IMMOBILIENPROFI kompakt

Alles für den schönsten Beruf

MAKELN21
Digitalisierung
Seite 4

SECHS SELLS!
Vor- und Nachteile der Provisionsmodelle
Seite 7

VERWALTER
Präsenzveranstaltungen sind jetzt innovativ
Seite 7

110

Die Zukunft der Courtage

Immobilienmakler zieren gemeinhin die Listen der aussterbenden Berufe, denn sie zählen zu den potenziellen Opfern der Digitalisierung. Die Weitergabe von Informationen über Kaufgelegenheiten kann besser durch Algorithmen erfolgen als von Mensch zu Mensch. Zudem hat es sich Google zum Ziel gemacht, alle möglichen Informationen kostenlos zur Verfügung zu stellen. Makler werden wohl genauso wenig gebraucht wie Reisebüros oder Briefzusteller.

Wie viel besser stehen dagegen die kreativen Tätigkeiten da, die so schnell keine Künstliche Intelligenz überflüssig machen wird und damit die entsprechenden Unternehmen, etwa die Werbeagenturen.

Jedoch leidet diese Darstellung unter einem entscheidenden Denkfehler, nämlich dem, dass es den klassischen Nachweismakler spätestens seit dem Erscheinen der Immobilienportale nicht mehr gibt. Deutsche Makler haben ihre Rolle als Informationsbesitzer längst freiwillig geopfert, als sie begannen, alle Objekte online zu stellen. Gleichzeitig übernehmen diese Kollegen darüber hinaus jedoch zahlreiche weitere Aufgaben, um für Immobilieneigentümer einen Käufer zu finden. Aus dem Nachweismakler wurde der Vermittlungsmakler.

Trotzdem wird die Rolle des Vermittlers von den meisten noch immer nicht richtig gelebt. Viele Makler wollen weiterhin für beide Parteien, Verkäufer wie Käufer, tätig werden, denn schließlich sollen ja auch beide Seiten jeweils die Hälfte des Erfolgshonorars zahlen.

Aber als bloßer Vermittler bleibt man auch weiterhin ein leichtes Opfer von Digitalisierung, Internet (Vernetzung) und den PropTechs, die diese Entwicklung für sich zu nutzen wissen. Wer sich dagegen als „spezialisierte Werbeagentur für die Vermarktung von Wohnimmobilien“ präsentiert, erhält die Aura des Kreativen, dem auch die Künstliche Intelligenz so schnell nicht das Wasser abgraben wird.

Eine Werbeagentur wird aber nicht von den Konsumenten finanziert – jedenfalls nicht direkt, sondern lediglich über den Verkaufserfolg für die Auftraggeber. Eine klare Positionierung als Agent des Eigentümers ist demzufolge die Antwort auf die Herausforderungen der Digitalisierung – und verlangt nach einer eindeutigen Provisionsgestaltung.

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

AGW Provisionsteilung mit gewissen Vorzügen

Werner Berghaus

Der Gesetzgeber hat den Maklern auch ein kleines Geschenk hinterlassen. Der Paragraf 656d der neuen Provisionsregelung beschreibt ausdrücklich den Fall, dass nur der Eigentümer den Makler beauftragt aber beide, Eigentümer und Käufer, den Makler honorieren dürfen. Das bietet Vermittlern interessante Gestaltungsmöglichkeiten.

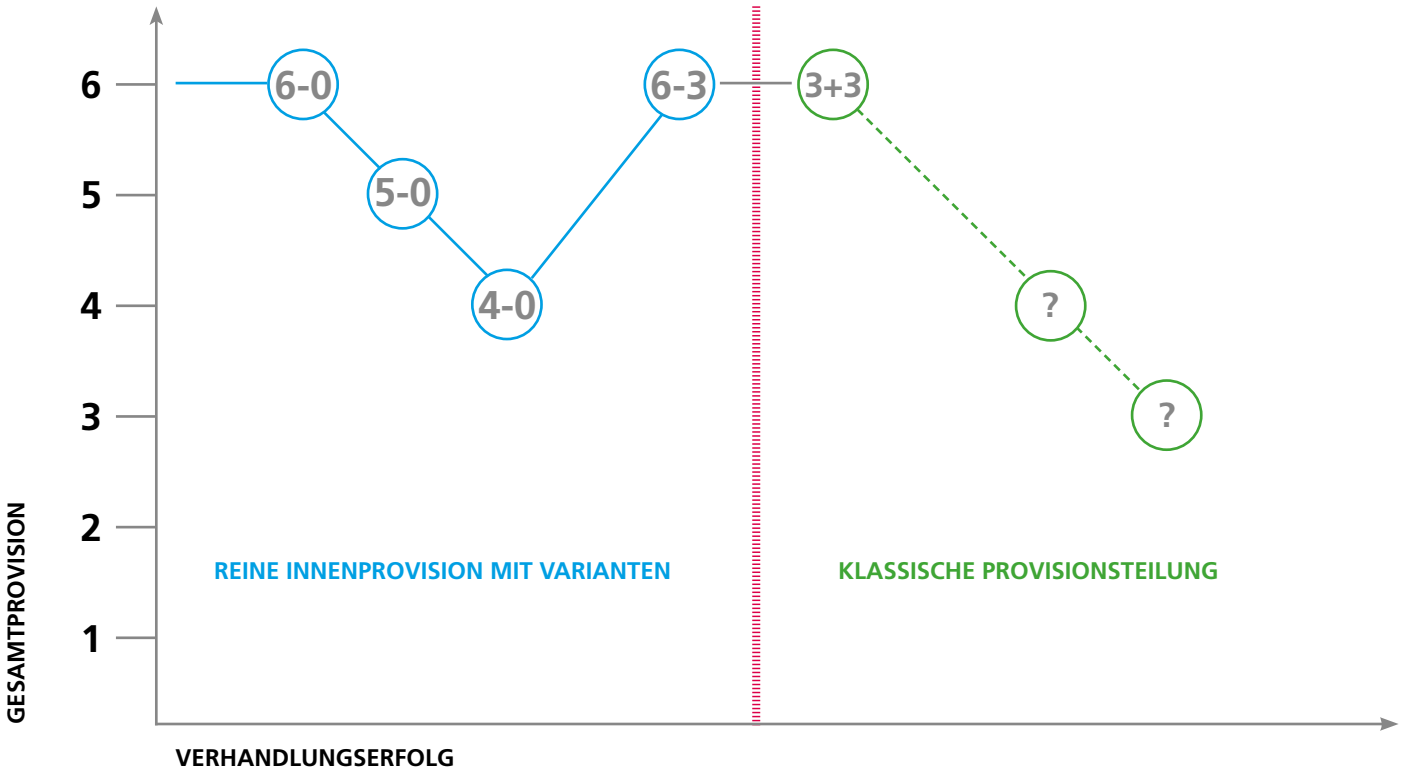
Akquise: Die Strategie

Die neue Makler-Gesetzgebung in einem Satz formuliert würde lauten: Der Käufer soll nicht mehr zahlen als der Eigentümer bzw. der Auftraggeber. Das heißt im Umkehrschluss jedoch keineswegs, dass damit die Provisionsteilung zwischen beiden Parteien gewollt ist. Dennoch wollen viele Makler diesen Weg zukünftig einschlagen. Sinnvoll ist dies kaum, wie wir im Folgenden sehen werden.

Grundsätzlich gibt es vier Varianten, um zukünftig Provisionsrechnungen zu schreiben. Am häufigsten werden wir diejenigen Fälle antreffen, in denen der Makler mit Eigentümer, Käufer und zahlreichen Interessenten ein Vertragsverhältnis eingegangen ist und dann von zwei Seiten entlohnt wird (§656c).

Auch weiterhin kann nur eine Partei den Makler beauftragen (§652 BGB und §656d). Auftraggeber können die Eigentümer, aber auch Interessenten werden – und das ist wichtig. Denn beim Bestellerprinzip (Miete) wurde diese Variante zum Ärger vieler Makler und Mietinteressenten so gründlich vor

weiter auf Seite 2 >



Missbrauch geschützt, dass sie nur noch theoretische Relevanz besitzt.

In der neuen Gesetzgebung wird zudem ausdrücklich auf eine spezielle Variante hingewiesen, nämlich, dass der Makler nur einen Auftraggeber hat, der Provisionsanspruch aber im Erfolgsfall teilweise auf die andere Partei des Kaufvertrags abgewälzt werden soll. Heißt: Der Eigentümer beauftragt den Makler damit, einen Käufer zu suchen, der die Hälfte der Provision übernimmt.

Diese Varianten wollen wir im Weiteren unter strategischen und taktischen Gesichtspunkten beleuchten:

Strategie: Die Vorbereitung
Für die erfolgreiche Verhandlungsführung gelten zwei Grundsätze. Der erste ist die Maximierung der möglichen Alternativen. Im Buch „Erfolgreich Verhandeln für Immobilien-Profis“ steht zu lesen:

„Häufig entscheidet der persönliche Spielraum der Parteien über den Ausgang auf der Sachebene. Überlegen Sie daher genau, welchen Spielraum und welche Alternativen Sie haben und anbieten können. Dadurch erhöhen Sie Ihre Flexibilität und in der Regel kontrolliert derjenige die Verhandlung, der über die größte Flexibilität verfügt.“

Weiterhin heißt es zum zweiten Grundsatz:

„Es dauert Jahre, um einen guten Preis aufzubauen. Es dauert jedoch nur Minuten, um ihn wieder kaputtzumachen. Wenn Sie dies bedenken, so ist es offensichtlich, dass man in einer Verhandlung zwar leicht nachgeben kann, jedoch niemals wieder nach oben kommt. Versuchen Sie also, immer das maximal akzeptable Angebot abzugeben“. So Unternehmensberater Dr. Jochen Sommer im Buch „Erfolgreich Verhandeln für Immobilien-Profis“ (in.media Verlag 2005). Was bedeuten nun die beiden Grundätze, die Flexibilität und das Startgebot, für die unterschiedlichen Provisionsmodelle?

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.

Beispiel: Maklerin Pfiffig und der §656d
Maklerin Pfiffig ist in Hessen tätig und hatte es bislang nur mit Außenprovision zu tun. Nach Abwägung der Vor- und Nachteile in der neuen Situation entscheidet sie sich für die vollständige Innenprovision.

Ihre Akquiseverhandlungen eröffnet die Maklerin nun mit dem höchstmöglichen Gebot, nämlich mit sechs Prozent Netto-Innenprovision. Gleichzeitig genießt sie mit dieser Vorgehensweise höchstmögliche Flexibilität, wie sich noch zeigen wird.

Gehen wir nun davon aus, dass unsere Maklerin schlecht „Nein" sagen kann und sich oftmals von Auftraggebern herunterhandeln lässt. So wird das Honorar zunächst schrittweise von fünf auf vier und schließlich auf drei Prozent (Innenprovision) reduziert.

Bei drei Prozent muss die Maklerin nun gegensteuern. Sie will nur zustimmen, wenn beide Parteien des Kaufvertrags jeweils drei Prozent Honorar entrichten. Gleichzeitig sollen im Auftrag diese sechs Prozent weiterhin als Innenprovision verbleiben. So erhält der Maklervertrag die Nebenbedingung, dass der Käufer von der Courtage die Hälfte übernehmen soll. Die Gesamtprovision würde sich so also gleichzeitig wieder von vier auf die ursprünglichen sechs Prozent erhöhen.

Die Maklerin nutzt die Provisionsteilung nach §656d und hat aber trotzdem weiterhin nur einen Vertrag mit dem Eigentümer. Einen Maklervertrag mit Interessenten will sie nicht eingehen und braucht es auch nicht. Die Immobilie wird mit drei Prozent Außenprovision angeboten und im beschreibenden Text könnte zu lesen sein, dass „der Auftraggeber es wünscht, dass der Käufer die Hälfte der Vermarktungskosten übernimmt". Widerrufbelehrung und alle anderen Maßnahmen der Provisionssicherung sind nicht erforderlich. Die Provisionspflicht des Käufers ergibt sich erst aus dem Notarvertrag, denn sie ist eine Nebenbedingung des Verkäufers. Ob der Makler sein Honorar hälftig vom Käufer erhält oder der Verkäufer alles gemeinsam ausgleicht, bleibt den Parteien überlassen. Der Makler ist in jeden Fall auf der sicheren Seite.

Sollte auch diese Variante dem Eigentümer missfallen, könnte die Maklerin noch auf die Doppeltätigkeit des §656c ausweichen. Viermal hat unsere Maklerin in diesem Beispiel eine Verhandlungsposition aufgegeben und trotzdem ist sie nicht schlechter gestellt als ein Kollege, der mit der Variante „3 plus 3" in die Verhandlung einsteigt.

Beispiel: Makler Emsig und die Provisionsteilung
Makler Emsig ist in Bayern tätig, wo Provisionen überwiegend geteilt wurden. Natürlich bleiben die neuen Regeln auch in Bayern und anderen Bundesländern mit geteilter Provision nicht ohne Folgen. Trotzdem hat Emsig sich dazu entschieden, vorläufig alles beim Alten zu lassen. So fühlt sich Emsig zunächst einmal in der Verhandlung mit Eigentümern sicher und geübt.

„Alles, was gut geht, wird im Nachhinein zur Strategie erklärt."
Gerhard Schröder,
Bundeskanzler 1998 – 2005

Jedoch erlebt er nun immer häufiger, dass die Eigentümer um sein Honorar feilschen, weil die neuen PropTechs inzwischen den Provisionsanteil des Eigentümers bei 1,5 Prozent ansiedeln und dies massiv über TV-Werbung hinausposaunen.

Verglichen mit den oben formulierten Grundsätzen der Verhandlung startet Emsig die Gespräche über sein Erfolgshonorar meist mit dem Rücken zur Wand. Jedes Nachgeben wirkt sich nun doppelt negativ für ihn aus, weil die Provision ja exakt hälftig geteilt werden muss. „Rabatte" müssen zwangsläufig auch dem Käufer gewährt werden. Während Maklerin Pfiffig schrittweise immer „nur" ein Prozent Honorar aufgibt, verengt sich dieser Spielraum für Emsig immer weiter, bis er schließlich vielleicht bei 1,5 Prozent Verkäufercourtage landet.

Fazit:
Beide Beispiele wurden bewusst überspitzt dargestellt. Die meisten Makler werden wohl eine klare Linie verfolgen und dem Eigentümer notfalls auch einmal ein „Nein" entgegnen. Hier ging es darum aufzuzeigen, welche Vorteile das Ziel „alleinige Innenprovision" bietet, wenn man den Faktor Flexibilität und den Verhandlungsspielraum bewertet.

Im Vergleich mit Emsig steht Maklerin Pfiffig besser da, weil sie die Grundregeln der Verhandlung nutzt. Sie startet mit dem höchstmöglichen Angebot und könnte schrittweise bis auf vier Prozent Innenprovision nachgeben, um dann auf 3+3 zu wechseln. Zudem wirkt sich jeder Rabatt auf der Eigentümerseite nicht doppelt aus, da sie primär die einseitige Interessensvertretung des Eigentümers anpeilt.

Ferner verfügt Maklerin Pfiffig über mehr Flexibilität in der Verhandlung als der Kollege. Sie wird auf die alleinige Innenprovision abzielen und kann diese Strategie auch bei geringen Zugeständnissen im Preis weiterverfolgen. Alternativ könnte sie auf die Abwälzung der hälftigen Provision auf den Käufer ausweichen. Dabei bleiben ihr die Verträge mit vielen Interessenten erspart, da es weiterhin nur einen Auftraggeber gibt.

Final bleibt ihr noch die letzte Alternative, nämlich die viel diskutierte Provisionsteilung von jeweils drei Prozent. Das stellt wiederum Emsigs Ausgangslage dar, für den es dann bei Verhandlungen nur eine Richtung gibt: nach unten, und zwar in Doppelschritten. Denn bei jedem Zugeständnis ist auch der künftige Käufer Nutznießer der niedrigeren Courtage. Und das Opfer ist der Makler.

weiter auf Seite 6 >

Makeln21

Digitalisierung (1–3)

Der Digitalisierung gehört die Zukunft, denn „was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert". Aber ebenso gilt, dass „wenn Sie einen Sch*-Prozess digitalisieren, haben Sie einen sch***-digitalen Prozess", (Th. Dirks Ex-Lufthansa AG). In dieser Reihe erleben Sie mehrere Prozesse und wie diese auf die Automatisierung vorbereitet werden können.**

Digitalisierung ist ein Prozess und beginnt im Analogen. An dieser Stelle stehen sich jedoch viele Maklerunternehmen selbst im Wege: Viele der täglichen Abläufe führen nicht zu eindeutigen Entscheidungen, nicht zu einem Ja oder Nein (vgl. EDV: 1 oder 0), sondern oft zu Aussagen wie „vielleicht", „diesmal doch" oder „probieren wir mal" (vgl. IP109, Editorial).

Auf Digitalisierung folgt Automatisierung und dazu braucht es eindeutige, digitale Ergebnisse.

Digitalisierungs-Beispiele (1-3)

Die BOB-Strategie in der Akquise. Lokale Makler verkaufen ihre Leistung im persönlichen Gespräch mit interessierten Eigentümern. Dazu haben sich unterschiedliche Abläufe etabliert:

Die **O2-Strategie** besteht aus zwei Besuchen des Maklers unmittelbar am Objekt. Zunächst geht es um das Kennenlernen von Objekt und Eigentümer, im zweiten Schritt dann um die Auftragsverhandlung vor Ort.

Die **OB-Strategie** ist eine Verfeinerung des O2-Ablaufs mit Zweittermin und Verhandlung im Maklerbüro.

Deutlich exotischer mutet dann die **BOB-Strategie** an, mit Ersttermin im Maklerbüro, anschließender Objektaufnahme und Schlussgespräch wieder im Maklerbüro. Im Sinne von Makeln21 hat dieser Aufbau jedoch zahlreiche Vorteile:

- Keine Ablenkung des Maklers durch die fremde Immobilie und volle Konzentration auf die Auftraggeber. Auch die Eigentümer müssen sich auf das Zwischenmenschliche konzentrieren und können keine „Highlights" ihrer Immobilie demonstrieren.
- Es erscheint dem Laien ohnehin schleierhaft, wie man in einer fremden Umgebung ein Verkaufsgespräch führen und gleichzeitig noch eine Objektaufnahme durchführen kann.
- Kein Zeitverlust durch mehrere Fahrten zum Objekt, somit geringes Zeit-Investment des Maklers in einer frühen Phase der Akquise.
- Der Makler kann sich bestmöglich in seinen Räumlichkeiten präsentieren und hebt sich von „Küchentisch-Maklern" ab, die kein vorzeigbares Büro besitzen. Der Profi kontrolliert die Situation und kann die Eigentümer einen Moment, etwa drei Minuten, im Besprechungsraum warten lassen, um die Spannung gezielt ab- oder aufzubauen.
- Hohe Konversionsquote in der Praxis. Termin meist gleich Auftrag.

Alles in allem sind die Vorteile der BOB-Strategie gegenüber den „Hausierer"-Abläufen überzeugend. Das vielfach vorgebrachte Argument, man müsse doch erst einmal die Immobilie kennenlernen, erscheint mehr als Vorwand. Für einen Profi geht es nicht um die Immobilie. Für den Dienstleister zählt immer primär das Verhältnis zu den Eigentümern. Erst der Mensch! Probleme mit der Immobilie sind immer lösbar. Fa-

Definitionen (1-3)

Im ersten Schritt benötigen wir klare Definitionen und Abgrenzungen. Dies beginnt schon bei der Suche nach dem Produkt.

Was ist unser Produkt?
Verkauft oder vermietet der Makler Häuser? Geht es um eine Sache oder um die Dienstleistung? Aus Sicht der Interessenten geht es um die Immobilie, für den Auftraggeber um die Dienstleistung. Im Kern ist es die Dienstleistung eines Maklers, aus einem fremden Zuhause ein Produkt zu machen.

Was ist Akquise?
Wer Handzettel mit Immobilienangeboten in der Nachbarschaft verteilt, betreibt Akquise. Wer Privatverkäufer abtelefoniert ebenso. Akquise ist ein weites Feld und entsprechend schlecht abgrenzbar. Makeln21 unterscheidet dort zwischen Interessenten- und Kunden-Gewinnung. Erstere dient dazu, Interesse bei verkaufswilligen Eigentümern zu erzeugen – Eigentümer-Gewinnung also. Zweitere meint die Konversion eines interessierten Eigentümers in einen Auftraggeber – demnach Auftrags- oder Auftraggeber-Gewinnung. Während Interessenten- und Kundengewinnung in allen Branchen gilt, nutzt Makeln21 hierfür die Begriffe Eigentümer- und Auftragsgewinnung, denn Termini wie „Interessent" und „Kunde" führen im Maklerbereich zu Missverständnissen (s.u.).

Wer ist der Kunde?
Ist es der Mieter/Käufer oder der Vermieter/Verkäufer oder beide? Auf wen konzentrieren wir unsere Werbung, wenn beide unsere Kunden sind? Makeln21 hat hier eine eindeutige Position bezogen: Kunde kann immer nur der Auftraggeber, sprich der Vermieter/Verkäufer werden.

zit: Auf die Makeln21-Formel gebracht: Wenig(er) Aufwand, mehr Nutzen!

Disqualifizierung der Interessenten. Die meiste Zeit eines Maklers wird in der Leistungserbringung verbraucht. Der „Verkauf" mit Objektaufbereitung und Werbung, die Bearbeitung von Anfragen und zahlreiche Besichtigungen sorgen für Beschäftigung. Wer es schafft, die echten Interessenten von den Neugierigen und den Anfängern zu trennen, ist klar im Vorteil.

Wir wissen, dass neuen Interessenten meist die Erfahrung fehlt, um schnell eine Kauf-Entscheidung zu treffen. Oftmals ist nicht einmal die Finanzierung geplant und trotzdem geht man „shoppen". Freundliche Makler, die zur Besichtigung einladen, übernehmen dann die Ausbildung dieser Interessenten. Wer sich als Profi nicht um die „Reifung" der Anfänger verdient machen will, dem helfen vier Fragen, um echte Interessenten herauszufiltern. Diese lauten wie folgt:

- Mit wem haben Sie schon über die Finanzierung gesprochen?
- Wie lange suchen Sie schon?
- Was haben Sie sich schon angesehen?
- Haben Sie auch schon einmal nach einer ganz anderen Immobilie gesucht?

Hinter jeder Frage sollten auch eindeutige Kriterien stehen. Die Frage nach der Finanzierung liefert eine digitale Ja/Nein-Antwort. Keine Finanzierung, keine Besichtigung.

Die Dauer der Suche ist eine Von-bis-Frage. Nicht zu kurz (Anfänger) und nicht zu lang (Unentschlossene) sollte die Antwort ausfallen. Ähnlich ist die nächste Frage angelegt. Nicht zu wenig, nicht zu viel sollte es sein. Hier entscheidet die persönliche Erfahrung, welche Auskünfte noch akzeptabel sind. Dies sollte aber dokumentiert sein und nicht spontan entschieden werden.

Die letzte Frage ist noch recht neu und hinterfragt den Reifegrad der Interessenten. Denn meist haben Anfänger irgendwann ihre Immobilien-Träume revidiert, einen Kompromiss gemacht und suchen nun nach einer Immobilie, die es auch gibt.

Wer alle Fragen gut übersteht, die 4-Sterne-Interessenten, erhält einen Besichtigungstermin. Wenn dieser Termin nun mit einer Mindest- und einer Maximal-Teilnehmerzahl limitiert wird, erhält der Makler dadurch präzise Entscheidungskriterien. Entsprechend könnten sechs 4-Sterne Interessenten mit vier 3-Sterne-Interessenten bis zur maximalen Besucherzahl von zehn Paaren ergänzt werden. Beispielsweise kann der Makler aus Erfahrung wissen, dass sechs 4er-Interessenten für eine erfolgreiche Besichtigung (Kaufzusage) ausreichen. Dies liefert wiederum Daten für die Auswertung der Objektdaten. Welches Medium liefert die meisten Top-Kandidaten? Und das muss nicht zwangsläufig die größte Objekt-Plattform sein.

Wer ohne diese Kriterien arbeitet, keine Bewertung der Interessenten und keine Limits bei Besichtigungen nutzt, wird immer wieder auf die Versuch-Irrtum-Methodik zurückfallen.

Makeln21-Fazit: Klare Kriterien, klare Entscheidungen. Die Disqualifizierung kann so delegiert werden und die Objektwerbung wird optimierbar.

Die serielle Mehrfachbesichtigung als fester Termin ist ein weiterer Baustein zur Optimierung der Leistungserbringung. Hier haben Makler und Auftraggeber für die notwendigen Besichtigungen einen festen Termin vereinbart. Dies signalisiert bereits zu Beginn der Vermarktung, dass Interessenten sich danach richten müssen und „Shopping"-Termine am Wochenende oder am frühen Abend nicht möglich sind. Die Termingestaltung filtert auf diese Weise bereits vor der eigentlichen Besichtigung die echten Interessenten heraus. Die Besichtigung ist zudem so getaktet, dass jedem Interessenten ein bestimmtes Zeitfenster von 30 oder 60 Minuten zur Verfügung steht. So sorgt der Makler durch die Verknappung der Besichtigungszeit bereits dafür, dass Interessenten erkennen, dass sie nicht die einzigen sind.

Makeln21-Fazit: Erstens: Klare Terminplanung, wenig Zeiteinsatz. Zweitens: Entscheidungsdruck durch Wettbewerb zwischen Interessenten. ■ *Wird fortgesetzt*

Fortsetzung von Seite 3 >

Die Taktik

Die Strategie ist der Plan, die Taktik kümmert sich um die Umsetzung oder die Erreichung der gesteckten Ziele. Hier sollte sich der Makler mit einigen Argumenten wappnen.

Für die Innenprovision
„Nur wenn ich (als Makler) allein vom Auftraggeber honoriert werde, bin ich doch in der Lage, Interessenten so zu führen, dass ich für Sie den höchstmöglichen Preis erzielen kann."

Hintergrund: Wenn Käufer Provision bezahlen müssen, erhalten sie dafür in der Regel keine angemessene Gegenleistung. Wenn Makler dann beispielsweise feste Besichtigungszeiten vorgeben wollen, ist Ärger programmiert, denn das lassen sich „zahlende Kunden" nicht gefallen.

„Den maximalen Preis für ihre Immobilien erzielen wir in der Regel über ein Gebotsverfahren und wenn mehrere Interessenten sich gleichzeitig zum Kauf entscheiden. Das hat sich bewährt, doch seit der neuen Provisionsregelung ist dies problematisch, weil ich ja auch einen Vertrag mit dem Käufer eingehen muss."

„Faire Provisionsteilung" setzt voraus, dass der Makler einen marktüblichen Preis ermittelt und diesen als Basis für die Beratung der Interessenten heranzieht. Bieterverfahren o.ä. stehen im Widerspruch zur Rolle eines neutralen Vermittlers.

„Sie haben die Wahl: Entweder ich vertrete ausschließlich Ihre Interessen oder Sie zwingen mich (über die Provisionsregelung) dazu, eine vermeintlich neutrale Rolle einzunehmen. Auf der Kostenseite ist das neutral, beim Verkaufspreis Ihrer Immobilie kann das viel ausmachen. Wollen Sie das wirklich?"

„Es besteht die Gefahr, dass man von der Taktik so besessen ist, dass man darüber das langfristige Ziel aus den Augen verliert."

Heinz Alfred („Henry") Kissinger,
US-Außenminister 1973 – 1977

Dieses Argument kommt dann zur Anwendung, wenn der Eigentümer darauf drängt, dass der Makler einen Teil seines Honorars bei den Interessenten vereinbaren soll. Die Abwälzung der hälftigen Provision auf den Käufer ist eleganter und ohne Nachteil für den Auftraggeber. Entscheidend ist es, darauf hinzuweisen, dass sich die Rolle des Maklers zwangsläufig ändert.

„Wenn ich von zwei Seiten bezahlt werde, kann und darf ich (als Makler) nicht so agieren, dass wir den maximalen Preis für Ihre Immobilie erzielen können."

„Tatsache ist doch, dass die Vertriebskosten immer der Käufer zahlt – gleichgültig wie es verpackt wird. (Hier gehen wir hin und rechnen alle Kosten in den Verkaufspreis hinein, so wie bei jedem anderen Produkt)."

Für das Honorar
„Ich möchte mich nicht mit sogenannten Internet-Maklern vergleichen. Dazu sind die Unterschiede in der Leistung einfach zu groß."

„Wenn Sie einen Makler suchen, der möglichst wenig Honorar fordert, dann bin ich nicht der/die Richtige für Ihre Immobilie!"

„Um Ihre Immobilie irgendwie zu verkaufen, brauchen Sie grundsätzlich keinen Makler, erst recht keinen aus dem Internet, sondern nur den Notar. Wenn es aber zügig und möglichst erfolgreich passieren soll, dann sollten wir uns darüber unterhalten."

Und nicht vergessen:
Grundsätzlich sind alle Verträge mit der Variante „provisionsfrei für den Eigentümer" ab dem 23. Dezember wertlos. Alle anderen Verträge mit einer Innencourtage von drei Prozent oder weniger verpflichten den Interessenten nur noch zur Provisionszahlung in gleicher Höhe. Hier hat der Gesetzgeber einen Riegel vorgeschoben und gleichzeitig alle Hintertürchen verschlossen, denn der Kern der neuen Gesetze besagt: „Der Käufer zahlt niemals mehr als der Eigentümer!".

Passen Sie rechtzeitig alle laufenden Verträge an, wenn Sie fürchten müssen, dass es noch länger dauert bis zum Notartermin. ■

Sechs sells!

Unterschiedliche Provisionsmodelle – und ihre Vor- und Nachteile		
6-0	**6-3**	**3+3**
Die vollständige Provision wird vom Auftraggeber / Eigentümer übernommen.	Der Auftraggeber / Eigentümer schuldet zwar die gesamte Provision, die Hälfte wird aber vom Käufer übernommen.	Käufer und Verkäufer zahlen **exakt(!)** jeweils die Hälfte der gesamten Provision.
Keine Zahlungspflicht für Käufer	Zahlungspflicht des Käufers ergibt sich erst aus Kaufvertrag (Notartermin)	Zahlungspflicht des Käufers folgt aus Makler-Vertrag
Kaufpreis und Maklerhonorar können finanziert werden		Maklerhonorar frisst Eigenkapital
Grunderwerbsteuer erhöht sich um ca. 0,18 Prozent		
Nur ein Vertrag mit dem Auftraggeber		Mehrere Verträge mit Auftraggeber, Interessenten und dem Käufer
Einseitige Interessensvertretung		„Doppel-Makler"
Keine Provisionssicherung erforderlich		Hoher Aufwand: Viele Verträge mit Textform-Erfordernis, Widerrufsbelehrung, weitere Sicherungsmaßnahmen.
Verkäufer zahlt in der Regel erst nach Geldeingang	Käufer zahlt erst nach dem Geldeingang des Verkäufers	Sofortige Zahlungspflicht des Käufers
Mehrerlös-Vereinbarung möglich		Keine Mehrerlös-Vereinbarung
Bieterverfahren problemlos möglich		Moralisch bedenklich, juristisch umstritten und ggf. angreifbar (Neutralität des Maklers)

Präsenzveranstaltungen sind plötzlich innovativ

Bernhard Hoffmann

Der Verwalterverband VDIV veranstaltete Anfang September eine der ersten Branchentreffs seit Ausbruch der Corona-Pandemie in einem Tagungshotel. Großes Interesse an Online-Eigentümerversammlungen und der Reform des Wohnungseigentumsgesetzes.

Vor der Corona-Krise waren Online-Meetings innovativ. Plötzlich aber sind Präsenzveranstaltungen rar und derjenige Veranstalter ist in Anbetracht der Anforderungen an Abstände, Hygiene und Lüftung mutig, der sich in das „Neue Normal" wagt.

Wer nach Wochen ungezählter Zoom- und Telefonkonferenzen digitaler Meetings überdrüssig war, der konnte sich auf den 28. Verwaltertag freuen. Der Verwalterverband VDIV war einer der ersten der Immobilienbranche, der sich aus der risikoarmen, kontaktlosen Online-Deckung wagte und am 3. und 4. September eine Veranstaltung mit mehrere hundert Teilnehmern organisierte. Viele Aussteller gingen den Weg mit: Auch für sie ist es in Corona-Zeiten schwierig, Neukunden zu akquirieren und bestehende zu pflegen. Dann lieber

Einlass per Online-Ticket

mit Maske in einem Hotelraum stehen und endlich wieder von Angesicht zu Angesicht mit den Besuchern reden (siehe Kasten S. 8).

Natürlich war die Zahl der Teilnehmer geringer als in den zurückliegenden Jahren. Aber damit hatten die Organisatoren gerechnet. Im letzten Jahr waren etwa 900 Teilnehmer bei dem Branchenevent zugegen inklusive Aussteller. In diesem Jahr waren es circa 600. Die Zahl der Aussteller lag bei 56 im Gegensatz zu circa 90 im letzten Jahr.

Präsenz-Tagungen in Zeiten von Corona

Der diesjährige VDIV-Verwaltertag war eines der ersten Branchentreffen mit mehreren hundert Teilnehmern, die nach dem Lockdown stattfanden.

Wie man es aus anderen Bereichen kennt, mussten die Teilnehmer beim Bewegen im Tagungshotel einen Mund-Nasen-Schutz tragen. Waren sie an ihrem Platz im Veranstaltungsraum durften sie diesen abnehmen. Der Abstand zwischen den Sitzplätzen betrug mindestens 1,5 Meter. Das Estrel-Hotel in Berlin, wo die Tagung stattfand, ist das größte Hotel der Hauptstadt. Entsprechend war es kein Problem, die vorgeschriebenen Distanzen einzuhalten. Optisch waren die Check-In-Schalter bei der Tagung denen an Flughäfen ähnlich: Anstatt der Bordkarte wurde der QR-Code der Eintrittskarte gescannt. Am Eingang gab es zudem ein „Corona-Necessaire“: ein Klarsichtbeutel mit Desinfektionstüchern, Maske und Schreibblock. An den Tischen im Tagungsraum fand sich der Hinweis, dass diese frisch desinfiziert sind.

Die Fachausstellung wirkte im Großen und Ganzen wie gewohnt, allerdings waren die Abstände zwischen den 56 Messeständen etwas großzügiger als in der Vergangenheit. Jeder Aussteller ging anders mit den Vorgaben um: mal trugen die Firmenvertreter Mund-Nasen-Schutz, mal gab es Plexiglasscheiben, mal Absperrbänder, um Abstände beziehungsweise Schutzmaßnahmen einzuhalten.

Außerdem rüstete der VDIV während der Tagung digital auf: Das Programm, Infos zu Referenten etc. wurden in die App „Eventool“ gepackt, die Vortragsfolien hier hochgeladen. Das Tool bot außerdem die Möglichkeit, sich mit Ausstellern und Teilnehmern zu vernetzen. Der Austausch von Visitenkarten war verpönt. Zudem wurden darüber Push-Nachrichten mit Hinweisen zu Ausstellern, Gewinnspielen etc. an die Teilnehmer verschickt.

Neben diesen Herausforderungen an die Organisation eines Verbandstages wird die Verwalterbranche allgemein gerade von vielen Neuerungen überrollt. Eine tiefgehende Reform des Wohnungseigentumsgesetzes steht kurz vor dem Abschluss und soll Anfang des Jahres in Kraft treten. Neuregelungen zur Arbeitszeiterfassung, die Unterstützung der statistischen Landesämter beim Zensus sowie die Anforderungen an Milieuschutzsatzungen, Mietendeckel und Mietpreisbremse halten die Branche auf Trab.

Die Pandemie verleiht einem wichtigen Branchenthema neuen Schwung: der Online-Eigentümerversammlung. Hier sieht die Reform des WEG-Rechts, das Wohnungseigentumsmodernisierungsgesetz (WEMoG) Vereinfachungen vor. Eigentümer sollen künftig digital an Versammlungen teilnehmen dürfen. Sie sollen sich einbringen und über Beschlüsse abstimmen können, während sie etwa per Kamera und Mikro zugeschaltet sind. Allerdings steckt die Tücke im Detail (siehe unten). Zumindest dürften nach den Corona-Erfahrungen viele Verwalter angefixt sein und darauf warten, im nächsten Jahr ihre Versammlung digitaler abhalten zu dürfen als aktuell.

Das überarbeitete Gesetz soll zum Jahresanfang in Kraft treten, vorausgesetzt der gesetzgeberische Prozess verläuft ohne Störmanöver. Überraschende Unstimmigkeiten hatte es vor der parlamentarischen Sommerpause gegeben, weil viele Eigentümer durch die Novelle befürchten, mehr Rechte an ihren Verwalter abzutreten. Dieser soll eine Art Geschäftsführer sein und künftig in Eigenregie Verträge mit Handwerkern, Dienstleistern und Kreditgebern abschließen dürfen. Eigentümern, denen das zu weit geht, können allerdings auch beschließen, seine Zuständigkeiten zu begrenzen. An diesem Punkt wird gerade (Stand: Mitte September 2020) nachgebessert. Die vielschichtigen anderen Reformbereiche, auf die im Folgenden eingegangen wird, sind grundsätzlich in trockenen Tüchern.

Die WEG-Reform ermöglicht Eigentümern online an Versammlung teilzunehmen. Gleichzeitig werden dabei einige Formalien vereinfacht: Künftig soll es ausreichen, dass der Verwalter die Einladung in Textform verschickt, also nicht per Briefpost, sondern per E-Mail. Auch das Ausstellen von Vertretungsvollmachten ist künftig als Scan oder Foto, das beispielsweise per E-Mail an den Verwalter zurückgeschickt wird, denkbar. Bevor ein Verwalter gemäß dem neuen WEG-Recht eine Versammlung mit zugeschalteten Eigentümern abhält, sollte er einige Grundsätze beachten.

Weiter > in der nächsten Kompaktausgabe des Immobilien-Profi Nr. 111 ■

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 erscheint zehnmal jährlich. Der Bezugspreis inklusive der Nutzung des Onlinebereichs für ein Jahr beträgt 95,- Euro zzgl. Mwst. Bildnachweise: S. 5 StockAdobe/Thomas Reimer, S. 6 StockAdobe/Martina Berg, weitere Bilder: Archiv, Druck: Silber Druck oHG, 34253 Lohfelden