Dominoeffekt entwickelt, der die gesamte Wertschöpfungskette erfasst hat. Die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache:

Kennzahl	Wert	Quelle
Firmeninsolvenzen Österreich 2025	7.392 (+8,5 % gegenüber Vorjahr)	CRIF, Feb. 2026 [1]
Anteil Immobilienbranche an Großinsolvenzen	Mehr als 50 %	news.at, Dez. 2025 [2]
Baubewilligungen Österreich 2024	32.100 (niedrigster Stand seit 2010)	Statistik Austria [3]
Rückgang Baubewilligungen gegenüber 10-Jahresschnitt	ca. -33 %	SOLID Bau, Okt. 2025 [4]
Fertiggestellte Wohnungen Österreich 2024	41.762 (-20 % gegenüber Vorjahr)	Statistik Austria [5]
Baugenehmigungen Deutschland 2024	172.100 (-19,4 % gegenüber Vorjahr)	Destatis, Feb. 2025 [6]
Wohnungsbau-Umsatz Deutschland 2025 (real)	-4 %	ZDB, Dez. 2025 [7]

Die Zahl der Insolvenzen in Österreich ist 2025 das fünfte Jahr in Folge gestiegen [8]. Prominente Namen wie Signa/Benko, 6B47 und die Süba-Gruppe stehen stellvertretend für eine Branche, in der selbst etablierte Akteure ins Straucheln geraten. Rechtsanwalt Felix Neuwirther von Freshfields beschreibt die Situation treffend:

"Der Mix aus stark gestiegenen Zinsen, explodierenden Baukosten und geringerer Nachfrage führt früher oder später zu Liquiditätsproblemen." [2]

1.2 Die Zinswende als Katalysator

Der entscheidende Wendepunkt war die Zinswende der Europäischen Zentralbank. Zwischen Juli 2022 und September 2023 hob die EZB den Leitzins in zehn Schritten von 0 % auf 4,5 % an [9]. Diese historisch schnelle Anhebung traf die Baubranche mit voller Wucht. Obwohl die EZB den Leitzins inzwischen wieder auf rund 2 % gesenkt hat, liegen die Bauzinsen für eine zehnjährige Finanzierung weiterhin zwischen 3 % und 3,5 % [10]. Für Bauträger, die mit variabler Finanzierung (Euribor) und teurem Mezzanin-Kapital (12 bis 23 %) arbeiten, bedeutet jeder Monat ohne Verkauf eine erhebliche finanzielle Belastung [11].

Ein konkretes Rechenbeispiel verdeutlicht die Dimension: Ein Bauträger mit einem Projektvolumen von 10 Millionen Euro und einer Finanzierung zu 4 % Zinsen zahlt rund 33.000 Euro Zinsen pro Monat. Bei einem Abverkaufszeitraum von 24 statt 12 Monaten entstehen allein durch die Verzögerung Mehrkosten von rund 400.000 Euro. Hinzu kommen Opportunitätskosten, weil das gebundene Kapital nicht für neue Projekte eingesetzt werden kann.

1.3 Das Vorverwertungs-Dilemma

Eine der größten Herausforderungen für Bauträger ist die sogenannte Vorverwertung: Banken verlangen, dass ein erheblicher Teil der Wohnungen bereits vor Baubeginn verkauft oder reserviert ist, bevor sie die Finanzierung freigeben. Thomas Raith, Vorstand des Österreichischen Verbands der Immobilienwirtschaft (ÖVI), bringt das Dilemma auf den Punkt:

"Es kauft niemand eine Bauträgerwohnung, die noch nicht gebaut ist -- die Banken verlangen das aber." [12]

Die Absorption, also die Zahl der Verkäufe, die der Markt pro Jahr aufnimmt, ist deutlich gefallen. In Wien stehen aktuell rund 20.000 Wohnungen zum Verkauf [12]. Gleichzeitig sind Forward Deals, bei denen Immobilien bereits vor dem Bau verkauft werden, nahezu zum Erliegen gekommen [2]. Für Bauträger bedeutet das: Ohne eine funktionierende Vermarktungsstrategie, die genügend qualifizierte Kaufinteressenten generiert, kommen Projekte gar nicht erst in die Umsetzung -- oder sie bleiben nach Fertigstellung monatelang unverkauft.

Kapitel 2

Die 5 größten Fehler, die Bauträger bei der Vermarktung machen

Kapitel 2: Die 5 größten Fehler, die Bauträger bei der Vermarktung machen

Fehler Nr. 1: Ausschließlich auf Immobilienportale und Makler setzen

Der mit Abstand häufigste Fehler ist die Annahme, dass ein Inserat auf willhaben.at, ImmobilienScout24 oder die Zusammenarbeit mit einem Makler ausreicht, um ein Neubauprojekt abzuverkaufen. In einem Markt, in dem die Nachfrage hoch und das Angebot knapp war, funktionierte das. In der aktuellen Marktsituation reicht es bei Weitem nicht mehr aus.

Warum das nicht mehr funktioniert: Immobilienportale erreichen nur Menschen, die bereits aktiv nach einer Immobilie suchen. Das ist in der aktuellen Marktsituation eine schrumpfende Gruppe. Die große Mehrheit der potenziellen Käufer, die sich eine Neubauwohnung leisten könnten, sucht nicht aktiv auf Portalen. Sie müssen dort abgeholt werden, wo sie sich tatsächlich aufhalten: in sozialen Medien, auf Nachrichtenportalen, in ihrem digitalen Alltag. Makler wiederum betreuen in der Regel mehrere Projekte gleichzeitig und können einem einzelnen Projekt nicht die exklusive Aufmerksamkeit widmen, die es in dieser Marktlage braucht.

Die Realität in Zahlen: Ein durchschnittliches Inserat auf einem Immobilienportal generiert in der aktuellen Marktlage drei bis fünf Anfragen pro Woche. Um ein Neubauprojekt mit 20 Wohnungen abzuverkaufen, brauchen Sie jedoch Hunderte qualifizierte Anfragen, denn nur ein Bruchteil der Interessenten wird tatsächlich zum Käufer. Bei drei bis fünf Anfragen pro Woche dauert der Abverkauf Jahre statt Monate -- und jeder zusätzliche Monat kostet Sie Zehntausende Euro an Zinsen.

Fehler Nr. 2: Keine digitale Sichtbarkeit außerhalb der Immobilienportale

Viele Bauträger investieren Hunderttausende bis Millionen Euro in die Entwicklung eines Projekts, aber nur einen Bruchteil davon in die digitale Vermarktung. Die Webseite des Projekts existiert zwar, wird aber kaum beworben. Social-Media-Präsenz fehlt gänzlich oder beschränkt sich auf gelegentliche Posts ohne Strategie.

Warum das ein Problem ist: In einer Zeit, in der die überwiegende Mehrheit aller Immobiliensuchenden ihre Recherche online beginnt, ist digitale Unsichtbarkeit gleichbedeutend mit Nichtexistenz. Potenzielle Käufer, die Ihr Projekt nicht finden, können es nicht kaufen. Dabei geht es nicht nur um Suchmaschinenoptimierung, sondern um aktive, bezahlte Sichtbarkeit in den Kanälen, in denen sich Ihre Zielgruppe aufhält: Facebook, Instagram, Google und YouTube.

Was erfolgreiche Bauträger anders machen: Sie setzen auf systematische, datengetriebene Vermarktung und erzeugen damit Hunderttausende bis Millionen von Impressionen für ihre Projekte. Denn in einem Markt, in dem sich immer weniger Menschen eine Immobilie leisten können, müssen Sie eine deutlich größere Zielgruppe erreichen, um die wenigen zahlungskräftigen Käufer zu finden.

Fehler Nr. 3: Vertrauen nicht aktiv aufbauen

Der Kauf einer Immobilie ist für die meisten Menschen die größte finanzielle Entscheidung ihres Lebens. In einer Branche, die durch Großinsolvenzen und negative Schlagzeilen erschüttert wurde, ist das Vertrauen der Käufer auf einem historischen Tiefstand. Trotzdem unternehmen die meisten Bauträger nichts, um aktiv Vertrauen aufzubauen.

Warum Vertrauen heute wichtiger ist als je zuvor: Käufer fragen sich: Wird der Bauträger das Projekt fertigstellen? Wird die Qualität stimmen? Werde ich mein Geld verlieren, wenn der Bauträger insolvent geht? Diese Ängste sind nach den Erfahrungen der letzten Jahre völlig berechtigt. Gläubigerschützer Gerhard Weinhofer von Creditreform warnt, dass die Talsohle noch nicht erreicht ist und die Insolvenzwelle weitergehen wird [2].

Was das für Ihre Vermarktung bedeutet: Jede Anzeige, jede Landingpage, jeder Kontaktpunkt mit potenziellen Käufern muss Vertrauen aufbauen. Das geschieht durch Transparenz, durch Referenzen und Testimonials zufriedener Käufer, durch Presseberichte und Medienpräsenz, durch professionelle Darstellung des Unternehmens und seiner Erfolgsbilanz. Ein einfaches Inserat mit Grundriss und Preis reicht nicht mehr aus, um einen Käufer zu überzeugen, Hunderttausende Euro zu investieren.

Fehler Nr. 4: Keinen strukturierten Verkaufsprozess haben

Die meisten Bauträger haben keinen strukturierten digitalen Verkaufsprozess. Eine Anfrage kommt herein, wird irgendwann beantwortet, ein Besichtigungstermin wird vereinbart, und dann hofft man auf den Abschluss. Es gibt kein systematisches Follow-up, keine automatisierte Kontaktpflege, keine Qualifizierung der Leads.

Warum das fatal ist: Studien zeigen, dass die Wahrscheinlichkeit, einen Lead zu konvertieren, in den ersten fünf Minuten nach der Anfrage am höchsten ist und danach rapide sinkt. Wenn zwischen Anfrage und Rückruf Stunden oder gar Tage vergehen, ist der Interessent längst beim nächsten Anbieter. In einem Markt mit wenigen Käufern können Sie es sich nicht leisten, auch nur einen einzigen qualifizierten Lead zu verlieren.

Was ein professioneller Verkaufsprozess beinhaltet: Automatisierte Bestätigung der Anfrage innerhalb von Sekunden, schnelle persönliche Kontaktaufnahme innerhalb von Minuten, strukturierte Qualifizierung des Interessenten (Finanzierungssituation, Zeitrahmen, Präferenzen), regelmäßiges Follow-up mit relevanten Informationen und klare Handlungsaufforderungen in jedem Schritt des Prozesses. Dieser Prozess muss digital abgebildet und automatisiert sein, damit kein Lead verloren geht.

Fehler Nr. 5: Den Abverkauf nicht als Vertriebsprojekt behandeln

Viele Bauträger sind hervorragend darin, Projekte zu planen und zu bauen. Aber sie behandeln den Abverkauf als Nebensache, die sich schon irgendwie ergibt. In einem Käufermarkt, in dem die Nachfrage eingebrochen ist, ist diese Haltung existenzbedrohend.

Die unbequeme Wahrheit: Der Abverkauf eines Neubauprojekts ist in der aktuellen Marktlage ein eigenständiges Vertriebsprojekt, das genauso professionell geplant und umgesetzt werden muss wie die Bauphase selbst. Es braucht eine klare Strategie, ein dediziertes Budget, professionelle Umsetzung und messbare Ergebnisse. Wer den Abverkauf dem Zufall überlässt, riskiert Monate oder Jahre der Verzögerung -- mit allen finanziellen Konsequenzen.

Was das in der Praxis bedeutet: Erfolgreiche Bauträger planen das Vermarktungsbudget bereits in der Projektentwicklung ein. Sie starten die digitale Vermarktung nicht erst nach Fertigstellung, sondern bereits in der Bauphase. Sie setzen auf datengetriebene Kampagnen, die messbare Ergebnisse liefern. Und sie arbeiten mit spezialisierten Partnern zusammen, die die Immobilienbranche verstehen und nachweislich Ergebnisse liefern.

Kapitel 3

Der neue Weg – Wie erfolgreiche Bauträger heute verkaufen

Kapitel 3: Der neue Weg -- Wie erfolgreiche Bauträger heute verkaufen

3.1 Von der Hoffnung zum System: Die Trimando Methode

Die Bauträger, die trotz Krise erfolgreich abverkaufen, haben eines gemeinsam: Sie haben den Wechsel von der Hoffnung zum System vollzogen. Statt darauf zu warten, dass Käufer von selbst kommen, generieren sie aktiv und systematisch qualifizierte Kaufanfragen. Wir nennen diesen Ansatz **die Trimando Methode** -- ein erprobtes 3-Säulen-System, das speziell für die Herausforderungen der Immobilienbranche entwickelt wurde.

3.2 Säule 1: Maximale digitale Sichtbarkeit

In einem Markt, in dem sich immer weniger Menschen eine Immobilie leisten können, müssen Sie eine deutlich größere Zielgruppe erreichen als früher. Wenn früher jeder Zehnte ein potenzieller Käufer war, ist es heute vielleicht jeder Fünzigste oder Hundertste. Das bedeutet: Sie brauchen nicht Tausende, sondern Hunderttausende bis Millionen von Impressionen, um die zahlungskräftigen Käufer in Ihrer Region zu finden.

Moderne Performance-Marketing-Kampagnen auf Facebook, Instagram und Google ermöglichen genau das. Sie können Ihre Zielgruppe nach Einkommen, Interessen, Standort und Verhalten filtern und Ihr Projekt genau den Menschen zeigen, die es sich leisten können und die in Ihrer Region nach Wohnraum suchen. Das ist etwas fundamental anderes als ein passives Inserat auf einem Immobilienportal, das darauf wartet, gefunden zu werden.

Vermarktungskanal	Reichweite pro Monat	Qualität der Anfragen	Kosten pro Anfrage
Immobilienportal (klassisch)	500-2.000 Aufrufe	Mittel (aktiv Suchende)	Hoch (Abo + wenige Leads)
Makler (klassisch)	Abhängig vom Netzwerk	Mittel bis hoch	Sehr hoch (Provision)
Die Trimando Methode (digital)	100.000-1.000.000+ Impressionen	Hoch (gezielt gefiltert)	Niedrig bis mittel
Kombination aller Kanäle	Maximal	Höchste Qualität	Optimiert

3.3 Säule 2: Vertrauen durch Präsenz und Transparenz

Käufer müssen Ihnen vertrauen, bevor sie Hunderttausende Euro investieren. Dieses Vertrauen entsteht nicht durch ein einzelnes Inserat, sondern durch eine konsistente, professionelle Präsenz an mehreren Kontaktpunkten. Erfolgreiche Bauträger setzen auf eine Kombination aus professionellen Projekt-Landingpages mit hochwertigen Visualisierungen, Video-Content, der das Projekt und das Team hinter dem Projekt zeigt, Presseberichten und Medienpräsenz, die Glaubwürdigkeit schaffen, Testimonials und Referenzen von zufriedenen Käufern sowie transparenter Kommunikation über Baufortschritt, Qualitätsstandards und Finanzierungssicherheit.

Jeder dieser Kontaktpunkte baut ein Stück Vertrauen auf. Wenn ein potenzieller Käufer Ihr Projekt in einer Anzeige sieht, dann auf Ihrer professionellen Webseite landet, dort ein Video des Geschäftsführers findet, einen Pressebericht über Ihr Unternehmen liest und Testimonials zufriedener Käufer sieht, ist die Wahrscheinlichkeit eines Kaufabschlusses um ein Vielfaches höher als bei einem einfachen Portalinserat.

3.4 Säule 3: Automatisierter Verkaufsprozess

Die dritte Säule ist ein vollständig automatisierter Verkaufsprozess, der sicherstellt, dass kein Lead verloren geht und jeder Interessent optimal betreut wird. Dieser Prozess umfasst die automatisierte Lead-Erfassung über optimierte Landingpages, sofortige Bestätigung und Qualifizierung des Interessenten, schnelle persönliche Kontaktaufnahme durch das Vertriebsteam, automatisiertes Follow-up mit relevanten Projektinformationen sowie eine strukturierte Terminvereinbarung für Besichtigungen.

Das Ergebnis ist ein Verkaufsprozess, der wie ein Fließband funktioniert: Oben kommen qualifizierte Anfragen herein, unten kommen Kaufabschlüsse heraus. Nicht jede Anfrage führt zum Kauf, aber durch die hohe Anzahl qualifizierter Leads und den strukturierten Prozess wird der Abverkauf planbar und berechenbar. Genau dieses System bildet den Kern der Trimando Methode.

3.5 Die finanziellen Vorteile des schnelleren Abverkaufs

Der schnellere Abverkauf durch professionelle digitale Vermarktung hat weitreichende finanzielle Vorteile, die über die reinen Verkaufserlöse hinausgehen:

Vorteil	Auswirkung
Zinseinsparung	Jeder Monat früherer Abverkauf spart Tausende bis Zehntausende Euro an Finanzierungskosten
Kapitalfreisetzung	Freiwerdendes Kapital kann in neue Projekte investiert werden
Bessere Konditionen	Hohe Vorverwertungsquoten verbessern die Verhandlungsposition gegenüber Banken
Planungssicherheit	Berechenbare Verkaufszahlen ermöglichen zuverlässige Projektplanung
Risikominimierung	Kürzere Vermarktungszeiträume reduzieren das Marktrisiko
Reputation	Erfolgreiche Projekte stärken die Marke und erleichtern künftige Projekte

Ein Bauträger, der sein Projekt sechs Monate früher abverkauft, spart bei einem Projektvolumen von 10 Millionen Euro und 4 % Zinsen rund 200.000 Euro an Finanzierungskosten. Bei Mezzanin-Kapital mit 15 % Zinsen wären es sogar 750.000 Euro. Diese Zahlen zeigen, dass die Trimando Methode keine Ausgabe ist, sondern eine Investition mit messbarem Return.



Kapitel 4

Die Trimando Methode – Wie wir Bauträger beim Abverkauf unterstützen

Kapitel 4: Die Trimando Methode -- Wie wir Bauträger beim Abverkauf unterstützen

4.1 Spezialisiert auf die Immobilienbranche

Die Trimando Methode wurde speziell für die Lead-Generierung von Bauträgern und Projektentwicklern entwickelt. Unser Fokus liegt darauf, potente und finanzkräftige Käufer für Ihre Neubauprojekte zu finden und qualifizierte Anfragen zu generieren, die zu Besichtigungen und Kaufabschlüssen führen.

Anders als generische Werbeagenturen verstehen wir die spezifischen Herausforderungen der Immobilienbranche: die Bedeutung der Vorverwertung, die Dringlichkeit des schnellen Abverkaufs, die Notwendigkeit des Vertrauensaufbaus und die finanziellen Konsequenzen jedes unverkauften Monats. Die Trimando Methode vereint diese Erkenntnisse in einem erprobten System.

4.2 Die drei Säulen der Trimando Methode

Säule 1 -- Gezielte Sichtbarkeit: Die Trimando Methode erzeugt durch datengetriebene Kampagnen auf Facebook, Instagram und Google maximale Sichtbarkeit für Ihr Projekt. Dabei filtern wir gezielt nach Ihrer Zielgruppe: finanzkräftige Käufer in Ihrer Region, die sich Ihr Projekt leisten können.

Säule 2 -- Systematischer Vertrauensaufbau: Wir erstellen professionelle Landingpages, die Ihr Projekt optimal präsentieren und Vertrauen aufbauen. Jeder Kontaktpunkt ist darauf ausgelegt, die Bedenken potenzieller Käufer zu adressieren und sie von der Qualität Ihres Projekts und Ihres Unternehmens zu überzeugen.

Säule 3 -- Automatisierte Lead-Prozesse: Wir implementieren einen strukturierten Verkaufsprozess, der sicherstellt, dass jede Anfrage schnell und professionell bearbeitet wird. Von der ersten Kontaktaufnahme bis zur Besichtigungsvereinbarung ist jeder Schritt optimiert.

4.3 Für wen ist die Trimando Methode die richtige Lösung?

Die Trimando Methode ist die richtige Lösung für Bauträger und Projektentwickler, die aktuell Neubauprojekte vermarkten und mit der Anzahl oder Qualität der Anfragen unzufrieden sind, die ihre Projekte schneller abverkaufen möchten, um Finanzierungskosten zu sparen, die ihre Abhängigkeit von Immobilienportalen und Maklern reduzieren wollen, die einen professionellen, messbaren Vermarktungsansatz suchen und die bereit sind, in die digitale Vermarktung zu investieren, um nachweisbare Ergebnisse zu erzielen.

Kapitel 5: Ihr nächster Schritt

Die Immobilienkrise wird nicht von allein verschwinden. Die Zinsen werden nicht auf das Nullniveau von 2021 zurückkehren. Die Käufer werden nicht plötzlich wieder Schlange stehen. Aber die Bauträger, die jetzt handeln und ihre Vermarktung professionalisieren, werden die Gewinner dieser Krise sein.

Wenn Sie wissen möchten, wie die Trimando Methode konkret für Ihr Projekt qualifizierte Kaufanfragen generieren kann, vereinbaren Sie jetzt ein kostenloses und unverbindliches Strategiegelgespräch. In diesem Gespräch analysieren wir gemeinsam Ihre aktuelle Situation, identifizieren die größten Hebel für Ihren Abverkauf und zeigen Ihnen, welche Ergebnisse realistisch erreichbar sind.

Vereinbaren Sie jetzt Ihr kostenloses Strategiegelgespräch:

www.trimando.com

Kostenloses Strategiegelgespräch vereinbaren

Erfahren Sie, wie die Trimando Methode konkret für Ihr Projekt qualifizierte Kaufanfragen generieren kann.

www.trimando.at

Quellenverzeichnis

- [1] CRIF: Firmeninsolvenzen 2025 in Österreich auf neuem Höchststand
<https://www.crif.at/aktuelles-events/news-presse/firmeninsolvenzen-2025-in-oesterreich-auf-neuem-hoechststand-plus-144-prozent-im-vergleich-zum-jahr-2021/>
- [2] news.at: Immo-Branche: Die weitreichenden Auswirkungen der Pleitewelle
<https://www.news.at/wirtschaft/immobilienkrise-baukrise-oesterreich-2026>
- [3] Agenda Austria: Baubewilligungen in Österreich auf Talfahrt
<https://www.agenda-austria.at/grafiken/baubewilligungen-zurueckgegangen-oesterreich/>
- [4] SOLID Bau: 51.500 Baubewilligungen im Vorjahr
<https://solidbau.at/news/51-500-baubewilligungen-im-vorjahr/>
- [5] Immofokus: Zahl fertiggestellter Wohnungen 2024 stark zurückgegangen
<https://immofokus.at/a/zahl-fertiggestellter-wohnungen-2024-stark-zurueckgegangen>
- [6] Destatis: 16,8 % weniger Baugenehmigungen für Wohnungen
https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2025/02/PD25_061_3111.html
- [7] ZDB: Baukonjunktur 2025/2026
<https://www.zdb.de/meldungen/baukonjunktur-2025-2026-die-stimmung-in-der-bauwirtschaft-hellt-sich-auf>
- [8] Der Standard: Zahl der Insolvenzen stieg 2025 das fünfte Jahr in Folge an
<https://www.derstandard.at/story/3000000307938/zahl-der-insolvenzen-stieg-2025-das-f252nfte-jahr-in-folge-an>
- [9] LBBW: EZB-Zinsentscheid
https://www.lbbw.de/artikel/maerkte-verstehen/ezb-zinsentscheid-leitzins-prognosen_ait4bfmrfe_d.html
- [10] Haufe: Bauzinsen-Prognose 2026
https://www.haufe.de/immobilien/investment/immobilienfinanzierung-die-zinswende-ist-da_256_455806.html
- [11] Warum das Bauträgergeschäft so viele ruiniert
<https://www.youtube.com/watch?v=bE5PvZWIDnQ>
- [12] Die Presse: Das Dilemma mit der Vorverwertung von Wohnungen
<https://www.diepresse.com/20419009/das-dilemma-mit-der-vorverwertung-von-wohnungen>

Dieser Report wurde von Trimando erstellt. Alle Angaben basieren auf öffentlich zugänglichen Quellen und wurden sorgfältig recherchiert. Stand: März 2026.

Copyright 2026 Trimando. Alle Rechte vorbehalten.



Bereit für mehr qualifizierte Kaufanfragen?

Vereinbaren Sie jetzt Ihr kostenloses Strategiegelgespräch und erfahren Sie, wie wir Ihr Neubauprojekt schneller abverkaufen.

www.trimando.at

+43 670 30 83 707 | office@trimando.at