

Sind die Informationen in diesem Dokument der Schlüssel zu 1.000 € und mehr echtem Gewinn – pro Apartment, Monat für Monat?

Die 9 versteckten Gewinnkiller in deiner Kurzzeitvermietung – warum am Monatsende viel zu wenig hängen bleibt, obwohl nach außen alles läuft...

Eine Nachricht vom Schreibtisch von Simon Reintjes, Gründer und Geschäftsführer der Sali Gruppe.

Liebe Leserin, lieber Leser,

du hast richtig tolle Wohnungen. Sie sehen wunderschön aus, sind mit Liebe und Stil eingerichtet – und jeder, der bei dir wohnt, fühlt sich sofort wohl.

Ein echtes Zuhause fernab der Heimat. Und das bestätigen dir deine Gäste immer wieder: nicht nur über Bewertung um Bewertung, sondern oft auch in persönlichen Nachrichten, in denen sie sich noch einmal von Herzen bei dir bedanken.

Und warum ist das so? Weil du ein Gastgeber mit Herz und Leidenschaft bist. Mit viel Liebe zum Detail und unzähligen Stunden Kleinarbeit hast du deine Unterkünfte hergerichtet.

Du bist für deine Gäste jederzeit ansprechbar und erreichbar, koordinierst die Reinigungskräfte, denkst an die kleinen Dinge – und sorgst dafür, dass am Ende wirklich jeder einen unvergesslichen Aufenthalt hat.

Nach außen läuft also alles.

Und trotzdem bleibt am Monatsende viel zu wenig hängen, weil mindestens einer der typischen 9 GEWINNKILLER begangen wird...



Genau hier sprechen die Zahlen eine andere Sprache als die Bewertungen. Denn ein schönes Apartment mit glücklichen Gästen ist noch lange kein profitables Apartment.

In den nächsten Minuten zeige ich dir die 9 häufigsten Gewinnkiller, die genau dafür sorgen, dass bei dir pro Einheit nur ein paar hundert Euro übrig bleiben – statt der 1.000 € und mehr, die möglich wären.

Eine Sache vorab:

Es kann sein, dass wir uns täuschen oder uns irren – niemand ist perfekt!

Vielleicht bist du nicht betroffen...

Vielleicht hast du diese Probleme nicht, über die wir gleich sprechen...

Vielleicht steckst du nicht in derselben Situation wie die über 523 Kurzzeitvermieter, mit denen wir in den letzten 5 Jahren erfolgreich gearbeitet haben...

ABER: Vielleicht kennst du Situationen wie diese hier:

- ☐ Deine Bewertungen sind top und deine Gäste lieben dein Apartment – aber unterm Strich bleibt kaum etwas hängen...
- ☐ Du steckst Woche für Woche Zeit in Reinigung, Wäsche, Nachrichten und Check-ins – und fragst dich, wofür das Ganze eigentlich...
- ☐ Du würdest gern weitere Einheiten dazunehmen, zögerst aber, weil sich schon die erste kaum richtig lohnt...
- ☐ Deine Auslastung ist eigentlich okay – aber der Gewinn pro Einheit bleibt hartnäckig im niedrigen dreistelligen Bereich...
- ☐ Du zahlst Kurtaxe, Portal-Provisionen, Reinigung und Wäsche – und hast das Gefühl, dass davon viel zu viel an dir hängen bleibt...
- ☐ Du spürst, dass „da mehr drin sein müsste“, weißt aber nicht genau, an welcher Stelle das Geld verloren geht...
- ☐ Du hast viel Geld in Möbel und Ausstattung gesteckt – aber so richtig zahlt sich das pro Einheit nicht aus...
- ☐ Die wahren Preisspitzen bekommst du gar nicht mit – und manchmal steht deine Wohnung leer, ohne dass du weißt, warum...

- ☐ Deine Gäste bleiben im Schnitt viel zu kurz – ständig Check-in, Check-out, Wechsel um Wechsel, dauernd Reinigung zu koordinieren...
- ☐ Fast alle deine Buchungen kommen über die Portale – und bei jeder zahlst du Provision mit...
- ☐ Ein Großteil deines Geldes landet am Ende im Putzeimer und in der Wäsche...
- ☐ Und ganz ehrlich: Tief drin fragst du dich manchmal, ob sich der ganze Aufwand überhaupt noch lohnt...

Wenn du dich in einem oder mehreren dieser Punkte wiedererkenntst, dann kreuze sie ruhig direkt mit einem Stift an!

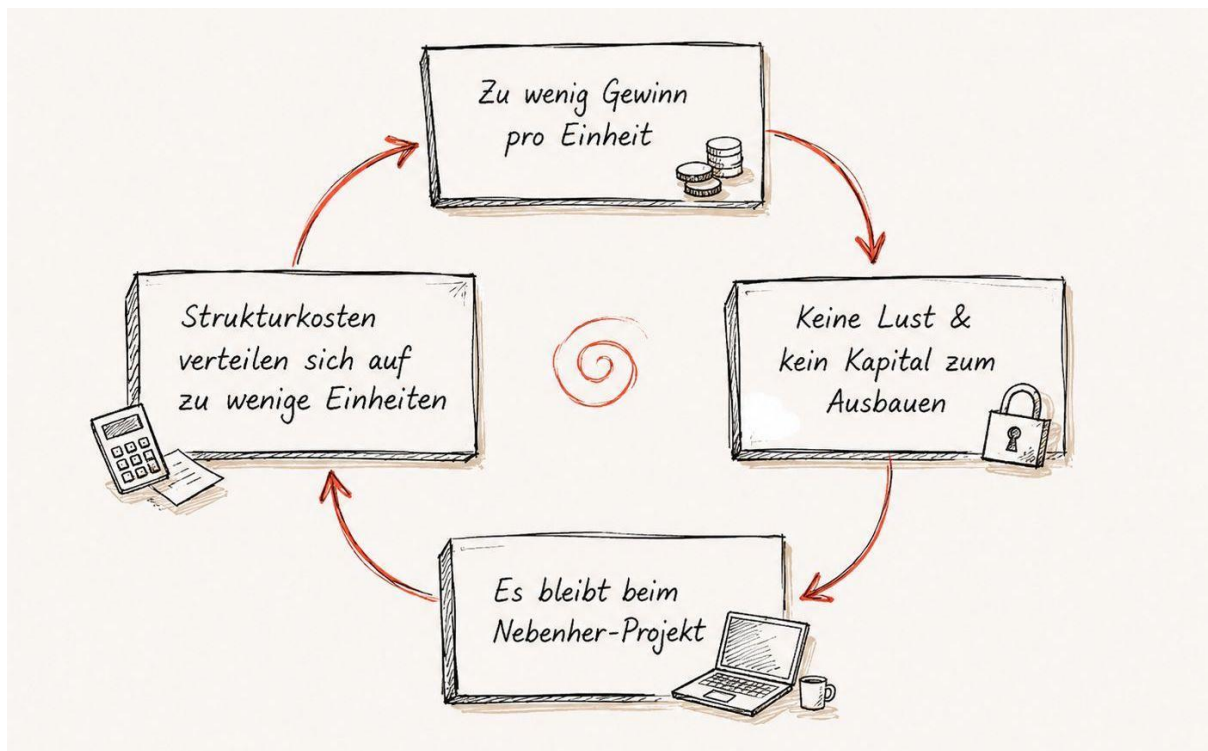
Sollten ein paar dieser Punkte auf dich zutreffen, dann habe ich eine GUTE und eine SCHLECHTE Nachricht für dich!

Zuerst die schlechte Nachricht:

Wenn diese Punkte auf dich zutreffen, verlierst du mit hoher Wahrscheinlichkeit **jeden Monat mehrere hundert Euro pro Einheit** – Geld, das einfach unbemerkt abfließt. Über ein Jahr gerechnet sind das schnell fünfstelligen Beträge, die dir entgehen.

Und es kommt noch dicker: Genau dieser Zustand hält dich klein.

Willkommen in der Gewinnleck-Spirale.



Wenig Gewinn pro Einheit bedeutet: keine Lust und kein Kapital, weitere Einheiten dazuzunehmen. Also bleibt es beim Nebenher-Projekt. Und weil jede Einheit für sich kaum trägt, fressen schlecht verteilte Strukturkosten den Rest der Marge – und der Gewinn wird noch kleiner.

Das Gefährliche daran: Die meisten Vermieter halten diesen Zustand für „normal“, weil sie die Alternative nie gesehen haben.

Die GUTE Nachricht ist: Diese Spirale lässt sich durchbrechen – sobald du die folgenden 9 Gewinnkiller systematisch aus deiner Vermietung entfernst.

In den letzten 5 Jahren haben wir bei SALÍ mit über 500 Kurzzeitvermietern zusammengearbeitet, die alle nur zu gut die Probleme kannten, die ich eben geschildert habe...

Ich selbst sah mich mit genau diesen Problemen erstmals in den Jahren 2018 und 2019 konfrontiert, als es darum ging, wie ich meine eigenen **zehn Wohnungen**, die ich zu diesem Zeitpunkt hatte, endlich auf ein profitableres Level heben kann. Jeder einzelne Punkt auf der Problemliste hat damals auf mich zugetroffen.

Deine Situation geht mir deshalb sehr nahe, da ich weiß, wie schwer es ist, den Gedanken zu überwinden, dass dieser Zustand scheinbar „normal“ ist und „es nicht anders geht“...

Die 9 kritischen Gewinnkiller, die dich zwangsläufig Monat für Monat Geld kosten:

Trage bei jedem Hebel kurz ein, was er dich geschätzt pro Monat kostet – am Ende zählen wir alles zusammen.

GEWINNKILLER #1: Raumproduktivität – du verkaufst keine Quadratmeter, sondern Schlafzimmer

Bevor wir rechnen, müssen wir kurz an deinem Mindset arbeiten. Denn der wichtigste Satz für deine Rendite lautet:

Du verkaufst keine Quadratmeter – sondern Betten und Schlafzimmer.

Wenn jemand an deinem Standort eine Unterkunft sucht, sucht er nicht nach Quadratmetern. Er sucht nach einer bestimmten Anzahl an Schlafzimmern und Betten. Denn

ein **abschließbares Schlafzimmer ist das Äquivalent zu einem Hotelzimmer** – es steht für Privatsphäre.

Stell dir die Situationen ganz konkret vor: zwei Geschäftsreisende, die nicht in einem Bett schlafen wollen. Eltern mit einem erwachsenen Kind und dessen Partner:in. Zwei befreundete Pärchen. Sie alle wollen genau das Gleiche – ein eigenes, abschließbares Schlafzimmer. Genau dafür bezahlen sie. Ihre Alternative wären zwei Hotelzimmer; oder eben deine Wohnung mit zwei Schlafzimmern.

Und hier liegt deine Chance: Eine Zwei-Schlafzimmer-Ferienwohnung kann fast so viel verlangen wie zwei Hotelzimmer. Du bietest zwei vollwertige Zimmer, mehr Platz, ein großzügigeres Bad – und der Gast kann sich sogar selbst versorgen.

DEIN Produkt ist das abschließbare Schlafzimmer – nicht die Fläche des Wohnzimmers.

Klingt simpel? Ist es auch. Trotzdem hängen die meisten genau hier fest und denken: „Aber da können doch vier Leute schlafen.“ Ja – nur schläft einer davon in einem offenen Durchgangsraum. Und dafür zahlt niemand gerne.

So berechnest du deine Raumproduktivität:

Teile die Quadratmeter deiner Wohnung durch die Anzahl deiner **abschließbaren Schlafzimmer**. Ein offener Raum – etwa ein Durchgangszimmer oder ein Bereich mit Schlafcouch – zählt dabei nur als 0,5. Der Idealwert liegt bei rund 25. Eine Zwei-Schlafzimmer-Wohnung sollte also etwa 50 m² haben ($50 \div 2 = 25$).

Wichtig: Das heißt nicht, dass jedes Schlafzimmer 25 m² groß ist. Es heißt, dass du pro Schlafzimmer – also pro Produkt – rund 25 m² bewirtschaften musst.

Und genau das ist der Punkt. Jeden einzelnen dieser Quadratmeter musst du kalt mieten, heizen, über flächenbezogene Nebenkosten mitbezahlen, ausstatten, instand halten – und putzen.

Quasi alle Kosten in deinem Betrieb hängen an den Quadratmetern. Mehr Fläche = mehr Kosten.

Schau dir das an zwei unterschiedlichen Beispielen an:

STUDIO

40 m² · 1 Wohnraum · Was Überschussfläche kostet

POSITION	WERT
Ist-Fläche	40 m ²
Ideal-Fläche · ≈ 25 m ² Wohnraum	25 m ²
Überschussfläche	15 m ²
Zusätzliche Warmmiete · 15 €/m ²	225 €
Zusätzliche Reinigung · ~8 Wechsel/Monat	37,50 €
Instandhaltung und Ausstattung	22,50 €
Verlust pro Monat	285 €
VERLUST PRO JAHR	3.420 €

Fangen wir klein an: ein Studio mit 40 m². Als reiner Wohnraum wären rund 25 m² ideal – macht **15 m² Überschussfläche**, die dir kein zusätzliches Zimmer und keinen Cent Umsatz bringt. Trotzdem zahlst du dafür Warmmiete, Reinigung und Instandhaltung: unterm Strich rund **285 € pro Monat – also 3.420 € im Jahr**, nur für Fläche, die niemand bucht.

2-ZIMMER-WOHNUNG

70 m² · 2 Schlafzimmer · Was Überschussfläche kostet

POSITION	WERT
Ist-Fläche	70 m ²
Ideal-Fläche · ≈ 25 m ² je SZ	50 m ²
Überschussfläche	20 m ²
Zusätzliche Warmmiete · 15 €/m ²	300 €
Zusätzliche Reinigung · ~8 Wechsel/Monat	50 €
Instandhaltung und Ausstattung	30 €
Verlust pro Monat	380 €
VERLUST PRO JAHR	4.560 €

Beispielhafte Modellrechnung. Werte gerundet; tatsächliche Beträge variieren je nach Objekt, Lage und Nutzung.

Und jetzt die größere Variante: eine Zwei-Zimmer-Wohnung mit 70 m². Bei zwei Schlafzimmern liegt der Idealwert bei rund 50 m² (2 × 25) – hier sind es also **20 m² zu viel**. Dieselbe Logik, nur ein größerer Hebel: rund **380 € Verlust pro Monat, macht 4.560 € im Jahr**.

Beide Beispiele zeigen dasselbe: Diese überschüssige Fläche fließt Monat für Monat ohne jeden Gegenwert ab – egal, wie groß deine Einheit ist.

Die gute Nachricht: Aus derselben Fläche lässt sich oft mehr Raum holen – mit Raumteilern, Trockenbau oder cleverer Aufteilung. Wir haben diesen Fehler am Anfang übrigens selbst gemacht: Wir hatten 67-m²-Wohnungen mit nur 1,5 Zimmern. Heute stecken 2,5 Zimmer drin – und der Umsatz ist um 43 % gestiegen.

Der Quick-Win: Prüfe deine Produktlogik. Holst du aus zwei Zimmern drei, erreichst du größere Gruppen und kannst deutlich mehr verlangen. Die Kosten bleiben dabei fast gleich (nur etwas mehr Wäsche) – aber jeder zusätzliche Euro Umsatz ist dann reiner Gewinn.

→ Dein geschätzter Verlust hier: _____ € / Monat

Kommen wir zum nächsten Hebel – den zahlen die meisten aus der eigenen Tasche...

GEWINNKILLER #2: Beherbergungssteuer & Kurtaxe – die Steuer, die du für deine Gäste bezahlst

Denk einmal an deinen letzten Urlaub zurück – egal ob im Süden, in Deutschland oder in den Bergen. Überall, wo du ins Hotel eingekcheckt hast, lief dasselbe Prozedere: Meldeschein ausfüllen und Gästetaxe bezahlen. Ganz selbstverständlich, direkt an der Rezeption.

Und hier in Deutschland? Viel zu viele Ferienwohnungs-Gastgeber zahlen diese Steuer aus der eigenen Tasche – weil sie nicht vor Ort sind, weil das Kassieren vor Ort unpraktisch ist und weil es lästig ist, für jeden einzelnen Cent eine Rechnung zu schreiben. Dabei macht die Kurtaxe je nach Stadt **bis zu 5 %** aus.

Und was du hier selbst trägst, ist pure Marge – jeder Gast rechnet ohnehin damit, dass diese Steuer dazukommt.

Die Lösung ist denkbar einfach: Wir machen genau das, was an der Hotel-Rezeption passiert – nur vollkommen digital, per PayPal und Kreditkarte. So nimmst du die Steuer **zusätzlich** ein, statt sie aus deinem Gewinn zu bezahlen.

*Ein Beispiel: Eine durchoptimierte Unterkunft macht 40.000 € Umsatz im Jahr. 5 % davon sind **2.000 €**, die ab sofort zusätzlich in deiner Kasse landen – bei rund 25 Minuten Einrichtungsaufwand.*

Der Quick-Win: Richte die Kurtaxe über die Portale bzw. eine passende Softwarelösung als separaten, vom Gast getragenen Posten ein – und automatisiere gleich die Abrechnung mit der Stadt mit.

→ **Dein geschätzter Verlust hier:** _____ € / Monat

GEWINNKILLER #3: Falsche Preise – du fährst mit angezogener Handbremse

Stell dir vor, in deiner Stadt ist Messe, ein Konzert oder ein langes Wochenende – und du vermietest zum exakt gleichen Preis wie an einem verregneten Dienstag im November. An den teuersten Nächten des Jahres lässt du so bares Geld liegen; an den schwachen Tagen schreckst du mit zu hohen Preisen ab. **Beides kostet dich – Tag für Tag.**

Die Nachfrage ändert sich täglich, regional und saisonal. Das kann kein Mensch im Kopf jonglieren – dafür braucht es **dynamisches, datenbasiertes Pricing**, das deine Preise vollautomatisch an jede Schwankung anpasst. Ohne das lässt du planbar die margenstärksten Nächte des Jahres liegen.

Vielleicht denkst du jetzt: „Statische Preise habe ich doch längst nicht mehr.“ Deine Wohnung ist mal teurer, mal günstiger – dynamisches Pricing eben. Schön. Aber die entscheidende Frage ist eine ganz andere:

Hast du auch die richtigen Einstellungen – das richtige Setup?

Mal ehrlich: Wie entwickelt sich dein MLOS – dein Minimum Length of Stay – in der Hochsaison gegenüber der Nebensaison? Wie hoch setzt du deine Markups zu Events an? Wie sehen deine Raten zu welchem Zeitpunkt aus?

Wenn du bei diesen Begriffen kurz ins Grübeln kommst, ist genau das der Punkt. Die wahren Preisspitzen bekommst du so gar nicht mit – und manchmal stehst du leer, ohne zu wissen, warum. Dabei ist das keine Wissenschaft. Du musst es nur ein einziges Mal richtig aufsetzen.

Tust du das nicht, fährst du mit angezogener Handbremse. Und wer solche Tools gar nicht erst nutzt, fährt im Grunde ganz ohne Reifen.

Achtung, eine Falle: Wer sich auf die Preisvorschläge von Booking verlässt, riskiert, seine Unterkunft zu verramschen. Denn Booking will vor allem eins – dass die Buchung über Booking läuft. Dir dagegen ist es egal, woher die Buchung kommt: Du willst am meisten Geld für deine Nächte.

Mit dem richtigen Setup sind – je nach Region, Standort und Saison – bis zu 40 % mehr Umsatz drin.

Der Quick-Win: Prüfe zuerst, ob du überhaupt dynamisch bepreist – und dann, ob dein Tool sauber auf deine Region und Zielgruppe konfiguriert ist (MLOS, Event-Markups, Saisonkurven). Nicht mühsam per Hand nachpflegen, sondern einmal richtig aufsetzen.

→ Dein geschätzter Verlust hier: _____ € / Monat

GEWINNKILLER #4: Die falschen Betten – wer falsch bettet, schließt halbe Zielgruppen aus

Kein Paar schläft in zwei Einzelbetten. Und keine Geschäftsreisenden teilen sich ein Doppelbett. Der entscheidende Faktor heißt **Kombinatorik**: Können deine Betten beides?

Stell dir die Sommerzeit vor: Viele Familien und Pärchen sind unterwegs, alle wollen schöne, attraktive Doppelbetten, gemeinsam liegen – niemand möchte in der „Besucherritze“ schlafen. Ein Doppelbett ist hier unerlässlich, sonst schreckst du genau diese hochpreisigen, privaten Buchungen ab. Umgekehrt wollen zwei Monteure garantiert nicht nebeneinander aufwachen. Du musst also für beides offen und kompatibel sein.

Die Lösung sind teilbare Betten – in Sekunden vom Doppelbett zu zwei Einzelbetten und zurück.



So stellst du deine Unterkunft innerhalb von Sekunden einer komplett neuen Zielgruppe zur Verfügung – und zeigst beide Varianten klar in deinen Fotos, damit jede Gruppe sofort sieht, dass sie bei dir richtig ist.

Nur Doppelbett	Nur Einzelbetten	Hybridbett (teilbar)
Gut für: Paare. Aber: kein Geschäftsreisender, keine Kollegen, keine Gruppe.	Gut für: Monteure, Kollegen, Geschäftsreisenden. Aber: kein Paar, keine Familie.	Beide Welten: Paar ODER zwei Einzelreisende. Maximale Buchbarkeit – beide Varianten in den Fotos zeigen!

Und die häufigste Sorge gleich vorweg: „Dann habe ich doch eine Ritze in der Mitte.“

Nein – die gibt es nicht. Am Ende liegt eine durchgehende Matratze, und der Übergang wird sauber mit einem Topper gelöst.

→ **Dein geschätzter Verlust hier:** _____ **€ / Monat**

Der nächste frisst deine Marge bei JEDEM einzelnen Gästewechsel...

GEWINNKILLER #5: Zu kurze Aufenthalte – dein Geld landet im Putzeimer

Dein Gast bleibt im Schnitt vielleicht nur 2 bis 3 Nächte. Klingt harmlos? Rechne nach: Für rund 80 % Auslastung musst du deine Unterkunft **8 bis 11 Mal im Monat** komplett durchreinigen. Für je 200 bis 400 € Buchungsumsatz heißt das: Reinigung planen, Wäsche planen, für jede Rückfrage erreichbar sein.

Und jetzt etwas Provokantes, das wir ständig hören: „Die Reinigung zahlt doch der Gast.“ Ehrlich gesagt ist das Quatsch – und verrät, dass derjenige Beherbergung nicht verstanden hat. Denk an dich selbst im Urlaub: Du reist mit **einem** Budget. Nicht mit einem für die Wohnung, einem für die Reinigung und einem für die Wäsche. Deinem Gast ist völlig egal, wie sich sein Geld aufteilt – er hat eine Summe und will dafür gut wohnen.

→ **Kurze Aufenthalte = Reinigungsverlust:** Der im Preis einkalkulierte Reinigungsanteil deckt die echten Kosten oft nicht – besonders bei größeren Wohnungen.

→ **Längere Aufenthalte (ab ca. 5 Nächten) = Reinigungsgewinn:** Der Gast zahlt nicht proportional weniger, verursacht aber proportional weniger Reinigung.

Dazu kommt der reine Zeitaufwand: Jeder Check-in kostet dich im Zweifel 15 Minuten. Hast du statt 3 plötzlich 10 Check-ins im Monat, sind das 7 mehr – über anderthalb Stunden deiner Zeit, jeden Monat aufs Neue. Und das bei viel zu geringem Gewinn.

Und hier schließt sich der Kreis zum Pricing.

Das ist eine Art Teufelskreis: Ist dein Kalender schon weit in die Zukunft mit vielen kleinen, kurzen Buchungen zugepflastert, kannst du dort nur noch weitere kurze Buchungen dazwischenquetschen. Für eine lange Buchung – oder die Verlängerung einer bestehenden – ist schlicht kein Platz mehr. Du nimmst dir die Möglichkeit auf genau die Buchungen, die am meisten Marge bringen, selbst weg.

Der Quick-Win: Das lässt sich über das richtige Pricing schon sehr, sehr gut steuern – mit Strategien, die kurze Buchungen unattraktiv machen und gezielt längere Aufenthalte und Verlängerungen fördern, statt deinen Kalender frühzeitig zu blockieren. Unterstützt wird das durch alles, was längere Buchungen überhaupt erst anzieht – etwa die Option auf Einzelbetten für Geschäftsreisende und Monteure (siehe Hebel 4).

→ **Dein geschätzter Verlust hier:** _____ € / Monat

Und genau hier hängt der nächste Hebel dran – er entscheidet, wie viel von jeder Buchung überhaupt bei dir bleibt...

GEWINNKILLER #6: Zu wenig Direktbuchungen – du zahlst Provision, die du sparen könntest

Jede Buchung über Booking.com oder Airbnb kostet dich Provision – bei jeder einzelnen Nacht. Direktbuchungen sind deshalb einer der **essenziellsten Hebel**, um genau diese Portalprovisionen zu sparen und deine Marge spürbar zu erhöhen.

Besonders stark wird das mit Firmenkunden, die länger bleiben und regelmäßig wiederkommen: über die Portale zahlst du für jeden dieser Aufenthalte aufs Neue Provision – über den Direktkanal fließt dieses Geld in deine Tasche. Mit den richtigen Strategien lassen sich so **bis zu 15 %** einsparen, einfach weil die Portalprovisionen wegfallen.

Der Quick-Win: Dein Ziel sind echte Direktbuchungen – zum Beispiel aus gezielten Verlängerungen mit bestehenden Gästen, aus dem proaktiven Ansprechen von Firmenkunden und aus einer klaren Direktbuchungs-Positionierung. So sparst du möglichst viele Portalprovisionen und profitierst gleichzeitig von längeren Buchungen.

→ **Dein geschätzter Verlust hier:** _____ € / Monat

GEWINNKILLER #7: Falsche Basis-Einstellungen – die dümmsten und teuersten Klicks

Die meisten verlieren Buchungen nicht an der großen Strategie, sondern an banalen Grundeinstellungen – vor allem auf Booking.com. Eine einzige falsche Einstellung kann ganze Buchungssegmente unsichtbar machen, ohne dass du es überhaupt merkst.

Die typischen Klassiker:

- **Falsche Stornierungsbedingungen:** zu streng schreckt ab, zu locker zieht Absagen an – beides kostet dich Buchungen und Ranking.
- **Kein Instant-Book:** ohne sofortige Buchbarkeit fliegst du aus wichtigen Filtern und rutschst im Ranking ab.
- **Nicht synchronisierte Kalender:** offene Einladung für Doppelbuchungen, Stornos und Strafen durch das Portal.
- **Falscher Mindestaufenthalt & enge Fenster:** zu hoher Min-Stay, deaktivierte Same-/Next-Day-Buchungen und zu enge Check-in-Zeiten sperren dir täglich Buchungen weg.
- **Unvollständige Angaben:** jedes fehlende Ausstattungs-Häkchen und jede lückenhafte Policy kostet dich Filter-Treffer und damit Sichtbarkeit.

Jede dieser Einstellungen ist in wenigen Minuten korrigiert – und genau deshalb ärgert es so, wenn sie dich monatelang Buchungen kostet.

- **Dein geschätzter Verlust hier:** _____ € / Monat

GEWINNKILLER #8: Dein unsichtbares Inserat – der Algorithmus zeigt dich gar nicht erst

Hast du schon einmal bei einer Google-Suche auf Seite 3 geklickt? Ich auch nicht. Genau deshalb ist dieser Hebel so wichtig: **Wer oben steht, gewinnt.** Das gilt nicht nur bei Google, sondern genauso auf Booking.com. Die ersten 3 bis 7 Treffer bekommen fast alle Buchungen – alles darunter wird ignoriert. Wer nicht gesehen wird, wird nicht gebucht. Die Buchung geht an deinen Wettbewerber.

Vielleicht denkst du jetzt: „Aber meine Unterkunft ist doch hochwertig, hat eine gute Lage und faire Preise.“ Ehrlich? Das spielt keine Rolle.

Sichtbarkeit schlägt Produktqualität.

Es ist wie bei einem Ladengeschäft: Egal wie gut dein Produkt ist – liegt dein Laden im Hinterhof, kommt niemand. Genau das passiert auf Booking.com. Schlechte Sichtbarkeit kostet dich direkt Geld: Du wirst spät gebucht (wenn überhaupt), und sobald der Nachfragedruck nachlässt, sinken deine Preise. In der Nebensaison bleibst du komplett leer.

Ein schneller Selbsttest: Schau dir an, woher deine Buchungen kommen. Kommt der Großteil über Airbnb, ist das ein deutliches Warnsignal – dann wirst du auf Booking schlicht nicht richtig gefunden. Und genau dort sitzen die attraktiveren, länger bleibenden Gäste. In einem gesunden Setup liegt das Verhältnis meist bei rund 80–90 % Booking zu 10–20 % Airbnb – denn Airbnb rutscht zunehmend in die Irrelevanz, während Booking.com den Markt dominiert (2024 von der EU offiziell als marktbeherrschender „Gatekeeper“ eingestuft).

Warum das gerade in der Nebensaison über deinen Umsatz entscheidet: Wenn nicht mehr der gesamte Markt ausgebucht wird, musst du umso mehr in den Top-Inseraten stehen, um überhaupt gefunden – und gut bezahlt – zu werden. Der Algorithmus ist damit dein Hebel für planbare Buchungen über das ganze Jahr.

Noch ein Selbsttest – und der zeigt dir schwarz auf weiß, ob der Algorithmus dich versteckt:

Öffne Booking.com in einem **Inkognito-Fenster** – und zwar unbedingt Inkognito. Das ist der entscheidende Punkt, sonst ist das Ergebnis wertlos: In deinem normalen Browser kennt Booking dich längst. Deine Cookies, deine bisherigen Suchen, deine eigene Unterkunft – all das verzerrt die Anzeige und zeigt dir eine geschönte Version. Nur im Inkognito-Tab bekommst du den neutralen Blick von außen, also genau das, was ein echter Gast auf der Suche sieht.

Such dort nach einer Unterkunft – für deinen eigenen Ort **und** für ein paar Nachbarorte. Spiel ruhig mit verschiedenen Zeiträumen und Personenzahlen durch. Und dann schau nüchtern hin: Wo taucht deine Wohnung auf?

Findest du dich nie unter den ersten Treffern – egal für welchen Zeitraum, egal für welchen Ort, ob direkt bei dir oder eine Ecke weiter – dann hast du ein handfestes Algorithmus-Problem. Dann zeigt Booking dich genau den Gästen nicht, die gerade buchen wollen. Und diese Buchung geht an deinen Wettbewerber.

Ein entscheidender Faktor zum Mitnehmen: Du darfst nirgends günstiger gelistet sein – weder auf anderen Plattformen noch auf deiner eigenen Direktbuchungsseite. Booking prüft das dauerhaft und bestraft Verstöße hart: Dein Inserat wird nicht mehr gepusht und damit faktisch unsichtbar.

Professionell optimierte Inserate erzielen bis zu 50 % mehr Umsatz – allein durch bessere Sichtbarkeit und optimiertes Pricing.

Und der größte Gewinn dahinter: Rund 80 % der Buchungen auf Booking.com sind geschäftlich – Disponenten, Projektleiter und Sekretariate, die für ganze Teams buchen: schnell, effizient und mit Budget. Stehst du oben und stimmst Preis und Bewertungen, buchen sie dich. Bist du unsichtbar, verlierst du genau diese Kunden.

Es gibt unzählige weitere Stellschrauben, um im Algorithmus nach oben zu kommen – zu viele, um sie hier alle aufzumachen. Das größte ungenutzte Potenzial liegt fast immer genau an dieser Stelle.

→ Dein geschätzter Verlust hier: _____ € / Monat

Und jetzt der Hebel, der paradoxerweise im Sommer am meisten weh tut...

GEWINNKILLER #9: Keine Hybridität – du hängst an einer einzigen Nachfrage

Wer nur auf ein Modell setzt, macht sich abhängig – und lässt den Kalender löchrig. Setzt du nur auf Geschäftsreisende (B2B), hast du paradoxerweise gerade in den **Sommerferien** und an Wochenenden ein Loch. Setzt du nur auf Tourismus, ist es genau umgekehrt.

Und genau das spielt sich wunderbar antagonistisch gegeneinander aus.

Ein Mix aus B2B, Tourismus, Mittelfristvermietung (z. B. monatsweise) und Direktbuchungen glättet deine Auslastung über das ganze Jahr – das eine füllt die Lücken des anderen. Das Ergebnis: weniger Leerstand, mehr Gewinn pro Einheit.

→ Dein geschätzter Verlust hier: _____ € / Monat

GEWINNKILLER #★: Bonus – fehlende Upsells

Du kennst das aus jedem Hotel: Der Parkplatz kostet extra, das Frühstück kostet extra, früher einchecken oder später auschecken kostet extra. Genau diese Logik kannst du übernehmen.

Late Check-out, Early Check-in, Parkplatz, Frühstück, Zwischenreinigung – und auch Haustiere sind ein guter Hebel. Einzeln sind das keine Riesenbeträge, aber sie summieren sich Monat für Monat. Abrechnen kannst du das über die Buchungsplattformen – noch besser über eine passende Softwarelösung direkt im Check-in-Prozess.

→ Dein geschätzter Verlust hier: _____ € / Monat

Und jetzt kommt der Teil, den die meisten Vermieter nie sehen:

Sobald du diese Lecks stopfst, springt der Gewinn pro Einheit über 1.000 €. Und ab genau diesem Punkt wird Skalieren plötzlich attraktiv: **dieselbe Arbeit, dieselben Prozesse – aber pro Einheit ein Vielfaches an Gewinn.**

Wer einmal eine Einheit sauber auf vierstellig gebracht hat, hat keine Einzelfall-Lösung – sondern eine Blaupause. Diese Blaupause lässt sich auf 5, 10, 20 Einheiten kopieren.

Aus dem Nebenher-Projekt wird ein echtes, skalierbares Business.

Jetzt zähl zusammen, was bei dir liegen bleibt:

Summe deiner Schätzungen: _____ € / Monat × 12 = _____ € / Jahr
--

Diese Zahl ist kein Schätzwert ins Blaue – sie ist die Summe dessen, was Monat für Monat an dir vorbeiläuft. Und das Beste: Fast jeder dieser Hebel lässt sich schneller drehen, als du denkst.

Was dein Ergebnis bedeutet:

0–2 Hebel offen: Respekt – du bist schon weiter als die meisten. Jetzt geht es ums Feintuning, und genau da holen wir gemeinsam die letzten Prozente raus.

3–5 Hebel offen: Hier liegt dein nächster Wachstumsschritt. Höchstwahrscheinlich verlierst du mehrere hundert bis über 1.000 € pro Einheit und Monat – Geld, das ab dem nächsten Monat dir gehören könnte.

6+ Hebel offen: Du lässt aktuell ein kleines Vermögen liegen. Die gute Nachricht: Genau solche Setups lassen sich am schnellsten drehen – mit dem größten Sprung schon im ersten Monat.

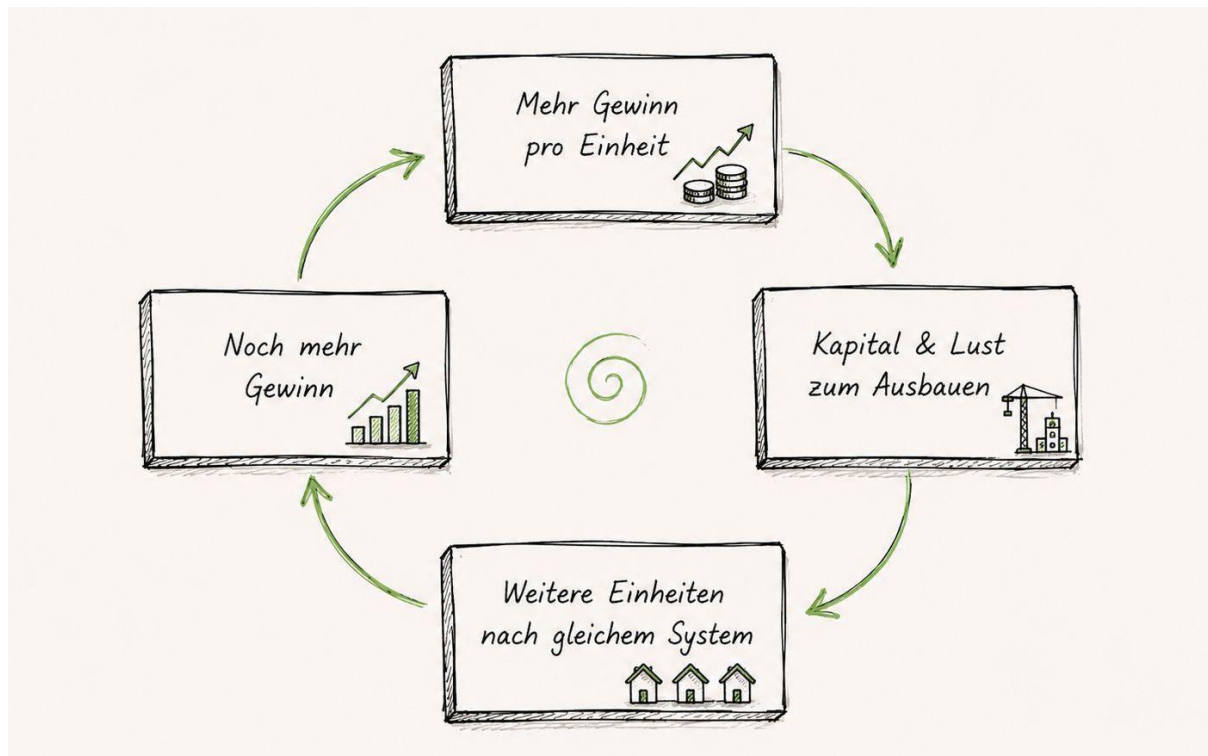
Du erkennst vielleicht jetzt:

Alle 9 Hebel aus diesem Dokument greifen ineinander – und sobald du sie schließt, setzt du eine Aufwärtsspirale in Gang, die deinen Gewinn Monat für Monat weiter nach oben zieht!

→ Sobald die Lecks gestopft sind, springt dein Gewinn **pro Apartment über die 1.000 €** – und plötzlich lohnt es sich überhaupt erst, an Wachstum zu denken!

→ Mit dem Gewinn kommen **Kapital und Lust**, weitere Einheiten dazuzunehmen – nach genau derselben, erprobten Blaupause, statt jedes Mal bei null anzufangen!

→ Und weil sich deine **Strukturkosten** jetzt auf mehr Einheiten verteilen und die Prozesse automatisiert laufen, steigt dein Gewinn pro Einheit weiter – während dein Aufwand pro Einheit sinkt!



Der Teufel liegt hier natürlich wie immer im Detail. Ich kann dir in diesem Dokument nur eine grobe Idee mitgeben, wie das Ganze funktioniert – allein für **einen einzigen** dieser 9 Hebel, die korrekte Booking-Einrichtung, haben wir intern eine 27-seitige Anleitung. Für einen Hebel. Und so geht es bei fast jedem Punkt weiter.

Dazu kommt: Jeder Kurzzeitvermieter ist anders – andere Ausgangslage, andere Ziele. Genau deshalb gibt es hier keine Schablone. Die eigentliche Arbeit beginnt da, wo wir uns *deine* Vermietung, *deine* Zahlen und *deine* Ziele individuell anschauen und daraus eine maßgeschneiderte Lösung bauen.

Und genau das können wir – weil wir es selbst jeden Tag tun.

Warum ausgerechnet wir dir das sagen können:

Weil wir nicht darüber *reden* – wir *machen* es, jeden Tag, im eigenen Bestand.

Angefangen hat alles bei mir. Nach meinem dualen Studium war ich auf dem vermeintlich sicheren Weg: Konzern, Firmenwagen, Status – der klassische goldene Käfig. 2018 traf ich

auf Reisen Gastgeber, die ohne eigene Immobilien entspannt hohe Gewinne erzielten und sich echte Freiheit aufgebaut hatten. Ich wagte den Schritt.

Nur: Genau die 9 Gewinnkiller, die du gerade durchgegangen bist, trafen damals **jeder einzelne** auch auf mich zu. Schöne Wohnungen, glückliche Gäste – und trotzdem blieb zu wenig hängen. Der Wendepunkt kam, als ich aufhörte, nach Bauchgefühl zu optimieren, und anfang, **datenbasiert** zu arbeiten: mit einem System, das mir vorab zeigt, was eine Einheit wirklich abwirft – und wo Geld verloren geht.

Daraus ist über die Jahre ein ganzes System geworden. Heute steht dahinter:

- **Über 210 eigene Einheiten – selbst aufgebaut und selbst verwaltet.**
- **Über 500 begleitete Kurzzeitvermieter in den letzten 5 Jahren.**
- **Ein erprobtes System, das jeden der 9 Hebel bis ins Detail durchdekliniert – statt Theorie aus zweiter Hand.**

Wir haben jeden dieser Fehler selbst gemacht – und jeden einzelnen wieder abgestellt. Genau das geben wir weiter.

Das Ziel: 1.000 € und mehr Gewinn pro Apartment – und daraus ein Business, das wächst. Für DICH!

Unser Anspruch bei SALÍ ist, so viele Kurzzeitvermieter wie möglich von „läuft irgendwie“ zu „läuft richtig“ zu bringen – über die 1.000-€-Marke pro Apartment hinaus, hin zu einer Vermietung, die sich endlich lohnt und sich skalieren lässt.

Und genau da kommen wir ins Spiel:

Wir zeigen dir, wie du diese 9 Gewinnkiller in deiner Kurzzeitvermietung eliminierst – und endlich 1.000 € und mehr Gewinn pro Apartment machst...

... und das vollkommen KOSTENLOS.

In einem persönlichen Erstgespräch mit SALÍ.

Wir haben uns in den nächsten Tagen und Wochen Zeit freigehalten, um mit Vermietern wie dir darüber zu sprechen, wie du die Ideen aus diesem Dokument konkret in deiner Vermietung umsetzt.

Das Gespräch ist vollkommen kostenfrei – du bekommst einen klaren Plan für deine 2–3 größten Hebel mit, den du auch allein umsetzen kannst. Sehen wir Potenzial für eine Zusammenarbeit, machen wir dir vielleicht ein Angebot. So oder so nimmst du echten Fortschritt mit.

Weil wir uns pro Gespräch wirklich Zeit nehmen, sind die Plätze begrenzt.

Alle Infos und Termine findest du hier:

www.saliconsulting.com



Ich freue mich darauf, bald mit dir zu sprechen!

– Simon Reintjes –

Simon Reintjes, Gründer und Geschäftsführer der Sali Gruppe