23. Jahrgang · Ausgabe 112 · ISSN 1433-108X
www.immobilien-profi.com

IMMOBILIEN PROFI

Alles für den schönsten Beruf

MANAGEMENT

Nr. 112

Maklerhandbuch

Nicht einfach, aber machbar

Sinnfrage

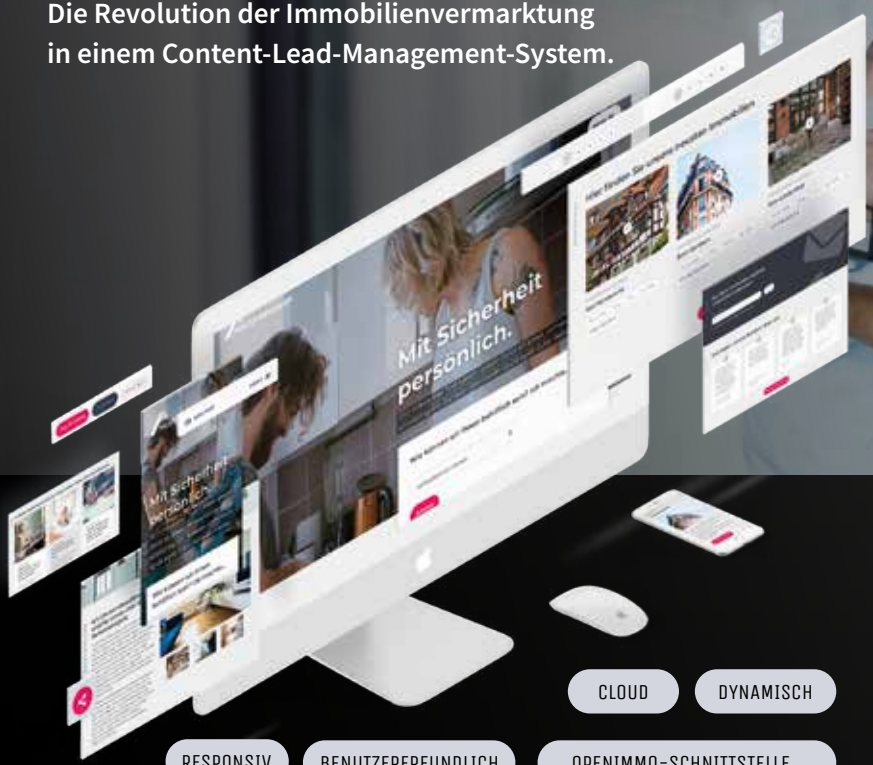
Der Unternehmenszweck

YNFINITE

MAKLER-WEBSITE

DER NEUEN GENERATION

Die Revolution der Immobilienvermarktung in einem Content-Lead-Management-System.



„MEINE WEBSITE IST MEIN DIGITALER VERTRIEBSASSISTENT, SIE GENERIERT LEADS UND IST PERFORMANT."

PEDRO GARCIA – GESCHÄFTSFÜHRER

GARCIA & CO IMMOBILIEN

CLOUD | DYNAMISCH | RESPONSIV | BENUTZERFREUNDLICH | OPENIMMO-SCHNITTSTELLE | CLMS – CONTENT-LEADMANAGEMENT-SYSTEM | CXS – CUSTOMER-EXPERIENCE-SYSTEM

VIELE OUT-OF-THE-BOX-TEMPLATES

Für Objektseiten, Regionenseiten, Dienstleistungsseiten, Anlassseiten, Über uns-Unternehmensvorstellung, News … Zudem werden alle Objektdaten automatisch von Ihrem CRM über Schnittstellen zu onOffice, FLOWFACT u. v. m. in das System importiert und in Websites umgewandelt.

WIR FREUEN UNS DARAUF, SIE KENNENZULERNEN.

HELLO@YNFINITE.COM | +49 (0) 221.82 00 78 23

IHR WEBSITE-PAKET

- 1 individualisiertes dynamisches Website-Theme nach Wahl
- Farbanpassung inklusive
- 12 Templates
- Call-to-Actions
- Kontaktformulare
- Datenschutzlösung
- OpenImmo-Importer
- Zentrale Content-Datenbank
- SEO-Konfiguration
- Online-Onboarding

AB 6.900,00 €
ZZGL. MWST. + LIZENZ 80,00 €/MTL.

MADE WITH YNFINITE

Krebs Immobilier | ROHRER IMMOBILIEN SEIT 1919 | tolle immobilien | WvM IMMOBILIEN

YNFINITE.COM

PROUDLY FEATURED BY NEON BLUE | RE-SHARE | KÖNIGSPUNKT Innovation und Markenbildung | WORDLINER Content · Video · Marketing

Betongold

Viele ältere Menschen verfügen über Immobilieneigentum und finanzieren mit Mieteinnahmen ihre Rente. Doch nicht wenigen wird die Belastung durch die Verwaltung der Liegenschaften zu hoch. Der Verkauf scheint keine Lösung zu sein. Wer möchte schon in diesen Zeiten reale Werte gegen Bankguthaben oder andere Finanzanlagen tauschen?

Die Verrentung des Immobilien-Vermögens dagegen bietet für dieses Dilemma eine geeignete Lösung. Doch dafür müssen mehrere Faktoren zusammenkommen:

Zunächst geht es um fair verhandelte Konditionen zwischen dem Verkäufer und dem neuen Eigentümer. Der eine übernimmt das Betongold, die andere Seite erhält eine regelmäßige Zahlung. Diese Rentenzahlung kann auf mehrere Jahre limitiert (Zeitrente) oder als Leibrente vereinbart werden. Auch Kombinationen aus beiden Varianten sind möglich.

Die regelmäßigen, meist monatlichen Zahlungen an den Verkäufer sind indexiert und damit vor Inflation geschützt.

Behält der Vorbesitzer ein Wohnrecht in der Immobilie, so sollte dieser Mietwert eindeutig bewertet und ebenfalls vor Inflation geschützt sein. Nimmt der Alt-Eigentümer sein Wohn- oder Nutzungsrecht nicht mehr wahr, erhält er dafür den entsprechenden finanziellen Ausgleich.

Als letzte Komponente muss die Rückabwicklung der Transaktion vereinbart werden, wenn der neue Eigentümer mit seinen Zahlungen mehrfach in Verzug gerät. Der Alt-Eigentümer kann die Immobilie somit im Falle eines Falles erneut verwerten.

Damit sind alle notwendigen Komponenten der Immobilienverrentung genannt, nämlich

- faire Bewertung von Immobilienbesitz, eventuellem Wohn- oder Nutzungsrecht und der monatlichen Rentenzahlung inklusive
- Inflationsschutz und
- höchstmögliche Sicherheit für den Verkäufer durch Absicherung mittels Grundbucheintrag und Rückabwicklungsvereinbarung.

Erst durch die Option der Rückabwicklung genießt der Verkäufer regelmäßige Zahlungen, die durch den Immobilienbesitz gedeckt sind, verfügt also indirekt weiterhin über reale Werte.

Da diese Variante bei institutionellen Anbietern kaum möglich ist, sind hier eigentlich die Immobilienmakler gefordert. Die Immobilien-Profis wären in ihrem Element, denn hier kommt einiges zusammen: Beratung der Eigentümer über die Chancen und Risiken, Vermarktung des Immobilieneigentums und Aushandeln der Konditionen. Wer sonst, wenn nicht der Makler, kann diese Aufgabe übernehmen? (Siehe Seite 14).

Doch leider lassen sich viele Makler lieber zum Tippgeber für institutionelle Anbieter degradieren und leiten ihre Kunden an die entsprechenden Anbieter weiter. Dabei nehmen sie nicht nur deutlich weniger Provision (bei weniger Aufwand) ein, sondern tragen ungeachtet dessen die Verantwortung für das langfristige Gelingen des Verrentungswunschs.

Die meisten Verträge der großen Verrentungsanbieter sind lückenhaft Warum sollte man sich daran beteiligen? Ein guter Ruf am Standort ist so schnell ruiniert.

Was finden Sie noch in dieser Ausgabe 112? Maklerkollege Dietmar Theiler hat das Thema Verrentung schon seit Jahren besetzt und informiert Eigentümer regelmäßig über Informationsveranstaltungen. Durch die Pandemie musste er vorzeitig auf Webinare ausweichen und berichtet von seinen Erfolgen.

Schließlich erfahren Sie in unserem Makeln21-Erfahrungsbericht, wie es Pedro Garcia in einem nicht immer einfachen, aber dank seiner Beharrlichkeit erfolgreichen Prozess geschafft hat, vom Angestellten seiner Firma zum echten Unternehmer zu werden – eine wahre Weihnachtsgeschichte, Nachahmung wärmstens empfohlen.

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

Alles für den schönsten Beruf
IMMOBILIENPROFI
23. Jahrgang · Ausgabe 112

Impressum
IMMOBILIEN-PROFI

Herausgeber:
in.media Verlags GmbH, 50670 Köln

Redaktion:
Werner Berghaus, Harald Henkel
Mohrenstraße 1–3, 50670 Köln
Tel. 0221 / 16 80 71-0
Fax 0221 / 16 80 71-29
E-Mail: redaktion@immobilien-profi.de
www.immobilien-profi.com

Beiträge von:
Achim Amann, Peter Arndt, Werner Berghaus, Harald Henkel, Bernhard Hoffmann, Peter Holzer, Ralf Schwarzhof, Michael Sudahl, Franck Winnig

Namentlich gekennzeichnete Beiträge entsprechen nicht unbedingt der Meinung der Redaktion.

Layout/Herstellung:
Britta Wilken

Auflage:
10.000 Exemplare, IP erscheint 10-mal jährlich, als Magazin (4x) und als Kompaktausgabe (6x)

Vertrieb/Anzeigen:
in·media Verlag
Tel. 0221 / 16 80 71-20
Fax 0221 / 16 80 71-29

Erscheinungsweise:
IP erscheint 10-mal jährlich, als Magazin (4x) und als Kompaktausgabe (6x)
Der Bezugspreis – inklusive der Nutzung des Onlinebereichs – für ein Jahr beträgt 95,- Euro zzgl. Mwst.

Bildnachweis:
Titel: bestpixels – stock.adobe.com, S. 6 ff. colourbox.com, 123rf.com, stock.adobe.com, DAS WEISSE BUERO, S. 22 pict rider – stock.adobe.com, S. 26 Hans-Joerg Hellwig – stock.adobe.com, S. 28 Peter Milto – stock.adobe.com, S. 32, fotogestoeber – stock.adobe.com, S. 36 DiegoCalvistock.adobe.com, S. 39 Mathias Weil – stock.adobe.com, S. 44 mojolo – stock.adobe.com, weitere Bilder: Archiv

Druck:
Silber Druck oHG, 34253 Lohfelden

Bitte vorher lesen!

Alle Beiträge in dieser Ausgabe sind nach der Matrix der MakeIn21-Systematik organisiert.

MAKEIN 21	EGW	AGW	LEB	MGM	FHG	MKT	FIN
Strategien	●	●	●	●	●	●	●
Prozesse	●	●	●	●	●	●	●
Tools / Vorlagen	●	●	●	●	●	●	●
Kennziffern	●	●	●	●	●	●	●
Definitionen	●	●	●	●	●	●	●

Die Akquise spielt sich in den grün gekennzeichneten Bereichen EGW (Eigentümer-Gewinnung) und AGW (Auftragsgewinnung) ab. Dem folgt die Vermarktung der Immobilie in der LEB (Leistungserbringung). Die weiteren Unternehmensbereiche MGM (Management), FHG (Führung), MKT (Marketing) und FIN (Finanzen) sind selbsterklärend. Jedem Unternehmensbereich sind weiterhin noch Strategien, Prozesse, Tools / Vorlagen, Kennziffern und Definitionen untergeordnet. Auf die einzelnen Unternehmensbereiche wird in jedem Kapitel gesondert eingegangen.

EGW – Eigentümergewinnung
Um Kunden zu gewinnen, muss jedes Unternehmen zunächst Interessenten aufbauen. Auch die Akquise eines Maklers ist ein zweistufiger Ablauf, bei dem zunächst Kontakte zu Eigentümern aufgebaut werden, dies ist die Eigentümer-Gewinnung. In der EGW geschieht dies über unterschiedliche Medien wie z.B. Flyer, Imagebroschüren, Veranstaltungen oder das Internet. Wenn es zum ersten persönlichen Kontakt kommt, aktiv oder passiv aus Maklersicht, startet die Auftragsgewinnung (AGW).

LEB – Leistungserbringung
Die erfolgreiche Vermarktung oder Vermietung der Immobilie ist das Versprechen des Maklers an den Eigentümer. Der Verkauf heißt deshalb Leistungserbringung, auch um eindeutig festzulegen, dass nur der Eigentümer der Kunde des Maklers ist.

MGM – Management
Aufgaben des Managements sind die positive Entwicklung des Unternehmens sowie die Systematisierung des Unternehmens über Arbeitsanweisungen und Prozessdokumentationen.

FHG – Führung
Die Mitarbeiter eines Unternehmens, ihre fachlichen und kommunikativen Fähigkeiten, entscheiden maßgeblich über den Erfolg eines Unternehmens. Da Mitarbeiter i.d.R. die höchsten Kosten verursachen, ist es von entscheidender Bedeutung, dass die richtigen Mitarbeiter eingestellt und ihre Fähigkeiten optimal genutzt werden. Die Systematisierung der Führung bedarf der schriftlichen Dokumentation von Führungsgrundsätzen, Rollenbeschreibungen und eines Prozesses für die Rekrutierung von Mitarbeitern.

EGW – Eigentümergewinnung

11 Profi-Tipps für erfolgreichen Markenaufbau in Facebook & Instagram
Mit diesen 11 Profi-Tipps für erfolgreichen Markenaufbau in Facebook & Instagram festigen Immobilienmakler Ihre Marke im Internet und gewinnen neue Klienten. Von Franck Winnig . . . 6

Immobilienverrentung DIGITAL (1)
Wer heute effizient arbeiten will, kommt weder um die Themen Automatisierung und Digitalisierung noch um die digitale Transformation herum. Von Ralf Schwarzhof . . . 14

Ist digital besser?
Das Thema Verrentung steht bei vielen Eigentümern hoch im Kurs. Nicht zuletzt deswegen setzen Makler wie Dietmar Theiler bereits seit Jahren auf Informationsveranstaltungen. Von Harald Henkel . . . 17

LEB – Leistungserbringung

Topvermietete Microappartements im Corona-Jahr
Preisgekröntes DGHR-STAR-Projekt in Düsseldorf unterstreicht die Wirkung gezielter Vermietungseinrichtung . . . 20

MGM – Management

„Was ist der Zweck des eigenen Unternehmens?“
Makler Pedro Garcia ist so etwas wie ein Musterfall für das System Makeln21. Seit 2006 hat er konsequent immer weniger im, sondern mehr und mehr am Unternehmen gearbeitet, das er mittlerweile nur noch sporadisch berät. . . . 22

Das Maklerhandbuch, nicht einfach, aber machbar
Jedes Maklerunternehmen erreicht früher oder später den kritischen Punkt: So wie bisher kann es nicht weitergehen. Der weitere Erfolg des Unternehmens hängt dann entscheidend davon ab, wie die Geschäftsführung mit dieser Erkenntnis umgeht. Von Peter Arndt . . . 25

„Veränderung beginnt mit Verunsicherung“
Fazit eines Maklers nach dem Coaching: Deutlich verbesserte Lebensqualität. Von Michael Sudahl . . . 28

FHG – Führung

Führung stirbt nicht
Warum Mut und Entschlossenheit das Überleben Ihres Unternehmens sichern. Von Peter Holzer . . . 32

Rubriken

Editorial
Betongold . . . 3

Tipp: Immpuls
Klare Kante für Ihren Verkaufserfolg . . . 34

Andere Länder, andere Sitten
Australien (2) Von Harald Henkel . . . 36

Märkte
Mallorca: Insel der glückseligen Makler? Von Bernhard Hoffmann . . . 39

Branchenbuch . . . 41

Märkte
Jenseits der Boom-Städte. Von Bernhard Hoffmann . . . 43

Tipps für Mitglieder und Abonnenten
Neues und Bewährtes beim IMMOBILIEN-PROFI . . . 47

Kolumne
Das neue Maklerrecht. Von Achim Amann . . . 49

11 Profi-Tipps für erfolgreichen Markenaufbau in Facebook & Instagram

Franck Winnig

Mit diesen 11 Profi-Tipps für erfolgreichen Markenaufbau in Facebook & Instagram festigen Immobilienmakler Ihre Marke im Internet und gewinnen neue Klienten.

Auch wenn Sie vielleicht im Privatleben die Sozialen Medien scheuen mögen, für Ihr Maklerunternehmen sind Facebook und Instagram eine günstige oder sogar kostenlose Möglichkeit, lokal bekannter zu werden und auf „Einkaufstour" zu gehen.

Auf beiden Plattformen können Sie die Besucherzahlen Ihrer Unternehmens-Homepage ankurbeln, indem Sie einzelne Objekte oder Ratgeber-Artikel anpreisen und somit Interessenten über Facebook oder Instagram auf Ihre Webseite leiten. Allerdings müssen Sie am Ball bleiben und sich in regelmäßigen Abständen mit neuen Posts in Erinnerung rufen. Wie Sie es richtig machen, zeigen wir Ihnen mit unseren 11 Profi-Tipps für einen erfolgreichen Markenaufbau auf Facebook und Instagram. Besonders bei Facebook suchen Nutzer nach Unternehmen, die sie

Renate Weber Immobilien verkauft nach eigenen Angaben sehr gut über die lokalen Facebookaktivitäten. Zeitaufwand: 4 Stunden pro Monat.

Immobilie reserviert oder verkauft: Proof of concept. Am besten mit der Meldung der Vermarktungsdauer.

gerade interessieren oder deren Produkte von Nutzen sein könnten. Dort haben Sie die Möglichkeit, durch Ihre Beiträge und Firmenpräsentation Interesse zu wecken und Vertrauen zu schaffen.

Charity-Aktion von Renate Weber

!!

Je mehr „Likes“ Ihre Geschäftsseite auf Facebook erhält, desto „wichtiger“ erscheinen Sie.

1. Unternehmens-Profil auf Facebook anlegen: Wichtig bei dem Erstellen eines Unternehmensprofils ist, dass Sie Ihr privates Facebook-Profil von dem Ihres Unternehmens getrennt halten. Legen Sie deshalb eine Unternehmensseite an. Es wird Ausnahmen geben, die wir Ihnen in den nachfolgenden Punkten erläutern werden. Sie benötigen ein Privatprofil, um eine Geschäftsseite erstellen zu können. Achten Sie hier darauf, dass die Angaben sowohl in ihrem Privatprofil als auch auf der Unternehmens-Seite übereinstimmen, da Facebook die Seite sonst als „Fake“ einstufen könnte. Eine genaue Anleitung zum Erstellen einer Unternehmens-Seite finden Sie bei Facebook unter facebook.com/business/help.
Wählen Sie einen Namen für Ihre Page aus, der exakt dem entspricht, wie Sie sich auch außerhalb von Facebook & Co. Präsentieren. Denn dieser stellt einen wichtigen Wiedererkennungswert dar. Nutzen Sie als Profilfoto Ihr Logo und laden Sie ein professionell wirkendes Cover-Foto hoch. Am besten verwenden Sie auf allen Plattformen die gleichen Bilder, möglicherweise von der Startseite Ihrer Homepage, um wiedererkannt zu werden. Verfassen Sie eine kurze, aussagekräftige Beschreibung Ihres Unternehmens und füllen Sie alle Felder aus, insbesondere wie man Sie kontaktieren kann und die Adresse Ihrer Webseite. Stellen Sie sich in einem ersten Beitrag kurz vor.
Haben Sie die Seite komplett ausgefüllt, ein paar schöne Bilder hochgeladen (bitte professionelle Bilder, nicht nur Handybilder in schlechter Qualität und auch nur welche, die mit Ihrem Unternehmen zu tun haben) und den ersten Willkommens-Post erstellt, laden Sie Ihre Freunde ein, die Seite zu liken. Je mehr „Likes“ Ihre Geschäftsseite auf Facebook erhält, desto „wichtiger“ erscheinen Sie.

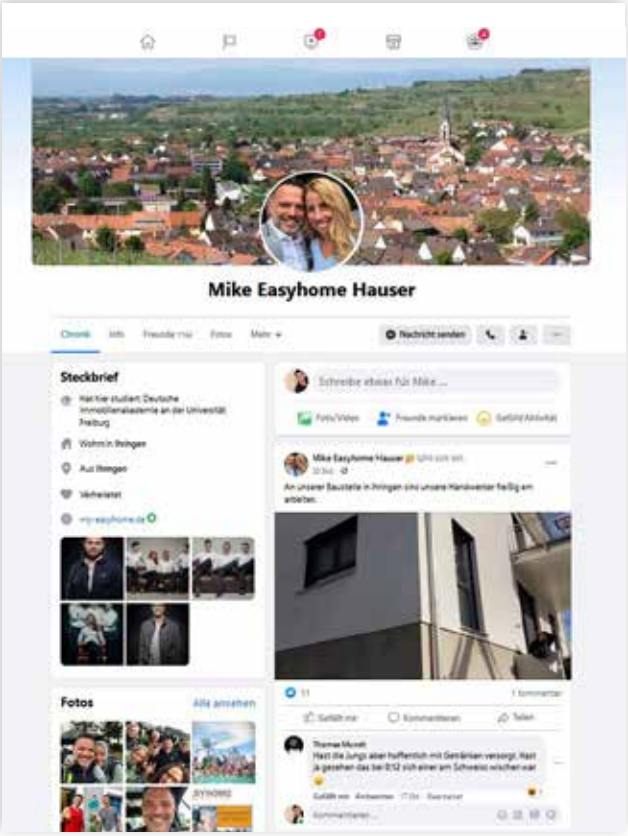
2. Warum sollten Sie lokalen Gruppen beitreten? Lokale Facebook-Gruppen bieten eine hervorragende Möglichkeit, direkt Neukunden zu finden. Als Scharbeutzer Makler würde ich zum Beispiel der Facebookgruppe „We love Scharbeutz“ mit 12.000 Mitgliedern beitreten. Welche Gruppen von →

Suchen Sie in Ihrem Ort und der Umgebung lokale Gruppen und bewerben Sie sich beim Administrator mit ein paar netten Worten. Je mehr Mitglieder, desto netter!

!!

Es gibt auch Orte ohne private Gruppen. Hier lohnt es sich vielleicht, selbst eine Gruppe zu eröffnen, die sich mit dem regen Austausch rund um den Ort oder die Region beschäftigt.

Relevanz sind, hängt nicht nur vom Zweck der Gruppe (also das Thema) ab, sondern auch von der Anzahl der Gruppenmitglieder. Oft gibt es aber schon Gruppen: Ich habe gerade Recherchen für die Facebook-Aktivitäten eines Nürnberger Makler gemacht und für ihn die Seite „Wohnungsmarkt Nürnberg und Umgebung“ gefunden, in der er über 35.000 Mitglieder erreichen kann!
Immobilienmakler Mike Hauser aus Ihringen ist sehr aktiv in Facebook und hat (ohne Anzeigen zu schalten) gute Erfahrungen gemacht: „Die öffentlichen Seiten der Gemeinden erlauben in der Regel keine Eigenwerbung, die sind sehr streng und man sollte das vorher absprechen, bevor man dort einfach einen Post absetzt. Wenn man ein bisschen sucht, findet man aber eben die regionalen Gruppen, bei denen man sich am besten vorher dem Administrator kurz vorstellt, wenn man die Mitgliedschaft beantragt. Der muss Ihre Posts in der Regel sowieso genehmigen.“ Achten Sie jedoch schon im Vorfeld darauf, ob die Gruppe Immobilienmaklern erlaubt, sich dort zu präsentieren. Stellen Sie sich zudem immer gut mit den Admins der Gruppe, indem Sie deren Beiträge liken und am besten auch kommentieren.
Es gibt auch Orte ohne private Gruppen. Hier lohnt es sich vielleicht, selbst eine Gruppe zu eröffnen, die sich mit dem regen Austausch rund um den Ort oder die Region beschäftigt. Wenn man Glück hat und die Plattform anfangs nicht direkt mit Werbung füllt, sondern mit News und schönen Fotos aus der Region, wird man wahrscheinlich bald mit vielen Mitgliedern belohnt, die dort wohnen … oder Urlaub machen. →



Die Firma EASY HOME aus Ihringen postet neben den Hausvideos vor allem auch private Aktivitäten aus der regionalen Umgebung.

Eigenwerbung: Wir kaufen Ihr Grundstück von Mike Hauser

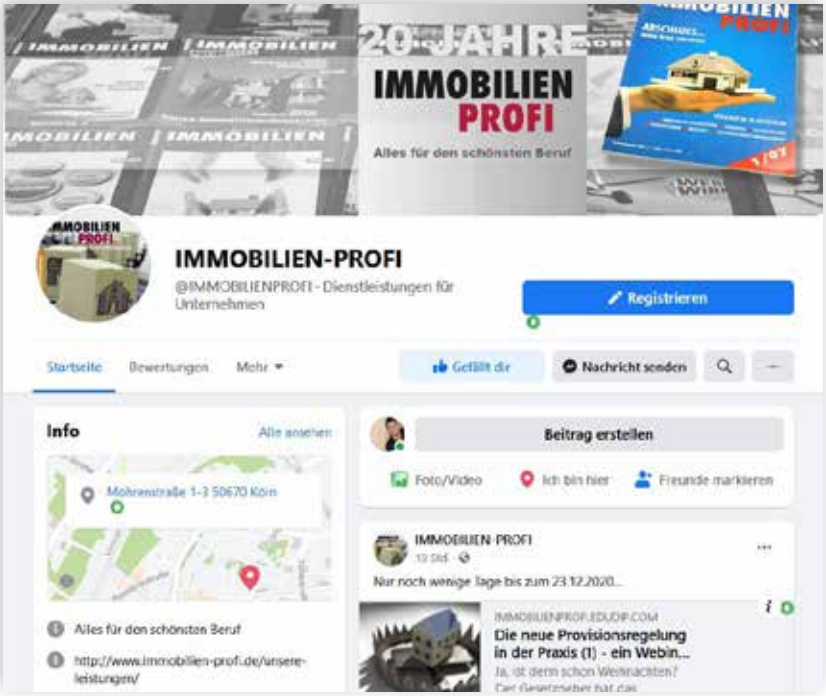
ENTWICKELN SIE MIT UNS DEN MARKT VON MORGEN.

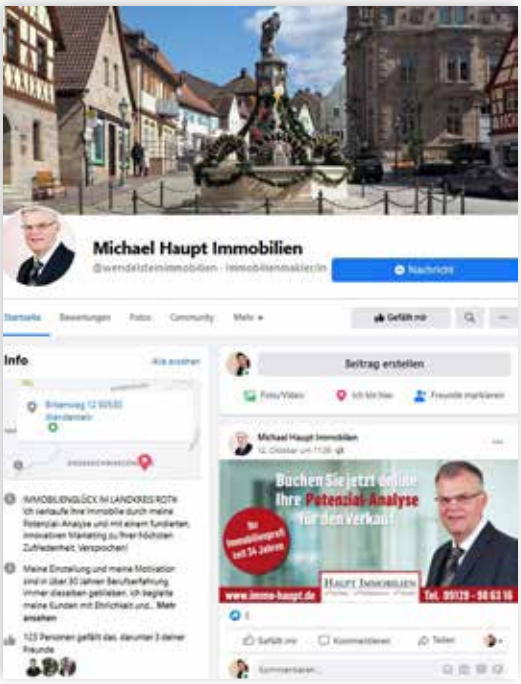
WirtschaftsHaus und WI-IMMOGroup sind jetzt Carestone. Seit 20 Jahren planen, bauen und vermarkten wir erfolgreich Pflegeimmobilien als sichere und renditestarke Kapitalanlage. Wir sind die überzeugende Plattform in einem dauerhaft wachsenden Markt – gemeinsam mit unseren Partnern: Betreibern, Projektentwicklern, Bauunternehmern und Vertriebspartnern.

Seien Sie dabei: **carestone.com**

CARESTONE
Senior Living Invest

Gern gesehen:
Facebook-Auftritt des IMMOBILIEN-PROFI





Nachdem Michael Haupt aus Wendelstein bei Nürnberg zuvor nur den privaten Account mit Freunden füllte, versucht er nun die über 1.000 Freunde auf sein Makler-Profil zu ziehen. Grund: Viele Likes der Freunde machen seine Beiträge für Facebook wertvoller

Potenzialanalyse statt Bewertung: Neue Kampagne aus dem Hause DAS WEISSE BUERO mit Terminbestätigung in Echtzeit

!!

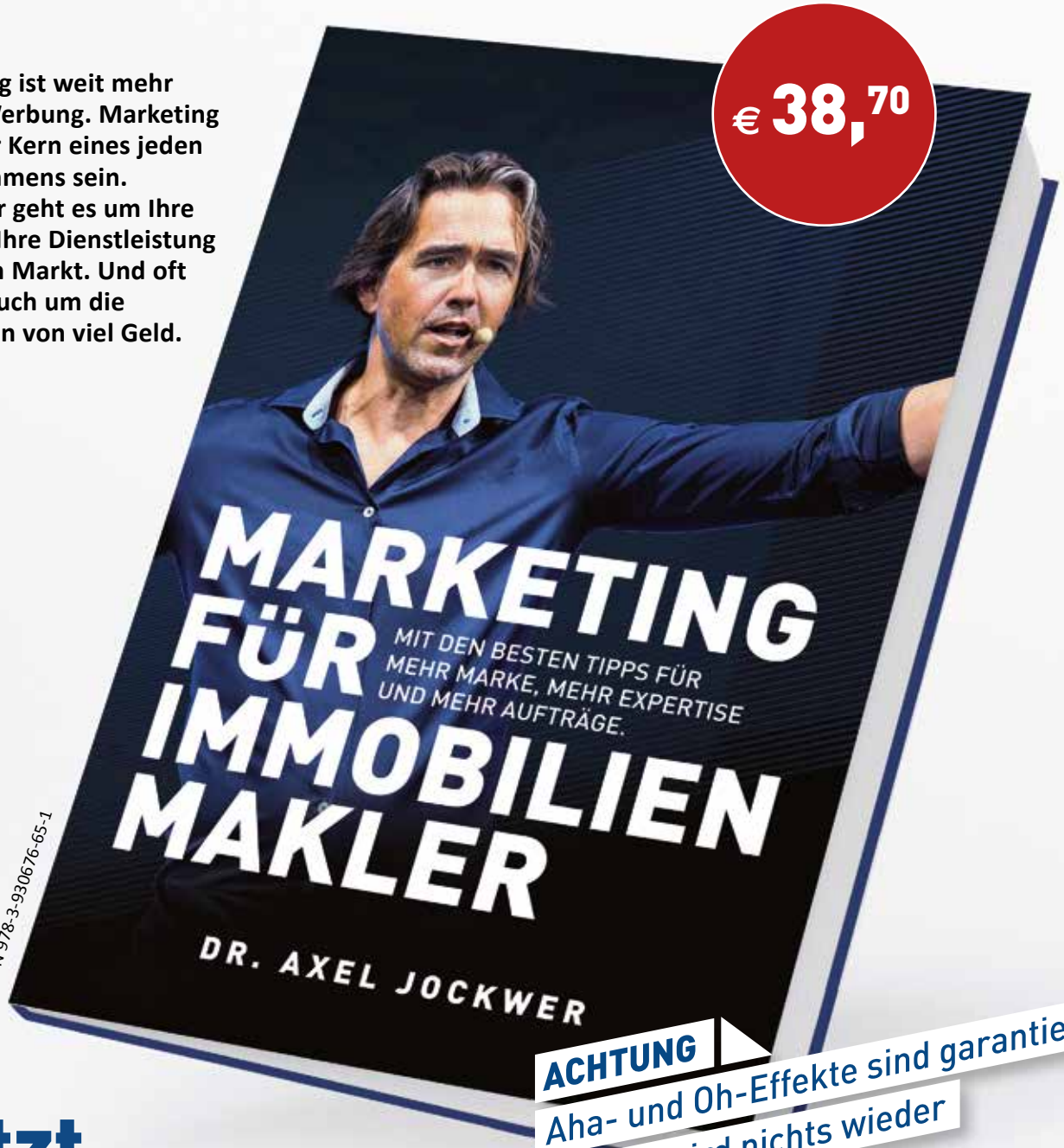
Bilder, die eine gute Qualität aufweisen und aussagekräftig sind, kommen immer gut an. Versuchen Sie, Emotionen hervorzurufen.

3. Welche Beiträge sind sinnvoll? Posten Sie auf Ihrer Facebook-Page Immobilien, die zum Verkauf stehen, um nicht nur potenzielle Käufer zu finden, sondern auch den Eigentümern damit zu zeigen, dass Sie sich aktiv um den Verkauf kümmern. Die Bilder müssen professionell und ansprechend sein, einen kurzen, einprägsamen Text haben und ein Link zu Ihrer Webseite mit mehr Informationen darf natürlich auch nicht fehlen.
Verlinken Sie in Posts auf Ihre Blog-Ratgeber zu Sachthemen wie z. B. Scheidungsimmobilie, Immobilie im Alter oder Tipps für den Verkäufer. Ganz wichtig sind auch aktuelle Themen, zum Beispiel wie Besichtigungen in Corona-Zeiten stattfinden sollten.
Achten Sie immer darauf, dass der Text in Ihren Beiträgen kurz und aussagekräftig ist und lediglich dazu anregt, mehr erfahren zu wollen. So leiten Sie Interessenten auf Ihre Webseite, auf der diese mehr Informationen finden können.
Posten Sie auch kurze Videos zu interessanten Sachthemen. Wir produzieren z. B. spannende Interviewvideos zu Ratgeberthemen mit unseren Maklern. Dazu erhalten unsere Makler vorher ein Interview-Skript zu einem Thema und werden von mir interviewt. Das ist gar nicht teuer, die Videoproduktion inkl. Schnitt und Videotafel liegt bei rund 275 Euro pro Video.
Auch wenn Sie an sich keine Privatangelegenheiten auf Ihrer Geschäfts-Seite posten sollten, so gibt es dennoch ein paar Ausnahmen. Zeigen Sie Ihrer Interessentengruppe, dass Sie ein Lokalmatador sind und geben Sie auch mal eine Empfehlung für ein besonders gutes Restaurant. Wenn Sie ein Bild posten, achten Sie darauf, dass Sie keinen Alkohol zeigen, machen Sie keine unprofessionellen „Faxen“ und achten Sie immer auf eine gute Qualität des Bildes.
Besonders geeignet sind Fotos und lokale Informationen über Wanderungen, Fahrradtouren oder auch Geschäfte wie Gartencenter. All das eben, was Heimbesitzer im Alter 45+ in der Gegend interessieren könnte.

4. Was macht einen guten Post aus? Bilder, die eine gute Qualität aufweisen und aussagekräftig sind, kommen immer gut an. Versuchen Sie, Emotionen hervorzurufen. Ja, es klingt wie ein Klischee, doch die Zielgruppe 45+ liebt Sonnenauf- und -untergänge. Versuchen Sie, den Text kreativ zu gestalten, denn Humor kommt immer gut an.
Ich selbst war vorher nie Facebook-Fan, mache leider dort →

Der „Aha-Effekt“ im Marketing

Marketing ist weit mehr als nur Werbung. Marketing sollte der Kern eines jeden Unternehmens sein. Denn hier geht es um Ihre Kunden, Ihre Dienstleistung und Ihren Markt. Und oft geht es auch um die Investition von viel Geld.



ACHTUNG
Aha- und Oh-Effekte sind garantiert. Danach wird nichts wieder wie früher sein.

Jetzt bestellen!

Online unter www.IMMOBILIEN-PROFI.de/shop

Telefonisch unter Fon: (0221) 168071-24
oder per Fax: (0221) 168071-29
Versand nur innerhalb Deutschlands!

in·media Verlag & AV-Produktion GmbH
Mohrenstraße 1-3, 50670 Köln

Ja, ich möchte ____ Exemplare zum Preis von je 38,70 Euro bestellen. Rechnung und Lieferung bitte an:

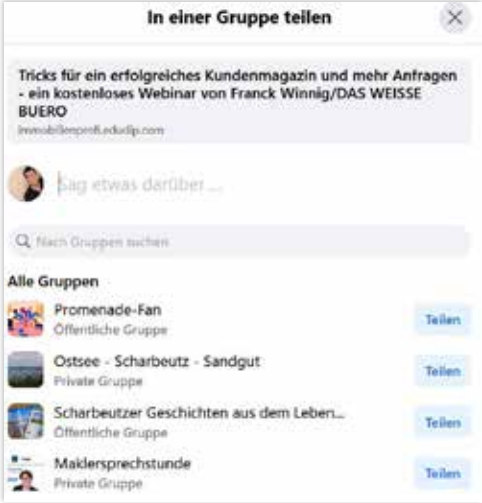
Name

Firma

Adresse/Stempel

Unterschrift

Beitrag teilen:
Nehmen Sie eigene und fremde Beiträge und teilen Sie sie in den lokalen Gruppen.



selbst manchmal viel zu wenig. Ich habe, um mich mit diesem Thema zu beschäftigen, die Facebookseite eines Restaurants in Scharbeutz für zwei Monate aufgebaut und betreut. Witzigerweise war die Meldung „ICH BIN HEUTE ROLLIG“ mit dem Angebot für Roulade (und das im Sommer) der Hit! Sie erreichte 3.892 Personen statt wie sonst durchschnittlich 700. Im Vergleich: Ein Post, den wir in Facebook mit 100 Euro bewarben, erreichte gerade einmal 1.900 Menschen.

5. Wann ist der richtige Zeitpunkt für einen Post?
Es ist eine regelrechte Wissenschaft, wann die beste Zeit ist, um auf Facebook zu posten. Unsere Erfahrung zeigt jedoch, dass dies auch ganz auf die Zielgruppe und das Thema ankommt. Laut Untersuchungen werden Posts am meisten von Montag bis Freitag zwischen 12 und 15 Uhr und am Wochenende zwischen 12 und 13 Uhr angeklickt. Wir empfehlen Ihnen, es einfach mal auszuprobieren. Auch morgens beim Frühstück oder abends nach dem Abendessen kann eine gute Zeit sein. Sie werden schnell merken, zu welcher Zeit Sie die meisten Rückmeldungen bekommen.

Maklerin Christiane Waschkies aus Fuchstal postet mindestens einmal die Woche, gibt sich in Facebook dabei auch sehr privat und erntet dafür viele Likes. Neue Angebote bewirbt sie mit kleinen Videos aus der Wohnung.

6. Warum sollten Sie auch externe Quellen posten? Es wird gerne gesehen, wenn Sie Beiträge, Artikel oder Webseiten teilen, die nicht von Ihnen stammen. Damit unterstreichen Sie Ihre Kompetenz und zeigen, dass Ihr Wissen nicht von „irgendwoher“ kommt. Achten Sie jedoch darauf, dass es sich immer um offizielle Quellen handelt, um zu vermeiden, dass Sie eventuell Fake-Nachrichten teilen. Politik und eigene Meinungen sollten Sie immer vermeiden. Teilen Sie beispielsweise wichtige Gesetzesänderungen im Bereich Immobilien-Erbschaft eines renommierten Rechtsanwaltes oder einen Beitrag der Deutschen Bundesregierung zum Thema. Es bietet sich zudem auch an, einen lokalen Notar zu teilen, den Sie gut kennen und schätzen.

7. Wie teile ich interessante Beiträge? Wie genau das Teilen eines Beitrages auf Facebook funktioniert, sehen Sie

Franck Winnigs persönlicher Post-Erfolg: Ich bin heute rollig. Die Resonanz können Sie im Firmenprofil detailliert abrufen. Hier sind es 3.770 Personen, die er mit dem Restaurant-Post für den Kunden erreichte., 267 Klicks, 161 Fotoaufrufe, 14 Kommentare und 4 x wurde der Beitrag geteilt. Kosten? Nix! Erfolg? Rinderrouladen an diesem heißen Sommertag ausverkauft! Winnig: „Das Ganze war als Gag gedacht, um Facebook zu testen."

Der Autor

Franck Winnig ist Autor und Inhaber der Ideenschmiede DAS WEISSE BUERO. Der Kreativkopf arbeitete für Publikums-Magazine wie Elle, Brigitte, Bunte, Focus oder Stern; seit 2006 macht er sich innovative Gedanken für das Immobilienmarketing. Diesen Artikel schrieb er zusammen mit seiner Kollegin ANDREA CRAMER, die sich als Fachfrau für Social Media mit großer Leidenschaft diesem Thema widmet.

!! Mit steigendem Know-how wird dieses Tool lediglich ca. 20 Minuten pro Tag benötigen, um Ihre Marke zu pflegen und potenzielle Klienten anzusprechen.

auf den Bildern und den Help-Seiten von Facebook. Teilen Sie hauptsächlich als Unternehmen auf Ihrer Geschäfts-Seite. Allerdings kann es in bestimmten Fällen persönlicher wirken, wenn Sie auch einmal als Privatperson Inhalte teilen. Achten Sie hier jedoch darauf, dass Ihre Privatposts auch privat sind, sodass nicht jeder Ihre privaten Posts sehen kann, wenn er auf Ihr Profil klickt.
In Gruppen sollten Sie zudem überwiegend als Privatperson auftreten, da gewerbliche Seiten oft nicht so gerne gesehen werden. Sie können dort jederzeit Ihre Facebook-Page teilen, sollte jemand Interesse verkünden oder auf der Suche sein. Teilen Sie Ihre Unternehmens-Posts ruhig auch auf Ihrem Privatprofil mit Ihren Freunden, dies jedoch auch nur in Maßen.

8. Was ist eine Facebook-Story und welchen Vorteil hat sie? Der Vorteil einer Facebook-Story ist, dass diese bei jedem Nutzer, der Ihrer Seite folgt, ganz oben erscheint. Diese Option lohnt sich allerdings nur, wenn Sie schon einige Likes haben. Erstellen Sie entweder unabhängige Stories oder teilen Sie Ihre Beiträge auch als Story.

9. Warum sollten Sie die Beiträge anderer kommentieren? Kommentieren Sie positive Beiträge anderer, um sichtbar zu werden. Achten Sie darauf, dass Sie sich nicht in Diskussionen verwickeln, in denen Sie Ihre Meinung kundtun. Dies kann negativ bewertet werden. Denken Sie daran: Als Facebook-Page sind Sie eine Marke, die Ihr Unternehmen repräsentiert und keine Privatperson.
Es eignen sich Antworten auf Fragen in Gruppen, wie beispielsweise „Sind zu Besuch in Dresden, kann mir jemand einen Tipp für ein italienisches Restaurant geben?". Kommentieren oder liken Sie auch Beiträge lokaler Firmen, Handwerker, Friseure, Restaurants. Bleiben Sie dabei stets professionell, freundlich und hilfreich.

10. Lohnen sich Facebook-Anzeigen? Ob sich eine Facebook-Anzeige für Sie lohnen kann, zeigt am besten ein Testlauf. Setzen Sie einen geringen Betrag von 25 Euro ein und bewerben Sie einen Beitrag. Wichtig ist, dass Sie die Zielgruppe richtig auswählen und dafür ein neues Profil anlegen. Ich persönlich habe aber mit beworbenen Einträgen nur wenig Resonanz erreicht: Die Werbung für einen Hausverkauf in Horstmar (ein Gebiet, in dem ich nicht wohne und das ich deshalb bewarb, Zielgruppe Menschen im Alter 35-48 Jahren, wohnhaft in Horstmar plus 200 km), brachte laut Facebook angeblich 1.092 Aufrufe, uns aber keine einzige Anfrage. Sie können das testweise versuchen und Ihre eigenen Erfahrungen machen. Ich höre von unseren Kunden jedoch, dass Facebook-Teaser mit einem Link auf den unternehmenseigenen Blog deutlich mehr bringen als bezahlte Werbung.

11. Wie funktioniert dies auf Instagram? Instagram eignet sich für Makler weniger als Verkaufsinstrument, sondern vielmehr dazu, Ihre Arbeit und Ihr Können anzupreisen. Stellen Sie Ihr Team vor, gewähren Sie einen Einblick in den Alltag oder halten Sie besondere Momente fest wie Jubiläen Ihres Unternehmens oder von Mitarbeitern. Themen können dann zum Beispiel das 10-jährige Firmenjubiläum, ein Interview, das Sie gegeben haben oder auch Ihr lokales Engagement für einen guten Zweck sein.

Fazit

Facebook ist eine hervorragende Möglichkeit, um sich einen lokalen Namen zu machen, gesehen und vor allem gefunden zu werden – und das ganz kostenlos! Anfangs wird dies einiges von Ihrer Zeit in Anspruch nehmen. Doch mit zunehmender Erfahrung und steigendem Know-how wird dieses Tool lediglich ca. 20 Minuten pro Tag benötigen, um Ihre Marke zu pflegen und potenzielle Klienten anzusprechen. ■

Immobilienverrentung DIGITAL (1)

Ralf Schwarzhof

Der digitale Wandel ist nicht aufzuhalten. Wer heute effizient arbeiten will, kommt weder um die Themen Automatisierung und Digitalisierung noch um die digitale Transformation herum. Das gilt insbesondere für Geschäftsbereiche, die nicht zur eigenen Kernkompetenz gehören. Die Immobilien-Verrentung ist so ein Bereich. Er zählt nicht zur Kernkompetenz eines Maklers, gehört aber trotzdem ins Portfolio eines jeden Maklerunternehmens.

Um die digitale Transformation im Bereich Immobilienverrentung zu verstehen, müssen die Berührungspunkte und Abgrenzungen von den Aspekten der Digitalisierung und der Automatisierung unterschieden werden.

Herausforderung 1: Verrentungs-Möglichkeiten prüfen und berechnen Christian Civello, der Geschäftsführer von AKZEPTA Immobilen, bietet seit vielen Jahren interessierten Immobilieneigentümern Beratungen zum Thema Immobilienverrentung an. Dabei ist die erste Frage der Eigentümer eigentlich immer: „Welche Möglichkeiten gibt es und wieviel Rente bekomme ich für meine Immobilie?“ Um diese Frage zu beantworten, mussten nun manuell die Möglichkeiten auf Basis der individuellen Gegebenheiten (Immobilienwert, Alter der Eigentümer, Restschulden usw.) geprüft und aufwendige Berechnungen angestellt werden. Nachdem das Ergebnis mit den Eigentümern besprochen ist, kommen häufig weitere Fragen (kürzere Laufzeiten, höhere Einmalzahlung usw.) auf. In der Folge beginnen die Berechnungen von vorne. Ein aufwendiger und oft nervenaufreibender Prozess, der noch dadurch erschwert wird, dass kaum jemand weiß und versteht, wie eine Verrentung berechnet wird.

Lösung: Immobilienverrentung automatisieren Christian Civello und viele andere Maklerunternehmen nutzen daher den Service von LEIBRENTEN-BOERSE.de, um diese Prüf- und Berechnungsprozesse und sogar die Akquise von Verrentungs-Interessenten zu automatisieren. Der Verrentungsrechner auf der eigenen Homepage („Wie viel Rente steckt in meiner Immobilie?“) generiert Anfragen und leitet diese automatisch in den internen Bereich des Maklers weiter. Die hinterlegte Datenbank prüft nun die Möglichkeiten des Interessenten und zeigt die Berechnungsergebnisse nach nur einem Klick in Echtzeit an. Der Immobilienwert ist doch höher/niedriger? Kein Problem mehr! Neuen Wert eingeben, abspeichern und das neue Ergebnis wird angezeigt. Eine enorme Zeitersparnis für Makler und ein großer Vorteil für die Beratung beim Kunden.

Herausforderung 2: Verrentungs-Beratung Nun ist das Ergebnis zwar sichtbar, aber wie erkläre, wie präsentiere ich das dem Kunden? Wie überzeuge ich einen Interessenten, damit er zum Auftraggeber wird? Ernsthafte Interessenten haben sich mit dem Thema bereits beschäftigt und sich so einen ersten Überblick verschafft. Diese Eigentümer können nur durch neue Fakten und eine kompetente Beratung überzeugt werden. Aber wie soll das gehen, wenn Immobilienverrentung nicht meine Kernkompetenz ist?

Lösung: Immobilienverrentung digitalisieren Die „Digitalisierung der Immobilienverrentung“ geht über die Automatisierung hinaus. Welche Variante bietet welche Möglichkeit, mit welchen Auszahlungen und warum?
Das Ergebnis auf ein Blatt zu schreiben und zu fragen „Wollen Sie das machen?“ wird nicht reichen. Dem Makler müssen digitale Werkzeuge zur Verfügung stehen, mit denen er diese nackten Zahlen und Ergebnisse kompakt, visuell und verständlich dem Eigentümer präsentieren kann. Überzeugen Sie den Eigentümer dann noch mit für ihn neuen Erkenntnissen (Aha-Effekt) und einer kompetenten Beratung, sind Sie einem Verkaufs-/Verrentungsauftrag schon einen großen Schritt nähergekommen.
Als Partner von LEIBRENTEN-BOERSE.de stehen Ihnen genau diese und viele andere Präsentations-Werkzeuge zu Verfügung.
Ohne Vorkenntnisse, mit nur einem Klick, erzeugen Sie eine individualisierte und personalisierte Präsentation der Verrentungsmöglichkeiten: Die Verrentungs-Analyse! Individualisiert, weil sie auf Basis der Vorgaben, Werte und Wünsche des jeweiligen Eigentümers individuell berechnet ist. Personalisiert, weil sie mit allen persönlichen Kontaktdaten des Maklers versehen ist. Mit der Verrentungs-Analyse wird nicht nur die Verrentungs-Berechnung digitalisiert, sondern auch die Verrentungs-Beratung. Auf 17 Seiten werden alle Möglichkeiten geprüft, mit Zahlen belegt und außerdem wertvolle Tipps und Empfehlungen gegeben. So wird eine individuelle Verrentungs-Beratung zum Kinderspiel. Das zeigt Kompetenz und schafft Vertrauen.

Herausforderung 3: Viele Anfragen, wenig Aufträge Nun haben Sie den Interessenten kompetent beraten, das beste Angebot mit der höchstmöglichen Sicherheit vorgestellt, aber der Auftrag lässt trotzdem auf sich warten. Tatsäch-

Der Eigentümer erzählt:
„Ich war Samstag beim Kegeln und habe meinen Freunden erzählt, dass ich verrenten will. Daraufhin hat mein Freund Paul gesagt, dass er einen Artikel gelesen hat und dass das alles Betrüger sind."

Mit dem Verrentungs-Gutachten vor Auftrag Geld verdienen
Bieten Sie das Gutachten Eigentümern kostenpflichtig und mit dem Hinweis an, dass die Schutzgebühr bei einer Auftragserteilung entfällt. Damit trennen Sie die Spreu vom Weizen und filtern die wirklich interessierten Eigentümer heraus. Die Chance, das Gutachten kostenlos zu erhalten, wird Eigentümer zudem anspornen, Ihnen den Verrentungsauftrag schließlich auch zu erteilen. Macht der Eigentümer es, verdienen sie mit der Verrentung die Provision. Macht er es nicht, haben sie immerhin die Gebühr für das Gutachten als Aufwandsentschädigung. So oder so: Sie verdienen Geld.
Ein weiterer Aspekt ist die Kompetenz, die ein solches Verrentungs-Gutachten vermittelt. Eigentümer werden dankbar und beindruckt sein. Sie können sicher sein: Wenn der Eigentümer seine Immobilie verrenten oder verkaufen wird, dann nur mit Ihnen. Und auch das Alleinstellungsmerkmal ist ein weiterer Vorteil. Nur Partnern der Leibrentenbörse steht dieses Expertenwissen jederzeit auf Abruf zur Verfügung.
Mit diesem neuen Tool haben wir die digitale Transformation der Auftragsakquise weiter optimiert. Partner der Leibrentenbörse können ab sofort automatisiert Verrentungs-Gutachten für interessierte Immobilien-Eigentümer erstellen. Das funktioniert ganz ohne Vorkenntnisse, wie immer datenbankhinterlegt und mit nur einem Mausklick.
In der nächsten Ausgabe lesen Sie den zweiten Teil dieses Beitrags. Darin geht es um die letzte Herausforderung der Immobilienverrentung: Der automatisierten Suche nach dem geeigneten Käufer. Wir digitalisieren den gesamten Verkaufsprozess!

lich ist die sogenannte Konversionsquote, also die Umwandlungsrate von Anfragen zu Interessenten, bei Verrentungsanfragen sehr hoch. Die Konversionsquote von Interessenten in Auftraggeber dagegen bleibt meist gering. Die Herausforderung ist es daher, mehr Interessenten in Auftraggeber zu verwandeln.

Lösung: Die digitale Transformation der Verrentung Nachdem der Prozess der Immobilienverrentung in den letzten Jahren von der LEIBRENTENBÖRSE für Maklerunternehmen automatisiert und digitalisiert wurde, geht es nun nur noch darum, diese Prozesse und Ergebnisse immer weiter zu optimieren. Diese Abläufe strukturell und systematisch zu verbessern nennt man „digitale Transformation". Die „digitale Transformation" ist ein laufender Prozess, der immer wieder den aktuellen Marktgegebenheiten angepasst wird. Bei der Immobilienverrentung werden also Lösungen gesucht, die das zweifelsfrei hohe Interesse der Immobilien-Eigentümer in immer mehr Aufträge für die Immobilienmakler umwandeln. Um aber solche Lösungen zu finden, müssen zuerst einmal die Ursachen des Problems erkannt werden.
Warum tun sich Eigentümer so schwer, ihre Immobilie zu verrenten, obwohl sie es eigentlich wollen?

Angst und Gier bei der Immobilien-Verrentung – zwei wahre Geschichten
Ein Makler aus Gladbeck hat einen Termin bei einem Immobilien-Eigentümer. Mit der Verrentungsanalyse gut vorbereitet ist die Beratung ein voller Erfolg. Die Eigentümer sind begeistert. Der Makler lässt, so wie er es immer macht, den Verrentungsauftrag bei den Interessenten. Diese versichern, ihm den Auftrag in den nächsten Tagen zuzuschicken.
Nach einer Woche, in der nichts passiert war, ruft der Makler an und fragt nach. Der Eigentümer erzählt: „Ich war Samstag beim Kegeln und habe meinen Freunden erzählt, dass ich verrenten will. Daraufhin hat mein Freund Paul gesagt, dass er einen Artikel gelesen hat und dass das alles Betrüger sind."
Der Interessent hat aufgrund einer haltlosen Aussage eines Freundes Angst bekommen. Da half auch keine Erklärung mehr. Der Vertrag kam nie zustande.
Eine zweite Geschichte ist in Düsseldorf passiert. Dort gab es vor einiger Zeit mal wieder ein neues, innovatives und großartiges Verrentungskonzept eines Schweizer Unternehmens. Diese Firma hat mit sehr hohen Rentenzahlungen geworben. Das gelang mit einem bizarren Rechenweg: Vom Immobilienwert wurden erst einmal 70 Prozent als Sicherheit-Abschlag abgezogen. Die restlichen 30 Prozent sollten die Eigentümer nun in einen speziellen Fonds der Firma stecken, der jährlich über 35 Prozent Rendite erwirtschaftet.
„Das kann doch niemand unterschreiben!", werden Sie sagen. Doch! Es gab tatsächlich Eigentümer, die darauf reingefallen sind. Warum? Weil sie so sehr an die hohe Rentenzahlung geglaubt haben, dass sie das Konstrukt nicht hinterfragt haben. Sie wurden gierig und haben sich von einer seriösen Fassade blenden lassen. Mittlerweile gibt es diese Firma nicht mehr. Aber immer wieder kommen selbsternannte Spezialisten auf den Markt, um dann nach einiger Zeit wieder zu verschwinden. Wir machen Immobilienverrentungen seit 21 Jahren und nur die Stiftung Liebenau ist seit dieser Zeit immer noch im Bereich Immobilienverrentung unterwegs.

Welche Lehren ziehen wir aus diesen beiden Geschichten?
Die Urinstinkte Angst und Gier sind auch bei einer Immobilienverrentung ein entscheidendes Kriterium. Es gibt schlichtweg zu wenig Aufklärung. Das Fazit aller Artikel zum Thema Immobilien-Verrentung ist ausnahmslos immer dasselbe: „Es gibt Fallstricke. →

Schauen Sie sich den Vertrag genau an. Passen Sie auf!“ Doch was soll ich anschauen? Wo sind die Fallstricke? Worauf muss ich genau aufpassen? Das steht in keinem einzigen Artikel. Und genau diese Ungewissheit schürt die Angst und Unsicherheit bei demjenigen Eigentümer, der seine Immobilie eigentlich gern verrenten möchte.

> „Es wird empfohlen, die Verträge genau zu prüfen, da es viele unseriöse Anbieter gibt“.

Ein weiterer Punkt ist die Werbemacht einiger Unternehmen. Dort stehen Millionen für Werbekampagnen zur Verfügung. Und die Marketingspezialisten dieser Firmen nutzen dieses Budget geschickt. Auch dazu zwei Beispiele.

Wölfe im Schafspelz sind nicht selten Der selbsternannte Marktführer für die Immobilien-Verrentung wirbt auf seiner Webseite damit, dass im ZDF-Verbrauchermagazin WISO die Immobilienverrentung als Lösung für Senioren vorgestellt wurde, die an Zusatzeinnahmen interessiert sind, aber gleichzeitig in ihrer Immobilie bleiben möchten. Dort steht weiter: „Es wird empfohlen, die Verträge genau zu prüfen, da es viele unseriöse Anbieter gibt“. Damit wird der Eindruck vermittelt, die Leute schützen zu wollen. Würde man allerdings den Vertrag eben dieses Anbieters einmal genau prüfen, müsste man zu der Erkenntnis gelangen, dass man die dort festgelegten Konditionen nicht empfehlen und schon gar nicht unterschreiben kann. Somit ist die eingangs erwähnte Werbestrategie nur eine geschickte Ablenkung von den eigenen Schwächen. Zugegeben: Diese Strategie ist marketingtechnisch nicht nur geschickt, sondern genial. Denn dort wird mit etwas geworben, was man gar nicht bieten kann. Denn im gleichen Betrag empfiehlt die Verbraucherzentrale dringend, ein Rückübertragungsrecht für Immobilien-Verrentungs-Verträge zu vereinbaren. Das wird jedoch vom „Marktführer“ schlichtweg verschwiegen, da er die geforderte Rückfallklausel nicht im Vertrag hat.
Eine ähnliche Strategie verfolgt der selbsternannte „Erfinder des Teilverkaufs“. Gerade um diese Variante der Verrentung ist aktuell ein wahrer Hype entstanden. Dort wirbt man damit, dass der Eigentümer trotz Teilverkaufs „die volle Entscheidungshoheit über die Immobilie behält“. Schaut man sich aber die Notarverträge an, die der Eigentümer unterzeichnen muss, ist das schlichtweg falsch. Die Klauseln, die dort aufgeführt sind, kann eigentlich niemand mit gesundem Menschenverstand unterschreiben.
Einen spannenden Artikel zum Thema Immobilienverrentung hat gerade die Stiftung Finanztest veröffentlicht. Obwohl der Artikel inhaltlich zu den besseren gehört, wurde es auch hier versäumt, auf die risikobehafteten Vertragsklauseln der einzelnen Anbieter einzugehen. Auch hier wird einmal mehr lediglich an der Oberfläche gekratzt, im Ergebnis bleibt bei interessierten Eigentümern und Maklern ein Gefühl der Unsicherheit.

Das VERRENTUNGS-GUTACHTEN kommt Dieser Unsicherheit wirkt die Leibrentenbörse nun noch gezielter mit dem Verrentungs-Gutachten entgegen.
Dieses Verrentungsgutachten erweitert unsere bekannte, ohnehin schon sehr ausführliche 17-seitige Verrentungs-Analyse nochmals deutlich. Auf Basis der gemachten Angaben sieht der Eigentümer folgendes:

1. Alle Verrentungs-Möglichkeiten werden auf Machbarkeit geprüft (Leibrente, Einmalzahlung, Rückmietverkauf, Teilverkauf; alles mit oder ohne Wohnrecht/Nießbrauch).
2. Für jede Verrentungsvariante werden die zu erwartenden Auszahlungen berechnet, sowohl die der gewerblichen wie auch die der privaten Käufer.
3. Für jede Variante wird eine begründete Empfehlung mit Vor- und Nachteilen benannt.
4. Für jede Variante werden die für den Vertrag notwendigen Sicherheiten benannt und formuliert (!) als Vorlage zur Verfügung gestellt.
5. Bei jeder Variante wird genau auf übliche Vertragsfallen der Marktanbieter hingewiesen und entsprechende Lösungen/Vertragsänderungen definiert. Gerade bei den vermeintlich großen Anbietern gibt es Einiges zu beachten.
6. Die Steuertabellen sind hinterlegt und sichtbar (Wie viel Leibrente muss ich versteuern?).
7. Sämtliche Varianten und Teilbereiche der Immobilienverrentung werden detailliert behandelt, erklärt und mit den entsprechenden Gesetzestexten belegt. Dies macht die Überprüfung durch einen Anwalt/Notar einfach.
8. Das Verrentungsgutachten wird mit Zahlen, Fakten, Grafiken und Statistiken visuell so aufgearbeitet, dass es verständlich und nachvollziehbar ist. ■

Der Autor
Ralf Schwarzhof ist Experte für die Bewertung von Immobilien, gilt als Pionier im Bereich der Verrentungs-modelle und referiert regelmäßig zum Thema „Leib- und Zeitrente“.
Kontakt: www.immotax.de

Dietmar Theiler und sein Team verstehen sich als Problemlöser und ergründen hierzu die Ziele, die hinter den Wünschen des Kunden stehen.

Ist digital besser?

Das Thema Verrentung steht bei vielen Eigentümern hoch im Kurs. Nicht zuletzt deswegen setzen Makler wie Dietmar Theiler bereits seit Jahren auf Informationsveranstaltungen zu diesem Thema, seit Sommer dieses Jahres auch als Webinar. Durch Corona haben digitale Seminare noch einmal erheblich an Bedeutung gewonnen. Was bringen sie dem Makler und sind sie den Vor-Ort-Veranstaltungen überlegen?

Für Dietmar Theiler ist die Verrentung von Wohnimmobilien kein Novum, im Gegenteil: Seit der Gründung seines Unternehmens im Jahr 2010 beschäftigt sich der Berliner Makler, der mittlerweile zwei Büros in den Stadtteilen Friedrichshagen und Zehlendorf betreibt, intensiv mit dieser Form des Verkaufs: „Wir haben unseren Kunden von Anfang an immer beide Möglichkeiten offeriert, sowohl den klassischen Verkauf als auch die Verrentung ihrer Immobilie“, so Theiler. Das Unternehmen mit derzeit 15 Mitarbeitern ist ausschließlich in der Vermittlung von Wohnungen und Häusern tätig, betreibt also keine Vermietung. Als ERA-Makler verfügt Theiler über eine Lizenz für den Großraum Berlin, der Standort in Zehlendorf wurde 2018 eröffnet und belegt eindrucksvoll die positive Geschäftsentwicklung des Unternehmens innerhalb der vergangenen zehn Jahre.

> Eigentlich wollten wir erst 2021 mit Webinaren beginnen, aber Corona hat auch hier als Beschleuniger gewirkt.

Einstieg dank Corona Bis zum Frühjahr führte das Unternehmen seine Vortragsveranstaltungen ganz klassisch in öffentlichen Gebäuden wie dem örtlichen Kulturzentrum Schulzendorf durch. „Das kennen die Leute schon, da dort sonst beispielsweise Tanz- oder Cafénachmittage stattfinden“. Beworben wurden die Seminare per Flyer, Zeitungsanzeigen, Infos auf der Website sowie im Rahmen anderer Vorträge. Aber diese Zeiten sind erst einmal vorbei, weswegen sich das Unternehmen erstmals im Sommer/Frühjahr auf die Veranstaltung eines Webinars verlegte. „Eigentlich wollten wir erst 2021 mit Webinaren beginnen, aber Corona hat auch hier als Beschleuniger gewirkt.“ So sei die Verrentungsveranstaltung im Frühjahr →

aufgrund des Lockdowns auf Online umgestellt worden. „Wir haben dann alle Interessenten, die sich zum Seminar angemeldet hatten, eingeladen, stattdessen am Webinar teilzunehmen. Davon haben jedoch weniger als die Hälfte der Teilnehmer Gebrauch gemacht“, berichtet Theiler. Dennoch: Insgesamt ist das Feedback der Gäste sehr positiv. Insbesondere viele der älteren Teilnehmer, die internetaffin sind, waren von dem neuen Format begeistert.
„Aber man muss auch sagen, dass die Chance, eine persönliche Bindung mit dem Interessenten aufzubauen, im Rahmen eines Webinars deutlich geringer ist als bei einer Präsenzveranstaltung“, so Theiler. Zudem sei die Zielgruppe im Bereich 70 plus angesiedelt, und bei dieser sei die Hürde, ein Webinar zu besuchen, im Vergleich zur Präsenzveranstaltung oftmals höher. Dennoch: Die Veranstaltungen kommen an. Zwischen 15 und 50 Teilnehmern konnten Theiler und sein Team bei den vier Webinaren, die dieses Jahr zum Thema Verrentung stattgefunden haben, begrüßen, wobei dir Akzeptanz hier stetig steigt, bedingt wohl nicht zuletzt auch durch die fortlaufenden Pandemiebeschränkungen.

> „Häufig sind diese Webinare der letzte Anstoß, um die Dinge jetzt wirklich in die Hand zu nehmen. Man hat viel gelesen, gehört, gesprochen und will jetzt konkret werden …“

Online kommt gut an Im kommenden Jahr sollen es zehn werden, dann allerdings auch zu anderen Themenbereichen wie Vererbung und Scheidung. Ist das Online-Format bei sensiblen Themen also besser geeignet, Barrieren bei bestimmten Teilnehmern abzubauen und neue Aufträge zu gewinnen? Ganz so einfach ist es dann doch nicht, denn das Webinar selbst ist immer nur eine Station der gesamten Customer Journey im Bereich Verrentung. „Der persönliche Austausch ist durch nichts zu ersetzen. Denn nur dann weiß ich, wo den Interessenten eigentlich der Schuh drückt und was die Ziele des Kunden hinter dem Wunsch sind, seine Immobilie zu verrenten“, so Theiler. Hier gilt für ihn das Bonmot, dass man seinem Anwalt, seinem Steuerberater und seinem Makler immer die Wahrheit erzählen sollte, um am Ende auch ein optimales Ergebnis zu erzielen.
„Das ist im Rahmen eines Webinars natürlich so nicht zu leisten. Die Leute haben zwar oft Fragen, diese beantworten wir im Detail aber lieber persönlich“, erklärt Theiler. Entweder besuchen seine Mitarbeiter die Interessenten dann persönlich oder sie kommen in sein Büro. Auch eine telefonische Beratung ist möglich. Denn jede Verrentung besteht aus den drei Bausteinen Wohnrecht, einmalige

Ob im Büro oder direkt beim Kunden – die persönliche Beratung ist bei Wohnhausimmobilien das A und O.

Zahlung und eben die Rente selbst, wobei alle drei Stellschrauben individuell justiert werden können. „Hieraus ergibt sich ein intensiver Beratungsbedarf. Aber auch die Interessenten haben im Vergleich zu einem klassischen Verkauf eine längere Abwägungs- und Entscheidungsphase, da sie die verschiedenen Optionen der einzelnen Bausteine prüfen müssen.“ Die Vermarktungszeit sei daher im Allgemeinen länger, jedoch gebe es neben denjenigen, die länger für eine Entscheidung bräuchten auch solche Verrentungsinteressenten, die ihre Entscheidung zügig träfen, um zu einem Ergebnis zu kommen.

Hauseigene Expertise „Häufig sind diese Webinare der letzte Anstoß, um die Dinge jetzt wirklich in die Hand zu nehmen. Man hat viel gelesen, gehört, gesprochen und will jetzt konkret werden. Die zweite Variante ist, dass man sich das erste Mal näher mit dem Thema beschäftigen will. „In beiden Fällen sind neben dem Webinar immer auch Beratung, Berechnungen und Infomaterial gefragt“, so Theiler. Die notwendigen Kalkulationen erledigt eine exklusiv für WohnHausImmobilien entwickelte Software. Auch die Webinare selbst sind aktuell selbst organisiert und werden von Dietmar Theiler durchgeführt. In Zukunft soll zum Beispiel zum Thema Vererbung ein entsprechender Experte eingebunden werden. Der Zeitrahmen ist dabei auf 60 Minuten festgesetzt, die Teilnehmer haben währenddessen die Möglichkeit, mittels Chatfunktion ihre Fragen zu stellen. Die Anmeldung erfolgt über einen Einladungslink oder klassisch per E-Mail und Telefon. Beworben werden die Webinare vom internen Eventmanagement, das hierbei auf die internen Kanäle wie Flyer, Newsletter, Anzeigen, Mailingaktionen, Webseite, auf Social Media sowie externe Kooperationspartner setzt.

Inhaber Dietmar Theiler im Gespräch mit einem Kunden.

Im Bereich Verrentung arbeitet das Unternehmen mit einem Partner zusammen.

Im Nachgang zum Webinar erhalten die Teilnehmer zur Aufrechterhaltung des Kontakts den Newsletter sowie die unternehmenseigene Zeitschrift zugesandt. Außerdem fasst Theiler per Mail oder Brief noch einmal bei den Interessenten nach, sie sich ihre Pläne entwickelt haben. Schließlich steht hinter jeder Verrentungsanfrage ein konkreter Wunsch und der private Hintergrund ist sehr unterschiedlich. Wir kennen am Ende der Beratung oft die komplette Familiengeschichte, und fast immer werden auch die Kinder und/oder Enkel bzw. andere Verwandte in den Entscheidungsprozess miteinbezogen." Apropos einbeziehen: Ein Vorteil der Webinare ist, dass auch die Familie sich im Rahmen des Webinars ortsunabhängig zum Thema Verrentung informieren kann. Dies erhöht oftmals die Akzeptanz einer Verrentung auf der Seite der Kinder.

Jede Menge neue Kontakte Ebenfalls ein Pluspunkt: Ist die Verrentung geglückt, erhält Theiler in vielen Fällen persönliche Weiterempfehlungen durch seine ehemaligen Kunden. „Es ergeben sich viele Folgekontakte, manchmal kennen wir danach fast den gesamten Freundeskreis unseres Verrentungskunden. Dadurch generieren wir auch wieder Aufträge", freut sich Theiler. Klassische Verkaufsaufträge kämen nach den Webinaren zwar ebenfalls zustande, seien jedoch eher selten, da diejenigen, die sich mit dem Thema Verrentung beschäftigen, nicht aus ihrer Immobilie ausziehen wollen. Bei den so verrenteten Objekten dominieren derzeit eindeutig Einfamilienhäuser das Bild, die Quote liegt hier bei 95 zu 5 im Vergleich zu Eigentumswohnungen. „Diesen Markt wollen wir zukünftig jedoch stärker ins Visier nehmen und planen daher, auch die Eigentümer von Wohnungen verstärkt mit unseren Webinaren anzusprechen", so Theiler. Dazu sollen auch eine ausgedehnte Medienarbeit sowie die verstärkten Aktivitäten in den eigenen Social-Media-Kanälen beitragen. Dieser Schritt ist für das kommende Jahr geplant und soll die Alternative zum klassischen Verkauf bei Immobilieneigentümern bekannt machen

Und welches Modell ist nun im Hinblick auf die Erfolgsquote besser – online oder live? „Von der Quote her kann man gar nicht sagen, was erfolgreicher ist. Beide Formate haben – je nach Netzaffinität, Reifegrad Informationsbedürfnis des Interessenten ihre Berechtigung. Aber so viel kann ich sagen: Es gab noch kein Webinar, aus dem wir nicht einen Auftrag generiert haben", so Theiler.

Webinare als sinnvolle Ergänzung

Fazit: Digital ist nicht per se besser, aber eine wünschenswerte und sinnvolle Ergänzung des bestehenden Beratungsangebotes für entsprechend netzaffine Zielgruppen. Hier helfen Webinare bei der Erschließung der entsprechenden Interessentenkreise und sollten daher nach Möglichkeit neben den hoffentlich bald wieder möglichen Live-Seminaren parallel eingesetzt werden. Sie können dazu dienen, Hemmschwellen abzubauen und eine anonyme Teilnahme zu ermöglichen, ohne Gefahr zu laufen, von den Nachbarn auf der Veranstaltung gesehen zu werden. Dazu sind jedoch wiederum Anwenderkenntnisse der Webinar-Software notwendig.

Praktisch für den Makler: Er kann die Termine relativ einfach variieren und auch einmal am Sonntagnachmittag ein Webinar anbieten. Und das völlig unabhängig davon, ob die Gaststätten und andere Veranstaltungsorte ihre Pforten geöffnet haben oder nicht. ■

Susanne Humbert (li)
und Anja Wittig (re)

Topvermietete Microappartements im Corona-Jahr

Preisgekröntes DGHR-STAR-Projekt in Düsseldorf unterstreicht die Wirkung gezielter Vermietungseinrichtung

„Während andere Wohnen-auf-Zeit-Objekte gerade verkauft werden, ist „unser" Haus seit der Eröffnung 2019 nonstop ausgebucht, selbst in diesem Jahr", berichten Anja Wittig und Susanne Humbert von ihrem erfolgreichen Redesign-Projekt in Düsseldorf. Mit ihrer Arbeit für acht Microappartments belegten sie im Sommer den 1. Platz bei den DGHR-STARS 2020.

Phase 1: Zusammenarbeit Ein Altbau in Düsseldorf-Eller wurde kernsaniert. Das Ziel des privaten Investors war die Schaffung von Appartements zur Vermietung auf Zeit. Nach Fertigstellung der groben Umbaumaßnahmen kam die Frage nach der Einrichtung auf. Auf Empfehlung wurde Susanne Humbert vom Unternehmen „raumwerte Home Staging & Interior Redesign" aus Erkrath hinzugezogen. Susanne Humbert wusste, dass ihre DGHR-Verbandskollegin Anja Wittig aus Hattingen von „raumcouture Einrichtung & Home Staging" bereits ein Dutzend Microappartements eingerichtet hatte. Eine Zusammenarbeit bei diesem umfangreichen Projekt lag also nahe. „Für die erste Präsentation fertigten wir kolorierte Grundrisse und emotionale Moodboards mit Materialproben an." Mit dieser gemeinsamen Konzeption begeisterten sie den Inhaber und erhielten den Gesamtauftrag.

Phase 2: Einrichtungskonzept „Wir legten eine durchgängige Linie für alle acht Wohnungen fest und doch haben wir jedes Appartement ein Stück neu gedacht", erzählen die DGHR-Home-Stagerinnen, die beide seit vielen Jahren über die Zusatzqualifikation „Re-Design" verfügen. Individuelles handwerkliches Arbeiten war unverzichtbar, da in der fast einhundert Jahre alten Immobilie keine Wand gerade verläuft. Bei der Einrichtung stand ein urbaner Stil für eine junge Zielgruppe im Fokus. „Von Anfang an waren wir uns einig, dass wir hochwertige und gleichzeitig modern-funktionale Möbel brauchen." Die Basis für die Anschaffungen war der konzeptionelle Grundgedanke von Humbert und Wittig: Auf allerkleinstem Raum sollten die Funktionen Schlafen, Kochen, Essen, Arbeiten und Wohnen jeweils für sich klar abgrenzbare Zonen sein, die dennoch fließend und stimmig ineinander übergehen. Ergänzt wird die Einrichtung durch ein neutrales Farbkonzept in Schwarz-, Weiß- und Grau-Tönen, das in jeder Wohnung eine andere zusätzliche Akzentfarbe hat.

> Wir ließen wir uns auch von unzähligen Farbeimern im Flur nicht ausbremsen. Möbel in achtfacher Ausfertigung wurden bei sommerlichen Temperaturen in die einzelnen Wohnungen getragen.

Phase 3: Fertigstellung „Insgesamt haben wir drei Monate lang an dem Projekt gearbeitet. Die Konzeptionskosten dafür lagen bei rund 12.000 Euro. Die letzten zwei Wochen waren besonders spannend. Da haben wir mit unseren Küchenbauern und Monteuren alles vor Ort angepasst und eingerichtet, während andere Handwerker im Objekt noch nicht fertig waren. Doch die Entscheidung für den Einzugstermin stand. Wir ließen wir uns auch von unzähligen Farbeimern im Flur nicht ausbremsen. Möbel in achtfacher Ausfertigung wurden bei sommerlichen Temperaturen in die einzelnen Wohnungen getragen."
Zuletzt kümmerten sich die Home-Stagerinnen um das Vermarktungsstyling vor dem Fotoshooting für die Vermieter-Website. Das Resultat der akribischen Arbeit ist eine lückenlose Vermietungsbilanz, selbst in schwierigen Corona-Zeiten, mit der der Auftraggeber hochzufrieden ist. ■

LEISTUNGS-
ERBRINGUNG

www.immobilien-profi.de

Vorher Nachher

„Die letzten zwei Wochen waren besonders spannend. Da haben wir mit unseren Küchenbauern und Monteuren alles vor Ort angepasst und eingerichtet, während andere Handwerker im Objekt noch nicht fertig waren."

„Was ist der Zweck des eigenen Unternehmens?“

Makler Pedro Garcia ist so etwas wie ein Musterfall für das System Makeln21. Seit 2006 hat er konsequent immer weniger im, sondern mehr und mehr am Unternehmen gearbeitet, das er mittlerweile nur noch sporadisch berät. Erfahren Sie im nachfolgenden Beitrag mehr über den Weg dorthin und was Makeln21 mit Mountainbike fahren zu tun hat.

Der im sauerländischen Attendorn ansässige Makler und mittlerweile auch Unternehmensberater Pedro Garcia ist beim IMMOBILIEN-PROFI ein Kunde der ersten Stunde. Er wollte immer schon Unternehmer werden, war nach der Gründung seines Maklerbüros im Wesentlichen jedoch zunächst nur Angestellter im eigenen Unternehmen. Der Wendepunkt kam 2006/2007, als er auf einer langen Heimfahrt mit dem Auto von einem Seminar in Süddeutschland mit dem Hör-Buch „The E-Myth“ des US-Amerikaners Michael Gerber (siehe IP 43) in Kontakt kam. Dieser beschrieb eindrücklich die Idee, nicht mehr nur in, sondern vor allem an seinem Unternehmen zu arbeiten, um so ein echter Unternehmer zu werden und seine eigenen Ziele zu verwirklichen. Mit diesem Konzept zählt Gerber heute zu den Ideengebern und Vorläufern von Makeln21, wie es zu diesem Zeitpunkt in Deutschland maßgeblich vom 2015 verstorbenen Dr. Jochen Sommer für die Immobilienbranche entwickelt wurde. Heute ist Garcia eher „nebenberuflich“ Immobilienmakler und in seiner Firma nur noch in strategischen Bereichen wie der Markenentwicklung, oder im Recruitment tätig. Inzwischen arbeitet er – seit 2017 – als Berater für ein Multi-Family Office in Köln, wo vermögende Kunden ihr Portfolio managen lassen: Dort macht er im Prinzip das Gleiche, was er zuvor in seiner eigenen Firma so erfolgreich umgesetzt hat: Prozesse entwickeln und ausbauen und das Unternehmen von innen heraus weiterentwickeln. Schließlich kann er dort seine Kenntnisse und Erfahrungen perfekt einbringen.

Im oder am Unternehmen arbeiten? Doch bis dahin war es ein langer Weg, der viel Einsatz und Konsequenz von ihm abverlangt hat. Die Motivation hierzu verdankt er dem Autor Michael Gerber und Jochen Sommer: Beide waren für ihn die zentralen Inspirationsgeber für die Systematisierung seines Unternehmens. „Bei Michael Gerber hat mich die Klarheit fasziniert in der Unterscheidung, im oder am Unternehmen arbeiten. Er hat das so präzise und einleuchtend auf den Punkt gebracht und mich genau dort abgeholt, wo ich damals stand“, erinnert sich Garcia. Es folgte die Begegnung und der enge Kontakt mit Jochen Sommer, der und damit die entscheidenden Impulse für eine stetige Profes-

Wie soll das mit dem Rückzug des Unternehmers aus dem operativen Geschäft in einem Dienstleistungsbetrieb wie einem Maklerunternehmen eigentlich funktionieren? Gerade dort bin ich als Makler doch das Aushängeschild des der Firma.

sionalisierung der Abläufe in allen sieben Geschäftsbereichen (EGW, AGW, LEB, SUP, FIN, MGM, MKT) gab. Von da an entschloss er sich, fokussiert an der Entwicklung seines Unternehmens im Sinne von Makeln21 zu arbeiten und stellte sich hierfür als Testkunde zur Verfügung. „Es war dann erstmal ein Doppelleben, man musste ja mit dem operativen Geschäft weiterhin sein Brot verdienen und erst einmal Kapital erarbeiten, um zu investieren und daneben die Prozesse und Veränderungen einleiten. Ich habe das täglich drei Stunden gemacht: Von 6 bis 9 Uhr habe ich am Unternehmen gearbeitet, danach im Unternehmen“, so Garcia.

Aller Anfang ist schwer Was noch erstaunlicher ist an Garcias Geschichte: In den Anfangsjahren 2006 und 2007 hatte er nicht nur mit den Herausforderungen der Systematisierung seines Unternehmens zu kämpfen, sondern auch mit zahlreichen weiteren geschäftlichen und privaten „Baustellen“, teilweise im wahrsten Sinne des Wortes. So trennte er sich von seinem Mit-Gesellschafter und musste diesen entsprechend auszahlen. Zudem verließen zwei seiner Makler kurz vorher das Unternehmen, es folgte der notwendige Umzug in neue Geschäftsräume und schließlich musste er neben dem laufenden Coaching auch noch den Bau seines eigenen Hauses stemmen.
Doch letzten Endes gelang es ihm, alle diese Steine erfolgreich aus seinem Weg zum Erfolg zu räumen. Und das hing nicht zuletzt mit dem guten Gefühl zusammen, nun langsam Herr im eigenen Unternehmen zu werden und sich weiterzuentwickeln: „Ich musste mich einfach freischwimmen und mich daher von meinem damaligen Teilhaber trennen. Trotzdem hatte ich dabei das gute Gefühl, nun meinen eigenen Weg zu gehen, das gab mir wieder unheimlich viel Kraft“, so Garcia. Wichtig war dabei neben der eigentlichen Arbeit an den Prozessen vor allem die eigene Einstellung, betont Garcia: „Michael Gerber hat es richtig gesagt: Nicht jeder Selbstständige ist automatisch auch ein Unternehmer, denn das ist eine ganz andere Baustelle.“ Natürlich habe er anfangs auch gewisse Zweifel gehabt: „Ich habe mich gefragt: Wie soll das mit dem Rückzug des Unternehmers aus dem operativen Geschäft in einem Dienstleistungsbetrieb wie einem Maklerunternehmen eigentlich funktionieren? Gerade dort bin ich als Makler doch das Aushängeschild des der Firma. Sie trägt doch meinen eigenen Namen.“

Die Vogelperspektive einnehmen Aber Garcia verfolgte diesen Prozess, sich selbst und die eigene Position einmal aus einer anderen Warte, einer Art Vogelperspektive zu beobachten und für sich selbst klar zu definieren: Was will man selbst erreichen als Unternehmer, zu was dient die Firma? Garcia legte für sich – nach mehr als einem Monat gründlichen Überlegens – folgendes Ziel fest: „Ich wollte mir mehr Zeit verschaffen und mit der gewonnenen Zeit weitere Ziele außerhalb des Unternehmens verfolgen. Zunächst stehen da manchmal auch finanzielle Mittel im Fokus, aber die sind lediglich Mittel zum Zweck.“ Seiner Erfahrung nach ist eine reine Fokussierung auf ein Ziel wie „Mehr Geld“ nicht zielführend, denn das verkommt oft zum Selbstzweck und man gerät dadurch noch stärker in die Mühle der Abhängigkeit vom eigenen Unternehmen.

Oft sind Makler zu sehr mit den operativen Feldern wie Akquise oder Verkauf in der Leistungserbringung beschäftigt und vernachlässigen dabei die strategischen Felder wie Personal, Management und Finanzen.

Neben dem professionellen Coaching durch Dr. Jochen Sommer war auch die sogenannte G7-Arbeitsgruppe (siehe IP 70 S.4), in der sich gleichgesinnte Makler zusammengetan hatten, eine wichtige Quelle der Erfahrung und Inspiration für ihn in der Zeit des Umbruchs. „Dort arbeiteten wir die Ergebnisse von Makeln21 gemeinsam aus, diskutierten und berieten uns. Wir arbeiteten konsequent, strategisch und intensiv alle Geschäftsbereiche nacheinander durch. Dabei halfen die unterschiedlichen Perspektiven, die sich aus den verschiedenen Strukturen und Größenordnungen der teilnehmenden Makler ergaben. Diese waren ein großer Gewinn an Einsichten und Informationen“, so Garcia. Man traf sich zunächst alle zwei bis drei Monate jeweils zwei Tage lang.“

Nicht bei der Akquise stehenbleiben „Dabei sind wir zum Glück nicht beim Maklerthema Nummer 1, der Akquise, stehengeblieben, sondern haben uns auch um die strategischen Bereiche wie Management, Führung und Finanzen gekümmert“, erklärt Garcia. Dieses Rüstzeug aus den Anfangstagen hilft ihm noch heute in seinem Unternehmen: „Zwar haben wir die Dokumentationen und Hilfsmittel mit der Zeit immer weiter optimiert. Doch die damals erarbeiteten Leitfäden, zum →

Beispiel im Bereich Rekrutierung, helfen uns heute noch schnell und effizient bei der Gewinnung der richtigen Mitarbeiter“, so Garcia weiter. Der große Clou bei Makeln21: Oft sind Makler zu sehr mit den operativen Feldern wie Akquise oder Verkauf in der Leistungserbringung beschäftigt und vernachlässigen dabei die strategischen Felder wie Personal, Management und Finanzen. Hierzu hat Garcia eine klare Meinung: „Diese Bereiche sind von Anfang an erfolgsgestaltend und holen das Unternehmen früher oder später immer wieder ein, man sollte sie daher keinesfalls vernachlässigen. Das haben wir zum Beispiel beim Thema DSGVO gesehen: Wir konnten dort sehr schnell an die Umsetzung gehen, weil solche Ereignisse in der Struktur schon festgelegt sind bei der Zuständigkeit und den Abläufen. Andere stülpen solche Sachen nur durch externe Dienstleister schnell auf, dann wird das Thema jedoch nur an der Oberfläche angekratzt.“ 2011, nach einer Vorstellung der Arbeitsgruppen auf dem Meeting, folgte für Garcia erst einmal eine Zeit der Konsolidierung der zuvor erarbeiteten Prozesse und Dokumentationen. Das löste einen Reifeprozess aus, der Zeit brauchte. Die Prozesse mussten erst einmal in der Praxis ein- und durchgeführt und anschließend angepasst und feinjustiert werden.

Sich selbst konsequent Aufgaben setzen Heute sieht sich Garcia im eigenen Unternehmen eher in der Beraterrolle und pendelt von seinem neuen Lebensmittelpunkt Köln nur noch ein bis zwei Mal im Monat nach Attendorn, um dort nach dem Rechten zu schauen. „Wenn bei den Prozessen selbst etwas aktualisiert werden muss, haben wir dafür Mitarbeiter im Administrationsbereich, die die Rolle der Fortschreibung der Dokumentation als Aufgabe haben, falls es Anpassungen oder Modifikationen gibt“, so Garcia. Für die operative Bearbeitung von Prozessen nutzt sein Unternehmen das entsprechende Tool seiner CRM onOffice.
Was sind nun die Voraussetzungen dafür, dass man solch tiefgreifende Veränderungen auch tatsächlich umsetzen kann? Garcia nennt hier drei wesentliche Punkte: „Es ist äußerst wichtig, auch einmal loslassen zu können und Mitarbeiter für verantwortliche Rollen in geschäftsleitender, auch unternehmerischer Funktion zu entwickeln und diesen Entscheidungen zu überlassen. Dafür muss man auch mal in finanzieller Hinsicht, zumindest gefühlt, etwas loszulassen. Das sind aber eher gefühlte Sorgen, im Endeffekt macht es gar nicht so viel aus. Oft wird das eher als Ausrede genutzt werden, um Veränderungen aus dem Weg zu gehen. Manchmal muss man einfach in vertretbarem Maße etwas investieren und in Vorleistung gehen, um sich weiterzuentwickeln.“ Der zweite Punkt: „Man muss sich selbst eine Art Termin setzen für die Arbeit am eigenen Unternehmen. Wo und wann passt es am besten zu mir? Dann setze ich mir Arbeitsaufträge und Aufgaben, die Stück für Stück abgearbeitet werden. Einer meiner Mentoren sagte immer, dass ich z.B. nach jedem besuchten Seminar/Webinar zehn neue Maßnahmen und Ideen mitbringen solle. Das ist nicht wörtlich zu nehmen, es können auch mal drei oder vier sein. Wichtig ist nur, das diszipliniert zu machen, denn drei oder vier Punkte sind immer noch besser als null.“

> Die Antwort „Mehr Geld“ greift dann nicht mehr, das führt nicht weit. Man muss wissen, wozu man das nutzen will. Zum Beispiel Freiräume zu haben, unabhängig sein. Bei mir sind das Dinge wie die Familie in Spanien besuchen und mein Hobby Mountainbike fahren, sich mit anderen interessanten Menschen zu vernetzen und neue Ideen umsetzen. Das sind Sachen, die kann man nicht unendlich nach hinten verschieben …

Persönliche Ziele definieren Der dritte Punkt ist ein ganz persönlicher und daher auch mit der wichtigste: Man muss sich selbst und seine Bedürfnisse wie Familie und Hobbies realistisch einschätzen und beides miteinander langfristig zu kombinieren. Denn das eigene Tun muss auch als sinnvoll empfunden werden und Spaß machen. Garcia meint dazu: „Das A und O ist die Frage: Zu welchem Zweck soll die Firma existieren? Wenn man sich nicht mit Herzblut reinhängt, werden alle Aktivitäten nur bloßer Aktionismus bleiben und damit Stückwerk. Ich habe über einen Monat gebraucht, um diese Frage für mich abschließend und befriedigend zu beantworten. Die Antwort „Mehr Geld“ greift dann nicht mehr, das führt nicht weit. Man muss wissen, wozu man das nutzen will. Zum Beispiel Freiräume zu haben, unabhängig sein. Bei mir sind das Dinge wie die Familie in Spanien besuchen und mein Hobby Mountainbike fahren, sich mit anderen interessanten Menschen zu vernetzen und neue Ideen umsetzen. Das sind Sachen, die kann man nicht unendlich nach hinten verschieben, denn irgendwann geht es nicht mehr. Deswegen greift die Aussage, dass man erst so und so viel Geld verdient haben muss, um das zu machen, zu kurz und funktioniert auf Dauer nicht“, stellt Garcia klar.
Es bleibt festzuhalten: Ziel eines jeden Unternehmers muss es sein, am und nicht im eigenen Unternehmen zu arbeiten. Nur diese Perspektive eröffnet mittelfristig die Möglichkeit, eigene Lebensvorstellungen über den rein materiellen Grad hinaus zu befriedigen. Die konsequente Systematisierung ist, wie am Beispiel von Pedro Garcia gezeigt wurde, hierfür die unbedingte Voraussetzung und führt fast unvermeidlich zum unternehmerischen Erfolg. Wie kaum ein anderer hat Pedro Garcia die Angebote des IMMOBILIEN-PROFI genutzt und konsequent umgesetzt. ■ Harald Henkel

Das Maklerhandbuch, nicht einfach, aber machbar

Peter Arndt

Jedes Maklerunternehmen erreicht früher oder später den kritischen Punkt: So wie bisher kann es nicht weitergehen. Der weitere Erfolg des Unternehmens hängt dann entscheidend davon ab, wie die Geschäftsführung mit dieser Erkenntnis umgeht. Ein Erfahrungsbericht aus der Praxis.

Ein Weg, das Maklerunternehmen für eine erfolgreiche Zukunft auszurichten, ist die Einführung eines Maklerhandbuchs und die damit einhergehende Arbeit an den Geschäftsprozessen. Der Autor hat seit 1990 umfangreiche Erfahrung bei der Optimierung und Dokumentation von Arbeitsabläufen gesammelt. Nicht zuletzt animiert durch die Arbeit im Maklerunternehmen eines Familienmitglieds und die Zusammenarbeit mit dem IMMOBILIEN-PROFI, beschäftigt er sich seit einigen Jahren intensiv mit der Prozessgestaltung, -optimierung und -dokumentation bei Immobilienmaklern. Über die Grundlagen hierzu können Leser des →

Immobilienprofis in verschiedenen Fachartikeln von ihm lesen. Ergänzt werden diese durch Webinare, die im Mitgliederbereich abrufbar sind. Für die Umsetzung im eigenen Unternehmen werden sowohl Seminare als auch eine ergänzende Coachinggruppe angeboten. Der vorliegende Artikel soll daher einige Punkte behandeln, die in den Seminaren und Coachinggruppen aufgefallen sind und die oftmals Stolpersteine darstellen. Diese können Sie mit Ihrem eigenen Maklerhandbuch vermeiden.

Viele Wege, wenig System Intuition und Irritation statt Dokumentation. Die häufigste Erkenntnis bei der Arbeit für das Maklerhandbuch ist die, dass die Kolleginnen und Kollegen erstens gar nicht wissen, wie viel sie eigentlich wissen. Und zweitens, dass sie keine Klarheit darüber haben, was sie (und ihre Mitarbeiter) genau tun. Oft fehlt das grundlegende Verständnis für die Einrichtung reproduzierbarer Arbeitsabläufe. Stattdessen wird die Arbeit „irgendwie" erledigt. Oder so, wie es schon immer gemacht wurde. Auf Basis der Aufgabe: „Skizzieren Sie, wie Sie bei einer Aufgabe vorgehen." entwickelten sich in den Coachinggruppen spannende Gespräche. Aus diesen wurde oftmals ersichtlich, dass sich die Arbeitsweise von Inhaber und Mitarbeiter teilweise gravierend unterscheiden. Da bekanntlich viele Wege nach Rom führen, ist dies vom Endergebnis her vielleicht sogar in Ordnung. Aus Sicht eines Teams jedoch, das sich gegenseitig vertreten soll und muss sowie der Notwendigkeit einer einheitlichen Außenkommunikation des Unternehmens („So arbeiten wir für Sie …") ist das sicherlich optimierungsfähig. Die gemeinsame Arbeit am Handbuch führt im Endergebnis zu nahezu identischen Arbeitsabläufen im gesamten Unternehmen.
Das gemeinsame Verständnis professioneller Geschäftsprozesse ist am Anfang nicht einfach. Eine Übung im Seminar, der Beispielprozess „Kaffee machen", zeigt verschiedene Vorstellungen des Prozesses. Er sieht bei einem Teilnehmer so aus: „Kaffeetasse in die Maschine stellen. Knopf drücken. Fertig." Ein anderer beginnt damit, wie in Brasilien der Kaffeebauer eine Bohne, frei von Fruchtfleisch und Hülle, einige Zentimeter tief in den idealerweise leicht sauren Mutterboden drückt. Beide Varianten sind korrekt. Allerdings stellt sich dabei immer auch die Frage, wie praktikabel ein Geschäftsprozess ist. Deshalb muss klar sein, wo dieser beginnt (Startpunkt) und wo er endet.

Gut Ding will Weile haben „Lieber Gott, bitte gib mir Geduld. Aber ganz schnell." Während meiner Zeit im Schwarzwald lief ich regelmäßig eine recht anspruchsvolle Joggingstrecke. Eines Tages bot ein befreundeter Unternehmer an, mich beim Laufen zu begleiten. Das Erlebnis habe ich bis heute nicht vergessen. Im Gegensatz zu meinem ruhigen und gleichmäßigen Laufstil rannte der Unternehmer los wie von der Tarantel gestochen und hatte schnell einen großen Vorsprung. Nach kurzer Zeit blieb er, völlig außer Puste, stehen und ich lief an ihm vorbei. Kurz darauf, das gleiche Spiel. Wieder zu Kräften gekommen, rannte er an mir vorbei. Um danach wieder stehen zu bleiben. Das wiederholte sich noch einige Male. Und während ich ziemlich entspannt am Ziel ankam, war er total erledigt. Er begleitete mich nie mehr. Ähnlich erging es einigen Kollegen mit ihrem Maklerhandbuch. Ihr Plan: In kürzester Zeit, neben der Tagesarbeit, ein komplettes Maklerhandbuch zu schreiben. Mit allen Kräften versuchen sie den Handbuchprozess zu beschleunigen oder abzukürzen. Dabei besteht das Geheimnis auch hier in regelmäßigem und konsequentem Vorangehen statt wilder Sprints. Nach meiner Erfahrung braucht jedes Maklerhandbuch so lange, wie es eben braucht. Geben Sie sich selbst die nötige Zeit.

Keep it simple „Tools make Desaster faster." Immer wieder ein Thema im Seminar und in den Coachinggruppen sind Tools. Die dahinterliegende Vorstellung ist: Das richtige Tool wird die ganze Arbeit schon erledigen. Dem ist leider nicht so. Meistens läuft die Geschichte eines Tools in drei Akten ab. Akt 1: Das Tool wird voller Begeisterung gekauft. Akt 2: Ernüchterung. Das Tool ist ziemlich komplex und erfordert einen erheblichen Aufwand für die Einarbeitung. Die Suche nach Unterstützung beim Hersteller, in diversen Foren oder im Bekanntenkreis beginnt. Akt 3: Ein Profi für das Tool wird eingekauft. Oder das Tool wird in die Tonne getreten. Die Suche nach dem nächsten Tool beginnt.
Währenddessen läuft die Zeit – und am Maklerhandbuch wird nichts gearbeitet. Mein Tipp: Nutzen Sie, zumindest zu Beginn, die einfachsten verfügbaren Möglichkeiten. Zwei Beispiele: Nutzen Sie für Ihr Handbuch das Textverarbeitungsprogramm, mit dem Sie sowieso arbeiten. Verwenden Sie für die Prozessdokumentation kein Tool, mit

Nichts macht Ihre Anstrengungen schneller zunichte als dieser Fehler. Er heißt: „Alle sollen es tun, nur der Chef nicht." Führen Sie als Chefin oder Chef ein Regelwerk ein, das Sie selbst nicht befolgen, sind die Auswirkungen so gravierend, dass man beinahe von (Selbst) Sabotage reden muss.

Der Autor

Peter Arndt ist Berater und Trainer. Schwerpunkt seiner Arbeit sind Organisationssysteme für Menschen und Unternehmen mit dem Ziel deutlicher Produktivitätssteigerung mit weniger Aufwand. Info: www.orgasysteme.de

dem Sie auch den Bau eines Atomkraftwerks planen und dokumentieren können. Post-its mit Verbindungspfeilen an einer Tafel, die danach für das Handbuch fotografiert wird, reichen völlig aus. Später können Sie sich immer noch um ergänzende Tools kümmern.

Gut begonnen, halb gewonnen Aristoteles sagte einmal „Der Anfang ist die Hälfte des Ganzen". Teilnehmer berichten häufig über Anlaufschwierigkeiten. Die Lösung: Zuerst alle Prozesse aufschreiben, die im Unternehmen ablaufen. Unsortiert, So, wie sie Ihnen gerade einfallen. Danach sortieren Sie die Prozesse nach den Kategorien des Systems von Makeln21, um zu sehen, wo Schwerpunkte sind. Tummeln sich in einem bestimmten Bereich viele Prozesse und eine andere Kategorie ist leer, kann dies ein Hinweis auf eine einseitige Unternehmensausrichtung sein. Ich lernte in meiner Tätigkeit einige Unternehmen kennen, die so versessen auf ihren Vertrieb waren, dass Sie die eigentliche Leistungserbringung völlig vernachlässigten. Mit entsprechenden Folgen für Kundenzufriedenheit und Empfehlungsquoten. Priorisieren Sie anschließend Ihre Prozesse mit einer Prozessmatrix (Achsen: Erfolgsrelevanz und Entwicklungspotenzial) und starten Sie Ihre Handbucharbeit mit dem erfolgversprechendsten Arbeitsablauf.

Makeln21 ist eine hervorragende Systemdokumentation, wie ich sie in meinem Berufsleben in keiner anderen Branche gefunden habe. Trotzdem sollten Sie sich stets der folgenden Tatsache bewusst sein: Makeln21 ist nicht die Bibel, sondern ein Systemmodell. Ein Modell, das Sie für Ihre eigenen Bedürfnisse anpassen dürfen und müssen. Manche Teilnehmer hatten nahezu Hemmungen, mit ihrem Handbuch zu starten, weil zu Beginn einige Strukturebenen von Makeln21 leer blieben. Ich plädiere dafür, Strukturebenen erst dann anzulegen, wenn tatsächlich Inhalte dafür vorhanden sind. Auch die Erweiterung von einzelnen Rubriken ist nahezu Pflicht. Das Marketing kann für bessere Übersicht ergänzt werden um „Bildwelten, Druckwelten, Audiowelten und Videowelten". Danach weiß bspw. jeder Mitarbeiter, wo die Videos für die Webseite (Videowelten) oder der Firmenflyer (Druckwelten) gespeichert sind.

Nach dem Handbuch ist vor der Optimierung Abschließend will ich noch meinen „Lieblingsfehler" schildern, mit dem Sie Ihre gesamte Handbucharbeit binnen kürzester Zeit ad absurdum führen können. Nichts macht Ihre Anstrengungen schneller zunichte als dieser Fehler. Er heißt: „Alle sollen es tun, nur der Chef nicht." Führen Sie als Chefin oder Chef ein Regelwerk ein, das Sie selbst nicht befolgen, sind die Auswirkungen so gravierend, dass man beinahe von (Selbst)Sabotage reden muss. Zunächst wird das regelwidrige Verhalten von den Mitarbeitern registriert. Als erste Folge sind sie verunsichert und zweifeln an ihren Fähigkeiten, die gestellten Aufgaben richtig zu erledigen. Dann merken sie, dass die allgemeinen Regeln für die Chefetage offensichtlich nicht gelten. Es ist danach nur noch ein kleiner Schritt, bis sie beginnen, ebenfalls weiterhin nach ihren eigenen Vorstellungen zu arbeiten.

Zuallerletzt: Seien Sie achtsam, wenn Ihr Maklerhandbuch gut eingeführt ist und Ihre Prozesse wie gewünscht funktionieren. Dann lauert nämlich die Erfolgsfalle auf Sie. So wie bei einem meiner Teilnehmer, der mir berichtete: „Wir haben unsere Prozesse so gut optimiert und strukturiert, dass das Geschäft läuft wie selten zuvor. Leider haben wir dadurch jetzt überhaupt keine Zeit mehr, uns um die Pflege und Weiterentwicklung des Handbuchs zu kümmern." ■

Auf der neuen Webseite www.maklerhandbuch.de finden Sie im freien Mitgliederbereich nach kurzer, kostenloser, Registrierung weitere Lösungshinweise, F&A-Webinare, Checklisten und Bezugsquellen zum Thema.

„Veränderung beginnt mit Verunsicherung“

Michael Sudahl

Fazit eines Maklers nach dem Coaching: Deutlich verbesserte Lebensqualität

Karl-Heinz Baumbach (Name geändert) fühlt sich kurz vor dem Burn-out, als er im November 2019 beim Immobilienprofi Meeting in Köln den Vortrag von Leonhard Fromm über Selbstführung und Persönlichkeitsentwicklung hört. Dem 59-jährigen Süddeutschen, der ein Maklerbüro mit Hausverwaltung betreibt und zehn Mitarbeiter führt, scheint alles zu viel zu sein: Unzuverlässige Handwerker, säumige Mieter, schwierige Mitarbeiter.
Wochen später ruft Baumbach den Gestalttherapeuten Fromm an, der als Teamentwickler und Führungskräftecoach in Schorndorf bei Stuttgart arbeitet und vereinbart mit dem 57-Jährigen einen Kennenlerntermin. Im Erstgespräch skizziert der exzellent gekleidete Geschäftsmann dem Therapeuten seinen Alltag, den er kaum mehr zu bewältigen vermag. Fromm spiegelt seinem Klienten, ob ihm auffalle, dass er während der dramatischen Schilderungen ständig lache und wechselt mit dessen Einverständnis zum Du, das persönlicher ist.

Verborgene Probleme Hier kommt Baumbach erstmals ins Nachdenken, der als Verkäufer quasi „den Gute-Laune-Bär“ verinnerlicht hat, und das Gespräch wird sofort um Stufen ernsthafter und der Makler schweigsam. Der Coach: „Du bist hier willkommen wie Du wirklich bist. Ich lade Dich ein: Zeige Dich!“ An Schlafstörungen, Selbstzweifeln und Suizidgedanken sei nichts lustig. Wir hätten aber gelernt, im Alltag zumindest negative Gefühle zu

!!

Baumbach, worum es geht: „Was Dein Mitarbeiter zuhause macht, interessiert nicht. In Deinem Büro gelten Deine Regeln, das ist der Punkt.“ Mit der Frage nach „zuhause“ lade er das Gegenüber regelrecht ein, ihn in eine Diskussion zu verheddern, in der er mit seiner Konfliktscheu dann den Kürzeren ziehe.

verbergen, um keine Schwächen zu zeigen. Dieses antrainierte Verhalten koste aber zusätzliche Energie, die offenbar bereits knapp sei.
Der Klient kommt ins Erzählen: Von Mietern, die sich nicht an die Hausordnung halten; Handwerker, die sich nicht an Fristen halten und potentielle Käufer, die ihn vertrösten. Fromm spiegelt dem 59-Jährigen, was er hört: „Bei Dir darf offenbar jeder machen, was er will.“ Resigniert stimmt Baumbach zu: „So sieht es aus!“ Gemeinsam erarbeiten sie, dass der Makler immer nett sein will, jedem das Beste unterstellt und vor allem den Konflikt scheut.

Scheinlösung Konfliktvermeidung
Deshalb vermeidet er beim Sprechen jede Klarheit und insbesondere die Ankündigung von Sanktionen. Im Rollenspiel trainiert Baumbach, klare Ansagen zu machen, in denen ihm der Therapeut als Mieter oder Mitarbeiter dient. Fromm spiegelt ihm jeweils, was er hört: „Du formulierst immer so, dass verhandelbar ist, was Du möchtest!“ Einmal kommt die Aufforderung als Bitte daher; dann wieder wird sie relativiert mit Zusätzen wie „ich möchte keinen Konflikt“ oder „verstehen Sie mich bitte nicht falsch“ oder als Frage: „Machen Sie das bei sich zuhause auch so?“ →

DAMIT AUCH SIE MORGEN NOCH KRAFTVOLL MAKELN KÖNNEN.

Jetzt den IMMOBILIEN-PROFI abonnieren und das brandneue Buch von Axel Jockwer MARKETING FÜR IMMOBIILIEN-MAKLER gratis erhalten.

www.abo.IMMOBILIEN-PROFI.de

Der Therapeut verdeutlicht Baumbach, worum es geht: „Was Dein Mitarbeiter zuhause macht, interessiert nicht. In Deinem Büro gelten Deine Regeln, das ist der Punkt." Mit der Frage nach „zuhause" lade er das Gegenüber regelrecht ein, ihn in eine Diskussion zu verheddern, in der er mit seiner Konfliktscheu dann den Kürzeren ziehe. Deshalb seien klare Ansagen wichtig inklusive „Strafen" bei Zuwiderhandlung, idealerweise schriftlich fixiert und von beiden unterzeichnet.

Ziel: Klares Auftreten Bei den Folgeterminen berichtet der Klient von ersten Erfolgen in seinem Alltag, wenn er nicht mehr nett, sondern klar auftritt. Immer deutlicher wird, woher seine kraftzehrenden Verhaltensmuster (Nachgeben, Diskutieren etc.) und fatalen Glaubenssätze („Ich kann ja eh nichts machen") stammen: Die Mutter war dominant und manipulativ, der Sohn wuchs ohne Vater und Geschwister auf und Karl-Heinz fühlte sich ihr ausgeliefert. Die Folge: Dem Sohn fehlt es an „Krieger-Energie" in Wort und Tat, die sich in klarer Sprache und Wut als Energieform ausdrückt. Fromm: „Grundgefühle sind Freude, Trauer, Angst und Wut. Aber nur in der Wut sitzt die Energie zur Veränderung."

„Eine Antwort gebe ich Dir morgen bis 12 Uhr hier in meinem Büro."

Die Mutter, selbst eine Geschäftsfrau, domestizierte den Sohn als gefügigen Helfer, was ihr dessen Erziehung erleichterte und im Alltag nützte. Vermutlich handelte sie sogar unbewusst und in Abwertung des Vaters des Jungen, der für das Männliche an sich bei ihr stand und damit auch für den Typus des Kriegers. Deshalb bekam der Sohn diese toxische Energie ab.

Gefühle wahrnehmen und artikulieren Während der Coachings geht es nun darum, dass Baumbach zuerst überhaupt einmal spürt, wie es ihm geht, diese Gefühle wahrnimmt und zu artikulieren lernt. Auf dieser Basis geht es darum, Begegnungen und Konflikte im Alltag neu zu inszenieren – und alternativ zu reagieren. Zwei Beispiele: Statt „folgsam" eine Frage zu beantworten, trainiert der Klient, eine Gegenfrage zu stellen, z.B. „Wozu willst Du das wissen?" Oder: „Wieso fragst Du erst jetzt?" Denn wer fragt, führt. Eine zweite Verhaltensveränderung: Baumbach trifft schwierige Entscheidungen nicht mehr sofort, sondern gönnt sich Bedenkzeit, weil er ja Chef ist, und teilt das möglichst präzise seinem Gegenüber mit, z.B. „Eine Antwort gebe ich Dir morgen bis 12 Uhr hier in meinem Büro."

„Die eigenen Gefühle sind nicht verhandelbar." Deshalb sei es günstig, über sich zu sprechen, darüber, wie man selbst eine Situation erlebt hat, statt dem anderen seine eigene Spekulation zu unterstellen, z.B. „Du wolltest, dass ich nur für Dich da bin."

Zwischen den einstündigen Coachings mit Fromm hat Baumbach genügend Zeit, sein neues Verhalten einzuüben und strittige Punkte zu notieren, die dann in der nächsten Sitzung besprochen werden. „Das fühlt sich noch sehr ungewohnt an," sagt der Klient häufig, wenn der Therapeut ihn fragt, wie es ihm mit den neuen Verhaltensregeln geht. Und Fromm beruhigt dann: „Ungewohnt ist gut. Denn Veränderung beginnt mit Verunsicherung."

Zeit nehmen für Veränderung Mit der Zeit gelingt dem Klienten, seine neuen Verhaltensweisen in stetig mehr Lebensbereichen anzuwenden: Auf die Lebensgefährtin, seine erwachsenen Kinder und deren Partner. Auch hierzu zwei Beispiele: Statt sich mit der Partnerin zu befehden und sie gar zu attackieren, spricht Baumbach nun von seiner Befindlichkeit, dass er sich bedrängt fühlt, übergangen oder traurig ist, offenbar nicht richtig verstanden worden zu sein. Fromm: „Die eigenen Gefühle sind nicht verhandelbar." Deshalb sei es günstig, über sich zu sprechen, darüber, wie man selbst eine Situation erlebt hat, statt dem anderen seine eigene Spekulation zu unterstellen, z.B. „Du wolltest, dass ich nur für Dich da bin." Ohnehin sei es in Beziehungen nicht zielführend zu urteilen, zu bewerten oder zu generalisieren. Der Therapeut: „Es gibt kein richtig oder falsch, sondern nur ein echt oder unecht."

Fitnessstudio für die Seele Mittlerweile hat Baumbach die Intervalle seiner Besuche bei Fromm von ursprünglich wöchentlich auf monatlich verlängert. Die Stunden dienen ihm nun noch zur Feinjustierung oder um schwierige anstehende Gespräche auf der Sach-, Gefühls- und Beziehungsebene vorzubereiten. Fazit des Maklers: „Meine Lebensqualität hat sich deutlich verbessert." Die Stunden erlebt er als „Fitnessstudio für die Seele". ■

www.der-lebensberater.net

MIT ONLINE BESICHTIGUNGEN VON OGULO WEITERHIN ERFOLGREICH BLEIBEN

360° Rundgänge

EINE DIGITALE VERMARKTUNG WAR NOCH NIE SO WICHTIG WIE HEUTE.

KONTAKT

Im Mediapark 5d
50670 Köln

info@ogulo.de
www.ogulo.com
+49 (0) 228 286 956-10

Entdecken Sie Ogulo auf www.ogulo.com/kostenfrei-testen

Führung stirbt nicht

Peter Holzer

Warum Mut und Entschlossenheit das Überleben Ihres Unternehmens sichern

Das Leben ist kurz. Den meisten scheint das erst während der Corona-Pandemie bewusst zu werden. Dabei hat sich eigentlich nichts geändert: Das Leben ist lebensgefährlich und endet garantiert tödlich. Das gilt für Unternehmen. Und erst recht für uns Menschen. Was also tun, um beruflich wie privat eine möglichst gute Zeit zu haben?

Der Feind im eigenen Lager Führung ist gefragt. Konkreter: Moderne, starke Anführer. Doch stattdessen haben wir in vielen Unternehmen und großen Teilen der Gesellschaft eine Führungskrise. Ein gefährlicher Irrglaube hält sich hartnäckig in unseren Köpfen fest: Nur weil sich jemand auf eine Führungsposition bewirbt oder einmal eine solche innehatte, gehen wir davon aus, dass die Person auch tatsächlich führen kann. Ein Trugschluss!
Die Fehlbesetzungen von Führungspositionen sehen unterschiedlich aus. Da haben wir zum einen die Führungskräfte, die sich wie das sprichwörtliche Fähnchen im Wind verhalten. Ihr Erkennungsmerkmal: sie glänzen durch Entscheidungs- und Umsetzungsschwäche. Zum anderen gibt es die egozentrierten Machtmenschen. Ihnen geht es vor allem um die eigene Karriere. Prestige und höherer Gehaltsscheck sind ihnen dabei wichtiger als die Menschen, die sie eigentlich anführen sollten. Zusätzlich tobt ein Geschlechterkampf, der an der ein oder anderen Stelle weit über den eigentlich richtigen Wunsch nach Gleichberechtigung hinaus geht: Statt die Position durch den besten Menschen zu besetzen, erscheinen mir manche Aktivitäten eher als pauschaler Feldzug gegen Männer und Männlichkeit als solche.

Über die Notwendigkeit der beschriebenen Aspekte lässt sich trefflich und vor allem emotional streiten. Fakt ist: es wird viel zu viel Zeit in Nebenkriegsschauplätze investiert, die mit dem Überleben des Unternehmens und dem Nutzen für die Kunden erstmal gar nichts zu tun haben. Dazu zwingt uns niemand. Wir machen das freiwillig. Statt respektvoll miteinander umzugehen und gemeinsam erfolgreich zu sein, lautet die Diagnose: In vielen Unternehmen sitzt der Feind im eigenen Lager.

Haben Sie das Zeug zum Führen? In meiner Arbeit erlebe ich verschiedene Branchen, Unternehmensgrößen und Nationalitäten. Und eines lässt sich allgemein sagen: Ohne wirkungsvolle Führung und klare Kommunikation wird alles – nichts!
Doch was bedeutet wirkungsvolle Führung? Aktuell sprießen neue Arbeitsmethoden wie Pilze aus dem Boden. Viele stellen Hierarchie in Frage. Andere wollen Führung an sich gleich völlig abschaffen. Doch das halte ich für falsch. Denn damit Harmonie zwischen Menschen herrscht, braucht es Hierarchie. Ohne Hierarchie entsteht Chaos. Führung stirbt eben nicht. Und wir brauchen mehr moderne, starke Anführer, die es übrigens in männlich, weiblich und divers gibt. Doch was zeichnet einen solchen Anführer aus?

Wollen Sie führen? Eine einfache, aber wichtige Frage. Es gibt leider viel zu viele Verkäufer, die auf Grund ihrer Erfolge in eine Führungsposition katapultiert wurden und seitdem das Gefühl haben, dass sie hier nur noch ihre Lebenszeit verschwenden. Die Sehnsucht zurück an die Kundenfront ist groß. Es will eben nicht jeder führen.

Können Sie das Gewicht der Verantwortung tragen? Verantwortung ist eine Last. Ähnlich wie Gewichte im Fitnessstudio kann diese Last Ihnen Freude und eine positive Herausforderung bieten. Oder Sie brechen darunter zusammen. So ist es auch mit Verantwortung und Führung. Natürlich können Sie in eine neue Verantwortung hineinwachsen und sich – ähnlich wie Ihre Muskeln beim Sport – an das neue Gewicht gewöhnen. Ihre wahre Herausforderung dabei ist, sich nur so viel Verantwortung aufzuladen, wie Sie auch nachhaltig gut tragen können. Nicht jeder ist zum Unternehmer oder Verkäufer geboren. Manche

Haben Sie Mumm und seien Sie als Anführer unbequem gegen sich selbst. Rufen Sie nicht nach Papa Staat und Mama Gesetz, sondern sorgen Sie einfach dafür, dass in Ihrem Unternehmen die richtige Arbeitskultur herrscht.

Der Autor

Peter Holzer arbeitet als Unternehmer-Coach und Autor. Seine Spezialgebiete sind Führung und Umsetzung von Veränderungen.
www.peterholzer.com

wollen nur angestellt oder möglichst weit weg von Messbarkeit und Provision arbeiten.

Können Sie Entscheidungen treffen, auch wenn Sie damit anderen oder gar sich selbst „weh tun"? Autsch – heikles Thema. In einer Gesellschaft, in der alles und jeder in Watte gepackt werden will und muss, gehört „weh tun" nicht zum aktiven Wortschatz. Das fängt bei zunehmend fehlender Anstrengungsbereitschaft an. Und endet dabei, dass viele Menschen Konflikte meiden. Doch Führung ist kein Zuckerschlecken. Niemand hat gesagt, dass es Ihr Ziel ist, sich nur die angenehmen Rosinen aus dem Kucken zu picken. Im Gegenteil: die angenehmen Seiten der Führung sind nur die Kür. Sie müssen vor allem die Pflicht beherrschen. Nämlich, wenn es darauf ankommt, auch konstruktiv unbequem zu sein.
Bevor Sie über Ihre Konfliktfähigkeit mit anderen nachdenken, schauen Sie lieber erstmal in den Spiegel. Können Sie unbequem sich selbst gegenüber sein? Wenn Sie sich dazu entscheiden, Führungsverantwortung zu übernehmen, können Sie diese Verantwortung nicht auf Pause stellen. Entweder tragen Sie sie – oder Sie geben sie wieder ab. Doch der sich in der Gesellschaft verbreitende Anspruch auf ein Schlaraffenland infiziert mittlerweile sogar Vorstandsetagen. Wer Vorstand wird, trägt Verantwortung und Risiken. Dafür wird er fürstlich entlohnt und bekommt weitere Vorzüge wie Macht, Prestige und hochwertige Kontakte. Gleichzeitig müssen Sie dann einen Preis dafür zahlen: nämlich, dass Sie die volle Verantwortung tragen und private Themen im Zweifel hintenanstehen lassen müssen. Die Initiative „Stay on Board" will das nun ändern und fordert eine Gesetzesänderung, damit auch Vorstände für bis zu sechs Monate ihr Mandat ruhen lassen können, um sich privaten Themen wie Baby oder Elternpflege zu widmen.
Haben Sie Mumm und seien Sie als Anführer unbequem gegen sich selbst. Rufen Sie nicht nach Papa Staat und Mama Gesetz, sondern sorgen Sie einfach dafür, dass in Ihrem Unternehmen die richtige Arbeitskultur herrscht. Fangen Sie doch einfach damit an, gegenseitigen Respekt und Vertrauen zu leben. Dann können Sie auch eine Babypause als Vorstand mit ihrem Team gestemmt kriegen. Ganz ohne neue Gesetze und Verordnungen.

Führung beginnt mit Selbstführung

Sie merken also, was Sie längst wissen: Es nutzen Ihnen weder äußere Rahmenbedingungen noch die ganzen modernen Management-Tools, wenn eine Sache schwach ist – Ihre Haltung. Starke Anführer zeichnen sich durch Haltung aus. Hart in der Sache, fair zum Menschen. Seien Sie einfach kein Arschloch. Führen Sie auf Augenhöhe und verdienen Sie sich natürliche Autorität, indem Sie Vorbild sind. Zeigen Sie einen attraktiven Horizont auf und gehen Sie vorweg. Und dann werden Sie sehen: andere Menschen werden Ihnen folgen. Und damit erfüllen Sie die Definition eines modernen Anführers: Ein Mensch, dem andere freiwillig folgen. ■

Wenn Sie an Ihrer Haltung als Anführer arbeiten wollen, empfehle ich Ihnen zwei Dinge:

Online-Kurs „Selbstbestimmt leben"
Sie können andere Menschen umso besser führen, wenn Sie sich selbst auch gut führen können. Beantworten Sie die stärkste Frage: Wo wollen Sie eigentlich hin im Leben? Wie können Sie den Wandel aktiv gestalten? Und auch trotz Schwierigkeiten auf Kurs bleiben? Denken Sie daran: Das Leben ist kurz. Machen Sie etwas daraus.
Details: https://www.holzer-academy.com/selbstbestimmt-leben
Immobilien-Profi-Leser sparen 50 Euro netto mit dem Gutscheincode IMMOPROFI

Buch „Führung stirbt nicht"
Erfahren Sie mehr, was einen modernen, starken Anführer auszeichnet. Und was Ihre wirklich entscheidenden Aufgaben sind. Sorgen Sie für eine Renaissance der Führung. Hart in der Sache. Fair zum Menschen.
Leseprobe & Video: www.peterholzer.com/fuehrung-stirbt-nicht
Erhältlich überall, wo es Bücher gibt.

MAKLERRECHT

Klare Kante für Ihren Verkaufserfolg

Was bedeutet die neue Provisionsregelung für Sie als Eigentümer?

Die gesetzliche Neuregelung der Vorschriften zur Verteilung der Maklerprovision eröffnet Eigentümern neue Spielräume: Endlich kann der Makler ihre Interessen eindeutig vertreten und mit professionellen Vermarktungsmethoden den maximalen Verkaufserfolg erzielen.

JFür die meisten Medien, die sich im Vorfeld des Inkrafttretens der vier neu gefassten Makler-Paragrafen des Bürgerlichen Gesetzbuch befassten, war die Sache eindeutig: Frei nach dem Motto „Geteiltes Leid ist halbes Leid“ propagierte die übergroße Mehrheit der Journalisten das vom Gesetzeber erstmals juristisch verankerte Halbteilungsprinzip bei der Vermittlungsgebühr für Wohnimmobilien im privaten Umfeld. Kein Käufer muss seitdem mehr Provision an den Makler zahlen als der Verkäufer. Das klingt zunächst nach mehr Fairness und Transparenz und hat für diejenigen, die ein Haus oder eine Wohnung kaufen möchten, unter Umständen in der Tat finanzielle Vorteile.

Hälftige Provisionsteilung – die beste aller Welten?

Aber – wie so oft – berichteten viele der Beiträge zu diesem Thema nur die halbe Wahrheit. Denn für Sie als Eigentümer bedeutet die hälftige Aufteilung der Provision keineswegs automatisch auch die Einspa-

rung der entsprechenden
an Geld, ganz im Gegente
obwohl Sie bei dieser Rege
nächst nur 50 Prozent der K
die Vermittlung tragen, ge
auch Nachteile ein.

Warum ist das so, werden
fragen. Die Antwort ist einf
liegt in der Tatsache beg
dass die in § 656c BGB vorg
gleichwertige Aufteilung d
tage auch eine doppelte In
vertretung des Maklers bedi
heißt im Klartext, dass der V
in diesem Fall nicht mehr v
Ihre Interessen als Verkä
dienen darf, sondern sich „
gegenüber beiden Parteien
halten hat. Halbe Kosten
Makler. Zunächst erscheint
eine faire Regelung, aber ist
die beste Lösung für Sie?

Verkaufserfolg in Gefahr

Sicher ist auch, dass der vo
beauftragte Immobilienp
einer solchen Zwitterrolle
der Lage sein wird, alle Reg
ziehen, die Ihnen den höc
lichen Verkaufspreis für Ih
mals wertvollsten Vermö
sicherstellt. Darunter fall
licherweise die, für den V
äußerst lukrativen Bieterve
bei denen vom Makler qua
Interessenten Höchstgebote
Immobilie abgeben. Bei ei
tigen Teilung der Courtage
damit einhergehenden Dop
keit des Maklers ergeben s
bei jedoch oftmals nicht n
lische Probleme. Die Durch
eines Bieterverfahrens ist j
zumindest umstritten.

Das hier beschriebene Dile
bei der Verengung auf die
lungsregel vorprogrammi
kann Sie einen deutlich höh
trag kosten als die durch di
lung der Provision eingespa
me. Was also können Sie tur
der professionellen Vermit

Nach gründlicher Lektüre kann es nur ein Ergebnis geben: Besser dem Profi vertrauen!

Summe
il: Denn
elung zu-
osten für
ehen Sie

Sie sich
fach und
gründet,
esehene
der Cour-
teressen-
ingt. Das
ermittler
orrangig
ufer be-
,neutral“
n zu ver-
– halber
dies als
t es auch

on Ihnen
rofi mit
nicht in
gister zu
chstmög-
hren oft-
gensteil
en mög-
erkäufer
erfahren,
lifizierte
e für Ihre
ner hälf-
und der
peltätig-
sich hier-
ur mora-
führung
uristisch

emma ist
Halbtei-
ert und
heren Be-
e Aufte-
rte Sum-
n, um bei
tlung Ih-

res Hauses oder Ihrer Wohnung auf der sicheren Seite zu sein?

Neue Regelung zu Ihrem Vorteil nutzen

Die Antwort hierauf hat der Gesetzgeber dankenswerterweise selbst geliefert, und zwar in Form alternativer Beauftragungsmöglichkeiten. Schließlich ist die hälftige Teilung der Provision nur eine Mindestbestimmung. Das heißt für Sie zunächst einmal: Darunter geht nichts mehr, Punkt. Verdächtig klingende Slogans wie „provisionsfrei für den Eigentümer“ gehören damit der Vergangenheit an. Doch das muss kein Grund zur Trauer sein, im Gegenteil: Der Gesetzgeber legt fest, dass der Eigentümer auch als alleiniger Auftraggeber des Maklers fungieren kann und dabei auch die gesamte Provision übernimmt. Klingt teurer? Oberflächlich betrachtet vielleicht, aber denken Sie daran, dass Sie dafür auch einen Profi an Ihrer Seite haben, der juristisch einwandfrei ausschließlich Ihre Interessen vertritt. Und das zahlt sich – wie oben gezeigt – fast immer doppelt und dreifach zu Ihren Gunsten aus.

Ein Königsweg zum bestmöglichen Verkauf?

Hört sich das gut an? Das neue Gesetz gibt Ihnen mit dem § 656d BGB sogar die Möglichkeit, die Vorteile aus beiden Möglichkeiten zu kombinieren, und das geht so: Sie beauftragen exklusiv den Makler mit der Vermittlung Ihrer Immobilie, legen dabei aber gleichzeitig fest, dass der Käufer später die Hälfte der Vermittlungskosten übernehmen soll. Als einziger Vertragspartner des Maklers schulden Sie pro forma zwar die gesamte Provision, doch sobald der Notarvertrag geschlossen wurde, ist der Käufer in der Pflicht, den vereinbarten Anteil zu zahlen oder zu erstatten. Heißt für Sie: Den ganzen Makler zum halben Preis!

Doch wie bei allen Transaktionen zahlt immer der Käufer für das Produkt, den Transport, die Werbung und auch den Verkäufer, deshalb wird man sich spätestens jetzt fragen, warum die Vermarktungskosten nicht doch vollständig in den Verkaufspreis inkludiert werden. Diese Vorgehensweise ist nicht nur in allen anderen Branchen, sondern auch bei Maklern in fast allen anderen Ländern der Welt eine übliche und bewährte Vorgehensweise. Zudem ist damit sichergestellt, dass dem Käufer seitens seiner Bank sowohl der Kaufpreis als auch die Maklerprovision finanziert werden – das schafft zusätzlich Luft für einen höheren, Ihren, Kaufpreis und verhindert, dass das Eigenkapital Ihrer Interessenten unnötig gemindert wird.

Fazit: Für Sie als Eigentümer ist die Doppeltätigkeit des Maklers die schlechteste der drei vorgestellten Alternativen. Mit einer eindeutigen Vertretung Ihrer Interessen als Verkäufer sichern Sie sich den bestmöglichen Verkaufserfolg. ■

Immpuls

Seit Jahren nutzen Mitglieder des IMMOBILIEN-PROFI das kostenlose Akquise-Magazin IMMPULS. Sie erhalten das Magazin als offene Datei und können das 36-seitige Heft an Ihr CI anpassen, Texte ergänzen oder einzelne Beiträge entfernen.

IMMPULS behandelt alle relevanten Themen für Eigentümer, die über den privaten Verkauf nachdenken:

- Vorsicht beim Immobilienverkauf – die Fallstricke
- Leib- und Zeitrenten
- Was im Falle einer Scheidung beachtet werden muss
- Typische Fehler beim Angebotspreis
- Schützt der Notar Käufer und Verkäufer?
- usw.

Nach gründlicher Lektüre kann es nur ein Ergebnis geben: Besser dem Profi vertrauen!

Rechtzeitig zur neuen Provisionsregelung wurde das Magazin mit einem Beitrag über die unterschiedlichen Vertragsmodelle, insbesondere über die einseitige Vertretung der Eigentümer-Interessen oder den „Doppelmakler“ aktualisiert.

Andere Länder, andere Sitten
Australien (2)

Wer hat nicht schon einmal davon geträumt, dem wechselhaften Klima mitteleuropäischer Gefilde zu entfliehen und sich auf dem von der Sonne verwöhnten Fünften Kontinent niederzulassen? Als Makler hat man hier gute Karten, denn die Beauftragung eines Profis gilt hier als Routine. Doch auch wenn hohe Objektwerte und eine stabile Wirtschaftsentwicklung locken: Auch dort stehen traditionelle Makler vor einer Vielzahl von Herausforderungen. In unserer Serie beleuchten wir Chancen und Risiken und klären über Hintergründe des australischen Marktes auf.

Neben dem Geschäft mit Gebrauchtimmobilien spielen auch die zahlreichen Neubauprojekte eine immer wichtigere Rolle für Makler wie Cheng Wu aus Sydney. „Die liegen dann zwar oft ein bis zwei Autostunden von meinem Büro entfernt, aber der Absatz solcher Objekte ist attraktiv“, so Wu. Auch er berichtet von der Kauflust der Australier, die zusätzlich noch durch attraktive Steuersparmodelle der Regierung angeheizt wurde. So können jegliche Aufwendungen, die im Zusammenhang mit dem Kauf einer Immobilie getätigt werden, als einkommensmindernde Aufwendungen vom zu versteuernden Einkommen abgesetzt werden, also der Abtrag sowie die entsprechenden Zinszahlungen. Doch die Hochzeiten der Immobilienparty ist erst einmal vorbei. Insbesondere an der sogenannten Gold Coast und in den großen Ballungsräumen haben sich, wie angedeutet, in bestimmten Segmenten bereits Überkapazitäten aufgebaut, die nun die Preise etwas nach unten ziehen. Dennoch: Die meisten Verkäufer arbeiten hier nicht mit Festpreisen, sondern geben ihr Objekt in eine öffentliche Auktion, bei der dann – wie im hierzulande bekannten Bieterverfahren – meistbietend versteigert wird. So lassen sich in einem boomenden Markt erhebliche Mehrerlöse erzielen. Das bestätigt auch Makler Wu: „Es gab Häuser, die ich mit einem Verkaufspreis von 900.000 AUS$ angesetzt hatte. Aber im Rahmen der Auktion sind die dann für 1,1 Millionen weggegangen“, erinnert er sich an einen besonders krassen Ausreißer.

Chinesen kaufen gern Wie kommen solche Preissprünge zustande, fragt man sich unwillkürlich? Für Wu liegen die

Ich wollte ein Haus als Investmentobjekt kaufen, hatte 800.000 Dollar anvisiert. Doch zwei junge Typen boten sich gegenseitig auf 1,2 Millionen hoch.

Gründe auf der Hand. Seine eigenen Landsleute sind es, die ohne Rücksicht auf die Kosten in Australien Immobilien aufkaufen, oft als Studenten anwesend und mit dem Geld ihrer Eltern. Wie das geht? Nun, die Methoden sind, schenkt man seinen Worten Glauben, wohl nicht immer ganz koscher. „Da gibt es Vermittler, die das Geld auf verschiedenen Kanälen aus China herausbringen, und dann in Australien den Kindern zur Verfügung stellen. Die chinesische Regierung hat eigentlich strikte Kapitalausfuhrkontrollen in Kraft gesetzt, aber wie es in korrupten Ländern eben ist – mit genug Geld kann man die entsprechenden Leute dazu bringen, dass sie ein Auge zudrücken." Ihn ärgern nicht so sehr die Aktivitäten der Käufer an sich, sondern ihre Unbedarftheit, mit dem sie mit dem Geld ihrer Eltern oder Verwandten umherschmeißen, wenn es um den Erwerb von Immobilien geht. „Einmal war ich selbst davon betroffen. Ich wollte ein Haus als Investmentobjekt kaufen, hatte 800.000 Dollar anvisiert. Doch zwei junge Typen boten sich gegenseitig auf 1,2 Millionen hoch. Da musste ich natürlich passen, denn das Ganze war zu dem Preis schlicht nicht mehr rentabel", erinnert sich Wu.

Starker Wettbewerb in Sydney Doch um Rentabilität geht es den Chinesen nicht. Sie wollen einfach ihr Geld in Sicherheit bringen, da in ihrer Heimat die kommunistischen Machthaber wie ein Damoklesschwert stets mit

Enteignung drohen. „Das ist nicht so wie in Australien oder in Europa. Wenn eine Straße gebaut werden soll, geht das vor allem deshalb so schnell, weil die Grundstückseigentümer einfach enteignet werden. Keine langen Verhandlungen, keine großartigen Entschädigungen. Die Machthaber in China nehmen sich, was sie brauchen, ohne Rücksicht auf Verluste“, so der australische Kollege weiter. Und wie laufen nun die Geschäfte nach dem Ende des großen Booms vor etwa zwei, drei Jahren? „Es ist ruhiger geworden“, stellt Wu fest. Ohne seine zusätzlichen Einnahmen aus der Hausverwaltung wäre es für ihn deutlich schwieriger, in einem so wettbewerbsintensiven Maklermarkt wie Sydney zurecht zu kommen. Die Hausverwaltung für ein angrenzendes Einkaufszentrum betreibt er schon seit Jahrzehnten, kennt alle Geschäftsleute persönlich. In den übrigen Etagen des sechsstöckigen Hauses sind Wohnungen untergebracht. Auch hier ist Wu Ansprechpartner für die Mieter, er verwaltet die Mieteinnahmen und die entsprechenden Ausgaben und muss am Monatsende dem Eigentümer Rechenschaft ablegen.

> Immerhin dürfen in Australien die monatlichen Tilgungsraten von der Steuer abgesetzt werden und entlasten so den Käufer.

Neue Maklerkonkurrenz aus Fernost Dass er sich auch um neue Mieter kümmert, versteht sich von selbst. Aber das sei ein undankbares Geschäft, schließlich betrage die Provision in Sydney nur eine Wochenmiete. Im Gewerbebereich beträgt sie immerhin eine Monatsmiete. „Wenn da noch jemand handeln will, sage ich ihm gleich, dass er es selbst machen soll, denn bei solchen Kunden weiß ich, dass da nichts Gutes bei herumkommt“, spricht er aus langjähriger Erfahrung. Im Übrigen befindet er sich in starker Konkurrenz zu vielen aufstrebenden chinesischen Jungmaklern, die aber wohl eher aus Verlegenheit statt aus Passion ein Maklerbüro in den oberen Etagen der Geschäftshäuser eröffnen. „Die brauchen kein Ladenlokal direkt an der Straße mit Schaufensterfront so wie ich“, erzählt er. Seine jungen Konkurrenten mieten sich ein günstiges Büro im Hinterzimmer und betreiben dann online und über persönliche Kontakte nach China ihr Maklergeschäft. Er wolle niemandem etwas unterstellen, aber es könne gut sein, dass da manche Dinge abliefen, die nicht ganz gesetzeskonform seien. Zudem sei die persönliche Betreuung der Auslandschinesen so umfassend, dass diese ihre Vermittlungsaufträge gerne den Newcomern anvertrauen würden. Beispielsweise habe sich ein Abholservice direkt am Flughafen etabliert, sodass die Interessenten eine Art Rundumbetreuung erhielten, bis hin zu Fahrten

> Wenn da noch jemand handeln will,
> sage ich ihm gleich, dass er es selbst machen soll,
> denn bei solchen Kunden weiß ich,
> dass da nichts Gutes bei herumkommt

zu verschiedenen Objekten, Unterstützung bei den Auktionen sowie dem Kapitaltransfer, oft durch entsprechende Strohleute.

Provision und Stempelsteuer Er selbst hat viele Höhen und Tiefen des Marktes miterlebt und wird sich in den nächsten Jahren aus dem Geschäft zurückziehen. Sein 26-jähriger Sohn steht bereits in den Startlöchern und hat bereits so viel Einfluss, dass er Fotoaufnahmen im Inneren des Büros unterbinden kann. „Zu unordentlich“ seien die Geschäftsräume, gibt er freundlich, aber bestimmt zu Protokoll. Immerhin – von außen darf das sich im Herzen von Chinatown in der Sussex Street befindende Ladenlokal gerne fotografiert werden. In der Nachbarschaft gibt es noch einige andere Makler chinesischer Provenienz, doch man kommt sich angesichts des großen Marktes nur selten in die Quere. Die alteingesessenen Makler kennen und schätzen sich, ein Dorn im Auge sind ihnen vielmehr die bereits erwähnten Jungchinesen mit ihren Hinterzimmerbüros sowie die aggressiv auftretenden Online-Makler, die in Down Under lediglich ein Prozent Provision verlangen. Das nimmt sich deutlich weniger aus als die 1,5 bis 2,5 Prozent (bei steigendem Objektwert wird es entsprechend weniger) der traditionellen Makler. Eine Besonderheit ist die sogenannte „abgestufte Provision“: Hierbei kann eine Grundprovision von beispielsweise 2 Prozent bis zu einem Verkaufspreis von bis zu 500.000 AUD vereinbart werden. Für alles, was darüber liegt, erhält der Makler jedoch 5 Prozent, was für ihn ein perfekter Anreiz ist, den bestmöglichen Preis herauszuholen. Zur Provision kommt noch eine sogenannte „Stamp Fee“ der Behörden, vergleichbar also mit der deutschen Grunderwerbsteuer. Diese beträgt aktuell zwischen 3 bis 4 Prozent für australische Staatsbürger. Wer als Ausländer kaufen will, muss zusätzlich nochmals zwischen 7 und 8 Prozent „Ausländerstempelsteuer“ drauflegen. Einzig die ausländischen Käufer im Hauptstadtdistrikt rund um Canberra sind hiervon ausgenommen, vermutlich aufgrund diplomatischer Erwägungen. Immerhin dürfen in Australien die monatlichen Tilgungsraten von der Steuer abgesetzt werden und entlasten so den Käufer.

Im dritten Teil der Serie geht es um den Maklerverband REIA, die Preisentwicklung der letzten Monate sowie die Methoden eines erfolgreichen Franchisenehmers in Sydney. ■ Harald Henkel

Mallorca: Insel der glückseligen Makler?

Die Pandemie traf Spanien so hart wie fast kein anderes EU-Land: mit einem der strengsten Ausgangssperren und langem Lockdown. Während die Immobilienbranche auf dem Festland schwierigen Zeiten entgegen sieht, scheint auf Mallorca die Welt in Ordnung zu sein. Damit würde sich mal wieder die Robustheit des Inselmarktes bewahrheiten. Aber auch auf Mallorca gibt es Licht und Schatten, ebenso wie bei den Maklerkollegen in Deutschland.

Der deutsche Wohnimmobilienmarkt leidet kaum unter den Pandemie-Folgen. Nachdem während des Lockdowns im März und April die Zahl der Anfragen zurückging, erreichte sie nach einer Schockphase das Vorkrisenniveau. Auch die Preise und Kaltmieten blieben stabil, in vielen Regionen erhöhten sie sich sogar. So ermittelte das Bundesamt für Statistik, dass Wohnimmobilienpreise im zweiten Quartal 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 6,6 Prozent stiegen. Erhöhungen gab es in allen Regionen: sowohl in Ballungsräumen als auch in ländlichen Gebieten.

Also alles wie immer? Mitnichten. Immobilienprofis, die im Gewerbeimmobilien- sowie im Investmentbereich tätig sind, haben durchaus Probleme. Einige davon könnten ihnen auf Dauer erhalten bleiben. So mussten große Gewerbe- und Investmentmakler wie Avison Young, JLL, Savills, BNP Paribas Real Estate und NAI-Apollo im April und Mai vorübergehend Kurzarbeit einführen. Viele ihrer Kunden haben ihre Suche zurückgestellt. Internationale Investoren konnten nicht anreisen und auch aktuell sind länderübergreifende Geschäftsreisen wegen zahlreicher Quarantäne-Regelungen schwierig (Stand: Anfang Oktober 2020).

> Es gab Einbrüche nach dem Platzen der Dotcom-Blase vor etwa 20 Jahren sowie Rückgänge nach der Finanzkrise 2008/2009. Danach hat sich der Markt immer wieder erholt.

Unklar ist, wie sich Gastronomie- und Handelsflächen entwickeln. Die Krise hat die Verletzlichkeit dieser Mietergruppen gezeigt. Waren früher Modefilialisten gern gesehene Mietvertragspartner, so sind heute Drogerie- und Supermärkte Vermieters →

> ... ich rechne damit, dass für Immobilien im mittleren und unteren Segment die Preise sinken und sich einige Eigentümer, wie beispielsweise Hoteliers, die in der aktuellen Phase kaum Erträge erzielen, von ihren Eigenheimen und Wohnungen trennen müssen. Im Premiumbereich rechne ich mit weiteren Steigerungen

Lieblinge. Viele Experten sind sich einig, dass nach Mietreduktionen in vielen Nebenlagen und Mittelstädten nun auch in High-Streets und Einkaufszentren die Mieten sinken könnten. Diese Entwicklung, nicht zuletzt beflügelt durch den Online-Handel, zeichnete sich bereits vor Corona ab. Covid-19 wirkt jetzt als Brandbeschleuniger.
Weitere Tiefschläge könnten kommen, wenn im Herbst und Winter viele Corona-Hilfsmaßnahmen auslaufen und mehr Unternehmen Insolvenz anmelden. Es ist zu vermuten, dass die Zahl der Pleiten stark steigt. Einige haben ihren Konkurs wegen der Corona-Gelder offenbar „verschleppt“: Seit Ausbruch der Krise ist die Zahl der Insolvenzen im Vergleich zum Vorjahr gesunken (!).

> „Viele Anleger, die normalerweise in Gewerbeobjekte investierten, wählen nun reine Mehrfamilienhäuser beziehungsweise suchen nach einem Gebäude mit geringem Gewerbeanteil.“

Viele Büronutzer und Makler verbrechen sich zudem den Kopf, wie es mit Home-Office weitergeht. Wird es zu einem festen Bestandteil der Arbeitskultur, so dass Mitarbeiter tageweise von Zuhause aus arbeiten und im Büro weniger Schreibtische nötig sind? Oder steigt der Flächenbedarf wegen der Abstandsflächen, die möglicherweise noch 2021 und 2022 einzuhalten sind? Das Maklerhaus NAI-Apollo hat für Frankfurt am Main beispielhaft berechnet, wie sich eine Home-Office-Quote von zehn bis 20 Prozent der Büroarbeitsplätze auswirken würde. Demnach könnten in der Bankenstadt mittelfristig über eine Million Quadratmeter Bürofläche überflüssig werden. Insgesamt beläuft sich der Bürobestand am Main auf circa 12 Millionen Quadratmeter.
Makler, die verschiedene Immobiliensegmente bedienen und neben Selbstnutzern für Wohnraum auch Investoren, Versicherungen und Family Offices betreuen, mussten zumeist keine Mitarbeiter in Kurzarbeit schicken. Dazu zählt beispielsweise das Maklerhaus Aengevelt in Düsseldorf, das 130 Mitarbeiter hat und fünf Niederlassungen unterhält.

„Das Maklergeschäft ist häufiger von Höhen und Tiefen geprägt. Es gab Einbrüche nach dem Platzen der Dotcom-Blase vor etwa 20 Jahren sowie Rückgänge nach der Finanzkrise 2008/2009. Danach hat sich der Markt immer wieder erholt. Das sollte auch nach der Pandemie so sein. Unsere Vermittler kennen Hochs und Tiefs“, gibt sich Unternehmenssprecher Thomas Glodek entspannt.
Während Glodeks Vermittlungskollegen am Standort Magdeburg beobachten, dass die lokale Büronachfrage weiterhin stabil ist, bemerkt er in Hochburgen wie Düsseldorf und Frankfurt am Main eine schleppende Nachfrage, verbunden mit vielen Bestandsmietern, die Flächen untervermieten möchten. Weil in der Regel auch bei Untervermietungen Makler hinzugezogen werden, verdienen die Vermittler mit.
Auch John Brünings, Mitgeschäftsführer der PH Immobiliengesellschaft (PHI) in Aachen, konstatierte nach dem Lockdown einen Rückgang bei der Nachfrage nach Büros und Ladenlokalen. „Das betraf vor allem Geschäfte für Mode, Schuhe, Kosmetik etc., die keine Waren des täglichen Bedarfs verkaufen“, so der Immobilienexperte. Einzelhändler, die es nicht geschafft haben, sich zu digitalisieren und ihre Produkte online zu verkaufen, werden es auch künftig schwer haben. Daher rechnet Brünings mit zunehmenden Geschäftsaufgaben.

„Im Bürosektor prognostizieren wir in den nächsten Monaten ebenfalls mehr Leerstände. Aber das sollte sich mittelfristig wieder normalisieren“, ergänzt PHI-Mitgeschäftsführer Sebastian Hucz. Er ist der Überzeugung, dass sich die Arbeitswelt aufgrund der Home-Office-Erfahrungen vieler Arbeitnehmer verändert. „Auch wir haben in unserem Unternehmen festgestellt, dass sich unsere Mitarbeiter im Büro mehr Freiraum zur persönlichen Entfaltung und mehr Komfort wünschen. Der Platzbedarf pro Mitarbeiter wird also steigen – und somit die Nachfrage nach Immobilien mit flexibleren Mietmodellen“, so Hucz.
Im Wohnimmobiliensektor stieg hingegen bei PHI die Nachfrage. „Viele Anleger, die normalerweise in Gewerbeobjekte investierten, wählen nun reine Mehrfamilienhäuser beziehungsweise suchen nach einem Gebäude mit geringem Gewerbeanteil“, so Brünings: Auf diese Weise wollen sie Risiken für Leerstände und damit verbundene Mietausfälle begrenzen.

Wie geht es den Maklerkollegen, die auf Mallorca Geschäfte machen? Spanien zählte im Frühjahr zu den Ländern mit dem längsten Lockdown, der annähernd drei Monate dauerte. Nachdem dieser Mitte Juni aufgehoben wurde, strömten nicht nur Touristen, sondern auch viele Besitzer von Ferienimmobilien auf die Inseln. „Wir haben während des Lockdowns zu den Kaufinteressenten Kontakt gehalten. Als nach den Lockerungen viele für Besichtigungen auf die Insel kamen, trafen diese besonders schnell ihre Kaufentscheidung. Der Juli war für uns sehr erfolgreich“, →

Spezial Software

Weiterbildung

FORTBILDUNGSPFLICHT

Ausbildungsbuch+e-learning-Kurs preiswert, jederzeit, mehr unter: www.immobilien-institut.de

SPRENGNETTER

Immobilien.
Einfach. Sicher. Bewerten.

www.sprengnetter.de • shop.sprengnetter.de

Makler Software

onOffice® SOFTWARE

Spezielle Dienstleistungen

MAKLERWERFT

MEHR ALS NUR EINE WEBSEITE.

www.maklerwerft.de

WARUM
LANGE VERMARKTEN
WENN ES AUCH
SCHNELL GEHT?
AM SCHNELLSTEN
MIT HOME STAGING

www.dghr-info.de

DGHR

Ihr kompetenter Partner für erfolgreiches Immobilienmarketing

PERFORMANCE
PASSION
SYMPATHY
TRADITION

C.W.G
CREATIV-WERBUNG GMBH

Kontakt: Helmut Hastenteufel

C.W.G Creativ-Werbung GmbH ▪ Haußmannstraße 46
70188 Stuttgart ▪ Tel. 0711 235829 ▪ info@cwg-stuttgart.de

Stellenangebot

VERKÄUFER (M/W/I/D) FÜR WIESBADEN/MAINZ!

Überzeugen Sie durch Flexibilität, Teamfähigkeit und Spaß am Umgang mit Menschen und Immobilien? Professionelles Auftreten, Begeisterungsfähigkeit und ein gutes Netzwerk runden Ihr Profil ab? Dann sollten wir uns unbedingt kennenlernen! Wir freuen uns auf Sie!
Tel. 0611-450 7781 · www.hildebrandimmobilien.de

berichtet Andreas Dinges, CEO der Firma Private Property Mallorca, die zwei Niederlassungen auf der Insel hat.
Er führt dies darauf zurück, dass viele Menschen nun erst recht ihren Traum von einem Feriendomizil wahr machen wollen. „Während der Phase der Einschränkungen haben sie gesehen, wie wichtig es ist, mehr Wohnraum und einen großen Garten zu haben", so der Immobilienexperte. Auch auf dem spanischen Festland oder in Frankreich flüchteten viele Städter in ihre Ferienhäuser an der Küste, um dort die Lockdown-Zeit zu verbringen.

> Die Immobilienpreise stiegen jedes Jahr im Schnitt um 5 Prozent. Laut Engel & Völkers lag der Durchschnittsverkaufspreis bei 1,4 Mio. Euro.

Doch der zweite Schock kam wenige Wochen später. Seit 14. August zählt Mallorca zu den Risikogebieten. Es gab in den Wochen davor zu viele Neuinfektionen. Die damit verbunden Quarantäne-Regeln und Tests vermiesen potenziellen Käufern die Lust auf Auslandsreisen. Dinges vertraut aber auf künftige Nachholeffekte, wenn es einen Impfstoff gibt und der Reiseverkehr im nächsten Jahre wieder ruckelfrei läuft. Über 50 Prozent des Umsatzes macht sein Unternehmen mit Luxusobjekten, die bei 2,5 Mio. Euro starten. „Diese Käuferklientel ist vermögend und kaum von wirtschaftlichen Turbulenzen betroffen", so der Immobiliendienstleister, der seit 16 Jahren auf Mallorca tätig ist und 16 Mitarbeiter beschäftigt. Viele benötigen für den Erwerb keinen Kredit. Das war schon während der Immobilien- und Finanzkrise 2008/2009 zu beobachten. Auch damals blieb der mallorquinische Ferienimmobilienmarkt von den Einbrüchen auf dem Festland weitgehend unberührt. In Madrid, Barcelona und anderen Großstädten hingegen können viele Menschen ihre Mieten und Immobiliendarlehen Corona-bedingt nicht mehr begleichen. Erstmals seit zehn Jahren gaben dort die Preise daher nach.

Balearen-Makler Eric Schwinning ist hinsichtlich der Ferienimmobilien ebenfalls optimistisch. Auch er verlagerte seine Beratung von Besichtigungsterminen auf digitale Lösungen. Anfragen wurden vermehrt mit Messenger-Diensten und Video-Calls bearbeitet. Aktuell arbeitet der Geschäftsführer von ImmoConceptBalear an virtuellen 3-D-Touren durch seine Immobilien. Viele Interessenten hätten sich an die Technik gewöhnt.
Das werde auch nach Corona zu einem anderen Kommunikationsverhalten führen. Summa summarum rechnet er kaum mit Umsatzeinbußen im laufenden Jahr. Die vorgegebenen Ziele würden zwar nicht erreicht. „Aber wir können wir nach jetzigen Berechnungen an das Umsatzergebnis des Vorjahres anknüpfen", so Schwinning. Sein Kollege Andreas Dinges glaubt ebenfalls, dass sein diesjähriger Umsatz auf Vorjahresniveau liegen wird.

Für die Einheimischen und viele Deutsche sowie andere Nationalitäten, die auf der Insel vom Tourismus leben und beispielsweise Hotels betreiben, Hochzeiten planen, Gärten pflegen, Firmenevents organisieren oder als Einzelhändler arbeiten, sieht die Lage anders aus. Viele plagen Existenzsorgen. „Daher rechne ich damit, dass für Immobilien im mittleren und unteren Segment die Preise sinken und sich einige Eigentümer, wie beispielsweise Hoteliers, die in der aktuellen Phase kaum Erträge erzielen, von ihren Eigenheimen und Wohnungen trennen müssen. Im Premiumbereich rechne ich mit weiteren Steigerungen", so Dinges.
Sein Kollege Marcus Trapp pflichtet ihm bei: „Ich schätze, dass im mittleren und unteren Qualitäts- und Lagesegment die Preise um zehn bis 15 Prozent fallen müssen, um Erwerber zu finden. Im Luxusbereich sollten die Preise stabil bleiben. In einigen Gebieten wie dem Südwesten, vom Hafen von Palma bis nach Port d' Andratx, werden sie sogar leicht steigen." Trapp betreibt mit einem Geschäftspartner ein Vermittlungsgeschäft auf Mallorca, makelt aber auch Objekte an der Algarve und hat sein Hauptbüro in Düsseldorf.

Die letzten drei Jahre waren für den mallorquinischen Ferienimmobilienmarkt sehr gut. Die Immobilienpreise stiegen jedes Jahr im Schnitt um 5 Prozent. Laut Engel & Völkers lag der Durchschnittsverkaufspreis bei 1,4 Mio. Euro. Deutsche bilden auf dem Immobilienmarkt mit etwa 60 Prozent die größte Käufergruppe. 12 Prozent der Erwerber sind Spanier, 10 Prozent Briten. Auch Schweizer und Skandinavier sind wichtige Klienten. In den zurückliegenden 20 Jahren stieg die Inselbevölkerung um 43 Prozent. Von den knapp 900.000 Einwohnern sind über 31 Prozent Deutsche.
Im vergangenen Jahr wurden auf der Insel noch Debatten über „Overtourism" geführt und die Frage erörtert, wie man gegen Eigentümer vorgehen kann, die ihre Wohnungen und Häuser an Touristen vermieten und dem regulären Markt entziehen. Jetzt sehnen sich die meisten Insulaner nach Gästen. Gleichzeitig wird darüber diskutiert, nicht mehr benötigte Hotels in Sozialwohnungen umzubauen. Die Politik möchte – Corona hin oder her – die „Sauftouristen" in die Wüste schicken, die bevorzugt in solchen Herbergen absteigen. Das betrifft vor allem betagte Zwei- und Drei-Sterne-Häuser in weniger guten Lagen. Laut spanischem Bauträgerverband Proinba fehlen auf der Insel derzeit etwa 16.000 Wohnungen für Normalverdiener. ■ Bernhard Hoffmann

Jenseits der Boom-Städte

Die Medien berichten gerne über (prosperierende) Immobilienmärkte in Ballungsregionen. Gebiete, in denen die Preise und Mieten stabil sind und Eigenheime teils für weniger als 100.000 Euro über den Tisch gehen, bleiben oft unberücksichtigt. Welche Provisionsvereinbarungen treffen zum Beispiel Makler in der Westpfalz, bei geringer Kaufkraft und moderaten Preisen? Wie wirkt sich für sie die neue gesetzliche Provisionsteilung aus? Wie erhalten sie selbst von finanzschwachen Verkäufern eine Courtage?

Googelt man die Stadt Pirmasens, dann wird als erste Wortergänzung „Armut" vorgeschlagen. Kein Wunder: Wird ein neuer Armutsbericht für Deutschland veröffentlicht oder eine Studie zu Kinderarmut oder der Quote der Hartz-IV-Bezieher, dann führt die Stadt häufig die Negativliste an. Auch die Arbeitslosenquote liegt mit 12,3 Prozent über dem Bundesdurchschnitt von 6,4 Prozent. Dazu kommt die höchste Pro-Kopf-Verschuldung.

Man muss allerdings auch sehen, dass die Stadt von mehreren Tiefschlägen gebeutelt wurde. Bis in die 1970er Jahre hinein war die Region Pirmasens-Zweibrücken von Schuhfabriken geprägt. Ihr ging es gut. Weil der Großteil der Fabrikjobs aus einfachen Anlerntätigkeiten bestand, bestand für wenige Westpfälzer Anlass, eine höhere Schulausbildung zu absolvieren. Mit der Verlagerung der Schuhproduktion zunächst nach Südeuropa und später nach Asien kam die Globalisierung im äußersten Südwesten der Republik an. Von ehemals über 500 Schuhfabriken in der Stadt sowie im Kreis existieren heute noch drei. Zählte Pirmasens in den 1980er Jahren noch über 60.000 Einwohner, so sind es aktuell etwa 42.000.

> In den letzten zwölf Monaten haben sich die Preise für gepflegte Mehrfamilienhäuser um 20 Prozent erhöht. Die Nachfrage ist auch nach Ausbruch der Corona-Krise nicht zurückgegangen

Der zweite Schock kam überraschend vor 30 Jahren. Nach der Wiedervereinigung wurde die Zahl der alliierten Soldaten drastisch reduziert. Aus Pirmasens zogen viele tausend US-Solda- →

ten ab, über 5.000 Arbeitsplätze gingen verloren. Letztlich waren auch viele Deutsche bei der U.S. Army tätig.

> „Die Einstiegspreise sind mit einem Kaufpreis-Vervielfältiger von 10 vergleichsweise moderat, so dass sich Renditen von vier bis fünf Prozent erwirtschaften lassen."

Eine ähnliche Entwicklung spielte sich in Zweibrücken ab. 22 Kilometer von Pirmasens entfernt verließen in jener Zeit ebenfalls viele tausend Amerikaner ihren deutschen Stützpunkt. Durch ihren Abzug wurde ein Gelände frei, das einem Drittel der Stadtfläche entsprach. Ein Bereich (Kreuzbergkaserne) wurde zur Hochschule, ein anderer zu einem Regionalflughafen, der aber nur wenige Jahre betrieben wurde und Ende 2014 schloss. Am erfolgreichsten ist das Fashion-Outlet-Center neben dem ehemaligen Airport, das vier Erweiterungen hinter sich hat und die fünfte gerade plant.
Zu allem Unglück befindet sich der größte Stolz der Region in der Dauerkrise: Der Fußballclub 1. FC Kaiserslautern. Viele Jahrzehnte aus der ersten Bundesliga nicht wegzudenken, spielen die „Roten Teufel" seit fünf Jahren in der dritten Liga.
Natürlich gibt es auch in Pirmasens und der Region gute Wohngegenden und Quartiere mit hohen Immobilienpreisen. Und Anleger, die in Karlsruhe, Mannheim und Heidelberg keine Mehrfamilienhäuser finden, haben mittlerweile ihre Fühler in die benachbarte Westpfalz ausgestreckt. „In den letzten zwölf Monaten haben sich die Preise für gepflegte Mehrfamilienhäuser um 20 Prozent erhöht. Die Nachfrage ist auch nach Ausbruch der Corona-Krise nicht zurückgegangen", berichtet der Pirmasenser Makler Alexander Schaaf. Im Gegenteil: „Mehr Menschen haben eine diffuse Angst vor einer Geldentwertung und investieren in Betongold."

Weitere Beweggründe liegen für den Geschäftsführer der gleichnamigen Immobilienfirma auf der Hand: Niedrige Zinsen und ein in der Stadt sowie einigen Umlandgemeinden weitaus höheres Angebot an Mehrfamilienhäusern als in Ballungsregionen. Die Einstiegspreise sind mit einem Kaufpreis-Vervielfältiger von 10 vergleichsweise moderat, so dass sich Renditen von vier bis fünf Prozent erwirtschaften lassen, wie Schaaf vorrechnet. Zum Vergleich: in Mainz liegt der Faktor bei 20, in Stuttgart bei 33. Für Eigentumswohnungen aus dem Bestand in mittelguten Lagen werden in Pirmasens 700 Euro aufgerufen, in Zweibrücken 1.000 Euro und in Kusel 800 Euro pro Quadratmeter. Dies geht aus aktuellen Zahlen des IVD hervor. Die Kaltmieten belaufen sich in guten Wohnlagen von Pirmasens auf etwa 5 Euro, in Zweibrücken auf 5,50 Euro und in Kaiserslautern auf 6,50 Euro pro Wohnquadratmeter.

Investoren können kaum mit steigenden Mieten rechnen. Aber auch in vielen betuchteren Gegenden unterbinden seit über fünf Jahren Mietpreisbremsen Erhöhungsmöglichkeiten, wie sie in den 2000er Jahren noch möglich waren. Kurz: Für viele Anleger ist es wichtiger, ihr Geld überhaupt investieren zu können, letztlich um den Negativzinsen ihrer Bank zu entgehen.
Unter den Selbstnutzern sind seit Neuestem viele Personen, die jahrzehntelang zur Miete wohnten. Seit Ausbruch der

Nur bei Neubauprojekten ist es auch bei uns üblich, dass die Provision vom Bauträger in den Verkaufspreis inkludiert wird. Zudem vereinbare ich in Einzelfällen bei höherpreisigen Objekten eine reine Verkäuferprovision.

Pandemie halten sie Ausschau nach einem Eigenheim mit Garten. „Viele nutzten die Zeit des Lockdowns, um sich mit einem Immobilienerwerb auseinanderzusetzen und merkten, dass dank der niedrigen Zinsen ein Immobilienkauf möglich ist", beobachtet Andreas Schnellting. Er ist Inhaber der AS Immobilien in Kusel. Die Kreisstadt liegt etwa 30 Kilometer nordwestlich von Kaiserslautern und zählt rund 5.000 Einwohner.

„Seit Corona sind die Zinsen nochmals gesunken. Viele wollen nicht mehr in einer 60-Quadratmter-Mietwohnung leben, sondern in einem Haus mit Außenfläche. Häufig sind die Käufer handwerklich begabt und suchen gezielt nach Eigenheimen für weniger als 100.000 Euro", beobachtet Schnellting. Wenngleich er anfügt, dass diese Klientel häufig Probleme bei der Finanzierung habe: Es fehle an Eigenmitteln, oft arbeiten die Interessenten in befristeten Arbeitsverhältnissen; Kurzarbeit sei in der Region bereits vor der Pandemie ein weitverbreitetes Phänomen gewesen.
Viele Kaufinteressenten kommen aktuell auch von weiter weg. Ihr Kalkül: Wenn sie künftig häufiger im Home-Office arbeiten können und seltener ins Büro in die 80 bis 100 Kilometer entfernte, prosperierende Vorderpfalz (Landau, Bad Dürkheim, Neustadt a.d. Weinstraße) fahren müssen, dann können sie sich ein Eigenheim mit Garten in ländlicher Umgebung leisten.

„Dörfer mit weniger als 500 Einwohnern, die eher abgelegen sind sowie über keine nennenswerte Infrastruktur wie Supermärkte, Ärzte, Schulen oder Kitas verfügen, haben es ungebrochen schwer."

Und weil nicht nur die Zinsen, sondern auch die Benzinpreise seit Langem niedrig sind, wählen immer mehr Familien diesen Weg. „Für eine hochwertige Immobilie, die ich für 320.000 anbiete, hatte ich vor Corona im Normalfall alle paar Wochen eine Anfrage. Bis wir beim Notar saßen, vergingen oft zwei Jahre. Nun melden sich für ein solches Objekt innerhalb von zwei Wochen über 20 Interessenten, einige mit konkreten Kaufabsichten. Die meisten kommen von auswärts", so Schnellting.
Sein Kollege Markus Mayer beobachtet Ähnliches in seiner Region. Er ist im Umfeld von Kirchheimbolanden tätig. Die Stadt mit rund 8.000 Einwohnern liegt zwischen Mainz und Kaiserslautern. Auch sein Einfamilienhaus-Markt scheint von der Pandemie zu profitieren. „Es suchen viel mehr Interessenten aus Mainz in der Region. Sie haben die Erfahrung gemacht, dass ihre Wohnung in der Landeshauptstadt zu klein ist, um dort im Home-Office und mit Familie arbeiten zu können. Jetzt mieten oder kaufen sie ein Haus in Kirchheimbolanden und pendeln die 40 Kilometer. Die Kaltmieten in der Landeshauptstadt liegen bei etwa 12 Euro: Für eine 100-Quadratmeter-Wohnung in Mainz bekommt man in Mayers Vermittlungsgebiet ein Haus mit doppelt so viel Wohnfläche plus Garten.

Allzu ländlich darf es allerdings nicht sein. „Dörfer mit weniger als 500 Einwohnern, die eher abgelegen sind sowie über keine nennenswerte Infrastruktur wie Supermärkte, Ärzte, Schulen oder Kitas verfügen, haben →

es ungebrochen schwer“, so Mayer, der Inhaber der Firma Eupora-Immobilien ist. Je abgeschiedener der Ort, umso schlechter sei zumeist auch die Internet-Versorgung. Dieser Punkt sei allen Interessenten wichtig.
Wegen dieser Entwicklungen liegt die Nachfrage bei Makler Andreas Schnellting über 30 Prozent höher als im Oktober vergangenen Jahres. Ob der Trend, aufs Land zu ziehen, nachhaltig sein wird, vermag er nicht zu prognostizieren. So ganz traut er dem Braten nicht. Die große Unbekannte ist, ob Home-Office auf Dauer für viele Beschäftigte eine Option ist. Oder ob nach der Pandemie wieder alle fünf Tage die Woche an ihren Arbeitsplatz einrücken. Immerhin trägt die höhere Nachfrage dazu bei, dass in vielen Kommunen der Westpfalz nach Jahren der Stagnation die Preise für Wohneigentum moderat stiegen. „In den zurückliegenden zwei bis drei Jahren erhöhten sie sich um fünf bis zehn Prozent“, erklärt Makler Klaus Baumann aus Zweibrücken.

> Auch Kollege Andreas Schnellting hat für Häuser unter 100.000 Euro einen eigenen Honorierungsweg gefunden: Er nimmt vom Verkäufer pauschal 3.000 Euro und vom Erwerber die üblichen drei Prozent netto.

Der größte Arbeitgeber in Zweibrücken, der Kranhersteller Tadano-Demag, steckt seit September in einer Insolvenz in Eigenverwaltung, circa 1.600 Arbeitsplätze hängen an der Firma, die sich nun gesundschrumpfen und Unternehmensteile verkaufen möchte. Dieser Schock und die offene Entwicklung weiterer Betriebe, die wegen der Corona-Folgen vielleicht Leute entlassen müssen, lassen Makler Baumann, der seit 1997 in der Region Zweibrücken tätig ist, die Zukunft ebenfalls nicht rosarot sehen.

Alle befragten Makler sagen, dass sie in über 90 Prozent der Fälle mit der ortsüblichen Provisionsteilung arbeiten und glauben, dass sich die neue gesetzliche Regelung ab Jahresende kaum auf ihre Vergütung auswirkt. Bei durchschnittlichen Verkaufspreisen für Eigenheime zwischen 120.000 und 200.000 Euro müssten sie von beiden Seiten eine Courtage nehmen, um finanziell über die Runden zu kommen. Die Teilung werde auch von beiden Seiten, also sowohl vom Verkäufer als auch vom Käufer, akzeptiert. Bei höheren Verkaufspreisen, die in Ballungsregionen selten unter 700.000 Euro liegen, könnten Kollegen natürlich auf die Verkäuferprovision verzichten. In der Westpfalz sei dies undenkbar. „Nur bei Neubauprojekten ist es auch bei uns üblich, dass die Provision vom Bauträger in den Verkaufspreis inkludiert wird. Zudem vereinbare ich in Einzelfällen bei höherpreisigen Objekten eine reine Verkäuferprovision“, erläutert Makler Schnellting. Für solche Objekte sei die Nachfrage geringer und der Hinweis auf einen provisionsfreien Erwerb durch den Käufer ziehe bei manchen Objekten zusätzliche Interessenten an.

> Ich erhalte die Verkäuferprovision erst, wenn die Kaufpreissumme geflossen ist. Dies vereinbare ich seit über 20 Jahren mit den Verkäufern“

Häufiger anzutreffen sind spezielle Courtage-Vereinbarungen bei niedrigen Immobilienwerten. „Bei Immobilien für weniger als 100.000 Euro nehme ich von Käufer und Verkäufer eine Pauschale von jeweils 4.000 Euro. Bei Objekten, die für weniger als 50.000 Euro angeboten werden, berechne ich 3.500 Euro von beiden“, erläutert Markus Mayer aus Kirchheimbolanden seine Kalkulation: „Letztlich sind solche Objekte oft sanierungsbedürftig. Das heißt, es sind mehr Besichtigungen nötig und die Käufer haben meist ein geringes Einkommen, weshalb ihre Finanzierung oft kompliziert ist.“ Unter dem Strich verursachten solche Objekte mehr Arbeit als marktgängige Häuser.
Auch Kollege Andreas Schnellting hat für Häuser unter 100.000 Euro einen eigenen Honorierungsweg gefunden: Er nimmt vom Verkäufer pauschal 3.000 Euro und vom Erwerber die üblichen drei Prozent netto. Hier werden mit der gesetzlichen Neuregelung gegebenenfalls kleine Anpassungen nötig, damit der Erwerber keine höhere Provision bezahlt als der Verkäufer.

Im strukturschwachen Südwesten stehen Makler zudem vor dem Problem, dass manche Verkäufer die Maklerprovision nicht aus eigener Tasche direkt nach dem Notartermin bezahlen können. „Ich erhalte die Verkäuferprovision erst, wenn die Kaufpreissumme geflossen ist. Dies vereinbare ich seit über 20 Jahren mit den Verkäufern“, so Immobilienexperte Schnellting. Das sei ebenso gut für Personen, die von einer spärlichen Witwenrente leben wie für verschuldete Verkäufer geeignet.
Einen weiteren Pluspunkt können viele Makler in ländlichen Regionen verbuchen: Der Wettbewerb untereinander ist nicht so groß. In Boom-Städten wie Hamburg, Berlin, Köln oder Düsseldorf hat sich die Zahl der Maklerfirmen in den zurückliegenden zehn Jahren mehr als verdoppelt. Steigende Objektpreise locken viele Gründer an. Aber auch in der Westpfalz könnte die Zeit der Beschaulichkeit vorbei sein. Vor einigen Monaten eröffnete Von Poll Immobilien eine Niederlassung in Zweibrücken. ■ Bernhard Hoffmann

Tipps für Mitglieder und Abonnenten

NEU beim IMMOBILIEN-PROFI: Hybrid-Seminare

Zwei Fliegen mit einer Klappe

Live vor Ort oder bequem von zu Hause – Sie haben die Wahl! Seit November bietet der IMMOBILIEN-PROFI ein neues Seminarerlebnis an: Hybrid-Seminare, an denen Teilnehmer sowohl physisch in unserem Seminarraum in Köln als auch live und online über ein Videokonferenzsystem teilnehmen können.

Wir reagieren damit auf die aktuellen Corona-Bedingungen, denn die Teilnehmerzahl ist aufgrund des nötigen Sicherheitsabstands begrenzt, zudem erschweren Mobilitätsbeschränkungen die Anreise. Damit unsere Mitglieder aber dennoch ihre Weiterbildungspflicht erfüllen können und die Nachfrage nach Seminaren bedient werden kann, ist nun auch eine zeitgleiche virtuelle Teilnahme möglich.

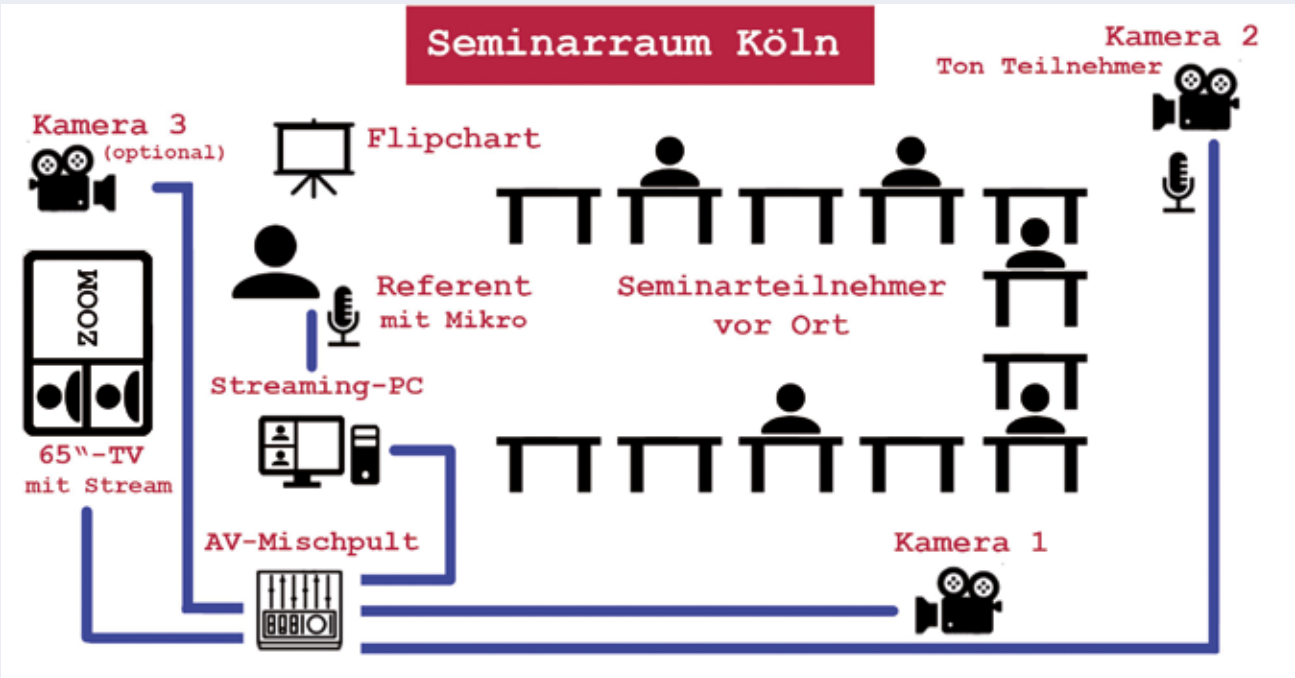
Die Konstellation Seminar plus Online-Übertragung schlägt zwei Fliegen mit einer Klappe: Zum einen spricht der Referent weiterhin vor echten Teilnehmern und fühlt sich – im Gegensatz zu reinen Online-Seminaren – in seinem gewohnten Element. Zum anderen kann dank der Hybridisierung die Anzahl der Online-Teilnehmer nahezu unbegrenzt erhöht werden.

Unabhängig von Corona werden wir unseren Mitgliedern auch in Zukunft die Möglichkeit bieten, Geld und Zeit zu sparen, indem Fahrtkosten und -zeit wegfallen. Die Technik im Seminarraum wurde dafür entsprechend aufgerüstet und ermöglicht so ein abwechslungsreiches und intensives Seminarerlebnis – eben das Beste aus beiden Welten, der realen und der virtuellen!

alle sind dabei!

Was bieten wir?

Um dem Seminar auch online mehr Leben zu geben, haben wir seit diesem Monat drei Kameras im Raum fest installiert. Dadurch erhalten auch die Online-Teilnehmer immer die beste Sicht. Und zwar auf den Referenten, den Flipchart sowie optional bei Zwischenfragen auf die →



Einmal Hybrid-Seminar = jährliche Fortbildungspflicht erfüllt!

vor Ort teilnehmenden Kollegen. Der Referent ist zum besseren Verständnis mit einem Mikrofon ausgestattet und auch die Teilnehmer im Raum können bei Bedarf jeweils per Ton zugeschaltet werden. Für den Wechsel zwischen den Kamerapositionen – wie bei einem Regiepult – sorgt ein spezieller Video-Mixer. Dieser kann entweder vor Ort oder auch per Netzwerk von anderen autorisierten PCs gesteuert werden. Damit hat IMMOBILIEN-PROFI volle Kontrolle in Bezug auf den Livestream und ist zugleich flexibel in der Bedienung.

Keine Scheu vor Zoom und Co.

Was benötigen Sie?

Sicherlich haben auch Sie in den vergangenen Tagen bereits Erfahrungen mit Online-Konferenzen gesammelt. Haben Sie daher keine Scheu! Als Software nutzen wir die derzeit populäre ZOOM Videokonferenz. Voraussetzung für die Online-Teilnahme ist ein Rechner mit einem Internet-Browser und normal schnellem Internetzugang, idealerweise auch ein Headset mit Mikrofon und eine durchschnittliche Webcam. Letztere ist standardmäßig in fast allen Laptops integriert. Sie haben zwar die Möglichkeit, Ihre Kamera während des Seminars zu deaktivieren, jedoch ist für einen optimalen Lernerfolg die visuelle Kommunikation empfehlenswert. Auf diese Weise erhält auch der Referent die nötige Rückmeldung der Teilnehmer und jeder Teilnehmer kann alles mitverfolgen und mit jedem kommunizieren – fast wie ein „normales" Seminar, eben nur **hybrid**!

Wie melden Sie sich an?

Eine Übersicht unserer aktuellen Seminare finden Sie auf der IMMOBILIEN-PROFI-Homepage. Dort können Sie sich wie gewohnt zu den Seminaren anmelden. Wenn Sie an einer Hybrid-Veranstaltung nur online teilnehmen wollen, können Sie das in dem Kommentarfeld anmerken. Das war es schon! Weitere Informationen sowie den Link mit dem Zugang erhalten Sie dann per E-Mail.
Das Angebot bezieht sich bisher jedoch nur auf Seminare, die im Seminarraum des IMMOBILIEN-PROFIs in Köln stattfinden. Reine Präsenz-Seminare in anderen Städten werden weiterhin stattfinden und sind gerade zum Netzwerken unentbehrlich.
Und ganz wichtig: Ein Seminar-Tag beim IMMOBILIEN-PROFI, also sieben Stunden geballte Weiterbildung, reicht bereits für Ihre jährliche Fortbildungspflicht.
Weitere Details finden Sie ab Januar 2021 auf www.immobilien-profi.de/Seminare. Sollten Sie noch Fragen haben, können Sie uns gerne per Telefon unter der 0221 / 16 80 71-10 kontaktieren.

Das neue Maklerrecht

Achim Amann

Am 23.12.2020 tritt in Deutschland das neue Maklerrecht in Kraft. Im Kern bedeutet dies für uns als Makler, dass im privaten Wohnungsmarkt vom Käufer für unsere Dienstleistung nicht mehr als vom Verkäufer verlangt wird. Die Höhe der Provisionen ist dabei frei verhandelbar. Je nach Region und Art der Immobilie wird also der Wettbewerb die Höhe der Provision regeln.

Aus unserer Sicht ist das neue Maklerrecht, auch Bestellerprinzip genannt, für alle Marktteilnehmer von Vorteil. Schon sehr lange befürworten wir, dass die Verkäufer dem Makler für seine Leistungen ein Honorar zahlen. Die einseitige Zahlung des Maklers nur für die Käuferseite war nicht mehr zeitgemäß. Wir sehen deshalb große Chancen im neuen Maklergesetz. Sowohl für Käufer als auch für Verkäufer. Wir gehen davon aus, dass die Verkäufer sich auf Provisionen von 3 Prozent plus gesetzlicher Mehrwertsteuer einstellen werden und die Käufer ebenso.

Die bisherigen Erfahrungen sind positiv Wir haben bereits mehrfach bewiesen, dass der private Verkäufer am besten fährt, wenn er sogar die komplette Maklerleistung bezahlt. Somit kann der Käufer provisionsfrei kaufen und spart Eigenkapital. Bei vielen Banken ist es Usus, eher höhere Kaufpreise zu finanzieren als die Maklerkosten. Mit Black Label Immobilien bieten wir schon lange neben der erfolgsbasierten Maklervergütung auch ein flexibles Modell an.
Unser Modell sieht wie folgt aus: Es wird ein pauschaler Satz mit dem Makler vereinbart, welchen der Verkäufer direkt an den Makler zahlt, je nach gewünschter Dienstleistung und Aufwand. Wir werden nun die kommenden Jahre beobachten können, ob sich nicht sogar -vergleichbar wie in praktisch allen anderen freien Berufen – eine Art Beraterhonorar vereinbaren lässt. Der Vorteil für Makler →

> Der einzige echte Nachteil, den ich im neuen Maklerrecht erkenne, ist der deutlich längere Zahlungslauf. Gerade in den Großstädten wie Berlin dauert es oft mehrere Wochen, wenn nicht sogar Monate, bis der Kaufpreis bezahlt wird.

Der Autor

Achim Amann ist Geschäftsführer bei Black Label Immobilien in Berlin-Brandenburg, Leipzig und Magdeburg

hierbei ist, dass er keine Arbeiten und Leistungen erbringen muss, die später nicht vergütet werden.
Die Vorteile des neuen Maklerrechts für Käufer ist neben dem geringeren Einsatz von Eigenkapital auch die Vergleichbarkeit von Maklerleistungen. Die Käufer können recht klar erkennen, welche Makler welche Leistungen durchsetzen und abrechnen – auch beim Verkäufer. Allerdings werden dadurch gerade kleine Makler möglicherweise nicht am Markt bestehen können.

Neue Herausforderungen

Den Trend zur Marktkonsolidierung beobachten wir aber schon seit mehreren Jahren, denn die Anforderungen an Makler steigen permanent. Immer mehr gesetzliche Anforderungen für Weiterbildungen haben nicht nur die Eintrittsbarrieren erhöht, sondern auch die wirtschaftlichen Risiken. Auch die erheblichen und wachsenden Kosten für Marketing und Infrastruktur stellen unsere Zunft vor Herausforderungen.

Der einzige echte Nachteil, den ich im neuen Maklerrecht erkenne, ist der deutlich längere Zahlungslauf. Gerade in den Großstädten wie Berlin dauert es oft mehrere Wochen, wenn nicht sogar Monate, bis der Kaufpreis bezahlt wird. Somit ist schon jetzt erkennbar, dass der Makler lange auf die Begleichung seiner Rechnung warten müssen wird. Dies ist wiederum eine Anforderung an das Management der Maklerhäuser: Sie müssen für ausreichend Kapitaldeckung sorgen, um solche Phasen zu überstehen.
Auch wenn das Gesetz zu einer gewissen Marktbereinigung mit entsprechenden Nachwirkungen führen wird, so bin ich überzeugt, dass nicht nur wir und unsere Wettbewerber davon profitieren werden. Auch für die anderen Marktteilnehmer, private und institutionelle, wird das neue Maklerrecht von Vorteil sein. ■

IMMOBILIENPROFI kompakt

Alles für den schönsten Beruf

WEG-RECHT
Neues vom Verwaltertag
Seite 3

NEUE WEBSEITE
Gute Planung ist das A und O
Seite 4

MAKELN21
Die 1-Objekt-Strategie
Seite 8

EGW Ihre Webseite – Top oder Flop?

Wettbewerbsbeobachtung

Die vorliegende Ausgabe beschäftigt sich mit den Themen Internet, Webseiten, deren Konzeption und Reichweiten. Alles Dinge, die für Makler heute Relevanz besitzen. Schließlich kann es als sicher gelten, dass ein Eigentümer immer auch den Online-Auftritt eines Maklers studiert, bevor er einen Auftrag unterschreibt. Und der wird in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen, da sich Makler nicht mehr kostenlos anpreisen dürfen.
Somit machen sich viele Kollegen Gedanken über Verbesserungen ihres Internet-Auftritts. Schließlich soll die Webseite neues Eigentümer-Interesse generieren.
Aber eine Frage wird dabei selten gestellt: Wie viele Interessenten verliere ich wegen meines Webauftritts?
Diese Fragestellung hat durchaus Berechtigung. Die Maklerwebseite kann auch einen negativen Akquise-Saldo haben. Ihre Homepage steht schließlich in Konkurrenz zu allen anderen lokalen Anbietern – mindestens: Denn es gibt ja auch noch die überregionalen Wettbewerber, die mit Wagniskapital gedopt wurden.
Führen Sie darum einen regelmäßigen „Check" Ihrer lokalen Mitbewerber durch, binden Sie auch neutrale Personen, möglichst Personen im Alter Ihrer Zielgruppe, mit ein. Welche Website gefällt? Und warum? Was schafft Vertrauen? Was führt zur Ablehnung? Dieser Test sollte bereits wichtige Informationen liefern. Vielleicht stellen Sie fest, dass Ihre Zielgruppe ganz anders reagiert, als es sich „die Leute von der Werbeagentur" vorstellen.
Werfen Sie anschließend einen Blick auf die aktuelle Technik der Wettbewerber. Sind deren Webseiten responsiv, stellen sie sich also automatisch auf unterschiedliche Endgeräte und Displays ein? Wer dies nicht leistet, wird von Google schonungslos herabgestuft und verliert so viele Klicks.
Wie stellen sich die Mitbewerber vor? Gibt es Fotos vom Team? Wer eine immaterielle Dienstleistung anbietet, muss irgendwie Vertrauen aufbauen. Der Auftraggeber kauft schließlich „die Katze im Sack", da man das Endprodukt wieder testen noch anfassen kann. Das gilt auch für Referenzen der Kollegen. Daher muss man dem Kunden im Dienstleistungsmarketing Indizien dafür liefern, dass man der richtige Partner für sein Anliegen ist.
Die Beobachtung der Mitbewerber ist durchaus lohnend. Lenkt sie den Blick doch auf das lokale Umfeld und nicht auf die neuesten – und teuren – Ideen von Unternehmensseiten anderer Branchen und Regionen, mit denen man in keinem Wettbewerb steht. Wir werden dieses Thema in den nächsten Ausgaben weiterverfolgen und einen entsprechenden Leitfaden hierzu veröffentlichen.

W. Berghaus

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

MaklerCharts von immoXXL vergleicht bundesweit Webseiten von Immobilienunternehmen in Bezug auf die Platzierungen bei Google zu maklerrelevanten Suchbegriffen. Die Charts bieten speziell Immobilienmaklern kostenfrei die erste und einzige deutschlandweite Auswertung von Google- Suchergebnissen.

Durch ein ausgefeiltes Punktesystem sieht jeder Makler seinen Erfolg bei der Suchmaschine und kann ihn direkt mit anderen Mitbewerbern vergleichen.

Die MaklerCharts (www.maklercharts.de) werden alle 14 Tage durch die Auswertung von über vier Millionen Platzierungen bei Google aktualisiert. Auf diese Weise können alle Veränderungen im Auswertungszeitraum gesehen und die Entwicklung der eigenen Webseite und der der Mitbewerber verfolgt werden.

WARUM MAKLERCHARTS

Für die Akquise von neuen Alleinaufträgen ist Google eine sehr wichtige Quelle. Diese kann aber nur durch teure Werbeplatzbuchungen (Google Ads) oder Top-Platzierungen bei wichtigen Keywords in den organischen Suchergebnissen angezapft werden.

Bisher gab es am Markt kein Auswertungssystem, welches den tatsächlichen Google-Erfolg von Immobilienmaklern zeigt und deren Be-

weiter auf Seite 2 >

Themen der nächsten kompakt-Ausgabe (Januar):

MGM Der Verkauf des Unternehmens

AGW Erste Erfahrung mit dem neuen Maklerrecht

ENERGIEAUSWEIS
ONLINE ERSTELLEN

Über 2.500 Bewertungen

NEU!

FÜR IMMOBILIEN PROFI-LESER

- Verbrauchsausweise ab 21,82 € (zzgl. MwSt.)
- Bedarfsausweise ab 49,13 € (zzgl. MwSt.)

mehr Infos:

www.energieausweis-online-erstellen.de/immobilienprofi

Ihre 5 Vorteile

- Energieausweise sofort verfügbar
- Über 2.500 Online-Bewertungen
- Einfache Online-Erstellung
- 100% rechtsgültig
- Hohe Ersparnis gegenüber vor-Ort-Erstellung

TRUSTED SHOPS GUARANTEE

Über 2.500 Bewertungen
durchschnittliche Kundenbewertung
4,7 / 5

KUNDENAUSZEICHNUNG eKomi

Jetzt: Vorteils-konditionen sichern!

*Prozesse und der automatische Anfragenmanager von onOffice erleichtern unsere Arbeit und schenken uns **Zeit für persönliche Kundenkontakte.***

Wir nutzen die Digitalisierung zu unserem Vorteil und zum Vorteil unserer Kunden.

Dr. Oliver Altenhövel
Volksbank Münsterland Nord eG

Erfolgreich mit onOffice

***Wechseln** Sie jetzt!*

Über 30.000 Anwender vertrauen bereits auf die Immobiliensoftware von onOffice. Pro Jahr wächst die Zahl um rund 1.000 Neukunden. Das Familienunternehmen wurde 2001 durch Inhaber Stefan Mantl gegründet und beschäftigt aktuell etwa 300 Mitarbeiter.

Jetzt wechseln und noch erfolgreicher makeln.

onOffice.com

onOffice® SOFTWARE