IMMOBILIENPROFI kompakt

Alles für den schönsten Beruf

MANAGEMENT
Wie Makler das Corona-Jahr 2020 erlebten
Seite 3

GOOGLE UPDATE:
Gefahr für Ihre Homepage
Seite 3

FÜHRUNG
Angestellte bei der Stange halten
Seite 4

Tippgeber

Es war im Jahr 2013, als wir in Köln ein Interview mit Nicolai Roth von Maklaro (damals ImCheck24) drehten. Das Besondere an diesem Gespräch: Start-Up-Gründer Roth wollte den Beweis antreten, dass man Makleraufträge für Wohnimmobilien allein über das Internet akquirieren kann. Alle Makler, denen Roth sein Konzept damals vorstellte, hätten mitleidig abgewunken, berichtete Roth.

Doch der Beweis gelang und für die Maklerbranche brach eine neue Zeit an. Fortan mussten nicht wenige Makler erkennen, dass sie bei der digitalen Akquise abgehängt werden.

Heute muss festgestellt werden, dass jeder über das Internet gewonnene Vermittlungsauftrag mit mehreren Tausend Euro Akquisekosten vorbelastet ist. Die Begeisterung der Branche über die Provisionsbeteiligung der Lead-Fischer ist entsprechend überschaubar.

Doch dieser Provisionsschmerz ist offenbar noch nicht groß genug, denn das lokale Farming wird kaum ausgereizt. So verteilen viele Makler mittlerweile zwar regelmäßig Flyer, doch ist dies heute kein Alleinstellungsmerkmal mehr. Hinzu kommt, dass diese Flyer dann nicht der Makler verteilt, sondern Aushilfen oder einschlägige Dienstleister. Der direkte Kontakt mit der Zielgruppe Eigentümer wird möglichst gemieden, ganz so, als ob persönliche Kontakte nur noch übers Web vermittelt würden.

Farming ist nun einmal persönlich. Verkaufstrainer Mark Remscheidt führt seit Jahren vor, welche Informationen man über so genanntes „Door-Knocking" gewinnt. Wie das geht? Einfach irgendwo an einer Haustür klingeln und fragen, wer „hier in der Straße sein Haus verkauft". Man würde einem entsprechenden Tipp nachgehen.

Gute Idee, aber in Corona-Zeiten nicht angemessen, werden nun einige Kollegen (erleichtert) abwinken. Doch gibt es auch noch das gute, alte Telefon und in der Pandemie sind die Eigentümer gut zu erreichen. Wo sollten sie auch sonst sein?

Im Seminar mit Mark Remscheidt konnten sich die Teilnehmer von der Wirksamkeit dieser Methode überzeugen. Der Verkaufstrainer erhielt eine Telefonliste von einem ortsansässigen Makler und führte in gut 20 Minuten acht Telefonate mit fremden Menschen. Zweimal meldete sich der Anrufbeantworter, nur einmal wurde brüsk eingehängt. Dabei kam es zu nicht weniger als vier interessanten Gesprächen, bei denen die Angerufenen bereitwillig über die Nachbarschaft berichteten und interessante Tipps nannten.

Es zeigt sich: Tippgeber braucht man nicht mit Prämien ködern – man muss sie nur anrufen.

Das Video dieser Demonstration finden Sie unter www.IMMOBILIEN-PROFI.tv.

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

AGW Verkaufsskript 1: Volle Innenprovision über Bande

Die Ausgangssituation: Makler und Eigentümer sitzen im finalen Akquisegespräch zusammen. Die wesentlichen Bestandteile der Beauftragung scheinen geklärt. Dann kommt es zur Frage nach dem Maklerhonorar. Unser Makler steuert primär die reine Innenprovision an. Die Doppeltätigkeit mit Provisionsteilung soll in jedem Fall vermieden werden. Aus taktischen Gründen wird deshalb die Variante „Einseitige Vertretung des Eigentümers" mit Beteiligung des Käufers (§656d BGB) ins Spiel gebracht.

Makler: … sind Sie dann damit einverstanden, dass wir Ihre Immobilie für 330.000 Euro anbieten?

Eigentümer: Zuvor müssen wir uns doch noch über die Maklerprovision unterhalten!

Unser Erfolgshonorar beträgt für Sie 6 Prozent des erzielten Verkaufspreises.

Andere bieten das doch schon für 1,95 Prozent an?

Sie meinen sicher die Internet-Makler?

Genau!

Die haben aber keine vergleichbaren Angebote. Die Internet-Makler können und wollen nur die Standard-Schritte der Vermarktung

weiter auf Seite 2 >

„Wenn Sie Ihre Immobilie nur irgendwie verkaufen wollen, brauchen Sie keinen Makler. Sie brauchen nur einen Notar.“

anbieten, alles, was Sie auch selber könnten. Sie bezahlen also nur dafür, dass man Ihnen die Arbeit abnimmt. Ist Ihnen das zwei Prozent wert?

Was machen Sie denn anders?

Wie schon angedeutet brauchen Sie keinen Makler, wenn Sie Ihre Immobilie irgendwie verkaufen wollen. Sie brauchen lediglich den Notar. Wenn es aber darum geht, schnell zu verkaufen und einen maximalen Preis zu erzielen, dann sieht das schon anders aus. Unser Vermarktungssystem habe ich Ihnen ja bereits vorgestellt …

Aber brauchen Sie die dreifache Provision dafür?

Das ist ja nicht der Fall. Denn die Internet-Makler nehmen ja die gleiche Provision auch vom Käufer, und dann sind wir schon bei vier Prozent. So groß ist der Unterschied also nicht mehr, außer bei der Leistung. Beachten Sie auch, dass mit der geteilten Provision juristisch eine andere Situation entsteht.

Inwiefern?

Wenn ein Makler von beiden Seiten bezahlt wird, muss er auch die Interessen des Käufers und nicht nur die des Verkäufers berücksichtigen. Sie wünschen einen hohen Kaufpreis, der Käufer will genau das Gegenteil. Und, wer den Makler bezahlt, hat Ansprüche. Ich müsste auf die Interessenten viel mehr Rücksicht nehmen als es meiner Vermarktungsstrategie guttut.
Ganz abgesehen davon, dass mein Büro nicht auf geteilte Provision ausgerichtet ist.

Wie wäre es denn mit vier Prozent? Damit könnte ich leben.

Es gäbe noch eine andere Lösung. Mit der neuen Provisionsregelung hat der Gesetzgeber (§ 656d) explizit eine Situation skizziert, bei der nur ein Vertrag zwischen Eigentümer und Makler besteht und der Käufer sich trotzdem an der Provision bis zur Hälfte beteiligen kann. Ergebnis: Sie erhalten den ganzen Makler, aber zum halben Preis.

Das gefällt mir …

In diesem Fall bleibt dann unsere Vereinbarung mit einer Erfolgsprovision von 6 Prozent bestehen, wir vereinbaren aber zusätzlich, dass der Käufer die Hälfte übernehmen soll.

Aber ich muss für die 6 Prozent unterschreiben?

Richtig, wenn ich eine Provisionsvereinbarung mit Interessenten ansteuern muss, dann rutsche ich wieder in die neutrale Vermittlerrolle.

Okay, das sehe ich ein. Dann machen wir es so mit der geteilten Provision.

Und gehen dann mit 320.000 in den Markt?

Eben waren es noch 330.000 Euro?

Jetzt ist die Käuferprovision nicht mehr enthalten.

Stimmt ja, 3 Prozent sind ungefähr 10.000 Euro.

Für den Käufer ist es der gleiche Preis, nur anders verpackt. Entsprechend ändert sich auch für Sie nichts. Es gibt jedoch einige Nachteile.

Die da wären?

Die 10.000 Euro Vertriebskosten können für den Käufer beispielsweise nicht finanziert werden, mindern damit das Eigenkapital. Daran scheitert zwar nicht der Immobilienkauf, aber wenn es darum geht, andere Interessenten zu überbieten, müsste der eine oder andere vielleicht die Segel streichen. Wir reduzieren ohne Not den Wettbewerb.

So gesehen …

Es zahlt doch immer der Käufer, gleichgültig, wie es verpackt wird.

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

MAKELN 21 – DIE MATRIX
beschreibt Maklerunternehmen mittels sieben Geschäftsbereichen. Eigentümer-Gewinnung (EGW), die 1:n-Akquise, Auftragsgewinnung (AGW), die 1:1-Akquiseverhandlung, Leistungserbringung (LEB), die Vermarktung im Auftrag, sowie Management (MGM), Führung (FHG), Marketing (MKT) und Finanzen (FIN). Alle Beiträge sind entsprechend gekennzeichnet.

GOOGLE FÜHRT UPDATE DURCH

Google ändert im Mai 2021 mit dem Google Page Experience Update die Bewertungsmethode von Homepages. Das hat Einfluss auf die Suchergebnisse der Suchmaschine und kann für Ihre Firmenhomepage drastische Auswirkungen haben. Doch Sie können schon jetzt reagieren, um gut auf diese Aktualisierung vorbereitet zu sein.

Da sich das Nutzerverhalten aber mittlerweile so geändert hat, dass die meisten Google-Suchen über ein Mobilgerät gestartet werden, wird ab Mai 2021 eine neue Bewertungsmethode (Rankingmethode) für Webseiten hinzugenommen. Ab diesem Datum führt Google das Core Web Vitals als Update ein. Diese Web-Vitals-Kennzahlen bewerten Webseiten anhand von drei Schlüsselkennzahlen, die sich auf die Homepage beziehen:

- Geschwindigkeit
- Reaktionsfähigkeit
- visuelle Stabilität

So sollen zukünftig an der Spitze der Suchergebnisse nur noch mobile Homepages mit schnellen Ladezeiten angezeigt werden. Diese neuen Kennzahlen müssen im Laufe der Zeit noch mit bestehenden Kriterien kombiniert werden, wie z. B. ob eine Homepage eine sichere Nutzung mit dem HTTPS-Protokoll bietet oder ob sie keine störenden Werbebanner aufweist. Ziel ist es, dass die Nutzererfahrung einer Homepage Einfluss auf die Suchergebnisse haben wird.

Was können Sie tun?
Google hat im Zuge der Aktualisierung mit Core Web Vitals auch das Tool zur Geschwindigkeitsmessung namens „PageSpeed Insights“ überarbeitet. Dieses kostenlose Online-Werkzeug zeigt Ihnen die Ladezeiten Ihrer Homepage jetzt auch mit den Werten der Einzelkriterien mit dem daraus errechneten Gesamtwert. Zudem gibt Ihnen das Tool Ratschläge, wie Sie bessere Werte erreichen können.

Mehr auf
www.immobilien-profi.de/category/magazin/extra

MGM

Wie Makler das Corona-Jahr 2020 erlebten

Wie krisenresistent bist du?

Bernhard Hoffmann

Das zurückliegende Jahr veränderte die Arbeitsweise vieler Makler grundlegend. Corona zwingt sie, gewohnte Abläufe zu ändern. Viele Mitarbeiter sind im Home-Office, die Zahl der Besichtigungen und Präsenztermine mussten reduziert und Hygienekonzepte für Begehungen erarbeitet werden. Nicht selten war viel Überzeugungsarbeit nötig, verkaufswillige Eigentümer bei der Stange zu halten. Trotz dieser Veränderungen haben manche das vergangene Jahr mit hohen Provisionsumsätzen abgeschlossen. Was haben sie richtig gemacht?

Dass Makler bislang gut durch die Pandemie kommen hat mehrere Gründe. Die Nachfrage nach Wohnraum ist ungebrochen hoch, die finanziellen Möglichkeiten vieler Erwerber haben sich nicht verschlechtert. Weitere entscheidende Gründe betreffen die Arbeitsabläufe der Makler. Erstens ist die Maklersoftware fast aller Anbieter seit Jahren mobil ausgelegt. Das heißt, für Vertriebsmitarbeiter war webbasiertes Arbeiten von unterwegs schon lange üblich. Auch der Innendienst konnte dank dieser Technik einfach an den heimischen Küchentisch wechseln, vorausgesetzt das private WLAN liefert die nötige Leistung. In anderen Branchen wie dem Bankensektor, bei Gerichten oder Krankenkassen ist die Technik, samt gesichertem Zugriff auf persönliche Daten, vor der Pandemie kaum für mobiles Arbeiten ausgelegt gewesen.

Zweitens sind Maklerinnen und Makler Veränderungen gewohnt. Alle paar Monate müssen sie sich auf Neuerungen einstellen, die ihre Prozesse mal mehr, mal weniger durcheinanderwirbeln. Da war das Geldwäschegesetz, die Widerrufsbelehrung, mehrere Anpassungen des Energieausweises, die Mietpreisbremse, die DSGVO etc. Auch 2020 blieben Immobiliendienstleister davon nicht verschont: Zum Weihnachtsfest lag eine gesetzliche Regelung zur Provisionsteilung unter dem Baum. Verwalter erhielten wenige Woche zuvor ein Reformwerk zum Wohnungseigentumsgesetz. Veränderungen, so nervig sie sind, halten den Geist fit, das Unternehmen flexibel.

Bei Möllerherm Immobilien war der Provisionsumsatz im vergangenen Jahr höher als im Vorjahr: Je nach Standort lag die Steigerung zwischen zehn und 35 Prozent. Teamleiterin Nina Schulte-Schimonik führt dies unter anderem darauf zurück, dass sie mehr hochwertige Objekte vermittelt haben als zuvor. Außerdem beobachtet sie, dass insbesondere in ländlichen Regionen die Preise teils stark stiegen. Schließlich habe der Lockdown im Frühjahr dazu geführt, dass sich mehr Eigenheimbesitzer gefragt haben, wie sie künftig wohnen möchten. Häufig stand am Ende die Entscheidung, ihre bisherigen vier Wände zu verkaufen. „Wer sich zu einer Veräußerung durchgerungen hat und uns kontaktiert, der unterschreibt meistens einen Vermittlungsauftrag. Wegen der Kontaktbeschränkungen machen sich Verkäufer seltener die Mühe, mehrere Makler anzufragen, um später einen auszu-

weiter auf Seite 6 >

Angestellte bei der Stange halten (1)

Bernhard Hoffmann

Vielen Maklerunternehmen fällt es zusehends schwer, offene Stellen zu besetzen. Zudem sind das Auswählen und Einarbeiten neuer Kräfte aufwändig. Bis die Neuen ihre Kollegen merklich entlasten und zum Umsatz beitragen, vergehen meist mehrere Wochen. Daher ist es sinnvoll, gute Mitarbeitende zu halten. Im ersten Teil dieser Serie geht es um monetäre Anreize.

Über Bonus-Zahlungen wurde viel im Rahmen der Corona-Pandemie berichtet, als Mitarbeiter „an der Front", wie Supermarktkassierer, Pflegekräfte und anderes medizinisches Personal einen Sonderbonus von bis zu 1.500 Euro erhalten sollten, den sie nicht versteuern müssen. Aber nicht nur die beklatschten Alltagshelden der Krise, auch allen anderen Mitarbeitern kann bis 30. Juni 2021 einmalig dieser Bonus gezahlt werden: also auch Angestellten in Immobilienfirmen. Dies ist ein Maximalbetrag, die nicht zu versteuernde Sonderleistung kann auch geringer ausfallen.

Geldwerte Vorteile und leistungsorientierte Boni spielen in der Immobilienbranche eine große Rolle. Sie sollen dazu beitragen, Mitarbeitende zusätzlich zu motivieren und bei der Stange zu halten. Denn häufig sind es gerade die guten Mitarbeiter, die eher mit einem Jobwechsel oder einer beruflichen Selbstständigkeit liebäugeln.

Häufig werden Boni an einzelne Mitarbeiter beziehungsweise Teams gezahlt, die sich an ihrem erwirtschafteten Provisionsumsatz orientieren. Der Zusatzbetrag wird entweder nach Projektabschluss, quartalsweise oder am Jahresende ausbezahlt. „Bei Projektentwicklern sind für verdiente Projektmanager häufig mehrere Zahlungen vorgesehen. Einmal jährlich, wenn etwa Baurecht erteilt wurde oder die Maßnahmen im Zeit- und Kostenplan bleiben. Häufig gibt es eine zusätzliche Tranche, sobald das Vorhaben nach drei oder vier Jahren beendet ist", weiß Sabine Märten. Sie ist als Personalberaterin auf die Immobilienbranche spezialisiert und Inhaberin der Sabine Märten Executive Search in München. Damit will der Arbeitgeber verhindern, dass gute Mitarbeitende während der Bauphase von den Fahnen gehen, die Firma verlassen. Denn gerade für diesen stressigen Beruf fehlt es auf dem Jobmarkt an guten Leistungsträgern. Ähnlich könnten auch Maklerfirmen bei der Vermittlung größerer Neubauvorhaben vorgehen, um ihre Vertriebsleute bis zum Vermarktungsende an Bord zu halten.

Bindungsinstrumente wie Betriebsrenten seien, laut Märten, in der Immobilienbranche kaum üblich. Sie gebe es eher in großen, traditionellen Konzernen. Auf dem absteigenden Ast befänden sich zudem Urlaubs- und Weihnachtsgeld, wie Steuerberater Markus Chriske beobachtet. Das dreizehnte

Corona, Home-Office und Steuererleichterungen

Seit Ausbruch der Pandemie hat der Bund verschiedene Steuererleichterungen und Besonderheiten für Mitarbeitende verabschiedet, die über einen längeren Zeitraum mobil arbeiten. Was muss man dazu wissen?

Werbungskosten für Home-Office-Tage. Wer im zurückliegenden Jahr viel mobil arbeitete, kann bei seiner Einkommenssteuer für jeden Tag, an dem er von Zuhause aus tätig war, 5 Euro geltend machen. Er muss dann aber seine Entfernungspauschale auf die Tage reduzieren, die er tatsächlich ins Büro gefahren ist. Doppelt kassieren geht nicht. Für den Home-Office-Betrag gilt eine Obergrenze von 600 Euro (120 Tage). Sie greift aber nur, wenn die Arbeitnehmer-Pauschale von tausend Euro überschritten wird.

Dabei gilt dieser Betrag allgemein für Arbeitsphasen, an denen Mitarbeiter mobil gearbeitet haben, also beispielsweise an ihrem Küchentisch oder im Café. Hintergrund: Die meisten Arbeitnehmer verfügen über kein separates Arbeitszimmer in den eigenen vier Wänden, das sie steuerlich geltend machen könnten. Damit sind hohe Anforderungen verknüpft. Unter anderem muss der Raum abgeschlossen sein und die Mitarbeitenden müssen dort den Großteil ihrer beruflichen Tätigkeit verrichten. Mit der 600-Euro-Regelung will der Gesetzgeber Angestellten entgegenkommen, die kein eigenes Arbeitszimmer haben, von heute auf morgen und improvisiert am Küchentisch arbeiten mussten: eine Situation, die bislang im Steuerrecht nicht vorgesehen war.

„Dabei ist es wahrscheinlich, dass die Finanzämter in den nächsten Monaten viele Arbeitnehmer anschreiben, um sich die Home-Office-Tage belegen zu lassen", meint Steuerberater Markus Chriske.

Mitarbeiter in Kurzarbeit. Einige Maklerunternehmen mussten während der Pandemie einen Teil ihrer Mitarbeitenden in Kurzarbeit schicken. Das galt vor allem für Immobiliendienstleister, die vornehmlich im Gewerbesektor und Investmentbereich tätig sind. Empfänger von Kurzarbeitergeld müssen für 2020 unbedingt eine Steuererklärung bis 31. Juli 2021 abgeben, unabhängig von ihrer Lohnsteuerklasse. Selbst Angestellte, die bislang keine Steuererklärung zu erstellen hatten, müssen tätig werden.

Monatsgehalt kann Unternehmen Ende November in Liquiditätsengpässe treiben. „Daher wird das zusätzliche Monatsgehalt eher auf zwölf Monate verteilt, so dass das Monatsentgelt entsprechend steigt. Spätestens mit den Erfahrungen der Pandemie, überraschenden Lockdowns und erschwerter Umsatzplanung wird das zusätzliche Monatsgehalt aus diesem Grund bei noch mehr Firmeninhabern auf die Streichliste kommen“, ist sich der Kölner Steuerexperte sicher.

Es ist außerdem ratsam auf steuerliche Auswirkungen von Goodies zu achten. Leistungsanreize sollten sich nicht steuerschädigend für das Unternehmen sowie die Mitarbeitenden auswirken. Weit verbreitet sind Firmenwagen sowie technisches Equipment wie Tablets und Smartphones. Im Kommen sind zudem Diensträder und dabei immer häufiger Pedelecs. Das Unternehmen schafft sie an, die Angestellten dürfen sie beruflich und privat nutzen. Verlassen sie den Betrieb, sind mobile Endgeräte und fahrbare Untersätze zurückzugeben.

Allerdings sind die begehrten Firmenwagen aus steuerlicher Sicht gar nicht so lukrativ wie viele Profiteure glauben. „Zwar muss der Mitarbeitende kein eigenes Auto anschaffen. Aber es wird mit einem Prozent des Bruttolistenpreises als monatlicher geldwerter Vorteil bei der Lohnabrechnung abgezogen. Das bringt für viele Angestellte unter dem Strich kaum mehr als eine vergleichbare monatliche Auto-Leasinggebühr von 300 Euro, wenn sie den Pkw selbst anschaffen“, so Steuerberater Chriske.

Interessanter sind Elektro- und Hybridautos als Firmenwagen, bei denen anstatt einem Prozent lediglich 0,25 Prozent besteuert werden, sofern ihr Listenpreis 60.000 Euro nicht übersteigt. Steuerbefreit bis 2030 sind zudem Pedelec-Räder. Bei diesen schaltet sich der Elektromotor nur ein, wenn in die Pedale getreten wird; sie benötigen kein Kennzeichen. Anders verhält es sich bei Elektro-Fahrrädern, die ein Kennzeichen benötigen und zugelassen werden müssen. Ihr Motor arbeitet auch, wenn nicht getreten wird. Sie werden mit 0,25 Prozent besteuert. Oft werden beide Radmodelle in einen Topf geworfen und als E-Bikes bezeichnet. Das Finanzamt macht hierbei allerdings die genannten Unterschiede.

Außerdem kann jeder Arbeitgeber jedem Angestellten monatlich steuerfreie Sachbezüge im Wert von maximal 44 Euro gewähren. Gebräuchlich sind Tankgutscheine und Essensmarken. Aber auch Gutscheine für Einzelhändler und Kinos sind möglich. „Gutscheine darf das Unternehmen nicht selbst erstellen und an seine Mitarbeiter verteilen. Sie müssen vom jeweiligen Anbieter stammen, also etwa der Tankstelle“, schränkt Chriske ein. Jobtickets sind seit 2020 grundsätzlich steuerbefreit.

In der Maklerbranche hat sich verstärkt „Arbeitskleidung“ durchgesetzt. Die Teams vieler Unternehmen, die Wert auf ein einheitliches Erscheinungsbild legen, ziehen Hemden und Blusen an, an deren Kragenspiegel das Firmenlogo aufgenäht ist. Dann kann der Arbeitgeber diese Kleidung als Arbeitsuniform erwerben und seinem Personal kostenfrei zur Verfügung stellen.

Populär sind außerdem Weiterbildungsmaßnahmen, die der Arbeitgeber trägt. Häufig ist dies damit verknüpft, dass der Arbeitnehmer im Gegenzug über einen bestimmten Zeitraum hinweg nicht kündigen darf. Tut er das doch, muss er einen Anteil der Weiterbildungsausgaben erstatten. Dies sollte vertraglich vereinbart sein. Häufig bezahlt das Unternehmen einem Mitarbeiter nach der Immobilienkaufleute-Ausbildung eine Zusatzqualifikation wie eine zweijährige, berufsbegleitende Weiterbildung zum Immobilienfachwirt. Gleichzeitig wird vereinbart, dass der Mitarbeiter nach Ende der Qualifizierung mindestens drei Jahre im Betrieb bleiben oder einen Anteil der Kosten erstatten muss. Der Arbeitgeber kann die Weiterbildungsausgaben steuerlich aufführen; der Mitarbeiter kann in seiner Einkommenssteuererklärung Hilfsmittel wie Fachbücher, anteilige PC-Kosten, Fahrtkosten zur Bildungseinrichtung, Übernachtungen etc. geltend machen. Diese Kosten kann alternativ auch der Arbeitgeber tragen und als Betriebsausgaben verbuchen.

„Ein Bindungsinstrument, das wichtiger wird, sind Unternehmensbeteiligungen, etwa in Form einer partnerschaftlichen Organisation. Auf diese Weise spüren die Teilhaber die wirtschaftliche Entwicklung direkt in ihrem Geldbeutel“, so Personalerin Märten. Gerade Kollegen mit Karriereambitionen sei es wichtig, sich entfalten, Entscheidungen treffen und Verantwortung übernehmen zu können. „Das erreicht man mit diesem Instrument und kann so möglicherweise unterbinden, dass sich Leistungsträger eine andere Stelle suchen oder mit einem eigenen Maklerunternehmen selbständig machen“, ergänzt die Expertin. Zudem sei es für die Firmeninhaberin oder den Inhaber angenehm, wenn nicht alle Entscheidungen auf ihren Schultern liegen, sie Verantwortung teilen. ■

Fortsetzung von Seite 3 >

wählen“, so Schulte-Schimonik. Während bei Möllerherm die Akquise einfacher lief, gestaltete sich die Vermarktung aufwändiger. Anstatt 30 Minuten kalkulieren sie bei Erstbesichtigungen nun 45 Minuten. So begegnen sich die einzelnen Parteien nicht im Objekt. Außerdem ist so nach jeder Begehung Zeit, durchzulüften und Kontaktflächen zu desinfizieren. „Dass bei Besichtigungen nicht mehr so viele Personen ins Objekt dürfen, stößt bei fast allen Interessenten auf Verständnis“, so die Expertin. Das gelte auch für Fragen nach der Finanzierbarkeit der Immobilie und anderen möglichen Ausschlusskriterien, die jetzt, gezielt vor der Erstbesichtigung gestellt werden.

Makler Filippo Mannella hat während der Pandemie ebenfalls die Vorqualifizierung der Kauf- und Mietinteressenten verbessert, um die Zahl der Besichtigungen zu reduzieren. Ansonsten habe sich seine Arbeit kaum verändert. In seinem Vermarktungsgebiet, dem Rhein-Sieg-Kreis, hätten einige Kollegen beim ersten Lockdown im Frühjahr den Kopf in den Sand gesteckt, ihr Büro geschlossen und keine Besichtigungen mehr durchgeführt. „Dabei gab es kein Verbot, dass uns Maklern dies untersagte, sofern die üblichen Hygieneregeln eingehalten werden“, so Mannella, der Geschäftsführer von Mannella Immobilienservice ist. Viele Kunden, vor allem Verkäufer, hätten es geschätzt, dass sein Team eine gewisse Routine an den Tag legte, die Ladenlokale besetzt waren, darin Licht brannte und Termine wahrgenommen wurden. „Die Luftfilter, die wir im Büro aufgestellt hatten, von denen jeder in der Stunde 400 Kubikmeter Luft filtert, sind ein Hingucker und geben unseren Kunden zusätzliche Sicherheit. Nicht wenige fotografieren sie ab und bestellen sich welche für sich selbst“, sagt Mannella.

Er hielt es von Anfang an für entscheidend, bei der allgemeinen Unsicherheit als Dienstleister Kompetenz und gleichzeitig professionelle Gelassenheit auszustrahlen. Videoanrufe seien gut, aber ein persönliches Gespräch mit den Eigentümern sei aus seiner Sicht extrem wichtig. Dadurch ließe sich besser Vertrauen aufbauen. Gerade in der Krise würden sich zudem viele an alte Gewohnheiten klammern. Schließlich vertrauten ihm die Verkäufer zumeist ihr wertvollsten Gut an, das ließe sich schwerlich aus der Ferne anbahnen. Gerade ältere Verkäufer hätten dabei ein ungutes Gefühl.

Eine Maklerin, die im Großraum Köln tätig ist und anonym bleiben will, zählt zu den von Mannella benannten Kolleginnen und Kollegen, die im Frühjahr von der allgemeinen Unsicherheit getrieben waren und ihr Büro etwa drei Wochen lang auf Notbetrieb umgestellt hatten: „Ich fand, die Verunsicherung war sehr groß. Quasi täglich gab es neue Regeln und

Einschränkungen und ich hatte nicht im Gefühl, dass den Leuten der Sinn danach stand, eine Immobilie zu besichtigen oder einen Vermittlungsauftrag zu unterschreiben." Von daher bereut sie ihre Entscheidung von damals nicht. Im zweiten Lockdown, wo man mehr über das Virus und seine Verbreitungswege weiß, sei es hingegen keine Option gewesen, das Büro runterzufahren. Sie arbeite unter Einhaltung der Hygieneregeln momentan vergleichsweise normal. Zudem habe sie im Frühjahr die Zeit genutzt, sich in die Technik für 360-Grad-Besichtigungen einzuarbeiten, die sie seitdem anbietet.

Bei Möllerherm war die Objektpräsentation bereits vor Pandemie-Ausbruch dank mehrerer Module virtuell erlebbar, unter anderem mit 360-Grad-Panoramatouren, VR-Präsentationen und Objektvideos. Neu hinzu kam, dass die Kommunikation mit Verkäufern und Interessenten zum Großteil per Telefon oder Videocall läuft.

Dies beobachtet auch Maklerin Susanne Trösser aus Leverkusen: „Alles was wir im Vermittlungsprozess ohne persönliche Treffen abarbeiten können, organisieren wir aus der Distanz. Fast alle Kunden ziehen mit." Die Geschäftsführerin der RIS Rheinischer Immobilienservice GmbH ist als Maklerin im Wohn- und Gewerbebereich sowie als Bauträgerin tätig. Auch sie sagt, dass Kunden das kontaktlose Arbeiten, also mehr Videoanrufe, Telefonkonferenzen und Telefonate klaglos annehmen. Zu Beginn der Pandemie wurden einige Büromietverträge gecancelt, weil keiner wusste, wie es weitergeht. „Die Stadt Leverkusen hat zum Jahresanfang 2020 den Gewerbesteuer-Hebesatz stark reduziert. Das führte zu mehr Büronachfrage, was von der Stadt auch beabsichtigt ist. Aber fast alle Neumieter kamen im Sommer zurück und unterschrieben die Verträge", erinnert sich Trösser.

Möllerherm investierte zudem verstärkt in Online-Marketing und die Homepage. Die Basis hierfür wurde bereits vor der Pandemie gelegt. Erste Erfolge waren somit während der Ausnahmesituation zu sehen: Auffindbarkeit, Zugriffszahlen und Verweildauer auf der Homepage stiegen. Häufiger wurden aus den Leads Vermittlungsaufträge. Außerdem verlagerte die schleswig-holsteinische Immobilienfirma ihre Eigentümer-Events während des ersten Lockdowns ins Netz. Anfangs war der Zuspruch groß. Alle Teilnehmer fanden das neue Medium spannend. Aber dies nutze sich rasch ab, weil es bald viele Online-Angebote gab. „Außerdem gelang es uns aus der Ferne kaum, bei diesen Online-Events Verkaufsaufträge anzubahnen. Dies ist ja unser entscheidendes Ziel. Daher haben wir nach fünf, sechs Veranstaltungen das Format eingestellt und warten darauf, wieder Präsenzveranstaltungen durchführen zu können", so der Plan von Schulte-Schimonik

Auch bei Larbig & Mortag Immobilien wurde in den zurückliegenden Monaten für den Webauftritt mehr Geld in die Hand genommen. Das Unternehmen hat sich auf die Vermittlung von Gewerbeimmobilien und Investments in Köln, Bonn und Leverkusen spezialisiert. Während des ersten Lockdowns gingen die Zugriffszahlen stark nach oben. „Daher haben wir unter anderem die Immobiliensuche über eine Karte optimiert, die Nutzerführung verbessert und unser Speichervolumen in der Cloud deutlich erhöht", so Geschäftsführer Uwe Mortag. Dies war nötig, weil viel mehr Objektfotos und -videos produziert wurden und die Kunden häufiger den Datenraum nutzen. „Gerade bei großen Investments von mehr als 10 Mio. Euro sowie komplexen Gewerbemietverträgen sitzen häufig Anwälte und weitere Berater mit im Boot von Vermieter und Mieter. Die Vertragsentwürfe werden lange verhandelt, was hervorragend im Login-geschützten Datenraum geht", erläutert Mortag. Früher seien sie für Vertragsanbahnungen mehrmals zu den Kunden gefahren oder geflogen. Nun reiche es, die Geschäftspartner am Anfang einmal kennenzulernen. Die weiteren Transaktionsschritte werden dann aus der Distanz realisiert. Auch bei Besichtigungsterminen weht ein neuer Digital-Wind. Viele werden seit März 2020 bei den Immobiliendienstleistern live mit dem Smartphone durchgeführt, in der Regel ist nur ein Vertreter des potenziellen Käufers oder Mieters mit dem Makler im Objekt. Die anderen sitzen an ihren Schreibtischen oder im Home-Office und verfolgen die Besichtigung über PC oder Tablet und können Fragen stellen.

> „Krise ist ein produktiver Zustand. Mann muss ihm nur den Beigeschmack der Katastrophe nehmen."
> Max Frisch

Während die Transaktionszahlen bei Bürovermietung und Investment bei Larbig & Mortag während der zurückliegenden Monate kaum gelitten haben, ging die Vermarktung von Einzelhandels- und Gastronomieflächen erwartungsgemäß stark zurück. „Nahezu alle Flächenvermietungen, die nach dem ersten Lockdown erfolgten, waren Anmietungen aus dem Lebensmittelbereich. Die Rückgänge im Gastro-Bereich konnten wir durch den Investmentbereich und die sprunghaft angestiegene Nachfrage nach Logistikflächen teilweise abfedern. „Der Provisionsumsatz im Investmentsektor legte bei uns beispielsweise um 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu", erläutert Mortag.

Wie jede Krise so löst auch Corona eine Anpassung der Anlagestrategien privater und institutioneller Investoren aus. Einkaufscenter waren plötzlich weniger attraktiv als Supermärkte und Fachmarktzentren. Mehr Bewegung am Markt, mehr Immobilientransaktionen, kommen letztlich den Maklern zugute.

Im April hatten die Geschäftsführer von Larbig & Mortag kurzzeitig einige der insgesamt 35 Mitarbeitenden in Kurz-

arbeit geschickt. Die Auswirkungen auf ihr Geschäftsfeld schienen zu dem Zeitpunkt kaum absehbar. Dies stellte sich als Fehler heraus, weil der administrative Aufwand für die Beantragung extrem hoch war und die Beratungskosten für Steuerberater und Anwälte den Effekt schnell wieder aufgebraucht hatte. Zudem hatten sich die wirtschaftlichen Auswirkungen erfreulicherweise im Rahmen gehalten. Es habe sich gezeigt, wie wichtig es gerade in dieser Ausnahmesituation sei, frühzeitig und umfassend die Mitarbeiter über die wirtschaftliche Situation und anstehende Maßnahmen zu informieren, so Mortag.

Das bestätigt auch Peter Schürrer, Geschäftsführer von Schürrer & Fleischer Immobilien in Bruchsal: „Wir haben mit unseren 140 Mitarbeitern an den zehn Standorten viel mehr kommuniziert. Ich habe sogar das Gefühl, dass wir als Führungskräfte durch Videocalls und Zoom-Konferenzen eher mehr Kontakt zu unseren Teams hatten als vor der Pandemie.“ Entscheidungen der zwölf Führungskräfte gingen schneller und überhaupt habe sich das Wir-Gefühl gesteigert.

Ähnlich wie bei Larbig & Mortag in Köln so litt auch in Baden-Württemberg der Gewerbesektor, der bei Schürrer & Fleischer etwa 15 Prozent zum Gesamtumsatz beiträgt. Die Mitarbeitenden des Commercial-Sektors gingen zwei Monate in Kurzarbeit. Schwerpunkt der Vermittlung ist aber klar der Wohnimmobilienbereich sowie die Neubauvermittlung. Beim Wohnungsbereich lagen die Umsatzzahlen im Plan. „Unsere virtuellen Besichtigungen wurden nun besser. Diese haben wir schon vor der Pandemie gemacht. Aber nun erstellen wir viel mehr Objektvideos und dadurch auch in besserer Qualität“, meint Schürrer.

Inmitten der Pandemie eröffnete Schürrer & Fleischer in Stuttgart ein Büro als baden-württembergischer Partner von Sotheby’s International Realy. Dies war lange im Voraus geplant und verbucht trotz Corona erste Erfolge: „Wir sind unter dem Markennamen Sotheby’s an einige hochwertige Vermittlungsaufträge gekommen, die wir sonst nicht erhalten hätten“, glaubt der Experte.

Nahezu alle befragten Makler haben ihre internen Abläufe umgestellt. Zudem sind sie digitaler geworden. In den Büros beziehungsweise Ladenlokalen sind nur ein, zwei Mitarbeitende vor Ort, der Rest arbeitet im Home-Office (Stand: Ende Januar 2021). Oder es gibt ein Wechselschichtmodell, bei dem eine Gruppe eine Woche im Home-Office und die andere im Büro ist. Danach wird gewechselt. „„Ich bin nach wie vor ein Anhänger davon, regelmäßig ins Büro zu gehen. Der wichtige kreative Austausch von Angesicht zu Angesicht lässt sich nicht durch Zoom-Meetings ersetzen“, so Mortag.

Als bei RIS in Leverkusen die ersten Mitarbeiter ins Home-Office gingen, mussten alle lernen, ihre Arbeitsschritte lückenlos zu dokumentieren und Unterlagen immer zu scannen. „Wir sind ein kleineres Büro mit sechs Personen. In der Vergangenheit ging viel per Zuruf. Mit Corona mussten wir uns umstellen, weil eben keiner mal eben in einer Akte einen Bauplan aus dem Regal ziehen kann, wenn er oder sie in den eigenen vier Wänden arbeitet“, so Trösser.

Peter Schürrer bekennt, dass er bis zum Corona-Ausbruch kein Home-Office-Anhänger war: „Das hat sich grundlegend geändert. Davor dachte ich, dass manche Mitarbeiter eher eine enge Führung benötigen. Nun weiß ich, dass dem nicht so ist. Wenn Mitarbeiter motiviert sind und Spaß an der Arbeit haben, ist es egal, wo sie tätig sind.“ Wenngleich er nicht verhehlt, dass die Investitionen in zusätzliche Tablets und Smartphones für die Angestellten nicht ohne waren. Einige haben sie zudem finanziell unterstützt, ihren privaten Internetanbieter zu wechseln, um ein leistungsfähigeres Netz zu haben, das datenfressende Zoom-Konferenzen etc. ermöglicht.

Der zweite Lockdown seit Jahresende 2020 zog für die befragten Makler kaum Veränderungen mit sich bezüglich dem Objektangebot, der Nachfrage und dem Kundenverhalten. Nahezu alle machen außerdem seit Frühjahr 2020 einen „Corona-Spirit“ aus: Kunden seien geduldiger uns verständnisvoller, wenn etwas wegen Corona-Auflagen nicht sofort oder im gewohnten Maße geht oder bei einem Videocall die Technik zickt.

Sie würden sich freuen, wenn ein Teil dieser Gelassenheit, dieses besseren menschlichen Miteinanders, auch nach dem Überwinden der Pandemie anhalten würde. ■

IMPRESSUM
Herausgeber: in.media Verlags GmbH, Mohrenstraße 1–3, 50670 Köln, Tel. 0221/16 80 71-0, redaktion@immobilien-profi.de, www.immobilien-profi.com. Redaktion: Werner Berghaus, Harald Henkel, Beiträge von: Werner Berghaus, Bernhard Hoffmann. Namentlich gekennzeichnete Beiträge entsprechen nicht unbedingt der Meinung der Redaktion. Layout/Herstellung: Britta Wilken. Auflage: 5.000/10.000 Exemplare kompakt/Magazin. Erscheinungsweise: IMMOBILIEN-PROFI erscheint zehnmal jährlich. Der Bezugspreis inklusive der Nutzung des Onlinebereichs für ein Jahr beträgt 95,- Euro zzgl. Mwst. Bildnachweise: S. 1 StockAdobe/rogerphoto, S. 5 StockAdobe/Proxima Studio, S. 6 StockAdobe/Andrey Popov, weitere Bilder: Archiv, Druck: Silber Druck oHG, 34253 Lohfelden