19. Jahrgang · Ausgabe 80 · ISSN 1433-108X
www.immobilien-profi.com

IMMOBILIEN PROFI

Alles für den schönsten Beruf

BESTELLERPRINZIP & CO

Nr. 80

Vermietungsmakler weg – und dann?

Antworten, Lösungen, Ideen zu Bestellerprinzip & Co

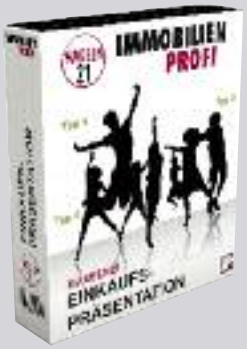
AKQUISE

IMMPULS

Ihr Akquise-Magazin

Das 24-seitige IMMPULS Magazin behandelt alle wichtigen Aspekte des privaten Immobilienverkaufs. Eigentümer erkennen: Das kann nur ein Makler! IMMPULS wird als offene Datei für Adobe InDesign geliefert. Sie können dieses Magazin nach Ihren Wünschen anpassen.

600,00 €



Einkaufspräsentation

Elegant zum Alleinauftrag

Diese praxiserprobte Powerpoint-Präsentation unterstützt Sie bei der Verhandlung mit Auftraggebern. Alleinauftrag, Courtage und den marktgerechten Preis werden Sie nun problemlos und elegant vermitteln.

98,00 €

Potenzialrechner

Überzeugen mit Zahlen!

Der Potenzialrechner verarbeitet die hinterlegten Bevölkerungsdaten in Ihrer Region und ermittelt daraus das vorhandene Käufer-Potenzial für eine Immobilie. Das Ergebnis verblüfft Eigentümer. Es wird deutlich, wie wichtig marktgerechte Angebotspreise sind.

98,00 €

Chiffrebriefe

Ungenutzes Akquise-Potenzial

Anonyme Verkaufsanzeigen sind eine besondere Herausforderung – und ungenutztes Akquise-Potenzial. Sie erhalten drei aufeinanderfolgende Schreiben für Chiffre-Inserenten sowie eine ausführliche Prozessbeschreibung.

98,00 €

Farming-Flyer

Drei Flyer-Motive für Ihre Akquise

Das Frontseiten-Motiv stellt drei unterschiedliche Zielgruppen (Paar, Familie und Senioren) dar. Auf der Rückseite beschreiben Sie das Suchprofil der Interessenten. Sie erhalten die Flyer als offene Datei für Adobe InDesign und können Anpassungen leicht durchführen.

98,00 €

Akquise-Reporting für FLOWFACT

Kennziffern für Ihre Akquise

Die wichtigsten Kennziffern für die Akquise auf einen Blick!
Mit dem Reporting-Tool für FlowFact Performer werden eindeutige Kennzahlen ermittelt und auf dem Startbildschirm für einzelne Makler, Abteilungen und das Unternehmen präsentiert.

198,00 €

alle Angaben zzgl. MwSt.

Bestellung im Shop bei www.IMMOBILIEN-PROFI.de Rubrik > Tools

Für Mitglieder

Diese Tools und zahlreiche weitere Downloads stehen für Mitglieder kostenlos zur Verfügung. Mehr Infos unter: www.**premium**.IMMOBILIEN-PROFI.de

Kostenlos für Mitglieder

Für Abonnenten

Abonnenten erhalten halbjährlich einen „Treue-Gutschein“ im Wert von 100 Euro. Dieser Bonus und auch „angesparte“ Boni können bei Bestellung verrechnet werden. Mehr Infos unter www.**abo**.IMMOBILIEN-PROFI.de

Kostenlos für Abonnenten

Marketing (sic!)

„Willkommen in der Marktwirtschaft!" lautete der Titel der Ausgabe 82. Anlässlich des „Besteller-Prinzips" sollte darauf hingewiesen werden, dass Vermietungsmakler nun im Wettbewerb angekommen sind. „Das war vorher auch schon Marktwirtschaft", maulte daraufhin ein Makler auf Facebook. Es gab sicher Wettbewerb – unter Maklern – aber ohne echte Kunden funktioniert Marktwirtschaft nicht richtig.

Das hat sich nun geändert und das Vermietungsgeschäft ist für Makler nun zu einem Marketingthema geworden. Diese Entwicklung liefert uns den Anlass, den Begriff Marketing einmal korrekt zu definieren. Denn wenn Makler Marketing betreiben, dann meinen sie damit beispielsweise Flyer verteilen. Spricht man vollmundig sogar vom Marketing-Mix, kommen zu den Handzetteln noch Internetanzeigen, Maklergalgen und schicke Exposés hinzu.

Marketing ist die Ausrichtung des gesamten Unternehmens auf den Markt, wie man bei Wikipedia nachlesen kann. Wer Objekt-Werbung macht, ist aber weit davon entfernt, sein gesamtes Unternehmen diesem Projekt unterzuordnen. Werbung und Marketing sind nicht einmal zwei Paar Schuhe, denn das eine ist der Schuh, das andere gerade mal die Sohle.

Kommen wir zurück zum Bestellerprinzip und der Behauptung, dass diese Herausforderung mittels Marketing gelöst werden kann. Damit ist garantiert nicht gemeint, dass man die Eigentümer mittels verstärkter Werbung zurückgewinnen kann. Gemeint ist, dass ein neues Produkt entwickelt werden muss – und damit kommen wir zum Marketing-Mix.

Wikipedia beschreibt den Marketing-Mix als „die vier Ps des Marketings: Product, Price, Placement und Promotion". Gehen wir das im Einzelnen durch:

Was ist das Produkt? Ist es lediglich die Vermittlung eines Mietvertrags? Wünscht der Eigentümer Bequemlichkeit, Sicherheit oder Komfort, wenn es um die Beauftragung eines Maklers geht? Wie muss unser neues Angebot an die Vermieter gestaltet sein?

Was ist mit dem Preis? Können wir davon ausgehen, dass wir vom Vermieter ebenfalls zwei Monatsmieten zzgl. Mehrwertsteuer erhalten? Im Gegensatz zum Mieter zahlt der Vermieter auf freiwilliger Basis und muss von der Honorarhöhe überzeugt werden. Reichen uns eine oder eineinhalb Monatsmieten? Überzeugt das die Eigentümer oder kommen sechs bis acht Prozent der Jahresmiete, zahlbar monatlich, besser an?

Placement, also der Distributionskanal, ist von geringer Bedeutung. Trotzdem haben wir es mit Wettbewerbern in der Vermietung zu tun, die man übers Internet buchen kann. Wir sollten die Frage zumindest erörtern, ob wir neue Kunden auch übers Web gewinnen wollen.

Erst wenn diese drei Punkte abgestimmt sind, kommt die Werbung (Promotion) ins Spiel. Nun stellt sich die Herausforderung, den Eigentümern unsere Leistung und die damit verbundenen Vorteile nahe zu bringen.

So entstehen dann spannende Dienstleistungsangebote, die mit der eigentlichen Maklertätigkeit nur wenig gemein haben. Etwa eine dauerhafte Vermietungs-Flat, für die der Makler 6 bis 8 Prozent der Jahres-Kaltmiete berechnet, zahlbar in monatlichen Raten. Ein Modell, das immer mehr Freunde gewinnt, denn die Gelegenheitsmakler haben den Vermietungsmarkt verlassen, nun drängen neue Anbieter in den Markt: einerseits Internet-Portale, aber auch professionell aufgestellte Maklerunternehmen mit neuen Konzepten.

P.S.: Das Wort sic (lat. sic, „so", „wirklich so") wird als redaktionelle Ergänzung verwendet (...), um darauf hinzuweisen, dass eine unmittelbar vorangehende Stelle korrekt zitiert wurde.

Werner Berghaus
Herausgeber Immobilien-Profi
berghaus@inmedia-verlag.de

Das Bestellerprinzip – Fragen und Antworten

Interview mit Siegmund Lorenscheit von Haferkamp Immobilien in Hamburg zum neuen Gesetz und möglichen Lösungen

Die Umsetzung der Geldwäscherichtlinien, die Energieausweispflicht, das Widerrufsrecht für Verbraucher und die anstehenden Gesetzesänderungen zum Wohnraumvermittlungsgesetz mit Mietpreisbremse und Bestellerprinzip zeigen: Immobilienunternehmen müssen in der heutigen Zeit flexibel reagieren. Im Fall des Bestellerprinzips mit einem Leistungskonzept, von dem sowohl Vermieter als auch Mieter profitieren. Wie eine Umsetzung im Rahmen verschiedener gesetzlicher Szenarien aussehen kann, erläutert Siegmund Lorenscheit, Geschäftsführer für den Bereich Miete.

Kommt das Bestellerprinzip für Sie unerwartet?

Siegmund Lorenscheit: Auf keinen Fall. Der Medienhype um dieses Thema ist im Moment sehr groß, neu ist es nicht. Als vorausschauendes, innovatives Unternehmen beschäftigen wir uns seit mehr als zwei Jahren mit den verschiedenen Möglichkeiten, Vermietern und Mietern faire Konditionen und einen guten Service im Rahmen des Bestellerprinzips zu bieten. Da der Gesetzesentwurf immer noch nicht beschlossen ist, müssen wir natürlich verschiedene Szenarien durchdenken. Lösungen für ein „echtes“ Bestellerprinzip, bei dem beide Seiten auftragsberechtigt sind, waren intern deshalb ebenso im Gespräch wie Lösungen, die ausschließlich dem Vermieter die Courtage in Rechnung stellen.

Siegmund Lorenscheit ist Geschäftsführer Vermietung von Wohn- und Gewerbeimmobilien bei Haferkamp Immobilien in Hamburg. Das 1966 gegründete Unternehmen hat heute über 40 Mitarbeiter an drei Standorten im Hamburger Süden.

Was bedeutet „echtes“ Bestellerprinzip?

Es bedeutet, dass mal der Vermieter, mal der Mieter die Provision zahlt – abhängig davon, wer den Auftrag gibt. Der Gesetzesentwurf zum Wohnraumvermittlungsgesetz im Jahr 2013 sah diese Möglichkeit noch vor. Auch der Koalitionsvertrag der neuen Bundesregierung Ende 2013 verfolgte das marktwirtschaftliche Prinzip: Wer bestellt, zahlt. Danach sollte der Wohnungssuchende nur dann für die Maklerprovision aufkommen, wenn er als Erster den Makler schriftlich mit der Wohnungssuche beauftragt.

Allerdings wurde an diese Möglichkeit eine weitere Bedingung geknüpft: Der Vermieter, der übrigens auch eine Hausverwaltung oder ein Investor sein kann, darf zum Zeitpunkt der Erteilung des Suchauftrages durch den Interessenten dem Makler noch nicht den Auftrag erteilt haben, die Wohnung auf dem Immobilienmarkt anzubieten.

Per SMS und per E-Mail werden Mietinteressenten umgehend informiert, sobald ein passendes Objekt eintrifft.

Was bedeutet „unechtes“ Bestellerprinzip?

Im Moment wird im Bundestag ein neuer Gesetzentwurf diskutiert, der eine Ausschließlichkeitsklausel beinhaltet. Das heißt: Künftig zahlt immer der Vermieter die Courtage. Aller Voraussicht nach wird diese Variante jedoch nicht mit dem bestehenden Recht zu vereinbaren sein, das Vertragsfreiheit garantiert.

Im Übrigen ist es bereits jetzt so, dass bei Neubauprojekten der Vermieter für die Maklerkosten aufkommt. Häufig kommt man potenziellen Mietern noch weiter entgegen, z. B. mit einem flexiblen Mietbeginn und zusätzlichen Anreizen wie Gutscheinen für Einrichtungshäuser.

Wie reagiert Haferkamp Immobilien auf die große Wohnraumnachfrage in Hamburg?

Mit einem Service, der sich für Mieter und Vermieter lohnt. In Ballungszentren wie Hamburg kommen teilweise bis zu 300 Bewerber auf eine Wohnung. Für die meisten Maklerunternehmen ist der Interessentenansturm nur schwierig aufzufangen. Die Folge sind Massenbesichtigungen und frustrierte Mietinteressenten, die auf ihre über ein Immobilienportal gestellte Anfrage keine Antwort erhalten. Da wundert es nicht, dass viele Mieter den Eindruck bekommen, für viel Geld kaum Leistung zu erhalten. Da faire Konditionen für alle von uns an erster Stelle stehen, entwickelten wir eine bislang in Deutschland einzigartige Lösung, mit der wir seit Mitte 2014 erfolgreich arbeiten. ▶

Wie sieht die neue Servicelösung von Haferkamp Immobilien aus?
Im Zentrum steht ein von uns in Zusammenarbeit mit einem IT-Unternehmen entwickeltes Matching-Tool, das auf der CRM-Software aus dem Hause FlowFact basiert. Das Tool entstand nicht von jetzt auf gleich. Zwölf Monate lang trafen wir uns regelmäßig zu Workshops, holten die Meinungen von Kollegen ein und ließen uns extern beraten. Das Ergebnis ist der qualifizierte Suchauftrag für Mietinteressenten, der im Oktober dieses Jahres den FlowFact Award Platin erhielt, eine Auszeichnung für besonders innovative Projekte. 40 Mitarbeiter des Unternehmens wurden mit der CRM-Software aus dem Hause FlowFact ausgestattet. Für das darauf aufbauende Matching-Tool haben wir mit dem Hersteller Gebietsschutz vereinbart. Das heißt: Im Raum Hamburg arbeitet ausschließlich Haferkamp Immobilien mit dem Matching-Tool.

Ist das neue Matching-Tool bei jeder Gesetzeslage die Lösung?
Dieses Konzept haben wir entwickelt, um ein echtes Bestellerprinzip überhaupt realisieren zu können – gesetzt den Fall, der erste Gesetzesentwurf tritt in Kraft und die Inhalte des Koalitionsvertrags bleiben bestehen. Im Interesse von Vermietern und Mietern wäre das wünschenswert, denn unsere Lösung hält für beide Seiten viele Leistungen und Vorteile bereit. Unabhängig davon, ob nun das Gesetz ein echtes Bestellerprinzip zulässt oder nicht, ist unser Tool die Lösung, um den Service für unsere Kunden weiter auszubauen. Wie effizient es ist, zeigt die Praxis: Wir arbeiten seit Mitte 2014 mit dem neuen System und sind mit dem Ergebnis mehr als zufrieden. Wir sind also auf jede Situation vorbereitet. Wie das Gesetz letztlich ausfällt, wissen wir jedoch nicht. Was wir jedoch sagen können, ist, dass es zu Beginn des zweiten oder spätestens dritten Quartals 2015 in Kraft treten wird.

Im Fall eines echten Bestellerprinzips erhalten neu eingehende Angebote bevorzugt diejenigen, die uns einen provisionspflichtigen Suchauftrag erteilt haben.

Welche Vorteile bietet das Matching-Tool für Mieter?
Das neue Tool bietet Mietinteressenten einen ganz klaren Vorteil. Einmal registriert, erhalten sie im Anschluss Objektangebote, die entweder nie oder erst viel später auf den gängigen Immobilienportalen zu finden sind. Per SMS und per E-Mail werden Mietinteressenten umgehend informiert, sobald ein passendes Objekt eintrifft. Dass es passt, wissen wir, weil unser Suchauftrag die Möglichkeit bietet, klar zu definieren, was man sucht. (Mehr dazu findet sich unter www.haferkamp-immobilien.de/Suche.htm).
Durch den genauen Datenabgleich vorab spart der potenzielle Mieter zudem viel Zeit. Wird er von uns zu einem Besichtigungstermin eingeladen, kann er oder sie sicher sein, dass die Immobilie alle wichtigen Eckdaten erfüllt. Enttäuschte Gesichter vor Ort sind daher selten.
Noch ein Wort zur Provision: Mietinteressenten zahlen selbst bei provisionspflichtigen Angeboten natürlich nur dann, wenn der Mietvertrag wirklich zustande kommt. Alle unsere Serviceleistungen wie Besichtigungen nach 20 Uhr und am Wochenende, eine ausführliche Aufklärung über Rechte und Pflichten eines Mieters sowie die Prüfung von Verträgen sind auch bei provisionspflichtigen Immobilien bis zum Mietvertragsabschluss gratis. Handelt es sich um ein provisionsfreies Angebot, ist unser gesamter Service für den Mieter kostenlos.

Wie profitieren Vermieter vom neuen Tool?
Da die Suchkriterien der Interessenten direkt mit dem Mieterfinder auf unserer Homepage verbunden sind, sehen Vermieter in Echtzeit, ob es potenzielle Bewerber für ihr Objekt gibt. Das spart Zeit und beschleunigt in der Regel die Anschlussvermietung. Erhalten wir infolge des großen Angebots an Mietinteressenten einen Vermietungsauftrag, lassen sich über das Matching-Tool die Wunschkandidaten finden. Kurz gesagt bietet unser Matching-Tool die Möglichkeit, Interessen abzugleichen und auf dem schnellsten Weg zu vernetzen. Wohnungen in Lagen, für die ausreichend

Mietinteressenten haben beim Einrichten ihres Suchauftrags bei Haferkamp Immobilien übrigens die Wahl, ob sie provisionsfreie oder provisionspflichtige Angebote erhalten wollen.

Suchaufträge vorliegen, können so direkt an Mietinteressenten vermittelt werden. Für Vermieter, Hausverwaltungen und Investoren heißt das: Auch in Zukunft besteht die Möglichkeit, Wohnungen provisionsfrei zu vermieten, da wir in vielen Fällen als Erstes vom Mietinteressenten mit der Suche schriftlich beauftragt wurden. Dies setzt natürlich voraus, dass sich das echte Bestellerprinzip durchsetzt.
Das im Raum Hamburg einzigartige, von uns angewendete System funktioniert schon jetzt hervorragend – und wäre, ganz gleich wie die Gesetzesänderung ausfällt, die optimale Lösung für beide Seiten, für Mieter wie auch für Vermieter, Hausverwaltungen und Investoren.

Wer zahlt für die Vermittlung über das Matching-System?
Wer als Erstes den Auftrag erteilt, zahlt. Meint, dass der Mieter oder Vermieter die Maklerkosten übernimmt, der uns mit der Dienstleistung zuerst beauftragt hat. Was wir anstreben, ist ein Mischverhältnis unserer Kundenstruktur von Interessenten und Eigentümern.
Mietinteressenten haben beim Einrichten ihres Suchauftrags bei Haferkamp Immobilien übrigens die Wahl, ob sie provisionsfreie oder provisionspflichtige Angebote erhalten wollen. Neue Objekte werden vorerst nur den bei uns registrierten Mietern offeriert. Im Fall eines echten Bestellerprinzips erhalten neu eingehende Angebote bevorzugt diejenigen, die uns einen provisionspflichtigen Suchauftrag erteilt haben – ein ganz klarer Vorteil, der allerdings nur dann zum Tragen kommt, wenn sich der erste Gesetzesentwurf durchsetzt und SPD und CDU sich an die Inhalte des Koalitionsvertrags halten.

Ist ein solches Konzept von jedem Makler umsetzbar?
Nein, schon allein deshalb nicht, weil derzeit nur wir mit unserem Matching-Tool über die technischen Voraussetzungen verfügen. Darüber hinaus sollte ein auf Wohnraumvermietung spezialisiertes Maklerunternehmen, das nach diesem Prinzip arbeiten möchte, schon eine gewisse Größe haben. Das heißt rund 500 Vermietungen pro Jahr müssten getätigt werden. Kleinere Unternehmen verfügen vermutlich nicht über die Vielzahl von Mietinteressenten, um den Kreislauf aufrecht zu erhalten. Obwohl das Konzept für Mieter und Vermieter eine gute Lösung darstellt, wird ein breites öffentliches Angebot an Wohnungen erforderlich sein, die provisionsfrei zu haben sind. Hierzu zählen neben Neubauprojekten insbesondere Wohnungen in den normalen und weniger nachgefragten Lagen, die sich nicht an vorgemerkte Interessenten vermitteln lassen.

Welche Folgen hat das unechte Besteller-Prinzip?
Sollte die Ausschließlichkeitsklausel wirksam werden, sind Mieter natürlich finanziell entlastet, aber dennoch im Nachteil, denn viele für den Mieter interessante Leistungen gehen verloren. Anfragen von Menschen, die berufsbedingt den Wohnort wechseln, können nicht mehr in der bisherigen Form berücksichtigt werden.
Das Leistungsangebot für Vermieter wird hingegen erweitert. Wir denken da an ein schriftliches Leistungsversprechen für Vermieter mit einer Haftungsklausel, über die wir im ersten Jahr für die Solvenz des Mieters bürgen. ■

Lesen Sie auch die Beiträge auf Seite 4 und Seite 23.

IMV-Marktdaten - jetzt online!

- Gewerbliche und private Angebote aus Zeitungen und Internet
- Einfache und effiziente Workflows für die Objektakquise
- Einbindung von Telefonisten und Callcentern
- Zugriff auf rückwärtige/historische Daten
- Vielfältige Exportmöglichkeiten, Schnittstelle zu onOffice
- **NEU: Marktbericht mit Auswertungen, Charts, Objektlisten sowie Deckblatt mit Ihrem Firmenlogo**

Sofort kostenfrei testen mit Daten aus Ihrer Region: www.imv-online.de/jetzttesten

IMV GmbH
Grafinger Ring 8 • 85293 Reichertshausen
Telefon 0 84 41 - 80 54 83

IMV MARKTDATEN

Vermietungsmakler weg – und dann?

Lars Loppe

Im letzten Jahr hat die Diskussion um das Bestellerprinzip deutlich an Fahrt aufgenommen. Derzeit wird in Berlin darum gerungen, ob Makler nur „ausschließlich" für einen Interessenten tätig werden dürfen. Dieses kleine Wort kann darüber entscheiden, ob zukünftig lokale Maklerunternehmen oder multinationale Konzerne den Mietmarkt kontrollieren werden.

Verbleibt dieses Wort im Gesetzestext könnte das Mietwohnungsangebot in engen Märkten völlig einbrechen. Die entstehende Situation würde gerade für Familien und bonitätsschwache Mietinteressenten Kosten mit sich bringen, die bis jetzt niemand thematisiert hat. Will die Politik wirklich Innenstädte ohne Normalverdiener und Familien?

Gesetzt den Fall, das Bestellerprinzip tritt in Kraft, wird sich die Nachfrage- und Angebotssituation in den gefragten Lagen nur wenig verändern. Möglicherweise zieht die Nachfrage sogar deutlich an, weil viele den Wunsch nach Veränderung zurückgestellt hatten, um von der Mietpreisbremse und dem Bestellerprinzip zu profitieren.

Die Makler sind ebenfalls auf den Stichtag vorbereitet und wurden von vielen Kunden beauftragt, auch weiterhin Mieter für ihre Immobilien zu finden. Ein anderer Teil der Vermieter hat sich entschieden, die Vermietung selber in Hand zu nehmen und bietet die Immobilie jetzt privat an. Der Mietinteressent wird zukünftig also auch mit Maklern und Privatanbietern kommunizieren.

Der Makler ist jetzt ausschließlich für den Vermieter tätig. Da der Vermieter eine deutlich bessere Verhandlungsposition hat, wird er nicht die bisher üblichen 2,38 Monatsmieten Provision durchsetzen können. Beispielsweise hat Kampmeyer Immobilien in Köln den Preis für die Vermietung für Eigentümer bereits heute um 37% auf 1,49 Monatsmieten gesenkt. Da die Leistung des Maklers dann für den Interessenten kostenfrei sein wird, wird der Makler mit noch mehr Anfragen für ein Angebot rechnen müssen. Die Kombination aus geringerem Preis und starker Nachfrage verlangt nach konsequent standardisierten Abläufen mit möglichst wenig personellem Aufwand. Folglich werden die Makler zunächst eine Anmeldung der Interessenten auf der Homepage mit einer vollständigen Registrierung verlangen, wie es Haferkamp Immobilien in Hamburg (s. S. 16) bereits heute eingeführt hat. Nur Mietinteressenten, welche formal alle Voraussetzungen erfüllen, werden die Möglichkeit zur Besichtigung der Wohnung erhalten. Die Besichtigungstermine müssen vom Makler effizient gehalten werden, daher wird es meist nur einen kurzen Termin mit vielen Interessenten geben. In gefragten Lagen ist absehbar, dass sich Mieter bei vielen Maklern, Verwaltern und Wohnungsgesellschaften registrieren müssen, um überhaupt die Chance auf eine Besichtigung zu erhalten.

Der private Vermieter wird zunächst überrascht sein von der hohen Nachfrage. Er wird die Wohnung also nur kurz veröffentlichen. Der Mietinteressent ist also gezwungen, ständig neue Angebote zu prüfen und schnell zu reagieren. Andere Anbieter werden Namen und Telefonnummer nicht veröffentlichen. In diesen Fällen ist es für den Interessenten un-

gleich schwerer, einen persönlichen Kontakt aufzubauen. Der Vermieter wird nur einige Interessenten auswählen und sich nicht die Arbeit machen, allen zu antworten. Hinzu kommt, dass die Privatanbieter meist nur unvollständige Informationen und wenig aussagekräftige Bilder veröffentlichen werden. Vernünftige Grundrisse oder 360-Grad-Rundgänge werden die Ausnahme darstellen. Folglich wird sich ein Mieter viel Arbeit machen müssen, um Privatanbieter zu kontaktieren und er wird viele Wohnungen erst besichtigen müssen um festzustellen, ob sie überhaupt für ihn geeignet sind. Auch werden die wenigsten Vermieter die Bonität der Mieter im Vorfeld prüfen, sondern erst nach einer Besichtigung. Somit ist davon auszugehen, dass viele Mieter Termine wahrnehmen werden, ohne wirklich die Chance auf die Wohnung zu haben.

Objektiv betrachtet kündigt sich hier eine unglaubliche Verschwendung von Lebenszeit an. Am Anfang der Suche werden Interessenten Stunden damit verbringen, sich bei allen möglichen Unternehmen zu registrieren. In den meisten Fällen werden sie nie eine Resonanz auf die Bewerbung erhalten, da nach dem Gleichstellungsgesetz nicht zu erwarten ist, dass ein professionelles Unternehmen eine Rückmeldung zu aussichtslosen Bewerbungen gibt. Danach ist Kreativität gefragt, um bei den Privatanbietern ausgewählt zu werden. Dazu kommt die ständige Prüfung der Internetbörsen auf neue Angebote. Am Wochenende erwartet die Interessenten dann ein Besichtigungsmarathon mit Massenabfertigung und völlig überforderten und unkoordinierten Privatanbietern. Man kann nur jede Person beglückwünschen, welche diese Lebensphase erfolgreich meistert.

Der Wohnungssuchende hat hier die Möglichkeit, sich mit Bildern, Lebenslauf, Gehaltsnachweisen und Schufa-Auskunft zu präsentieren.

Es ist davon auszugehen, dass dieser Zustand nicht lange so bleibt. Zum einen werden viele Privatanbieter nach den ersten Erfahrungen wieder die Dienste eines Maklers in Anspruch nehmen. Hier ist zu erwarten, dass sich die Anzahl der Makler reduziert. Da sich für viele Makler die Vermittlung bei geringeren Preisen nicht mehr lohnt, werden sie sich auf den Immobilienverkauf konzentrieren oder ganz vom Markt verschwinden. Die Eigentümer werden Preise und Leistungen vergleichen und hart verhandeln. Es ist davon auszugehen, dass sich einzelne Makler auf das Vermietungsgeschäft konzentrieren und massiv in den Ausbau Ihrer Internetangebote investieren werden. Gelingt es diesen Maklern einen Bestand von Suchkunden aufzubauen, der es ermöglicht, eine schnelle Vermittlung von Standardimmobilien sicher zu stellen, wird sich die Angebotssituation verändern.
Langfristig werden nicht mehr alle Wohnungen in den Internetportalen beworben, weil es gelingt, bereits einen Großteil aus dem Bestand zu vermitteln. Es werden nur noch ausgesuchte Immobilien beworben, um weiterhin am Markt sichtbar zu sein.

Für die Privatanbieter, welche keinen Makler beauftragen möchten, bilden sich bereits heute neue Angebote. Immobilienscout24 hat dafür eine Premiumsuche entwickelt. Hier hat der Wohnungssuchende die Möglichkeit, sich mit Bildern, Lebenslauf, Gehaltsnachweisen und Schufa-Auskunft zu präsentieren. Damit verbunden ist die Hoffnung, dass eine solche „Bewerbung“ bei einem Privatanbieter oder Makler bevorzugt behandelt wird. Immobilienscout verlangt für die Premiumsuche eine monatliche Gebühr von 29 Euro. Ähnliche Angebote entstehen gerade mit „faceyourbase.de“ oder ▶

Bleiben die Makler im Geschäft, werden die Mieter in diesen Märkten auch weiterhin Provisionen für eine erfolgreiche Vermittlung bezahlen. Wird die Vermittlung von Internetplattformen übernommen, werden Gebühren erhoben, auch wenn keine Vermittlung erfolgt.

sind wie „hoome.ch“ in der Schweiz bereits am Markt etabliert. Möglicherweise entstehen weitere Mietbörsen, wie die „Münchener Mietbörse“ welche von Maklern und Privatanbietern genutzt werden.
Auch wenn der rosa Elefant und der revolutionäre Ansatz des Anbieters „smmove.de“ zunächst wenig seriös wirken, ist der Gedanke, den Mietpreis im Bieterverfahren zu ermitteln, nicht ohne Reiz für Vermieter. Auf diese Weise könnte ein Interessent eine schlechte Bonität und eine kurzfristige Mietabsicht mit höheren Monatsmieten ausgleichen, zumindest so lange, bis die Mietpreisbremse greift.
Gemeinsamen ist allen Ansätzen, dass keine Provision im bisherigen Sinn verlangt wird, die Mietinteressenten aber durch Gebühren belastet werden. Verändert sich der Markt in diese Richtung, entsteht eine Intransparenz bei den Angeboten, da diese nur registrierten und zahlenden Kunden zur Verfügung gestellt werden. In der Konsequenz folgt, dass sich ein Interessent bei möglichst vielen Internetangeboten registrieren muss, um eine Chance auf Wohnraum zu erhalten. Jede Registrierung ist für ihn kostenpflichtig, gibt aber keine Sicherheit, auch Angebote zu erhalten. In der Regel werden bonitätsstarke Kunden von den Vermietern bevorzugt, besonders wenn die Auswahl anhand von Daten und nicht persönlich erfolgt. Folglich werden bonitätsstarke Kunden schnell eine Wohnung finden und daher nicht lange diese Gebühren zahlen müssen. Interessenten mit schlechter Bonität werden länger suchen müssen und damit auch stärker mit den Suchkosten belastet. Insbesondere gilt dies für Familien, da sie den Wohnraum intensiver nutzen. Viele Vermieter bevorzugen daher Singles oder Paare ohne Kinder. In diesem Szenario werden zahlreiche Mietinteressenten sehr viel Geld bezahlen müssen, ohne jemals eine neue Wohnung zu erhalten. Für die Vermieter werden diese Angebote langfristig kostenfrei werden, da die Internetvermittler die knappen Angebote benötigen, um die Monatsgebühren von den Interessenten erheben zu können.

Ob Makler ein ähnliches System aufbauen dürfen, um im Erfolgsfall auch eine Provision zu erhalten, entscheidet sich an dem Wort „ausschließlich“ im Gesetzestext. Bleibt es bei diesem Text, darf ein Wohnungsvermittler lediglich von einem einzigen Interessenten die Provision verlangen. Mietet dieser Interessent nicht, kann er von keinem anderen seiner Interessenten eine Vermittlungsprovision verlangen. Der Makler müsste jetzt vom Eigentümer beauftragt werden, die Wohnung zu vermarkten.
Auch kann der Makler für Aufnahme in die Datenbank keine Gebühr verlangen, da dies als Einschreibegebühr ausgelegt werden kann, welche nach dem Wohnungsvermittlungsgesetz verboten ist. Folglich gibt es kaum ein lukratives Geschäftsmodell für Makler bei dieser Formulierung des Gesetzes. Die meisten Makler wären gezwungen, das Vermietungsgeschäft einzustellen. Gewinner in dieser Situation wären die Betreiber von Internetplattformen, da diese nicht als Wohnungsvermittler gelten und Gebühren verlangen können.
Egal in welcher Form der Gesetzestext verabschiedet wird, die Situation in engen Mietmärkten wird mit dem Bestellerprinzip intransparenter. Bleiben die Makler im Geschäft, werden die Mieter in diesen Märkten auch weiterhin Provisionen für eine erfolgreiche Vermittlung bezahlen. Wird die Vermittlung von Internetplattformen übernommen, werden Gebühren erhoben, auch wenn keine Vermittlung erfolgt. Die Kosten werden dann unterschiedlich verteilt und Mietinteressenten mit schlechter Bonität stärker belasten.

Das Szenario zeigt deutlich, dass es weiterhin teuer sein wird, in den gefragten Lagen zu wohnen. Dieser Umstand ist nicht durch ein Gesetz zu verändern, welches regelt, wer die Kosten für die Vermittlung zu tragen hat. Das Gesetz entscheidet aber darüber, ob zukünftig internationale Konzerne oder lokale Maklerunternehmen profitieren. Wenn die Schlussfolgerungen dieses Szenarios richtig sind, führt das Wort „ausschließlich“ in der Regelung des Bestellerprinzips zu unerwünschten Nebeneffekten für bonitätsschwache Mieter. Die Kostenbelastung durch Mieterkarteien hat es in den Zeiten vor dem Internet bereits gegeben und sie ist konsequenterweise im Wohnungsvermittlungsgesetz unterbunden worden. Es ist nicht zu erwarten, dass die großen Konzerne, welche die Internetplattformen betreiben, sich eine derart lukrative Einnahmenquelle entgehen lassen. Entweder weitet die Politik den Begriff des Wohnungsvermittlers dahingehend aus, dass er auch die Portalanbieter erfasst oder sie verzichtet auf das Wort „ausschließlich“. Nur so gibt es für lokale Unternehmen die Möglichkeit, ein Geschäftsmodell zu entwickeln, welches weiterhin auf der erfolgreichen Vermittlung basiert. Mit dem echten Bestellerprinzip wird sich auch für Interessenten ein Dienstleistungsangebot entwickeln, welches sich an ihren Bedürfnissen orientiert. ■

Der Autor:

Lars Loppe

ist seit mehreren Jahren als Berater für Maklerunternehmen tätig. Durch das Studium der Wirtschaftspädagogik und Wirtschaftsinformatik verbinden seine Ansätze Softwarelösungen mit Geschäftsprozessen. Als Geschäftsführer der MaklerWerft entwickelt er individuelle Lösungen und bündelt Immobilienwissen in innovativen Produkten.

Info: www.MaklerWerft.de

Schneller Picken (33)

Vermieten Sie über mich und die Miete ist garantiert

Lars Grosenick

Kreative Lösungen, das kommende Bestellerprinzip zu umgehen, geistern aktuell durch die sozialen Medien und machen auch nicht vor öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern halt.

„Buh“, schreien die einen Kollegen, und verdammen die Praxis, in Ballungszentren den Mieter auf Umwegen zum Besteller zu machen. „Verständlich“, brummen die anderen und machen es ebenso, nur nicht so laut. „Ich stelle mich anders auf“, ist die dritte Variante. Anfang Dezember ist der erste Vermarkter mit seinem neuen Leistungsportfolio für Vermieter offensiv in den Markt gegangen.

Ob Geschenk oder bezahlte Leistung: Der Abschluss der Mietausfallversicherung zeigt Eigentümern, dass wir als Vermarkter ihre Furcht vor einem Mietausfall ernst nehmen.

Was ändert sich mit dem Bestellerprinzip? Viele Eigentümer sind es ohnehin gewohnt, mit dem Makler zusammenzuarbeiten. Aber demnächst müssen sie den Vermarkter auch bezahlen. Jetzt sind neue Argumente gefragt.

Sichere Zahlungsströme. Schutz vor Mietnomaden. Keine Probleme mit insolventen Mietern. Warum nicht die größte Angst von Vermietern ansprechen, nämlich einen Mieter zu haben, der nicht bezahlt? Ob noch Belastungen auf dem Objekt sind oder der Eigentümer schon mit Mietnomaden zu kämpfen hatte, spielt hierbei eine untergeordnete Rolle. Eine Mietausfallversicherung ohne weitergehende Vertragsbindung kann die Antwort sein.
Was leistet eine Mietausfallversicherung? Diese bezahlt die Miete, wenn der Mieter trotz Kündigung nicht auszieht. Und das bis zu zwölf Monate lang. Den Service für Eigentümer gibt es nur beim Immobilienmakler oder Hausverwalter. Damit ist die Versicherung eine mögliche Antwort auf das kommende Bestellerprinzip. Wenn der Eigentümer die Versicherung als Sicherheit abschließen möchte, muss er mit dem Makler kooperieren. Die Kosten betragen einmalig knapp ein Prozent der vereinbarten jährlichen Warmmiete.

Verschenken oder verkaufen? Als Argument zum Alleinauftrag kann die Mietausfallversicherung offensiv als Geschenk genutzt werden. Oder neben der Preisermittlung, Vertragsverhandlung und Bonitätsprüfung – die ohnehin in der Mietausfallversicherung enthalten ist – Bestandteil des Leistungskataloges sein. Ob Geschenk oder bezahlte Leistung: der Abschluss der Mietausfallversicherung zeigt Eigentümern, dass wir als Vermarkter ihre Furcht vor einem Mietausfall ernst nehmen. Das macht eine seriöse und bessere Dienstleistung aus.

Der Weg zur Mietausfallversicherung führt über das CRM-System. Der Auftrag für die Versicherung kann per Klick aus der Software heraus, ausgehend vom Objekt und dem verknüpften Eigentümer sowie dem potenziellen Mieter, ausgelöst werden. Einzige Voraussetzung ist die Einwilligungserklärung von Mieter und Vermieter. Nähere Informationen auch unter https://mietsurance.de/. ■

SCHNELLER PICKEN

Stellt man sich den Gesamtmarkt der Wohnimmobilien als Kuchen vor, dann ist dieser Kuchen je nach Konjunktur größer oder kleiner. Für den Einzelnen geht es aber nie um diesen Markt – den Kuchen – sondern um dessen Krümel! In dieser Reihe stellen wir Methoden vor, einfacher und schneller an die Krümel zu kommen: Schneller picken!

Der Autor:

Lars Grosenick ist Makler aus Leidenschaft. Als Vorstand der Flowfact AG ist er verantwortlich für die Weiterentwicklung und den Vertrieb intelligenter Softwarelösungen für den Immobilienmarkt.

Seine berufliche Leidenschaft ist die Organisation von Geschäftsprozessen und (Kunden-)Beziehungen. Mehr Info: www.flowfact.de

Willkommen in der Marktwirtschaft!

Dank des „Besteller-Prinzips“ müssen Makler jetzt marktfähige Konzepte für die professionelle Vermietung entwickeln. Welche Chancen gibt es?

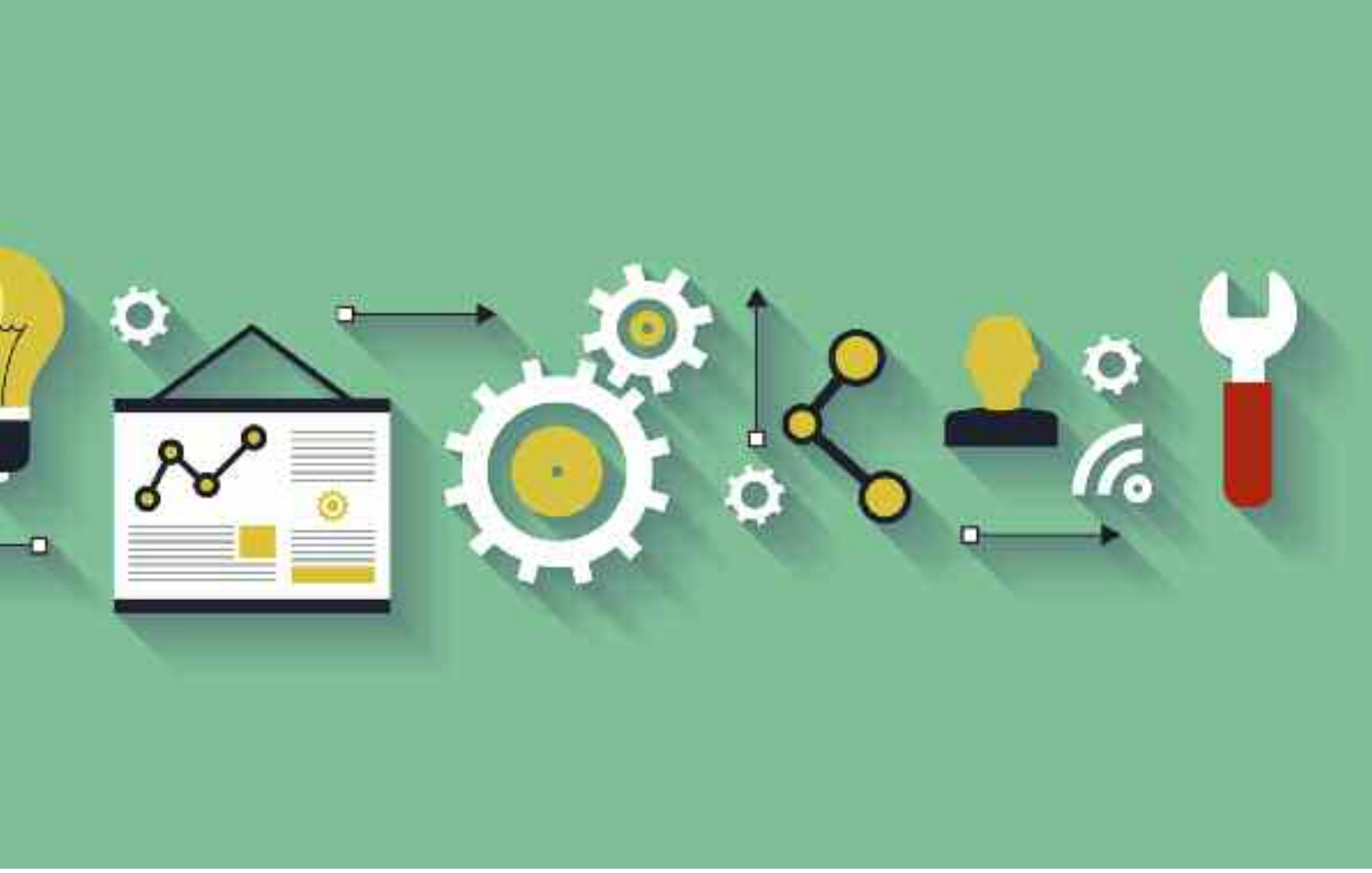
Die Situation vor dem 1. Juni 2015 war eindeutig. Der Eigentümer beauftragt den Makler mit der Vermietung einer Immobilie. Der Makler findet den geeigneten Mieter und berechnet diesem die höchstzulässige Vermittlungsprovision. Der Mieter kann sich dagegen nicht wehren, einzige Alterative wäre der Verzicht auf die Immobilie, was in angespannten Märkten kaum möglich ist.
Seit dem 1. Juni scheidet nun der Mieter als Rechnungsadressat aus, nur theoretisch könnte dieser als Besteller den Makler beauftragen. Für Immobilien-Vermarkter scheidet dieses Modell aus. Wie reagieren die Anbieter auf eine völlig veränderte Geschäftsgrundlage?

Nicht wenige Makler hoffen, dass sich der Markt nach einiger Zeit wieder einpendelt. Der private Vermieter wird sich selber am Markt versuchen, mehr oder minder negative Erfahrungen sammeln und sich dann reumütig wieder an den Makler erinnern. Der Makler hilft gerne und berechnet wie gewohnt zwei Monatsmieten zuzüglich Mehrwertsteuer – nur diesmal im Innenverhältnis. Um dies dem Eigentümer schmackhaft zu machen, wird gerne darauf hingewiesen, dass die Makler-Courtage steuerlich als Werbekosten geltend gemacht werden kann. „Qualität setzt sich durch!“, lautet das Motto oder „Ein guter Makler bringt mehr als er kostet“.

Andere Kollegen haben das Vermietungsgeschäft bereits erheblich reduziert und werden nur noch auf ausdrücklichen Wunsch von Stammkunden aktiv. Sie beharren aber auf den üblichen zwei Monatsmieten im Innenverhältnis und können dies in der speziellen Situationen auch durchsetzen.
Ähnlich agieren Immobilien-Vermittler, die den Mietmarkt als Kontaktquelle zu Eigentümern sehen. Hier stehen nicht nur die Provisionseinnahmen aus Vermietung im Vordergrund, sondern auch die Aussicht auf künftige Verkaufsaufträge. „Zwei Monatsmieten im Innenverhältnis sind nicht marktfähig“, lautet das Motto. Kampmeyer Immobilien in Köln beispielsweise bietet den Vermietungsservice für 1,49 Kaltmieten an, inklusiv kostenloser Neuvermietung im ersten Jahr. Dies entspricht 1,25 Kaltmieten netto und zeigt den Trend, das Vermietungshonorar mit weiteren Serviceleistungen zu unterfüttern.

> Die Verwalter werden anders kalkulieren und günstiger anbieten als die Makler, die Aufschläge für die Übernahme des Risikos einarbeiten. Fragt sich, was langfristig angenommen wird.

Sind zwei Kaltmieten tatsächlich nicht mehr marktfähig? Oder ist es eher die hohe Einmalzahlung, die den Vermieter verschreckt. Immerhin ist es ein Sechstel der Jahresmiete, die an den Makler geht. Ein Münchner Kollege verteilt dieses Honorar auf monatliche oder quartalsweise Zahlungen und berechnet acht Prozent der jährlichen Kaltmiete (vgl. Ortner-Kolumne in IMMOBILIEN-PROFI 81). Auch in diesem Fall sind ergänzende Services angedacht, damit der Vertrag mit dem Vermieter auf unbestimmte Zeit geschlossen werden kann. Wie rechnet sich das?
Die Vermietung einer Wohnung für 500 Euro kalt hätte dem Makler vor dem 1. Juni 1.000 Euro Erfolgshonorar eingebracht, nun sind es jährlich 480 Euro und monatlich entsprechend 40 Euro. Im 25. Monat ist der ursprüngliche Betrag bereits überschritten. Gelingt es, die Vermieter längerfristig „bei der Stange zu halten“, entwickelt sich ein interessanter Zahlungsstrom. „Ich kann nun erstmals einen ech-



ten Unternehmenswert aufbauen“ freut sich der Münchner Kollege[1], denn das Konzept kommt an. Ein erster Test bei elf Vermietungskunden liefert ein interessantes Feedback. Mehr als die Hälfte der Vermieter wollte die Geschäftsbeziehung mit dem Makler eigentlich beenden, nach Vorstellung des neuen Konzepts blieben alle dem Makler treu.

Dabei hat das Modell noch Luft nach unten. Acht Prozent der Jahresmiete klingt günstig und spielt das Maklerhonorar nach 25 Monaten wieder ein. Bei einer zweijährigen Vertragsbindung käme der Makler noch auf die gewohnten zwei Kaltmieten. Allerdings werden viele Unternehmen umdenken müssen. Für dieses Modell kommen nur festangestellte Mitarbeiter in Frage. Denn Handelsvertreter, finanziert mit Provisionsbeteiligungen, scheiden als Vermietungs-Agenten aus.

Die Frage stellt sich sowieso, ob die Makler den Markt für Vermietungen behalten können. Neue Wettbewerber stellen sich auf. „Nun herrscht also Gleichstand: Auch Makler müssen ihre Vermittlungsprovision jetzt beim Vermieter erheben und Vermieter haben keine Möglichkeit mehr, Maklerprovisionen auf den Mieter abzuwälzen“, frohlockt Dr. Michael Casser, Vorsitzender des Verbandes der nordrhein-westfälischen Immobilienverwalter e. V. (VNWI) und rät Verwaltern, die Mietervermittlung aktiv anzubieten. „Von der reinen Vermittlungsleistung bis zur Integration in eine für den Vermieter attraktive Gesamtdienstleistung“, denn die Verwalter hätten die ständige Geschäftsbeziehung zum Vermieter und die Objektkenntnis.

Die Verwalter werden anders kalkulieren und günstiger anbieten als die Makler, die Aufschläge für die Übernahme des Risikos einarbeiten. Fragt sich, was langfristig angenommen wird, günstige Festpreise oder Honorare mit Prämie, die nur im Erfolgsfall fällig werden. So kostete eine Vermietung über einen Makler den Mieter durchschnittlich 1.300 Euro. Eine hohe Entlohnung, nur um zwei Menschen, Mieter und Vermieter, zusammen zu bringen. Das erscheint in Zeiten des Internets allzu verlockend. Mit FaceYourBase oder Mietercasting stehen erste „Matching-Portale“ in den Startlöchern. Auch die großen Internet-Portale werden Appetit bekommen, sie trauen sich vielleicht noch nicht, um die Makler nicht restlos zu verärgern. Aber was ImmoblienScout24 unter dem Titel „Eigentümer Plus“ anbietet, erscheint nicht nur auf den zweiten Blick wie ein „Rundrum-Sorglos-Paket“ für den privaten Vermieter.

Apropos: Wie werden die großen Vermieter reagieren? Bislang konnten sie die Vermietungen auf den Makler übertragen und ein anderer kam für das Honorar auf. Das rechnet sich nun anders, denn ein Sechstel der Jahresmiete kann nicht so einfach für die Vermittlung verplant werden. Im Gegensatz zu den privaten Vermietern wird da sicher mit dem spitzen Bleistift kalkuliert. Die großen Bestandshalter werden über eigene Vermietungsabteilungen nachsinnen oder diese an spezialisierte Dienstleister outsourcen. Ob diese spezialisierten Dienstleister Makler sind, darf aus den oben genannten Gründen allerdings angezweifelt werden. ■

1 Name ist der Redaktion bekannt

Flatrate-Makler

Das Ding ist durch! Bei der Vermietung wird nichts je wieder so sein, wie es einmal war. Wie geht es weiter mit dem „Besteller-Prinzip“?

Liebe Leserin, lieber Leser,

Beim IMMOBILIEN-PROFI Meeting 2013 in Köln durfte ich den Wiener Kollegen Michael Pfeifer mit einem Konzept vorstellen, bei dem der Vermieter eine monatliche Service-Fee an den Makler zahlt. Das Interesse der deutschen Kollegen war eher verhalten. Vor einem Jahr versuchte ich über meine Facebook-Seite eine Diskussion über das Flatrate-Vermieten anzustiften. Bestenfalls höfliches Interesse.
Jetzt ist das „Besteller-Prinzip“ da – und wer ist vorbereitet? Jetzt soll halt der Vermieter zwei Monatsmieten an den Makler zahlen, doch viele winken ab. Die Barriere ist zu hoch, mindestens einen Selbstversuch wird mancher Vermieter wagen, um dann – so die Spekulation einiger Kollegen – reumütig zum Makler zurück zu finden.
Flatrates sind in Deutschland sehr beliebt. Zwar gehört Mathematik weiterhin nicht zu meinen Talenten, aber einfache Rechenoperationen gelingen schon. Ich mache es sogar ganz einfach und gehe von einem Makler aus, der bisher 100 Objekte vermietete, jeweils 1.000 Euro beim Mieter abrechnete und so auf 100.000 Euro Vermietungsumsatz kommt.

Dieser Makler bietet nun eine Flatrate an und berechnet dem Vermieter die zwei Monatsmieten, aber über 24 Monate verteilt. Dies sind etwa 42 Euro monatlich oder ca. 130 Euro pro Quartal. Dazu bietet der Makler noch eine kostenlose Versicherung gegen Mietausfall (z.B. www.mietsurance.de), einen jährlichen Check der erzielbaren Mietpreise und weitere Services an.
Und so rechnet sich das: Statt 100-mal 1.000 Euro Provision erhält unser Makler nur 100-mal 500 Euro Flatrate-Umsatz und zahlt sogar für die Versicherungen jeweils 60 Euro.
Schauen wir, wie es im zweiten Jahr weiter geht, denn dann kommen 100 Klienten dazu, denn unser Makler hat ja auch vorher nicht jedes Jahr immer die gleichen Wohnungen vermietet. Tatsächlich weiß unser Makler, dass seine Mietverträge in der Regel mindestens zwei bis drei Jahre halten. Und damit hat der Makler in diesem einfachen Beispiel Ende des zweiten Jahres schon 200 Klienten zusammen, die die Flatrate nutzen.

Erst im dritten Jahr verlangsamt sich das Wachstum, denn nun kommen wieder Objekte des ersten Jahres zurück in die Vermarktung. Stellen wir uns einfach vor, dass wir am Ende des dritten Jahres nun 250 Klienten haben. Das sind dann schon 25 Prozent mehr Umsatz als vor dem Bestellerprinzip!
Und so geht es dann voran, denn die Flatrate-Verträge laufen weiter. Dafür freut sich der Vermieter, dass der Makler sofort zur Stelle ist, wenn ein neuer Mieter gebraucht wird. Weitere Details möchte ich in der nächsten Ausgabe intensiv betrachten, aber Chancen für Makler sind da:
So besteht ein regelmäßiger Kontakt zu Eigentümern und zu Mietern. Beide könnten zu Käufer oder Verkäufern werden. Und regelmäßige Einnahmen steigern den Unternehmenswert. Mehr dazu in Kürze oder live im Seminar!

Ihr Georg Ortner