

IMMOBILIENPROFI

kompakt

Alles für den schönsten Beruf

SOFTWARETIPP

für Ihr Unternehmenshandbuch

Seite 3

E-MOBILITÄT

Das müssen Makler und Verwalter wissen

Seite 4

INSIGHT

Bestellerprinzip light

Seite 6



108

Härtetest

Wir nennen das, was ab dem 23. Dezember 2020 auf die Branche zukommt, weiterhin „Bestellerprinzip light“, auch oder erst recht, weil es dafür Kritik in einschlägigen Foren gab. Das sei kein Bestellerprinzip, sondern die staatlich verordnete Provisionsteilung, heißt es dort.

In der Vermietung ist dieses Bestellerprinzip deutlich klarer formuliert, es zahlt nur der Auftraggeber. Beim Kauf von Wohnimmobilien dagegen können ja beide Seiten den Makler beauftragen – und honorieren. Dies sei entscheidend, denn nur so kann der Makler auch Kunden bedienen, die sich auf der Suche nach einem Objekt befinden. Ein Glücksfall für alle TV-Formate rund um das Thema „Makler sucht Traumimmobilie“, im wahren Leben ist diese Situation eher exotisch.

Bei der neuen Provisionsregelung hat der Gesetzgeber besonders darauf geachtet, dass es keine Möglichkeit gibt, den Immobilienkäufer zu übervorteilen. Der Käufer zahlt maximal soviel wie der Verkäufer. Kein Problem, Aufatmen in der Branche! Für die meisten bleibt alles beim Alten und jetzt sogar dauerhaft geregelt. Doch so einfach ist es nicht und wird es nicht.

Wie werden die zukünftigen Preisverhandlungen geführt? Makler, die die „faire Provisionsteilung“ anstreben, werden völlig neue Probleme kennen lernen. Kollegen, die auf die reine Innencourtage abzielen, sind strategisch deutlich besser aufgestellt.

Langfristig wird so die neue Provisionsregelung viel mehr zum Bestellerprinzip werden als heute erkennbar ist. Details finden Sie auf Seite 6.

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

FHG Mitarbeitergespräche: Unbeliebt, aber oft konstruktiv

Bernhard Hoffmann

Für Führungskräfte sind Mitarbeitergespräche oft ein notwendiges Übel. Dabei schätzen Mitarbeitende Feedbacks. Selbst wenn sie kritisch sind. Wenn Führungskräfte aber keine Fragen stellen und sich nicht nach der Zufriedenheit ihrer Angestellten erkundigen, entgehen ihnen wichtige Informationen zur allgemeinen Motivation und zum Betriebsklima. Ein rechtzeitiges Gegensteuern wird schwierig. Es gibt also gute Gründe, sich mit diesem Führungsinstrument zu befassen.

Mitarbeitergespräche fördern erwiesenermaßen die Leistungsbereitschaft und Loyalität der Angestellten. Verschiedene Untersuchungen belegen, dass Angestellte regelmäßige Feedbacks und Anerkennung aus der Chefetage vermissen. Es herrscht dabei eine seltsame Verschwiegenheit: Viele Mitarbeiter wünschen sich mehr Kommunikation, im Zweifel auch Kritik. Ihre Vorgesetzten gehen diesen Gesprächen jedoch aus dem Weg. „Dabei kann jeder Mitarbeiter besser mit einer negativen oder konstruktiven Rückmeldung leben als wenn er überhaupt keine Rückmeldung erhält“, bringt es Beate Brechmann auf den Punkt. Die Diplom-Psychologin arbeitet an der Fachhochschule des Mittelstands und befasst sich wissenschaftlich mit Personalauswahl und -entwicklung.

Grundsätzlich muss man zwei Arten von Mitarbeitergesprächen unterscheiden. Erstens Entwicklungsgespräche, die ein oder zwei Mal im Jahr mit jedem Mitarbeiter geführt werden. Bei diesen Terminen werden die zurückliegenden Leistungen des Angestellten, vielleicht anstehende Karriereschritte etc. besprochen und allgemein über seine Zufriedenheit mit seinen Arbeitsgebieten geredet. Auch die Zufriedenheit mit seinen Vorgesetzten sollte aufs Tableau kommen.

Zweitens gibt es neben diesem wiederkehrenden Austausch anlassbezogene Gespräche. Gründe für einen solchen Dialog können sein, dass die Führungskraft mit der Leistung eines Mit-

weiter auf Seite 2 >



arbeitenden unzufrieden ist oder es persönliche Reibereien innerhalb des Teams gibt. „Ist das Unternehmen mit der Leistung unzufrieden, liegt es oft an einer unterschiedlichen Erwartung von Führungskraft und Mitarbeiter hinsichtlich der Ergebnisse oder dem Zeitpunkt, zu dem Resultate geliefert werden sollen“, erläutert Anna Kühr. Sie arbeitet als Trainerin und Coach und ist Geschäftsführerin der Firma „Pro Integer“ in Köln. Selten sei es böse Absicht des Mitarbeiters und viel eher beruhe es auf einem Missverständnis, so ihre Erfahrung.

Laut Kühr hätten Führungskraft und Mitarbeiter oft unterschiedliche Vorstellungen und nicht immer sind die Erwartungen der Führungskraft für die Mitarbeitenden klar. Ein häufiger Fehler, der zu Konflikten führe, sei, dass Führungskraft und Mitarbeiter eine Situation abweichend erleben. Hierbei ist es wichtig, dass der Vorgesetzte versucht, den Sachverhalt neutral zu klären, ohne diesen im Voraus zu bewerten. Beispiel: Der Chef erhält vom Mitarbeiter erst mit zwei Tagen Verspätung einen Exposétext für eine Immobilie. Er deutet dies so, dass er vom Mitarbeiter nicht ernst genommen wird. Beim Gespräch mit dem Mitarbeiter kann dann herauskommen, dass dem nicht so ist, sondern der Angestellte nicht wusste, dass die Texterstellung so dringend war und er sich stattdessen anderen Projekten gewidmet, kurz: andere Prioritäten gesetzt hatte. In einem Feedback-Gespräch sollten beide ihre Erwartungen äußern. „Um solche Vorkommnisse

künftig auszuschließen, könnten sich beide Seiten darauf verständigen, dass der Mitarbeiter den Chef informiert, sofern er mehr Zeit benötigt, etwa weil seine Arbeitsbelastung gerade hoch ist. Der Vorgesetzte sollte den Abgabetermin künftig eindeutiger kommunizieren“ meint Coach Kühr.

Sie rät, bei Feedback-Gesprächen die Ergebnisse aufzuschreiben. „Je nach Anlass muss das nicht beim ersten Gespräch sein. Aber wenn ein weiteres nötig ist, dann sollte man die Resultate der Unterredung protokollieren. Das sei auch wichtig, wenn keine Besserung eintritt, eine Abmahnung wahrscheinlicher wird. Dann ist es wichtig, vorangegangene Maßnahmen aus arbeitsrechtlichen Gründen belegen zu können.“

Beim Maklerunternehmen Möllerherm Immobilien in Scharbeutz haben Jahresgespräche in den zurückliegenden Jahren an Bedeutung gewonnen. Seitdem das Unternehmen stark wächst, mehr Mitarbeiter eingestellt und Niederlassungen eröffnet hat, werden die Zielgespräche professioneller geführt. So wird mittlerweile mit jedem der 44 Mitarbeitenden zweimal im Jahr geredet, im Juni und Dezember, anstatt nur einmal. „Viele Kollegen schätzen diesen Austausch“, erläutert Nina Schulte, die den Hannoveraner Standort des Familienunternehmens leitet und außerdem für die Personalentwicklung zuständig ist.

MAKELN 21	EGW	AGW	LEB	MGM	FHG	MKT	FIN
Strategien	•	•	•	•	•	•	•
Prozesse	•	•	•	•	•	•	•
Tools / Vorlagen	•	•	•	•	•	•	•
Kennziffern	•	•	•	•	•	•	•
Definitionen	•	•	•	•	•	•	•

MAKELN 21 – DIE MATRIX

beschreibt Maklerunternehmen mittels sieben Geschäftsbereichen. Eigentümer-Gewinnung (EGW), die 1:n-Akquise, Auftragsgewinnung (AGW), die 1:1-Akquiseverhandlung, Leistungserbringung (LEB), die Vermarktung im Auftrag, sowie Management (MGM), Führung (FHG), Marketing (MKT) und Finanzen (FIN). Alle Beiträge sind entsprechend gekennzeichnet.

Nicht nur die Frequenz wurde erhöht, sondern auch die Qualität der Unterredung. Während vor einigen Jahren vorrangig Fragen zur Performance des Mitarbeiters, zu Zielen und Prognosen hinsichtlich des Provisionsumsatzes besprochen wurden, gibt es seit wenigen Monaten eine Checkliste mit festgelegten Punkten, die angesprochen werden sollen. So können sich Führungskraft und Mitarbeiter optimal auf das Gespräch vorbereiten. Neu hinzugekommen sind Aspekte wie die Zufriedenheit mit dem Aufgabenbereich und den Arbeitsbedingungen im Unternehmen. Auch wird erfragt, welche Dinge den Alltag des Mitarbeitenden erleichtern würden. Das kann eine Weiterbildung sein, eine zusätzliche Spezialsoftware oder eine Assistenz, die Arbeiten abnehmen kann, wenn die Belastung sehr hoch ist.

„Es ist wichtig, dass diese Checkliste im Team erarbeitet und nicht von der Geschäftsleitung oktroyiert wird. Dann stehen auch alle hinter ihr“, so Schulte: „Zudem werden die Mitarbeitenden gefragt, was sie motiviert, ob sie eine enge Führung schätzen oder lieber selbständig arbeiten. Ebenso wichtig sind aber auch private Fragen, also mögliche Heraus-



„Das Jahresgespräch ist ein wichtiges Instrument der Motivation und der Mitarbeiterbindung und es verbessert das Miteinander.“

Beate Brechmann,
Fachhochschule des Mittelstands

forderungen, wie die bevorstehende Geburt eines Kindes. Dies wirkt sich möglicherweise vorübergehend auf die Leistungsfähigkeit, Zeitplanung etc. des Betroffenen aus.“

„Für ein Jahresgespräch sollten jedem Mitarbeiter ein bis zwei Stunden Zeit eingeräumt werden. So lässt sich eine angenehme, vertraute Basis aufbauen“, so Wissenschaftlerin Brechmann. Gemäß ihren Erfahrungen sind diese wiederkeh-

weiter auf Seite 6 >

Softwaretipp des Monats

Über die Vorteile eines Unternehmenshandbuchs habe ich schon einiges geschrieben. Sobald Sie als Immobilienmakler die Notwendigkeit eines Handbuchs für Ihren Betrieb erkennen, stellt sich die logische Frage: „Mit welchem Tool/ Hilfsmittel erstelle ich mein Unternehmenshandbuch?“. Die zunächst unbefriedigende Antwort lautet: „Es kommt auf Ihre Ansprüche an.“

Ihre erste Entscheidung betrifft die vorgesehene Aufteilung Ihres Handbuchs. Wird es aus Einzeldokumenten aufgebaut oder benötigen Sie ein Gesamtwerk?

Die Auswahl des Dokumentationsprogramms richtet sich nach der Antwort der vorigen Frage. Das gängige, auf vielen Rechnern installierte Textverarbeitungsprogramm „Word“ ist ein guter Anfang. Werden die Beschreibungen im Handbuch ausführlicher, stößt man jedoch schnell an Grenzen. Textverarbeitungen in der Cloud, wie bspw. Google Docs, sind ebenfalls eine gangbare Lösung, wenn Sie sich intensiv mit der Rechteverwaltung auseinandersetzen wollen. Auch die Erstellung eines eigenen Wikis ist möglich; die Software dafür ist kostenlos, aber sehr kompliziert. Alle Anwendungen haben ihre Vor- und Nachteile. Eine Herausforderung kommt dann auf Sie zu, wenn Sie das Medium wechseln; z.B. vom Worddokument zu einer Weblösung.

Wir nutzen ein Tool, bei dem die meisten Optionen berücksichtigt sind. Es handelt sich um die professionelle Dokumentationssoftware „HelpNDoc“. Das Programm ist konzipiert als Einzelplatzlösung für Windows in Deutsch und Englisch. Mit der Software lösen Sie die zwei großen

Themen der Handbucheinstellung. „Wie bekomme ich das Handbuch in den PC?“ „Wie bekomme ich das Handbuch wieder heraus?“

Eine Dokumentausgabe kann mit HelpNDoc in folgenden Formaten erfolgen:

- PDF
- Word
- HTML
- CHM (Hilfedatei)
- Kindle
- iPhone
- iPad
- und weitere ...



Bild: <https://www.helpndoc.com>

Ihre Außendienstmitarbeiter benötigen das Handbuch auf dem iPad?

Kein Problem. Sie entscheiden sich nach einigen Monaten für ein webbasiertes Handbuch? Kein Problem. Egal, welches Ausgabemedium Sie benötigen; die Software ist für die meisten davon bereit. Zusätzlich integriert sind eine Mediabibliothek und ein Editor für gezielte Stichwortsuche im Handbuch. Der Hersteller des Tools ist IBE Software (<https://www.helpndoc.com/de/>).

Für den persönlichen Gebrauch und als Testversion ist das Programm kostenlos (mit Branding HelpNDoc). Die Standard-Lizenz kostet 99 Euro, die Professional-Lizenz 249 Euro.

E-Mobilität

Braucht das Land mehr Steckdosen?

Bernhard Hoffmann

Der Ausbau der E-Mobilität betrifft auch Immobilieneigentümer, Entwickler und Makler. Mieter erhalten ein Anrecht auf einen Ladepunkt, bei einem Neubau muss eine bestimmte Wallboxen-Anzahl eingeplant werden. Nicht alles ist zu Ende gedacht. Immobilienprofis sollten sich dennoch mit dem Thema befassen.

Die Bundesregierung macht Ernst mit der Elektromobilität. Im Schatten von Corona wurden eilig Gesetzesentwürfe durchgewunken und Regelungen verabschiedet, die den Ausbau von Ladepunkten (sog. Wall-Boxen) unterstützen, Zuschüsse für E-Autos von bis zu 9.000 Euro einräumen und weitere Förderungen ermöglichen.

Eine Reform des WEG-Rechts sieht unter anderem vor, dass bauliche Veränderungen wie die Installation von Ladepunkten in der Tiefgarage nur noch einer einfachen Mehrheit der Eigentümer bedürfen. Ein anderes Gesetz sieht vor, dass Mieter und Wohnungseigentümer von Elektroautos auf ihrem privaten Parkplatz ein Anrecht auf eine Ladestation erhalten. Bei Neubauten und umfangreichen Sanierungen muss zudem eine gewisse Anzahl an Ladepunkten eingeplant werden.

Bislang gab es vornehmlich zwei Gründe für Verbraucher, kein E-Auto zu kaufen: erstens der hohe Preis und zweitens die unzureichende Lade-Infrastruktur. An beidem will die Politik nachbessern. Denn es gibt vor allem in Ballungsräumen zu wenig Stationen, sowohl im öffentlichen Raum wie an der Straße oder in Parkhäusern als auch an privaten Parkplätzen von Wohn- und Gewerbegebäuden. Die hohen Anschaffungskosten für E-Autos versucht die Bundesregierung dadurch zu kompensieren, dass sie bis zu 9.000 Euro Preisnachlass beim Kauf eines E-Autos einräumt. Zudem sind die Besitzer bis 2030 von der Kfz-Steuer befreit. Hinzu kommen zahlreiche lokale Förderprogramme einzelner Bundesländer, Kommunen und verschiedener Stadtwerke, die entweder die Ausgaben für Wall-Boxen übernehmen, (Öko-)Ladestrom vergünstigt zur Verfügung stellen oder sich finanziell an den Installationsarbeiten beteiligen (siehe unten).

Die Mühen zeigen erste Erfolge: Die Nachfrage nach E-Autos steigt. Volkswagen konnte etwa im ersten Halbjahr bereits mehr Batterieautos absetzen als im Gesamtjahr 2019.

Das Problem jetzt: Die Zahl der E-Autos wächst schneller als die der Stromanschlüsse. Das ursprüngliche Ziel der Bundesregierung, bis 2020 zusätzlich 100.000 Ladepunkte zu errichten, wurde nicht erreicht. Noch dazu herrscht allgemeines Chaos: Bei vielen installierten Ladestationen fehlen Standards. Mal fehlt die Internetverbindung, was eine mobile Abrechnung



per App unmöglich macht. Mal unterliegen sie nicht dem aktuellen Eichrecht, das gewährleistet, dass nur der Strom abgerechnet wird, der tatsächlich geflossen ist.

Um insbesondere in Ballungsregionen der unzulänglichen Versorgung mit Ladepunkten entgegenzutreten, werden vermehrt Gebäudeeigentümer angesprochen, Stationen zu errichten. Hierfür wurde der „Masterplan Ladeinfrastruktur bis 2030“ im Rahmen des Corona-Konjunkturpaketes Ende Juni 2020 mit zusätzlichen 2,5 Milliarden Euro ausgestattet. Zudem soll 65 Prozent des Autostroms durch private Aufstellorte gedeckt werden, etwa in Garagen von Einfamilienhäusern oder in Tiefgaragen von Mehrfamilienhäusern und Bürogebäuden. Ziel ist es, dass private Eigentümer nicht nur Strom an ihre eigenen Mieter und Nutzer liefern, sondern auch an Dritte. Beim Programm „Förderung der Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge“ sind beispielsweise natürliche und juristische Personen antragsberechtigt. Wohnungseigentümergeinschaften sind leider außen vor. Je nachdem, um welche Art von Ladestation es sich handelt, fließen mehrere tausend Euro an Fördermitteln.

Anfang März brachten verschiedene Bundesministerien außerdem das Gebäude-Elektromobilitätsinfrastrukturgesetz (GEIG) auf den Weg; es soll im Herbst in Kraft treten. Auf Eigentümer und Projektentwickler kommen neue Pflichten zu. Bei Neubau oder umfassender Sanierung von Wohngebäuden müssen künftig Vorinstallationen für Elektro-Ladestationen eingebaut werden. Bei Gewerbeobjekten mit mehr als zehn Stellplätzen muss mindestens jeder fünfte Stellplatz über Vorinstallationen verfügen und mindestens ein Ladepunkt muss funktionstüchtig sein. Ab 2025 wird diese Pflicht ausgeweitet.

Gebäude mit mehr als 20 Stellplätzen sollen dann Ladepunkte haben. Während in den Niederlanden 72 Prozent der Arbeitnehmer am Arbeitsplatz ihre Batterien aufladen können, sind es hierzulande lediglich 41 Prozent. Denn es gilt: Je mehr Ladevorgänge zuhause oder beim Arbeitgeber erfolgen, umso weniger Ladepunkte müssen im – knappen – öffentlichen Raum errichtet werden.

Zwar sieht dieses Infrastrukturgesetz den Einbau nutzbarer Ladepunkte zunächst nur für Gewerbebauten vor. Die Wohnungswirtschaft muss – wie geschildert – lediglich Vorinstallationen wie Kabelschächte bereithalten.

Aber Eigentümer und Vermieter können sich mitnichten zurücklehnen. Denn die Reform des Wohnungseigentumsgesetzes, die noch in diesem Jahr verabschiedet werden soll, will Eigentümern mit Elektroautos ein Recht auf einen Ladepunkt an ihrem Stellplatz einräumen. Zudem sollen auch Mieter künftig einen derartigen Anspruch erhalten. Daher müssen sich Eigentümer und Verwalter mit dem Thema befassen, hinsichtlich der Anzahl, der Art der Ladepunkte und der Finanzierung sowie der Abrechnung des genutzten Stroms. Derzeit ist ein einstimmiger Beschluss der Eigentümergemeinschaft nötig, damit ein Eigentümer gegebenenfalls auf seine Kosten in der Tiefgarage eine Ladestation installieren darf. Dieser Eingriff zählt als bauliche Maßnahme. Künftig soll eine einfache Eigentümermehrheit genügen. Die WEG-Reform sieht vor, dass der jeweilige Elektroauto-Besitzer die Einbaukosten übernimmt. Aber die Eigentümergemeinschaft sollte frühzeitig Pläne für den Fall entwickeln, dass weitere Eigentümer ihre Mobilität umstellen und zu einem späteren Zeitpunkt anteilig an den Kosten beteiligt werden können.

Während die Ausgaben für Ladepunkte in Garagen oder im Hof überschaubar sind, können sie in Bestandstiefgaragen teuer werden, weil das Verlegen der Leitungen mit sehr viel Aufwand einhergeht. Hierfür müssen an Wänden und am Boden Arbeiten durchgeführt werden. Außerdem muss an einen Anfahrtschutz gedacht werden. Unter Umständen muss für eine hohe Stromkapazität ein eigener Trafo installiert werden. Alleine für diese baulichen Vorarbeiten sind pro Ladepunkt umgerechnet leicht über 10.000 Euro fällig. Bei Neubauobjekten lassen sich diese Strom-Ertüchtigungen einfacher und kostengünstiger einplanen.

Neben der Art der Parkplätze ist entscheidend, wie schnell der Ladevorgang ablaufen soll. Je kürzer dieser ist, umso aufwändiger und teurer wird das Unterfangen. Beispiel: Werden Wechselstrom-Ladesäulen installiert, die über Nacht die Akkus aufladen, schlagen diese mit etwa 4.000 Euro zu Buche. Hinzu kommt etwa die gleiche Summe pro Ladepunkt für den Netzanschluss, etwa für das Kupferkabel, das vom Hausanschluss zum Parkplatz verlegt werden muss. Für eine Ladesäule, die die Batterien fünf- bis zehnmal schneller aufladen kann und mit Gleichstrom betrieben wird, klettern die Kosten auf 30.000 Euro. Auf alle Fälle sollte der lokale Netzanbieter frühzeitig in die Pläne einbezogen werden. Denn dieser ist nicht unbedingt in der Lage, an jedem Ort eine entsprechende Stromkapazität aufzubauen. Gegebenenfalls muss die gesamte Elektrotechnik des Gebäudes auf den Prüfstand. Die Bundesregierung rechnet

mit Gesamtkosten in Höhe von 622 Mio. Euro, die durch das Elektroinfrastrukturgesetz GEIG einmalig auf Gebäudeeigentümer zukommen. Hinzu kommen jährlich etwa 35 Mio. Euro Betriebs- und Wartungskosten.

Offen ist auch die Frage nach den zusätzlich entstehenden Kosten, die die Elektrofahrzeuge und Ladestationen selbst betreffen: Nicht nur Akkus in Tablets können brennen, sondern auch Ladepunkte und Akkus von Elektrofahrzeugen. Kommt es zu einem Brand, entstehen Temperaturen von bis zu 1.500 Grad. Dadurch entstehen enorme Schäden am Mauerwerk. Es kündigt sich also an, dass Gebäudeversicherungen für Immobilien, in denen Elektrofahrzeugen aufgeladen werden, höhere Beiträge aufrufen. Dies wiederum stellt eine WEG oder einen Vermieter vor die Aufgabe, diese Mehrkosten auf die Nutzer zu verteilen, so dass Mieter beziehungsweise Eigentümer ohne Elektroautos nicht mitbezahlen müssen.

Der Vermieter seinerseits muss davon ausgehen, dass in der Bereitstellung der Ladeleistung eine gewerbliche Tätigkeit gesehen wird. Dies stünde der in der Immobilienverwaltung üblichen erweiterten Gewerbesteuerkürzung entgegen. Letztlich könnten die Gebäudeeigentümer versuchen, Investitionen in E-Mobilität zu umgehen, indem sie Mietverträge über die Wohnung separat vom gewerblichen Mietvertrag über die Garage abschließen. Letzterer wäre einfacher zu kündigen, falls der Mieter eine Ladestation wünscht. Gerichte könnten ein solches Vorgehen aber auch als Umgehungstatbestand werten.

Sich als Immobilienprofi frühzeitig mit der Materie zu befassen, macht aus zwei Gründen Sinn: Keiner weiß, wie lange noch Fördermittel vorhanden sind und zweitens könnten sich die Investments auszahlen, weil sich der Gebäudewert und die Vermietbarkeit von Wohnungen und Gewerbeflächen künftig auch an der Zahl der vorhandenen Steckdosen für E-Autos orientieren könnte. ■

Worauf Immobilienprofis in Sachen E-Mobilität achten sollten:

- Welche Installationen fordert der Gesetzgeber künftig? Sollten freiwillig mehr Ladepunkte installiert werden? Wie ist die Nachfrage seitens der Nutzer?
- Bei Neubau können die Kosten für Ladestationen in den Kaufpreis für die Eigentumswohnung einbezogen werden.
- Welche Arten von Ladestationen sind nötig? Faustregel: Je schneller die Ladezeit, umso teurer die die Kosten für die entsprechenden Stationen.
- Welche Art von Fördermitteln (Bund, Land, Kommune, Stadtwerke) können abgerufen werden? Wie lassen sich innerhalb einer WEG die Kosten bewältigen?
- Prüfung der Gebäudeversicherung: Erhöht sich die Prämie, wenn E-Autos im Gebäude parken?
- Wie gut ist das lokale Stromnetz des Anbieters? Können im Gebäude problemlos Ladestationen in der gewünschten Menge und mit der erforderlichen Leistung installiert werden?

Fortsetzung von Seite 3 >

renden Aussprachen für beide Seiten wertvoll. Der Angestellte erfährt, wie seine Chefin und seine Kollegen seine Arbeitsleistung, Teamfähigkeit und Kundenorientierung einordnen. Es sei ein wichtiges Instrument der Motivation und der Mitarbeiterbindung und es verbessere das Miteinander, meint Brechmann. Sie hält diese Dialoge auch in kleinen Firmen für essentiell. Die Immobilienbranche ist bekanntlich von Kleinunternehmern geprägt. Diese meinen oft, auf Aussprachen verzichten zu können, weil sie einen direkten Draht zu ihren Angestellten haben und diese jeden Tag sehen. Man muss allerdings ein Mitarbeitergespräch von einem kurzen Informationsabgleich zwischen Tür und Angel unterscheiden.

Bei den Zielvereinbarungen geht es Möllerherm nicht nur um die Umsatzzahlen. Auch hier habe das Unternehmen hinzugelern, meint Schulte. Berücksichtigt werde zudem, ob der Mitarbeiter eine Veranstaltung organisiert oder redaktionelle Inhalte (Content) für die Website geschrieben oder die Angestellte einen wichtigen strategischen Partner akquiriert habe. „Es gibt viele Möglichkeiten, für das Unternehmen produktive und wichtige Dinge zu tun, die über die reinen Provisionsumsätze hinausgehen“, erklärt die Weiterbildungsverantwortliche.

An den Jahresgesprächen im Juni und Dezember nehmen ein Mitglied der Geschäftsleitung sowie der Teamleiter der Niederlassung teil. Außerdem kann der Mitarbeiter noch einen Wunschkollegen benennen, der ebenfalls mit dabei sein soll. Bei 44 Mitarbeitenden in sieben Niederlassungen ist ersichtlich, dass man diesen regelmäßigen Austausch sehr ernst nimmt. Die Ergebnisse und Ziele werden niedergeschrieben. Das gilt auch für Feedback-Gespräche, die Schulte bewusst nicht Kritikgespräche nennt. Diese seien in ihrem Unternehmen äußerst selten notwendig. Wichtig sei es, als Teamleiter möglichst schnell zu reagieren und das Gespräch zu suchen. Hilfreich sei es zudem, den Kontakt zu direkten Kollegen zu suchen, um sich eine zusätzliche Einschätzung zur Arbeitsleistung des betroffenen Mitarbeiters zu erhalten.

Sind Kollegen im Homeoffice, ist es noch wichtiger zu erfragen, wie ihre Arbeitsbelastung und ihre Erwartungen sind. Sie sollten häufiger kontaktiert werden als Kollegen, die im Büro arbeiten. Außerdem müssen Führungskräfte ihre Wünsche beim Delegieren noch klarer artikulieren als im Büro. „Im heimischen Arbeitszimmer sitzt kein Kollege gegenüber, den man schnell um Rat fragen kann“, beobachtet Kühr.

Umgekehrt müssen Telearbeiter aufpassen, dass ihre Abwesenheit nicht zur Karrierefalle wird, weil sie seltener im Büro sind als ihre Kollegen und ihre Arbeitsleistung so möglicherweise weniger von Führungskräften wahrgenommen wird, erläutert die Expertin. Ihr Tipp: „Mitarbeitende im regelmäßigen Homeoffice sollten ihrerseits das Gespräch mit ihren Teamleitern suchen und unbedingt über ihre Leistungsergebnisse informieren, egal ob per Telefon, Videokonferenz oder wenn sie im Büro sind. Sie dürfen nicht erwarten, dass ihre Vorgesetzten außergewöhnliche Leistungen automatisch mitkriegen.“ ■



AGW Inside „Bestellerprinzip light“

Werner Berghaus

Am 23. Dezember 2020 beginnt ein neues Zeitalter für deutsche Immobilienmakler. Von einer gesetzlich verordneten Provisionsteilung kann keine Rede sein. Die Praxis wird zeigen, dass nur die reine Innencourtage in der Akquise funktioniert.

Vor fast zehn Jahren, genauer im Oktober 2010, skizzierte der IMMOBILIEN-PROFI in der Ausgabe Nr. 63 das Szenario einer Maklerwelt ohne Außenprovision: „Was wäre, wenn die Käuferprovision eines Tages abgeschafft würde? (...) Die Außenprovision wäre Vergangenheit, wenn der Gesetzgeber für die Provisionspflicht des Käufers eine ausdrückliche Vereinbarung verlangen würde“, lautete damals die Ausgangslage.

Diese Situation wird nun am 23. Dezember 2020 eintreten. Die Provisionspflicht des Käufers ist dann von einem ausdrücklichen Vertrag abhängig. Der Gesetzgeber fordert zumindest die Textform für diesen Maklervertrag des Immobiliensuchenden. Das konkludente Verhalten des Interessenten führt nicht mehr zur Maklerrechnung (siehe Kasten).

weiter auf Seite 8 >

Die neue Regelung im Detail:

§ 656a BGB Textform

Ein Maklervertrag, der den Nachweis der Gelegenheit zum Abschluss eines Kaufvertrags über eine **Wohnung** oder ein **Einfamilienhaus** oder die Vermittlung eines solchen Vertrags zum Gegenstand hat, bedarf der **Textform**.

Bedeutung: Der Maklervertrag kommt nicht mehr durch so genanntes „konkludentes“, schlüssiges Verhalten zustande. Wer beispielsweise eine Straßenbahn besteigt, geht durch dieses schlüssige Verhalten einen Beförderungsvertrag ein, muss also bezahlen oder wird als „Schwarzfahrer“ bestraft. So schnell geht es zukünftig beim Maklervertrag nicht mehr, es wird die Textform gefordert. Wer ein Exposee anfordert, muss schriftlich zustimmen, dass dadurch ein Maklervertrag zustande kommt. Anschließend folgen selbstverständlich die Widerrufsbelehrung und die Zustimmung, dass der Makler die Leistung schon innerhalb der 14 Tage erbringen darf. Dem folgen dann noch sämtliche Bestätigungen nach der EU-DSGVO. Der Vorteil dieser Regelung ist, dass es dem Interessenten nun deutlich wird, an welcher Stelle das Vertragsverhältnis beginnt.

Was wir noch nicht wissen: Welche Anforderungen werden an die Textform gestellt? Reicht das einfache Anklicken eines Buttons in einer E-Mail, wird ein vorformulierter Text übermittelt oder muss der Verbraucher dies mit eigenen Worten bestätigen? Dieser Paragraph wird sicher noch die Gerichte beschäftigen. Gleiches gilt für den Objekttyp Einfamilienhaus. Wie verhält es sich beispielsweise bei Objekten mit Einliegerwohnung?

§ 656b BGB Persönlicher Anwendungsbereich der §§ 656c und 656d

Die §§ 656c und 656d gelten nur, wenn der Käufer ein Verbraucher ist.

Bedeutung: Hier reicht für die Anwendung der nachfolgenden Bestimmungen, dass der Käufer ein Verbraucher ist. Die Rolle des Maklers spielt keine Rolle, auch so genannte Gelegenheitsmakler sind an diese Bestimmungen gebunden. Der Käufer ist übrigens auch dann ein Verbraucher, wenn er Objekte als Kapitalanlage erwirbt.

§ 656c BGB Lohnanspruch bei Tätigkeit für beide Parteien

(1) Lässt sich der Makler von beiden Parteien des Kaufvertrags über eine Wohnung oder ein Einfamilienhaus einen Maklerlohn versprechen, so kann dies nur in der Weise erfolgen, dass sich die Parteien in gleicher Höhe verpflichten. Vereinbart der Makler mit einer Partei des Kaufvertrags, dass er für diese unentgeltlich tätig wird, kann er sich auch von der anderen Partei keinen Maklerlohn versprechen lassen. Ein Erlass wirkt auch zugunsten des jeweils anderen Vertragspartners des Maklers. Von Satz 3 kann durch Vertrag nicht abgewichen werden.

(2) Ein Maklervertrag, der von Absatz 1 Satz 1 und 2 abweicht, ist unwirksam. § 654 bleibt unberührt.

Bedeutung: Hier liegt der klassische Fall der Maklertätigkeit vor. Beide Seiten, Käufer und Verkäufer, haben einen Vertrag mit dem Makler abgeschlossen und den entsprechenden Maklerlohn versprochen. Neu ist nun, dass dieser Maklerlohn auf beiden Seiten nur noch in gleicher Höhe eingefordert werden kann. Wer drei Prozent beim Käufer fordert muss vorher auch mit dem Auftraggeber ein Honorar in gleicher Höhe vereinbart haben. Jedes Nachgeben auf einer Seite muss auch der anderen Partei zugutekommen.

Der § 656c ist der kleinste gemeinsame Nenner zwischen den Forderungen nach „Vertragsfreiheit“ zwischen Makler und Käufer und den Zielen der Politik. Hier wird die „gerechte Provisionsteilung“ zumindest ermöglicht. Wie diese Provision geteilt wird, hängt aber in erster Linie vom Auftraggeber ab.

§ 656d BGB Vereinbarungen über die Maklerkosten

(1) Hat nur eine Partei des **Kaufvertrags** über eine Wohnung oder ein Einfamilienhaus einen **Maklervertrag abgeschlossen**, ist eine Vereinbarung, die die andere Partei zur Zahlung oder Erstattung von Maklerlohn verpflichtet, nur wirksam, wenn die Partei, die den Maklervertrag abgeschlossen hat, zur **Zahlung des Maklerlohns mindestens in gleicher Höhe** verpflichtet bleibt.

Der Anspruch gegen die andere Partei wird erst fällig, wenn die Partei, die den Maklervertrag abgeschlossen hat, ihrer Verpflichtung zur Zahlung des Maklerlohns nachgekommen ist und sie oder der Makler einen Nachweis hierüber erbringt.

(2) § 656c Absatz 1 Satz 3 und 4 gilt entsprechend.

Bedeutung: Über die Fälligkeit des Maklerlohns wurden einige Falschmeldungen verbreitet. Der im zweiten Satz des § 656d beschriebene Fall gilt nur hier und nicht für den Fall, dass beide Seiten einen Maklervertrag eingegangen sind (§ 656c).

§ 656d behandelt den Fall, dass der Makler nur von einer Seite beauftragt wurde. Dies kann ausdrücklich auch der Käufer sein. Kommt es im Laufe der Kaufverhandlungen zwischen Eigentümer und Interessent zur Einigung, dass die andere Partei sich an den Maklerkosten beteiligt, dann kann dies nur maximal bis zur Hälfte des Honorars geschehen. Hier will der Gesetzgeber wohl ein Schlupfloch schließen, dergestalt nämlich, dass der Makler vom Eigentümer beauftragt wird, die Provision aber später dem Käufer „aufs Auge gedrückt“ werden soll. Dies kann aber nur zur Hälfte erfolgen und damit kommt es auch wieder zur Provisionsteilung.

In erster Linie ermöglicht der § 656d jedoch die alleinige Beauftragung und Honorierung durch den Eigentümer, was bei vielen Kollegen, die bereits erfolgreich so arbeiten, für Erleichterung sorgt. Eine gesetzliche Provisionsteilung, wie vom IVD propagiert, wurde damit vermieden.

Gleichzeitig verschwindet die reine Außenprovision. Das stellt die Kollegen in Niedersachsen, Brandenburg, Hessen und in den Stadtstaaten vor eine völlig neue Situation, denn von nun an muss auch mit dem Auftraggeber über das Honorar gesprochen werden. Im restlichen Teil des Landes ist man gelassen, denn man habe ja immer schon „die Provision gerecht geteilt“.

Wirklich? Laut einer Studie des Instituts für angewandte Verbraucherforschung wurden im Jahr 2005 durchschnittlich 4,01 Prozent Provision von Maklern pro Transaktion berechnet. Rechnet man die Provisionsregelung der einzelnen Bundesländer hinzu und gewichtet diese nach der Bevölkerungszahl, ergibt sich, dass nur etwa elf Prozent der Gesamtprovision beim Verkäufer abgerechnet werden. Warum sich mit dem Auftraggeber übers Geld streiten, wenn man beim Käufer drei oder mehr Prozent einfach einfordern kann. Dank der Marktlage sind im Süden und Südwesten etliche Makler dazu übergegangen, vier Prozent Käuferprovision anzumelden.

Wenn der Auftraggeber nicht genug zahlen wollte, musste eben der Käufer dran glauben. Genau diese Entwicklung, gepaart mit 7,14 Prozent Bruttoprovision am Sitz der Regierung, führte dann dazu, dass der Bundestag das Maklerhonorar zum Thema machte und entschied.

Keine fünf Monate mehr, dann zahlt der Käufer maximal das gleiche Honorar wie der Auftraggeber. Und bald hat der Eigentümer die volle Kontrolle über das Maklerhonorar – in doppelter Hinsicht. Ein Prozentpunkt mehr oder weniger Provision wirkt sich sofort doppelt aus, denn jeder Nachlass muss auch dem Käufer gewährt werden. Das ist zwar noch kein echtes Bestellerprinzip, aber durchaus eine abgeschwächte Version – deshalb Bestellerprinzip „light“.

Wenn Eigentümer also nicht mitspielen – und das haben sie vorher auch nicht getan – dann erleben wir ab Januar vielfältige Provisionsforderungen in den einschlägigen Portalen. Der aufmerksame Beobachter kann genau verfolgen, bei welchen Objekten der Makler welches Honorar im Innenverhältnis verhandeln konnte. Das wird dann nicht nur die Wettbewerber interessieren, auch Eigentümer können sich davon überzeugen, wie „flexibel der Makler auf Kundenwünsche eingeht“.

Spätestens jetzt stellt sich doch die Frage: Will man weiterhin „die Provision fair teilen“? Besonders die Kollegen, die bislang von der reinen Außenprovision gelebt haben, sollten sich überlegen, ob die vollständige Innenprovision nicht die bessere Alternative ist. Über Geld muss so oder so gesprochen

werden. Warum dann die umständliche Hybridlösung mit der geteilten Provision wählen, die nur Nachteile bringt?

Keine Außenprovision – keine Widerrufsbelehrung! Entspanntes Verkaufen ohne die Gefahr des „Provisionsbetrugs“. Mehr Nachfrage für die Objekte, weil die Provisionsdrohung wegfällt und eine klare Vertragsgestaltung existiert. Der Makler ist eindeutig Agent des Eigentümers und braucht keine Neutralität vorzugaukeln. Viele Prozesse der Leistungserbringung werden deutlich einfacher, schlicht weil die „Provisionsicherung“ entfällt. Sollen sich doch die Kollegen damit rumschlagen!

Dies alles sollten Argumente genug sein, den Schritt in die neue Zeit konsequent zu vollziehen. Aber auch für die Kollegen mit „geteilter Provision“ brechen neue Zeiten an. Wenn es nicht gelingt, drei Prozent beim Eigentümer zu vereinbaren, muss das Objekt entsprechend „geoutet“ werden. Wie sieht das in großen Maklerunternehmen aus, wo jeder Einkäufer andere Verträge abschließt?

Bislang war jedes Zugeständnis beim Auftraggeber diskret im Maklerauftrag verborgen. Im nächsten Jahr kann jeder nachschauen, für welchen Preis man den Makler beauftragen kann. Das wird zu unangenehmen Fragen in den Akquisegesprächen führen. „Warum fordert der Makler bei mir drei Prozent, während auf der Maklerhomepage Angebote mit deutlich weniger Käuferprovision angezeigt werden?“

Hier könnten Standards helfen. Entweder wird ausschließlich mit drei Prozent bei Eigentümern abgeschlossen oder die Reduzierung der Provision ist abhängig vom Objektwert. Beides muss man durchhalten und beides wird effektiv Aufträge kosten.

Tatsächlich wird die Verhandlung nur gelingen, wenn der Makler mit alleiniger Innenprovision startet. Wer mit geteilter Provision agiert, sitzt sofort in der Falle, wenn der Eigentümer drei Prozent Courtage nicht akzeptiert. Wer dagegen mit fünf oder sechs Prozent Provision eröffnet, kann noch Alternativen nutzen.

Bis auf vier Prozent Innenprovision würde man notfalls nachgeben. Ab drei Prozent bietet der Makler dann die geteilte Provision als Kompromisslösung an. Das ist dann aber das letzte Wort, denn von nun an „geht es um meinen Ruf als Makler vor Ort“.

Fazit: Zur alleinigen Innenprovision ist es tatsächlich nur noch ein kleiner Schritt. ■

IMPRESSUM

Herausgeber: in.media Verlags GmbH, Mohrenstraße 1–3, 50670 Köln, Tel. 0221/16 80 71-0, redaktion@immobilien-profi.de, www.immobilien-profi.com. Redaktion: Werner Berghaus, Harald Henkel, Beiträge von: Werner Berghaus, Bernhard Hoffmann. Namentlich gekennzeichnete Beiträge entsprechen nicht unbedingt der Meinung der Redaktion. Layout/Herstellung: Britta Wilken. Auflage: 5.000/10.000 Exemplare kompakt/Magazin. Erscheinungsweise: IMMOBILIEN-PROFI kompakt erscheint zehnmal jährlich. Der Bezugspreis – inklusive 4 Magazine und der Nutzung des Onlinebereichs – für ein Jahr beträgt 95,- Euro zzgl. MwSt. Bildnachweise: S. 2 StockAdobe/tuppyinny, S. 4 StockAdobe/thomasp24, weitere Bilder: Archiv, Druck: Silber Druck oHG, 34253 Lohfelden