25. Jahrgang · Ausgabe 126 · ISSN 1433-108X
www.immobilien-profi.com

Alles für den schönsten Beruf

IMMOBILIEN PROFI

VERTRAUEN

Nr. 126

Zinswende

Bieterverfahren rückwärts?

Inszenierung

Besser akquirieren

„Franchise vom Makler für Makler“

Werden Sie Franchisepartner von m² Immobilien!

Sie sind bereits aktiver Immobilienmakler und möchten sich weiterentwickeln? Rufen Sie für weitere Informationen gerne direkt unsere Franchisemanagerin Frau Dietz unter **0212 254 36 16** an.

www.immobilienfranchiseinfo.de

Special!

Jeder, der im August und September Partner bei m² Immobilien wird, erhält einen Einstiegsbonus von 2.222,22 €

Sie sitzen in einem Immobilienbüro in der 2. Reihe?

Wechseln Sie zu uns, werden Sie Teil der 1. Reihe!

Hans Buchs
Geschäftsführer, Immobilienmakler

Ramona Dietz
Franchisemanagerin

m²
M-QUADRAT IMMOBILIEN

Wir bieten...

- ... Weiterführung Ihres guten Namens
- ... einen professionellen Auftritt
- ... Austausch mit Kollegen und Support von erfahrenen Immobilienmaklern
- ... günstige Konditionen für Portale und Kooperationspartner
- ... hochwertiges Marketing
- ... CRM- Software onOffice

Fortschritte bewahren

Derzeit zeigt sich der Immobilienmarkt, bezogen auf Wohnimmobilien für Eigennutzer und Kapitalanleger, in einer für die Branche beängstigenden Verfassung – die Nachfrage lässt spürbar nach, das Angebot übertrifft in vielen Bereichen den Bedarf, der Absatz ist schleppend.

Während Newcomer, die erst in den letzten fünf Jahren ins Immobiliengeschäft eingestiegen sind, diesem, bisher für sie unbekannten Phänomen, hilflos gegenüberstehen, erinnern sich die „alten Hasen" an frühere Zeiten, in denen sie Vergleichbares erlebt und durchgestanden haben – der Markt wechselt vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt!

Klingt sehr dramatisch, oder? Es ist auch nicht von mir. Mit den oben aufgeführten Worten beginnt das Buch „Immobilienverkauf" von Klaus Nielen aus März 1995.

Die Zinsen der letzten 10 Jahre haben gewaltige Nachfrage nach Immobilien entfacht, die vom Markt zu keiner Zeit befriedigt werden konnte. Nun erfolgt die überfällige Korrektur.

Was die aktuelle Zinssteigerung bewirkt, hat kürzlich Ralf Schwarzhof (Leibrentenbörse) in einem Webinar vorgerechnet. Eine Immobilie mit Kaufpreis 1 Million Euro und Mieteinnahmen in Höhe von 45.000 bietet einem Erwerber 10.000 jährlichen Überschuss, solange mit 1,5 Prozent Zins und 2 Prozent Tilgung finanziert wird. Heute gelingt das aber eher mit 3,5 Prozent Zins und führt zu einer jährlichen Unterdeckung von 10.000 Euro.

Was würde ein Investor mit gleicher Renditeerwartung heute für dieses Objekt zahlen? Nur bei 665.000 Euro Kaufpreis geht die Rechnung noch mit 10.000 Euro Jahresüberschuss auf. Entweder geben die Preise entsprechend nach, oder die Nachfrage bleibt aus. Was bedeutet das für die Maklerbranche?

Die bisherige Situation war durch geringes Angebot und extreme Nachfrage gekennzeichnet. Ergebnis: Wenig Objekte und viele Interessenten. Heißt eigentlich: Viel Arbeit, durch die Bearbeitung von Anfragen, und weniger Lohn durch seltene Transaktionen.

Kippt die Situation nun in Richtung Käufermarkt, erhöht sich das Angebot. Die Nachfrage schwindet zwar deutlich, sollte aber immer noch ausreichen, um den Markt in Bewegung zu halten. Es dauert nur alles eben ein wenig länger.

Bislang zählte nur der Eigentümer, Interessenten gab es im Überfluss. In einem Verkäufermarkt konnten sich die Eigentümer ihre Makler genau aussuchen. Die Profis mussten deshalb in den letzten zehn Jahren an Marketing, Eigentümer- und Auftragsgewinnung arbeiten, um nicht den Anschluss zu verlieren.

In der Leistungserbringung stieg derweil die Effizienz. Es ging um möglichst viel Ergebnis bei geringem Aufwand und wenig Reibungsverlusten in guter Qualität. Sonst wären die vielen Anfragen nicht zu bewältigen. Die Branche hat sich dadurch professionalisiert.

Immobilienbörsen sind im Verkäufermarkt eigentlich ohne Bedeutung. Wer braucht Annoncen, wenn Interessenten Schlange stehen? Die Maklerbranche hat deshalb die Portale großzügig weiter gefüttert – leben und leben lassen oder wie man im Rheinland sagt: Man muss auch gönnen können.

Jetzt geht es ab in den Käufermarkt. Wird sich alles nun ins Gegenteil kehren? Werden die Börsen dominanter? Geraten die Fortschritte der letzten Jahre wieder in Vergessenheit? Wenn Interessenten und nicht mehr die Eigentümer im Fokus stehen, gibt es dann wieder „Arbeitstermine" mit Käufern und Besichtigungen am Wochenende? Wird im Verkauf bald wieder mit Druck gearbeitet?

Es bleibt zu hoffen, dass doch einiges bewahrt wird.

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

EGW – Eigentümergewinnung

6 Immobilien-Infos auf die Ohren
Die Volksbank Immobilien Münsterland produziert seit Oktober 2021 Podcasts. Mittlerweile existieren 26 Folgen mit Informationen für Verkäufer und Erwerber, oft Experteninterviews. Manche Folgen werden viele hundertmal aufgerufen. Von Bernhard Hoffmann

AGW – Auftragsgewinnung

9 Besser akquirieren!
Perfekt ist, wenn man nichts mehr weglassen kann. Beim Makeln21-Akquise-Prozess sieht's danach aus. Eine Zusammenfassung mit Tipps zur Umsetzung. Von Werner Berghaus

12 Erfolgsfaktoren Vertrauen und Respekt
Die ultimativen Entscheidungskriterien der Eigentümer. Welches sind die wichtigsten Faktoren bei der Vergabe eines Maklerauftrag?

LEB – Leistungserbringung

14 Immobilienverrentung (14): Ein kleiner Markt wird plötzlich groß
Gibt es einen Käufermarkt für Verrentungsimmobilien in ländlichen bzw. weniger hochpreisigen Immobilienlagen? Es sind mehr als Sie denken. Von Ralf Schwarzhof

LEB – Leistungserbringung

18 Umdenken bei der Preis-Findung von Immobilien
Wie Sie die aktuelle Marktsituation bei der Akquise und in den Vermarktungsprozess einbeziehen
Von Lars Loppe

21 Das umgekehrte Haus
Wenn Küche und Wohnzimmer im Obergeschoss sind, dann ist klar: Dieses Haus ist anders. Ein ausgezeichnetes Home Staging Projekt mit einem Verkaufsplus von über 100.000 Euro.

MGM – Management

24 Automatisierung (3): Auftragsgewinnung digital steuern
Die Generierung neuer Eigentümerkontakte gehört oft zu den größten Herausforderungen im Maklerallltag. Viel Geld wird in die Gewinnung neuer Eigentümerkontakte investiert. Doch was passiert mit den gewonnenen Kontakten? Von Santino Giese

28 Hammer oder Amboss sein (11): Just do it!
Michael E. Gerber und Brad Korn wenden sich zum Abschluss den Themen „Veränderung und Wandel", „Zeit" und „Strategische versus taktische Tätigkeiten" zu. Von Harald Henkel

Impressum

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: Werner Berghaus, Harald Henkel, Santino Giese, Bernhard Hoffmann, Lars Loppe, Ralf Schwarzhof; 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: Kenishirotie – stock.adobe.com, S. 13 Studio Romantic – shutterstock.com, S. 14 Robert Kneschke – shutterstock.com, S. 16 Dmitrii Korolev – shutterstock.com, S. 18 TSViPhoto – shutterstock.com, S. 25 Suwin – shutterstock.com, S. 28 Kiselev Andrey Valerevich – shutterstock.com, S. 37 edal to the Stock – shutterstock.com, weitere Bilder: Archiv
Druck: Silber Druck oHG, 34253 Lohfelden

FHG – Führung

36 Warum Kontrolle teuer ist
Angestellte arbeiten lieber und oft besser, wenn sie möglichst viel Eigenverantwortung haben. Wenngleich dies mittlerweile alle Führungskräfte wissen, fällt es ihnen häufig schwer, die Leine zu lockern.
Von Bernhard Hoffmann

Rubriken

3 Editorial
Fortschritte bewahren

Rubriken

32 Serie Quereinsteiger (1): Gestern Labormaus, heute Finanzierungsberater und Makler
In einer Serie stellt IMMOBILIEN-PROFI einige außergewöhnliche Werdegänge vor. Wie erlebten Quereinsteiger den Übertritt in den neuen Beruf?
Von Bernhard Hoffmann

35 Branchenbuch für Immobilien-Profis

40 Franchising-Porträt: m²-Immobilien
Wir schauen uns das Konzept von m²-Immobilien einmal näher an.

Gebrauchsanweisung – bitte vorher lesen

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

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).

AGW – Auftragsgewinnung
Die Auftragsgewinnung (AGW) startet mit dem ersten persönlichen Kontakt zwischen Makler und Eigentümer, und sie endet mit der Unterschrift unter den Alleinauftrag. Anschließend übernimmt die Leistungserbringung (LEB).

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

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.

Immobilien-Infos auf die Ohren

Die Volksbank Immobilien Münsterland produziert seit Oktober 2021 Podcasts. Mittlerweile existieren 26 Folgen mit Informationen für Verkäufer und Erwerber, oft Experten-interviews. Manche Folgen werden viele hundertmal aufgerufen. Warum das Unternehmen auf dieses Medium setzt und welche Tipps es für Kollegen hat.

Die Vorteile des Podcast-Hörens liegen auf der Hand: Viele Menschen schätzen es, wenn sie Informationen nicht lesen müssen, sondern auch hören können. Dies erklärt auch den Erfolg von Hörbüchern und Hörspielen sowie das allgemein hohe Interesse an Podcasts aus unterschiedlichen Bereichen. So gibt es von vielen Medienhäusern täglich gesprochene Nachrichten, Podcasts mit Comedians und zahlreiche Wissens-Podcasts. Einer der bekanntesten war zu Beginn der Pandemie das „Corona-Virus-Update“ des NDR. Durch dieses Medium gelangte unter anderem der Virologe Christian Drosten Berühmtheit.

Aber auch im Immobilienbereich sind Podcasts zum Wissenstransfer sinnvoll. Die meisten Verbraucher sind nur einmal im Leben mit dem Kauf oder Verkauf einer Immobilie befasst. Es geht um viel Geld, daher wollen sie keine Fehler machen und sich im Vorfeld umfassend informieren. Entsprechend wissbegierig sind viele. Podcasts können zu Hause, unterwegs im Auto oder im Urlaub am Strand gehört werden. Auch ältere Folgen sind jederzeit abrufbar.
Gerade diese permanente Verfügbarkeit brachte Makler Dr. Oliver Altenhövel auf die Idee, selbst Wissensformate zu produzieren. Er startete im Oktober 2021 mit den ersten Folgen, mittlerweile stehen 26 Episoden zu unterschiedlichen Immobilienthemen online. Neben den genannten Vorteilen schätzt der Immobilienexperte aus Münster, mit dem Medium seine Kunden besser zu qualifizieren. „Hat ein Eigentümer Interesse am Teilverkauf seiner Immobilie, mailen wir ihm neben einer Ratgeber-Broschüre einen Link zur Podcast-Folge. Wenn wir danach miteinander telefonieren, ist er vorbereitet“, so Altenhövel. Er ist Geschäftsführer der Volksbank Immobilien Münsterland GmbH. Das Unternehmen beschäftigt 45 Mitarbeitende und vermittelt jedes Jahr etwa 500 Objekte, fast ausnahmslos Wohnimmobilien und Bauland.

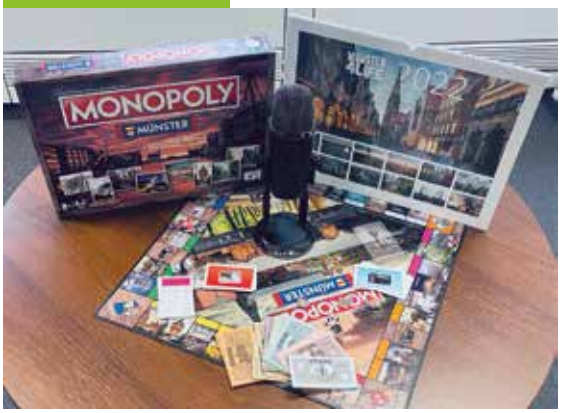
> Hat ein Eigentümer Interesse am Teilverkauf seiner Immobilie, mailen wir ihm neben einer Ratgeber-Broschüre einen Link zur Podcast-Folge.

Dr. Oliver Altenhövel, Volksbank Münster Immobilien

Altenhövel erstellt die Podcasts zusammen mit seinem Auszubildenden Adrian Bartos im Zwei-Wochen-Rhythmus. Die Themen liegen für ihn auf der Straße: Neben den genannten allgemeineren Informationen zu Immobiliensuche, Finanzierung und Privatverkauf geht es auch um gesetzliche Neuregelungen oder Fördermittel-Veränderungen. Kleiner Nebeneffekt: Das Immobilienwissen, das sich Azubi Bartos bei der Podcast-Vorbereitung aneignet, zählt zu seinen Ausbildungsinhalten.
Die Podcast-Experten arbeiten mit der Spotify-Software Anchor. Diese hat den Vorteil, dass die Inhalte automatisch auf acht weiteren Plattformen, sogenannten Podcatcher-Apps, angeboten werden, wie bei Apple- und Google-Podcasts, Amazon-Music etc.

Zu seiner beliebtesten Folge zählt der Beitrag zum Teilverkauf einer Immobilie. Der Erfinder dieser Art von Immobilientransaktion wurde im Podcast von Bartos und Altenhövel befragt. Auch die Folgen über nachhaltige Immobilienfinanzierung und Energieberatung finden starke Resonanz. In Zahlen bedeutet dies, dass sie bislang von mehreren Hundert Nutzern gehört wurden (Stand: Ende Juni 2022). Altenhövel schätzt, dass bis Ende des Jahres die 24. Folge vierstellige Abrufzahlen haben wird. Diese befasst sich mit der Teilrückerstattung der Grunderwerbsteuer in NRW. „In dem Podcast erklären wir, wer in den Genuss der Teilerstattung kommt und wie man diese Summe bei der NRW-Bank beantragt. Wir denken, das ist eine gute Serviceleistung für unsere Kunden“, so der Münsteraner. Extra Werbung machen die Immobilienprofis für ihr Medium nicht. Vielmehr nutzen sie vorhandene Marketingkanäle. Auf der letzten Seite der Exposés findet sich ein Hinweis auf alle Podcasts mit QR-Code. In einer Zeitungsanzeige, die regelmäßig erscheint, wird ebenfalls auf die Medien hingewiesen. Gleiches gilt für die Social-Media-Kanäle und das Immobilienmagazin der Maklerfirma.

In der zweiten Jahreshälfte planen die beiden Experten unter anderem eine Episode zur Grundsteuerreform in Nordrhein-Westfalen. Vor Weihnachten wird es noch eine Folge zu →



Der rote Faden der Podcasts und ein Interview mit den Machern des Münster Monopoly

Erbimmobilien geben und nach Weihnachten zu Scheidungsimmobilien, da die Scheidungsquote nach den Feiertagen nach oben geht. „Wir denken, dass wir mit diesem Medium unseren Expertenstatus ausbauen und gleichzeitig neue Verkaufsfälle akquirieren“, so der Immobilienexperte, der rät, den Themenplan nicht zu starr zu halten. Man sollte immer flexibel sein, um aktuelle Themen aufgreifen zu können. Diese werden bei den Münsterländer Podcastern jeweils in die Woche zwischen dem 14-tägigen Rhythmus geschoben.

> „Wenn wir Experten zum Podcast-Interview einladen, steigert dies auch unseren Expertenstatus, weil wir zeigen, dass wir so wichtig sind, dass sich Branchenprofis mit uns unterhalten“

Die Lernkurve, die die beiden Novizen seit Oktober vergangenen Jahres nahmen, ist steil. Die ersten Aufnahmen haben Bartos und Altenhövel noch an einem Stück eingesprochen („No cut“). Beim Hochladen dieser Datenmenge gab es allerdings mehrmals Probleme, sodass ihre Arbeit teils umsonst war. Seitdem werden die Aufnahmen in Sequenzen von acht bis zehn Minuten unterteilt und anschließend zusammengefügt. „Unsere ersten Podcasts waren zudem viel zu lang. Mittlerweile sind wir bei den gängigen 15 bis 30 Minuten pro Folge angelangt“, so Altenhövel. Nach wenigen Folgen investierten sie in ein professionelleres Mikrofon. Das ist die einzige Anschaffung, die getätigt werden musste. Den Zeitaufwand für eine Aufnahme beziffert er auf etwa eine Stunde Vorbereitung. Bei Folgen ohne Gast werden frühere Themen aus Seminaren genutzt. Bei Folgen mit Gast schreibt dieser die Fragen beziehungsweise das Skript. Azubi Bartos kümmert sich um die gesamte Technik und den anschließenden Schnitt. Das dauert nochmals etwa eine Stunde.

Der rote Faden der Podcastfolgen ist das Spiel „Monopoly“. Daher werden in einer Folge auch die Macher des Münster-Monopoly interviewt und ihr Spiel vorgestellt. Demgemäß wird in jeder Podcast-Folge zur Themeneinführung eine „Ereigniskarte“ gezogen. Auch Beginn und Ende jedes Podcasts sind mittlerweile identisch, damit der Wiedererkennungswert hoch ist. Seit geraumer Zeit gibt es einen Trailer.

Überhaupt rät Altenhövel Kollegen, die ebenfalls Podcasts erstellen möchten, Experten einzuladen, die sich zu unterschiedlichen Immobilienthemen äußern. Eine Aufnahme wird aufgelockert, wenn zwei oder drei Personen reden und sich in Interviewform die Bälle zuwerfen. „Wenn wir Experten zum Podcast-Interview einladen, steigert dies auch unseren Expertenstatus, weil wir zeigen, dass wir so wichtig sind, dass sich Branchenprofis mit uns unterhalten“, bringt es Altenhövel auf den Punkt. Zudem positioniere sich die Firma als innovatives Vermittlungsunternehmen in der Region, weil es als einziges Podcasts anbietet.

Gesprächspartner, die noch keine Erfahrung mit Interviews haben, sollte man dahin gehend unterweisen, dass sie ihre Antworten keinesfalls ablesen. Den Zuhörern fällt es schwer, solchen Ausführungen zu folgen, viele brechen ab und hören den Podcast nicht zu Ende. Zum Format gehört es auch, alle Gesprächspartner zu duzen. Das schaffe mehr Nähe und einen lockeren, weniger formellen Rahmen.

Kollegen, die künftig Podcasts produzieren möchten, rät Altenhövel, einfach loszulegen: „Man muss eine gewisse Praxis beim Interviewen erlangen und das Lampenfieber in den Griff bekommen. Das schafft man nur beim „Learning by doing“ und mit wachsender Erfahrung.“ Auch einen Tipp von einem erfahrenen Podcaster möchte er an alle Starter weitergeben: „Die ersten Podcast-Folgen werden immer die schlechtesten sein. Daher ist es sinnvoll, zunächst einige Folgen auf Vorrat herzustellen und mit einer später erstellten, geglückten Folge zu beginnen. Weniger gelungene Folgen können zu einem späteren Zeitpunkt hochgeladen werden.

Fazit: Mit Podcasts lassen sich Kunden vorqualifizieren. Makler erreichen Verkäufer und Erwerber, die sich lieber Informationen anhören als dass sie Texte lesen. Zudem gelingt es, sich als innovatives Unternehmen ein (weiteres) Alleinstellungsmerkmal in der Region aufzubauen. ■

Bernhard Hoffmann

Weitere Infos unter: www.Extras.IMMOBILIEN-PROFI.de

Besser akquirieren!

Werner Berghaus

Perfekt ist, wenn man nichts mehr weglassen kann. Beim Makeln21-Akquise-Prozess sieht's danach aus. Eine Zusammenfassung mit Tipps zur Umsetzung.

Nach welcher Strategie akquirieren Sie neue Vermittlungsaufträge? Eine Strategie ist der Plan, der grobe Ablauf so, wie es im Idealfall sein sollte. Keine Details, keine „Wenns" und „Abers". Wir schauen auf die Route und nicht auf einzelne Streckenabschnitte.
Zur Strategie zählen insbesondere die Anzahl der Termine mit Eigentümer. Wie viele sind notwendig? Ein Erfolg beim Ersttermin ist eher selten, also planen wir immer mit mindestens zwei Terminen.
Wo finden die Termine statt? Bekannt sind drei Varianten: Die „O²-Strategie", beide Termine werden vom Makler am Objekt wahrgenommen. Bei der „OB-Strategie" findet das Abschluss-Gespräch im Maklerbüro statt und die „BOB-Strategie" beginnt und endet im Maklerbüro, dazwischen liegt nur die Objektaufnahme.

Kritik am Ersttermin im Büro Nur wenige Makler laden zum Ersttermin ins eigene Büro ein. Das mag daran liegen, dass einige kein repräsentatives Büro nutzen, in dem man Besucher empfängt. Andere behaupten, dass man die Immobilie erst einmal kennenlernen muss, bevor man sich um deren Eigentümer kümmert.
Diese Argumente sollte man weniger ernst nehmen. Wer als Makler zunächst Gefallen am Objekt finden muss, hat den Beruf verfehlt. Merke: Ein Makler kann jede Immobilie verkaufen – aber nicht mit oder für jeden Eigentümer! Es gilt: erst WER, dann WAS!

Viel mehr wird befürchtet, dass der Bürotermin als Filter wirkt, der Eigentümer davon abhält, das Gespräch mit dem Makler zu führen. Lehnen Eigentümer grundsätzlich Makler ab? Müssen immer Widerstände überwunden werden? Hier sollten sich einige Makler einmal selbst prüfen, welches Bild sie von der eigenen Leistung haben. Ist der Auftrag ein glücklicher Treffer oder erhält der Eigentümer eine wertvolle Leistung, die eher zu gering entlohnt wird?

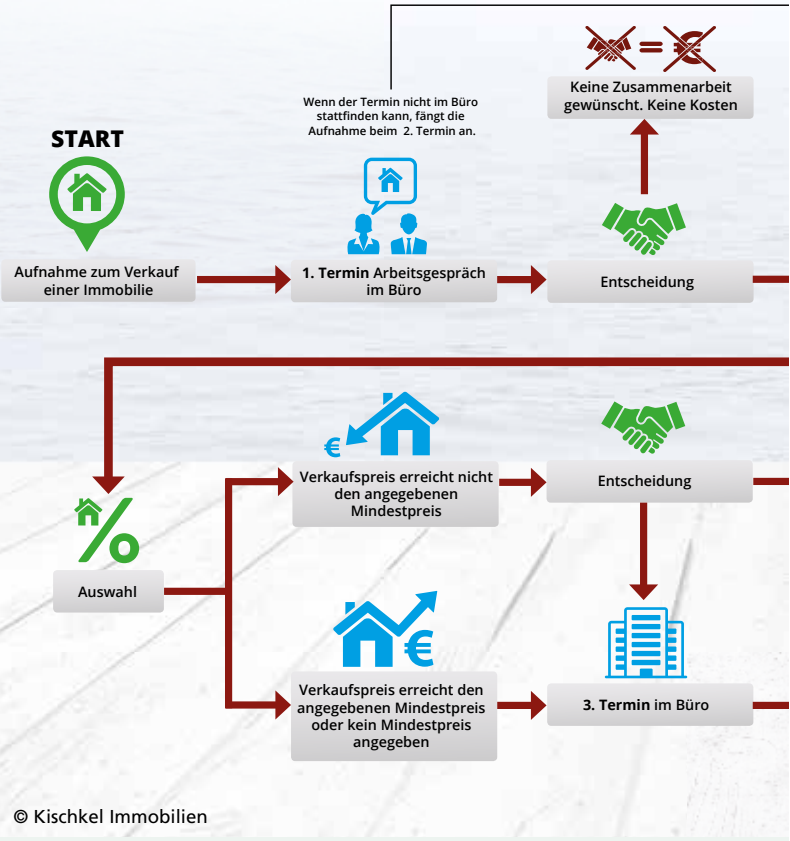
!!

Wenn dagegen der Immobilien-Profi zu Beginn Anlass und Ziel des Gesprächs klärt, können sich die Eigentümer entspannen. Und dadurch auch konzentrierter zuhören und sind offener für Argumente.

Was wollen Eigentümer? Kommen Eigentümer ungern ins Maklerbüro? Wird der Bürotermin so zum Risiko? Droht Auftragsverlust nur, weil man zu bequem war ins Auto zu steigen?
Der Autor hat etwa 20 angehende Immobilien-Fachwirte in einem Seminar befragt und folgende Alternativen vorgestellt:
Ausgangslage: *Sie wollen / müssen ihre Immobilien verkaufen. Diesen Auftrag soll ein Makler erhalten.*
Frage: Möchten Sie für ein erstes Informationsgespräch den Makler in dessen Büro besuchen?
Oder ist es für Sie angenehmer und bequemer, den Makler zu Hause zu empfangen?
Antwort: Niemand votiert für den Besuch des Maklers in den eigenen Räumlichkeiten.

Im Maklerbüro können Eigentümer das Gespräch viel leichter kontrollieren. Jeder, der sich einmal erfolgreich, in die Rolle eines verkaufswilligen Eigentümers versetzt, wird dies nachvollziehen können. Wer möchte schon einem Wildfremden die eigene Immobilie vorführen. Wie lange dauert das Gespräch? Wie wird man den Makler wieder los?
Der Bürotermin ist kein Filter. Eigentümer gehen nur davon aus, dass ein Experte die Immobilie erst einmal intensiv in Augenschein nehmen muss. Sie kennen es meist auch nicht anders. Viele Makler argumentieren ähnlich. „Ich muss doch Ihre Immobilie erst einmal gesehen haben!".
Wozu? Ist man Profi, der jede Immobilie verkaufen kann oder Liebhaber bestimmter Objekttypen?
Der Bürotermin spart zweifellos viel Zeit. Allein das ist schon ein Grund, über den Ersttermin im Büro nachzudenken. Ausnahme: Es gibt kein Büro oder kein angemessenes, repräsentatives Büro.

Ziel des Ersttermins Das Ziel des Ersttermins ist nicht der Auftrag, sonst gäbe es keinen Zweit- oder Drittermin. (Von den berühmten Ausnahmen sehen wir hier ab. Wenn es schneller geht, gibt es keinen Grund, die Eigentümer noch mit einem Folgetermin zu quälen – logisch!)
Dann sollte es aber unbedingt kommuniziert werden, dass im ersten Gespräch keine Unterschrift unter den Vertrag erwartet wird. Sonst rätseln die Eigentümer ununterbrochen, wie es weiter geht und was als Nächstes →



© Kischkel Immobilien

passiert. Gleichzeitig erntet der Makler unangenehme Widerworte in Form von Ein- und Vorwänden, da das Gegenüber ja annimmt, man befindet sich in einem Abschluss-Gespräch.
Wenn dagegen der Immobilien-Profi zu Beginn Anlass und Ziel des Gesprächs klärt, können sich die Eigentümer entspannen, konzentrierter zuhören und sind offener für Argumente.

Aber was ist denn nun das Ziel im Ersttermin? In der konventionellen Akquise beim Objekt wird dies kaum deutlich, denn:
- Der Makler will das Objekt besichtigen und
- Daten für eine Einwertung ermitteln
- Die Eigentümer kennenlernen,
- eine positive Beziehung zu diesen aufbauen,
- deren Motive erforschen und dann noch
- sich und sein Unternehmen präsentieren.

Und wer gleichzeitig noch die mögliche Provision im Kopf überschlägt, ist da schon sehr gefordert. Maklerinnen sollen ja Multitasking-fähig sein, Makler eher nicht.

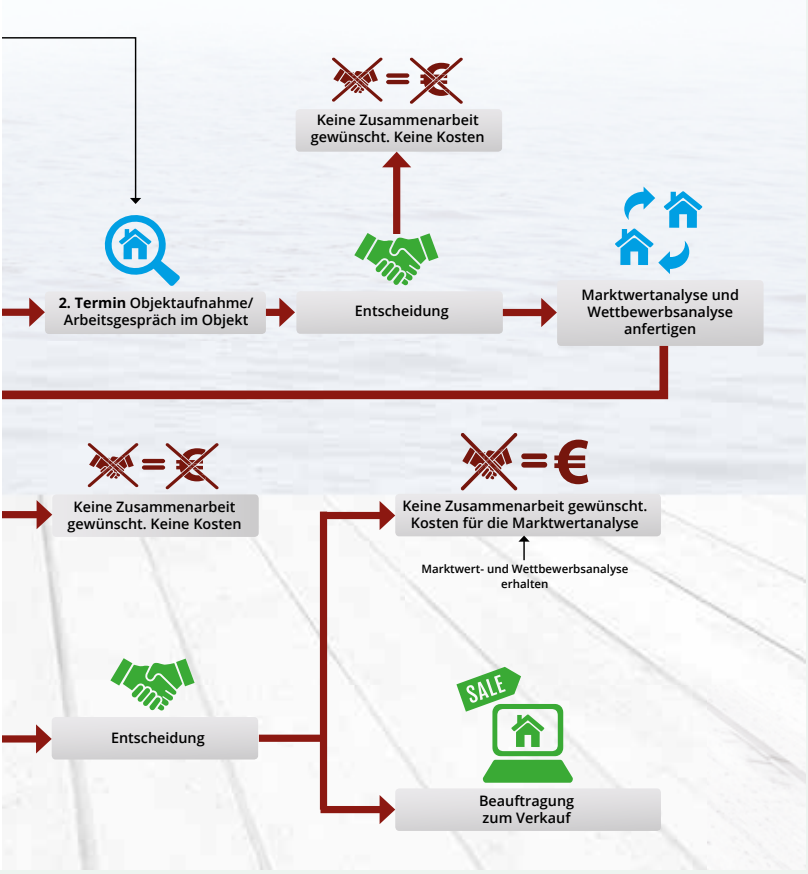
> Stellen Sie sich dazu einfach einen Zahnarzttermin vor, bei dem der Arzt einfach loslegt, ohne Sie auch nur mit einem Wort in die nächsten Schritte einzuweihen.

Anders verläuft es beim Ersttermin im Maklerbüro. An- und Abreise, Parkplatzsuche etc. entfallen ohnehin. Sobald die Eigentümer erscheinen und nach wenigen Minuten Wartezeit vom Makler empfangen werden, scheiden alle Immobilien-spezifischen Störer aus. In den Fokus rückt indessen die zukünftige Zusammenarbeit. Motive und Bereitschaft zur Zusammenarbeit und der Wille, der Vermarktungsstrategie des Profis zu folgen.
Gelingt der Beziehungsaufbau nicht, ist es besser, sich schnell zu trennen. Das hat dem Makler wenig Aufwand bereitet und der Ärger über den Misserfolg bleibt gedämpft. Ganz im Gegenteil sollte man sich freuen, eine schwierige Zusammenarbeit rechtzeitig gestoppt zu haben.

Zwischen-Fazit: Der Bürotermin ist aus den beschriebenen Gründen schon lange fester Bestandteil im Makeln21-Referenzprozess für die Akquise. Bevor Sie sich ein Urteil bilden, weil alle anderen Kollegen als „Hausierer“ arbeiten, sollte Sie einen Test wagen:
Dafür bieten sich „warm akquirierte Eigentümer“ an, also jene, die selbst den Kontakt zum Makler aufnehmen. Sprechen Sie eine Einladung in Ihr Büro aus und erklären Sie das mit dem Vorteil, so Ihr Unternehmen kennenzulernen. Warum sollten Eigentümer diese Gelegenheit ausschlagen?
Vergleichen Sie dann die unterschiedliche Gesprächs-Atmosphäre.

Der Bürotermin: So geht's Wie schon erwähnt hat es sich bewährt, wenn die Eigentümer erst einmal „ankommen“. Dazu lässt man sie einfach im Konferenzraum oder Besprechungszimmer einige Minuten durchatmen. Dann folgt der Auftritt des Immobilien-Profis.
Begrüßung und kurzes Warm-up „Haben Sie gut hergefunden?“. „Wir benötigen etwa x Minuten Zeit für dieses Gespräch, passt das bei Ihnen?“ und damit sind die ersten Vereinbarungen schon getroffen.
Klären Sie nun zu Beginn dieses Termins unbedingt das Ziel der Zusammenkunft und dass Hier und Jetzt kein Auftrag erteilt werden muss. Zeigen Sie dazu einfach eine Visualisierung der weiteren Zusammenarbeit in Form eines Flussdiagramms (siehe Bild).
Das verschafft den Besuchern schon einmal Gelassenheit. Stellen Sie sich dazu einfach einen Zahnarzttermin vor, bei dem der Arzt einfach loslegt, ohne Sie auch nur mit einem Wort in die nächsten Schritte einzuweihen.
Jetzt folgt die nächste entscheidende Weichenstellung. Startet der Makler indessen seine Präsentation oder wird ein Interview mit den Eigentümern durchgeführt?

Die Präsentation Bei einer Präsentation redet nur einer – der Makler. Die Eigentümer dürfen Fragen stellen, gelegentlich (rhetorische) Fragen beantworten und versuchen immer wieder mit gelegentlichen Einwänden am „Gespräch“ teilzunehmen.
Eine Präsentation ist immer autoritär, weil sie einem geplanten Ablauf folgt. Der Makler erhält wenig Feedback, erfährt nicht, was die Eigentümer schon wissen, was sie



!!

Auch Unterlagen haben beim Ersttermin nichts verloren. Der Makler interessiert sich nur für die Eigentümer, sein Vermarktungskonzept verkauft schließlich alle Immobilien.

erfahren wollen und wissen sollten. Auch wenn die Eigentümer für die meisten Details kein Interesse aufbringen. Sie müssen sie da durch, während der Makler von seinen Möglichkeiten schwärmt und alle Kunststücke der Vermarktung ausführlich schildert.

Das Interview Eine andere Form der Kommunikation bietet das Interview. Natürlich erfolgt eine Begrüßung und ein wenige Warm-up mittels Smalltalk. Dann können aber schon die ersten Fragen erfolgen:
„Wie finden Sie es, dass Sie beim ersten Termin hier bei uns sind?“
Stellen Sie nur Fragen, auf die Sie wirklich eine Antwort hören möchten, etwa „Es ist angenehmer, da es nicht unsere eigenen Räumlichkeiten sind…“ …könnte darauf folgen.
„Was erwarten Sie von einem Makler?“
„Glauben Sie, dass Sie einen Makler für den Verkauf Ihrer Immobilie brauchen?“
Geben Sie sich nicht mit der ersten Antwort zufrieden. „Warum?“, „Tatsächlich brauchen Sie nur einen Notar …“
„Welche Preisvorstellung haben Sie von Ihrer Immobilie?“
„Was machen Sie, wenn wir ermitteln, dass dieser Preis nicht erzielbar ist?“
„Was denken Sie, wer bezahlt den Makler? Wer sollte den Makler bezahlen?“ – hinterfragen Sie die Antworten: „Finden Sie es gerecht, wenn der Käufer den Makler bezahlt?“
Alternative Antwort: „Üblicherweise teilen sich Käufer und Verkäufer die Provision“. „Was meinen Sie mit üblicherweise?“
„Sie werden vom Verkäufer bezahlt, das haben wir schon gehört“, muss nicht weiter kommentiert oder bestätigt werden.
„Werden Sie unsere Verkaufs-Philosophie / Strategie annehmen?“
Nochmals: Fragen Sie nur, was Sie auch wirklich erfahren wollen. Fragen Sie konkret, ohne verkaufstypische Konjunktive und hinterfragen Sie die Antworten. Wenn man gezielt fragt, erhalten Sie von Eigentümern auch die Antworten, die Sie brauchen. (Stichwort: HPS, siehe Seite 12)
In der Regel erklären sich die Eigentümer so Details selbst, die Sie in der Präsentation nur mühsam vermitteln können.

Zwischen-Fazit: Damit haben wir alle Zutaten für bessere Akquise-Gespräche zusammen. Der Bürotermin sorgt für unterbrechungsfreie, ungestörte Gespräche. Ständigen Unterbrechungen mit Geschichten und unwichtigen Details der Immobilie entfallen. Im Idealfall kennt der Makler weder Objekt noch den genauen Standort, also keine Ablenkung durch besonders attraktive Objekte. Der Makler bleibt unbefangen, jeder Akquise-Termin, jeder Eigentümer genießt den gleichen Stellenwert.
Auch Unterlagen haben beim Ersttermin nichts verloren. Der Makler interessiert sich nur für die Eigentümer, sein Vermarktungskonzept verkauft schließlich alle Immobilien.

Wo bleibt der Abschluss? Da im Erstgespräch keine Entscheidung fällt, erfolgt auch kein Abschluss. Ganz im Gegenteil erfahren die Eigentümer, dass sie noch mindestens zweimal die Zusammenarbeit kostenfrei beenden können. Es wird bewusst kein Druck erzeugt!
Im nächsten Termin wird der Makler das Objekt unter die Lupe nehmen und eine Wertermittlung berechnen. Sowohl vor als auch nach der Objektaufnahme können die Eigentümer weiterhin die Zusammenarbeit einseitig beenden.
Der dann ermittelte Mindestverkaufspreis bildet die nächste Hürde. Wollen die Eigentümer noch den dritten und letzten Termin beim Makler wahrnehmen, auch wenn sie telefonisch informiert wurden, dass der Wunschpreis nicht erzielbar ist? Das wäre die letzte Gelegenheit für einen kostenfreien Ausstieg.
Im dritten Termin beim Makler fällt die Entscheidung. Die Wertermittlung wird diskutiert und überreicht. Nun haben die Eigentümer die Wahl: Entweder die Wertermittlung wird bezahlt oder ein Vermittlungsauftrag unterzeichnet.
Doch dafür lässt Ihnen der Makler noch etwa eine Woche Zeit. ■

Weitere Infos unter:
www.Extras.IMMOBILIEN-PROFI.de

Erfolgsfaktoren Vertrauen und Respekt

Eigentümer brauchen keinen Entertainer

Die ultimativen Entscheidungskriterien der Eigentümer. Welches sind die wichtigsten Faktoren bei der Vergabe eines Maklerauftrag?

Entspricht Ihr Verkaufsstil den grundlegenden Bedürfnissen Ihrer potenziellen Kunden? Universitäten und Marktforschungsunternehmen haben zahlreiche Studien durchgeführt, um die wichtigsten Kaufentscheidungsfaktoren der Menschen zu ermitteln, wenn sie bedeutende Käufe tätigen. Es wurden so viele dieser Studien zusammengetragen, wie möglich und Analysen durchgeführt, um den Durchschnitt der Ergebnisse zu ermitteln. Hier sind die Ergebnisse in der Reihenfolge ihrer Bedeutung.

Gewichtete Werte* der Faktoren für Kaufentscheidungen:

1. Grad des Vertrauens in den Verkäufer:	87
2. Grad des Respekts gegenüber dem Verkäufer:	82
3. Ruf des Unternehmens oder des Produkts:	76
4. Eigenschaften des Produkts oder der Dienstleistung:	71
5. Qualität und Service:	56
6. Preis / Kosten:	16
(…)	
12. Sympathie des Verkäufers (Beziehung):	3

*(Gewichtung = Prozentsatz der Personen, die jeden Faktor in ihre Top 5 aufnehmen)

Der durchschnittliche Verkäufer weiß, wie er vier der sieben oben genannten Faktoren wirksam präsentieren kann: Ruf / Image (Nr. 3), Eigenschaften des Produkts (Nr. 4), Qualität und Service (Nr. 5) sowie Sympathie / Rapport (Nr. 12).
Doch die meisten Verkäufer versuchen, die beiden entscheidenden Faktoren für Kaufentscheidungen, nämlich Vertrauen (Nr. 1) und Respekt (Nr. 2), durch den Aufbau von Rapport (Nr. 12) zu erreichen. Das ist ein Widerspruch. Denn der gezielte Aufbau von „Rapport" ist von Natur aus eine manipulative Taktik. Ironischerweise versuchen typische Verkäufer, die Faktoren Vertrauen und Respekt – also nicht-manipulative Faktoren – aufzubauen, indem sie Menschen manipulieren. Der gezielte Aufbau von Rapport / Sympathie schafft weder Vertrauen noch Respekt, sondern untergräbt Vertrauen und Respekt. Daher geben lediglich drei Prozent aller befragten Käufer an, dass die Sympathie des Verkäufers ein wichtiger Faktor für die Kaufentscheidung ist.

Nett sein führt nicht zum Maklerauftrag! Wenn Vertrauen und Respekt so wichtig sind, warum lernen dann die meisten Verkäufer nicht, wie sie eine vertrauens- und respektvolle Beziehung zu ihren Interessenten und Kunden aufbauen können? Wir sind zu dem Schluss gekommen, dass es dafür drei Gründe gibt:

1. Die meisten Verkäufer wissen nicht, dass dies möglich ist.
2. Wenn sie einen Prozess lernen, der diese Art von Beziehung entwickelt, fühlen sie sich nicht wohl dabei, weil er sehr unkonventionell ist.
3. Vertrauen und Respekt sind sehr persönliche Emotionen, und das Teilen von Emotionen wird gemeinhin als nur für intime Beziehungen geeignet angesehen. Die meisten Vertriebsmitarbeiter haben Angst vor Intimität. Wir haben jedoch herausgefunden, dass weniger als 0,5 Prozent der Interessenten und Kunden Angst davor haben.

Nehmen wir an, Sie stehen vor einer bedeutungsvollen Kaufentscheidung. Nehmen wir an, Sie haben beschlossen, fünfzig Kilometer von Ihrem jetzigen Wohnort wegzuziehen, damit Sie und Ihr Ehepartner einen kürzeren Arbeitsweg haben. Sie müssen also Ihr jetziges Haus verkaufen und ein neues kaufen. Wem würden Sie den erfolgreichen Verkauf Ihres wertvollsten Besitzes zutrauen? Werden Sie den Verkauf Ihres Hauses einem charmanten und freundlichen Makler anvertrauen, der Ihnen erzählt, er habe das beste Marketingsystem, die besten Fähigkeiten, das beste Verhandlungsgeschick und sei Teil der größten Immobilienfirma?

!!

Wenn es sich um bedeutende Entscheidungen handelt, möchten die meisten Menschen von jemandem kaufen, dem sie vertrauen und den sie respektieren.

Oder werden Sie den Immobilienmakler, dem Sie am meisten vertrauen und den Sie am meisten respektieren, mit dem Verkauf Ihres wertvollsten Besitzes beauftragen?
Unabhängig davon, ob Sie an Verbraucher oder B-2-B verkaufen, werden alle Verkäufe mit Menschen getätigt. Wenn es sich um bedeutende Entscheidungen handelt, möchten die meisten Menschen von jemandem kaufen, dem sie vertrauen und den sie respektieren. Und warum? Die Angst vor Verlust ist das wichtigste Kaufmotiv. In den Händen eines unzuverlässigen Immobilienmaklers können Sie Zehntausende verlieren. Bei der Arbeit könnte die Wahl eines unzuverlässigen Anbieters eine Gehaltserhöhung, eine Beförderung oder den Arbeitsplatz kosten.
Wenn Sie sich ein Verfahren aneignen, mit dem Sie schon beim ersten Gespräch mit potenziellen Kunden eine Beziehung des gegenseitigen Vertrauens und Respekts aufbauen, haben Sie den ultimativen Wettbewerbsvorteil.
Wenn nicht, hoffen Sie, dass Sie der überzeugendste Verkäufer sind, den Ihre potenziellen Kunden treffen – und hoffen Sie, dass jemand, der High Probability Selling praktiziert, nicht Ihr Konkurrent ist! Viel Erfolg! ■

Ausgeschnitten aus:
www.highprobabilityselling.blog

Mit dem Thema „High Probability Selling", (Verkauf mit hoher Wahrscheinlichkeit) oder auch Verkaufen 2.0 werden wir uns in den nächsten Ausgaben intensiv beschäftigen.

Weitere Infos unter: www.Extras.IMMOBILIEN-PROFI.de

Immobilienverrentung (14)

Ein kleiner Markt wird plötzlich groß

Ralf Schwarzhof

Gibt es einen Käufermarkt für Verrentungsimmobilien in ländlichen bzw. weniger hochpreisigen Immobilienlagen? Es sind mehr als Sie denken.

Bekanntermaßen verrenten wir Immobilien auf www.leibrenten-boerse.de fast nur an private Investoren bzw. Käufer. In diesem Zusammenhang tauchen immer wieder dieselben Fragen zur Lage auf. Sowohl von Eigentümern, die ihre Immobilie verrenten wollen und abseits der Großstadt wohnen, aber auch von Makler(innen), die ihre Farm in weniger hochpreisigen Lagen haben.
„Gibt es überhaupt einen Käufermarkt für Verrentungsimmobilien in ländlichen bzw. weniger hochpreisigen Immobilienlagen? Gibt es Käufer, die hier investieren?"

Nach nun mehr als 20 Jahren Markterfahrung ist die Antwort eindeutig: JA! Die vereinfachte Erklärung dafür ist, dass es schlichtweg viel mehr Kaufinteressenten mit einem kleinen Geldbeutel gibt als Investoren mit viel Kapital.
Was das mit dem neuen Konzept der Leibrenten-Börse „IMMOBILIEN-VERRENTUNG-DIGITAL-INVEST" zu tun hat, verstehen Sei am Ende des Artikels.

Leibrenten-Einflussfaktoren Was haben Eigentümeralter, Immobilienwert gemeinsam? Beides sind Faktoren, die maßgeblich die Höhe einer Leibrente bestimmen.
Entgegen der weitverbreiteten Meinung spielt der Wohnwert, also die erzielbare Miete bei einer Verrentung mit lebenslangem Wohnrecht absolut gar keine Rolle. Sie haben

richtig gelesen: Die Höhe der erzielbaren Miete hat bei der Berechnung einer Leibrente rechnerisch keinerlei Einfluss auf die Höhe der Leibrente! Ja, ich weiß: Viele Anbieter arbeiten mit einer fiktiven Miete, welche von einer möglichen Gesamtrente abgezogen wird. Dies ist jedoch nur ein Erklärungsversuch um die Höhe der Leibrente in Verbindung mit einem (lebenslangen) Wohnrecht zu „rechtfertigen". Auch wir gehen einen ähnlichen Weg, um Eigentümern zu erklären, warum sie z. B. nur 1.000 EUR Leibrente bekommen und nicht 2.000 EUR (vereinfachtes Beispiel). Die 1.000 EUR Differenz in diesem Beispiel werden dann dem Wohnwert zugeschrieben, was weder dem tatsächlichen Mietwert entspricht (es wäre reiner Zufall, wenn dem so wäre), noch für die Berechnung der Leibrente eine Rolle spielt. Die Berechnung einer Leibrente ist deutlich komplexer und von viel mehr Faktoren abhängig.

Zwei Dinge stimmen aber immer bei der Verrentung in Verbindung mit einem lebenslangen Wohnungsrecht:

1. Je älter die Eigentümer, desto höher die monatliche Leibrente bzw. die Einmalzahlung
2. Je höher der Immobilienwert, desto höher die Leibrente bzw. die Einmalzahlung

Beim zweiten Punkt besteht ein direkter Zusammenhang von guten und schlechten Lagen. Eine gute Lage führt zwangsläufig zu höheren Immobilienpreisen und damit zu höheren Leibrenten. Doch was heißt das jetzt in Bezug auf einen potenziellen Käufermarkt? Auch hier kann die Frage mit einer Frage beantwortet werden. Was glauben Sie: Ist es leichter einen Käufer/Investor zu finden, der monatlich 3.000 EUR zahlen soll oder einen der monatlich 150 EUR zahlen soll? Eigentlich müsste das „zahlen soll" durch „zahlen kann" ersetzt werden. Denn natürlich gibt es massig mehr Käufer die monatlich 150 EUR zahlen können, als Käufer die monatlich 3.000 EUR zahlen können und wollen. Je höher die Leibrente, desto kleiner der infrage kommende Käufermarkt. Und irgendwann wird der Markt potenzieller Kaufinteressenten dann sehr dünn.

Einmalbetrag-Einflussfaktoren Ein anderer Problembereich bei der Verrentung von Immobilien sind Einmalzahlungen. Diese können gewünscht sein oder aber notwendig, z. B. zur Ablösung von Restschulden. Während Investoren Leibrenten normalerweise gut aus Ihrer monatlichen Liquidität bedienen können, wird es bei Einmalzahlungen deutlich komplizierter. Eine Finanzierung der Einmalzahlung mittels einer Hypothek in der zu kaufenden Immobilie ist nicht möglich, weil die erstrangigen Besicherungen zugunsten der Verkäufer (Wohnungsrecht, Reallast, Rückfallklausel) eine Beleihung schlichtweg unmöglich machen. Also muss die Einmalzahlung aus Eigenmitteln geleistet werden und das machen Investoren ungern. Denn es gibt ja noch die Kaufnebenkosten. Diese sind ebenso wenig finanzierbar und deshalb aus Eigenmitteln zu leisten. Damit haben wir den zweiten Aspekt, der Einfluss auf den Markt der infrage kommenden Investoren hat: Die Höhe der Einmalzahlung.

> Es gibt sehr viele Kaufinteressenten, die in der Lage und bereit sind, monatlich 150 EUR in eine Immobilienverrentung zu investieren. Aber es gibt nur ganz wenige, die bereit sind und die überhaupt die Liquidität haben monatlich 3.000 EUR in eine Leibrente zu investieren.

Es gibt für Immobilienverrentungen zwei unterschiedliche Käufergruppen:

a. Investoren, die sich mit regelmäßigen Beträgen beteiligen wollen (Leibrente)
b. Investoren, welche die Investition mit einem Einmalbetrag wünschen

Für beide Gruppen gilt: je höher das notwendige (monatliche) Investment, desto kleiner wird die potenzielle Käufergruppe. Im Ergebnis können wir den Käufermarkt mit folgender Formel vereinfacht zusammenfassen:

Gesamtmarkt der möglichen Investoren /
(Höhe der Leibrente + Höhe der Einmalzahlung)
=
Käufermarkt der einzelnen Verrentungsimmobilie

Wer diese Zusammenhänge oder die Formel kennt, der versteht auch die Konsequenzen, die sich daraus ergeben. Die Höhe des erzielbaren Preises richtet sich nach dem vorhandenen Markt.

Mehr Käufer = Mehr Angebote -> Mehr Angebote = Höhere Preise (höhere Leibrenten)

Das uralte ewig währende Gesetz von Nachfrage und Angebot gilt auch bei der Immobilienverrentung. Es gibt sehr viele Kaufinteressenten, die in der Lage und bereit sind, monatlich 150 EUR in eine Immobilienverrentung zu investieren. Aber es gibt nur ganz wenige, die bereit sind und die überhaupt die Liquidität haben monatlich 3.000 EUR in eine Leibrente zu investieren. Diese Tatsache ist die einzige Existenzberechtigung, die selbst ernannte Marktführer von Immobilienrenten überhaupt haben: Eine große Menge an Fremdkapital, mit dem solche Rentenhöhen gestemmt werden können. Wie wir neuerdings wissen, sind diese Fremdgeld-Ressourcen für Leibrenten aber auch bei diesen Anbietern endlich.

Die Quadratur des Kreises Oder: Wie wir aus einem kleinen Käufermarkt einen großen Käufermarkt machen und zusätzlich einen anderen Käufermarkt öffnen

→

Die LEIBRENTENBOERSE hat es geschafft, eine Lösung für diese Problematik zu finden. Diese Lösung lag auf der Hand und ist wie alles bei uns aus Praxiserfahrungen geboren. Sie wurde vereinzelt immer wieder mal angewendet. Die Kunst bestand darin, diese Lösung so herunterzubrechen, dass sie für jedermann nutzbar, möglichst online und möglichst einfach und immer wieder reproduzierbar ist.
In den vergangenen Jahren bin ich bei der Verrentung von Immobilien immer wieder mal mit kleinen Käufergruppen zusammengekommen. Diese Käufergruppen bestanden dabei aus 4–7 Käufern, die zusammen in eine einzelne Verrentungsimmobilie investiert haben. Interessanterweise hatten diese Käufergruppen immer einen Migrationshintergrund. Vor rd. 10 Jahren habe ich dazu bereits eine Erklärung in einem Interview in der Immobilienwirtschaft gegeben.

Wer Schulungen von mir besucht hat, kann sich vielleicht noch an den Ursprung der Leibrente erinnern. Vor vielen Jahrhunderten wurde die Leibrente aus der Not heraus erfunden, denn es gab ein Zinsverbot der Kirchen. Und das ausnahmsweise mal einheitlich bei Juden, Christen und Moslems. Von Zinsgeschäften zu profitieren war absolut verboten. In jeder Richtung. Gab man einen Kredit, profitierte man in Form von Zinsen = verboten. Nahm man einen Kredit profitierten die Banken oder der Kreditgeber in Form von Zinsen = verboten. Bei Juden und Christen gibt es das heute nicht mehr. Bei Muslimen gilt diese Regel tatsächlich heute immer noch. Wen es interessiert kann dazu gerne mal den Suchbegriff „Scharia konforme Geldanlagen“ googeln. Ein gigantischer Markt. Natürlich sind heutige Muslime viel aufgeschlossener. Trotzdem führt dieses bestehende Zinsverbot dazu, dass gerade Moslem gerne in Verrentungsimmobilien investieren. Es gibt keinen offiziellen Zins und man kann Leibrenten schön aus der eigenen Liquidität zahlen. Im Besonderen, wenn die Last auf mehrere Schultern verteilt wird. Und noch Etwas kann ich aus jahrelanger Erfahrung bestätigen. Solche „Gemeinschaften“ sind meiner Erfahrung nach die zuverlässigsten Zahler überhaupt.

> Indem wir eine große Immobilieninvestition in mehrere kleinen Investitionen aufgeteilt haben und außerdem den Erwerb zwei eigentlich unterschiedlichen Käufergruppen ermöglichen, ist es nun möglich auch sehr hochpreisige Immobilien effizient und einfach zu verrenten.

Doch wie schaffen wir es, solche Gemeinschaftsgeschäfte maximal automatisiert, online für alle und jederzeit zugänglich zu machen?

Wir nennen unsere Lösung intern „Mini-Crowd“ (von Crowdinvesting). Dieses Mini-Crowd für Verrentungsimmobilien funktioniert wie folgt:

1. Die Verrentungsimmobilie wird kleinere Immobilienanteile „aufgeteilt“. Die Anzahl der Anteile richtet sich dabei an der Höhe des für die Verrentung notwendigen Gesamtkapitalbedarfs-Kapitalbedarfs in Verbindung mit dem Immobilienwert. Je höher beides ist, desto mehr Anteile. Die Maximalanzahl der Anteile wird 50 jedoch niemals überschreiten. Im Gegensatz zum herkömmlichen Crowdinvesting muss das Ziel immer sein möglichst wenig Anteile zu benötigen. Daher unser interner Name „Mini-Crowd“. Möglichst wenig Anteile haben zudem den Vorteil, dass es möglich ist, die einzelne Investition (also den Anteil) grundbuchlich absichern zu können.
2. Sparplan – Um bei unserem Beispiel zu bleiben: Statt einen Käufer/Investor zu suchen, der in der Lage ist monatlich 3.000 EUR Leibrente zu zahlen und 100 Prozent der Immobilie erwirbt gehen wir einen anderen Weg. Wir machen die Immobilie 20 Käufern zugänglich, die jeder nur 150 EUR Leibrente zahlen und dafür 5 Prozent an der Immobilie erwerben. So wird aus einem kleinen Markt wieder ein großer Markt, bei dem auch für Zahlungsausfälle Regelungen getroffen sind.

3. Einmalbetrag – Es gibt nicht nur Investoren, die monatlich investieren wollen, sondern einen Einmalbetrag zur Verfügung haben. Auch diesen Käufern ist die Investition möglich. Dabei wird das notwendige Gesamtkapital für die „Anteilsrente“ auf die Laufzeit (in der Regel lebenslang) kapitalisiert und so ein Einmalbetrag festgelegt. Statt des Sparplans reicht hier ein einmaliger Betrag, um 5 Prozent der Immobilie zu erwerben.
4. Die Beteiligungen sind endfällig. Das bedeutet, dass bis zum Verkauf der Immobilie keine Renditen ausgeschüttet werden, auch nicht, wenn die Immobilie im Wert gestiegen ist. Unsere Notare haben aufgrund des enormen Verwaltungsaufwandes davon abgeraten. Und sie haben recht. Sind die ehemaligen Eigentümer verstorben oder ausgezogen, wird die Immobilie verkauft und die Investoren erhalten entsprechend ihres erworbenen Anteils Ihren Anteil am Verkaufserlös.
5. Alles ist vertraglich geregelt. Die Investoren erwerben Anteile an einer KG die Eigentümerin nur dieser Immobilie ist und erhalten zudem auf Wunsch eine Grundbuchbesicherung. Im KG Vertrag sind alle notwendigen Rechte, Pflichten und Zuständigkeiten geregelt. Als Ansprechpartner für die Verkäufer ist immer und allein die LEIBRENTENBOERSE, die immer mindestens einen Anteil der Immobilie hält.
6. Um die Akquise und Abwicklung zu vereinfachen, gibt es eine digitale Zeichnungsstrecke, welche die Investoren auf unserer Webseite durchlaufen und sich so ihren Anteil online reservieren können.

> Dieser Schritt ist nur die Basis für das jetzt kommende, aus meiner Sicht endlich „perfekte Verrentungsprodukt“. Dieses „perfekte Verrentungsprodukt“ wird alle Verrentungsmöglichkeiten vereinen …

Indem wir eine große Immobilieninvestition in mehrere kleinen Investitionen aufgeteilt haben und außerdem den Erwerb zwei eigentlich unterschiedlichen Käufergruppen ermöglichen, ist es nun möglich auch sehr hochpreisige Immobilien effizient und einfach zu verrenten. Dieses „Mini-Crowd für Verrentungsimmobilien“ können unsere Kooperationspartner, also Sie, ab sofort nutzen.

Stillstand ist Rückschritt: Wir kopieren nicht, wir entwickeln. Diese Digitalisierung ist ein weiterer Schritt zur maximalen Vereinfachung und Optimierung von Immobilienverrentungen. Aber es geht immer weiter. Dieser Schritt ist nur die Basis für das jetzt kommende, aus meiner Sicht endlich „perfekte Verrentungsprodukt“. Dieses „perfekte Verrentungsprodukt“ wird alle Verrentungsmöglichkeiten vereinen, dabei Eigentümern alle Optionen lassen und damit nahezu alle Zweifel, Ängste und Sorgen eliminieren (wer Verrentungsberatungen kennt, weiß, wovon ich spreche), welche Eigentümer bis jetzt immer wieder hindern sich endlich für eine Verrentung zu entscheiden. Dazu in Kürze mehr. Seien Sie gespannt.
Info: www.leibrenten-boerse.de ■
Weitere Infos: www.Extras.IMMOBILIEN-PROFI.de

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

Umdenken bei der Preis-Findung von Immobilien

Lars Loppe

Wie Sie die aktuelle Marktsituation bei der Akquise und in den Vermarktungsprozess einbeziehen

Ein „Weiter-So" bei der Vermarktung von Immobilien ist aufgrund gestiegener Zinsen so nicht mehr möglich. Also wagen wir einmal ein Gedankenspiel mit einer kühnen Idee, denn „Innovation beginnt im Kopf, mit der kühnen Idee und dem Mut zum Risiko". (Björn Engholm).

Bevor wir zur kühnen Idee kommen, betrachten wir erst einmal die Lage.

Die aktuelle Ausgangslage: Kauf-Blockade Die aktuelle Marktsituation führt zur Blockade beim Kauf von Wohnimmobilien. Kaufinteressentinnen können durch die steigenden Zinsen nicht mehr so viel Immobilie finanzieren, wie noch vor wenigen Monaten. Gleichzeitig orientieren sich Verkäufer immer noch an den hohen Verkaufspreisen der Vergangenheit.
Dies bedeutet, es besteht eine gleichbleibend hohe Nachfrage, aber mit geringeren finanziellen Spielräumen. So entsteht ein Gefälle zwischen Erwartung und Machbarkeit.

Besser agieren als reagieren Sie können als Makler unterschiedlich mit der sich verändernden Marktlage umgehen. Folgende Möglichkeiten bieten sich an:

Weiter wie bisher mit hohen Immobilienpreisen? Sie versuchen, die überhöhten Verkaufspreisvorstellungen der Eigentümer zu halten. Die Vermarktung kann hierbei aber nun langwieriger und aufwendiger werden als bisher, denn Kaufinteressenten sind zwar vorhanden, doch Finanzierungen werden zunehmend schwieriger. Im besten Fall erhöht sich nur die Vermarktungszeit, im schlimmsten Fall jedoch läuft der Maklervertrag mit dem Verkäufer ohne Ergebnis aus und Sie bleiben auf Ihren Aufwänden sitzen. Das geht auf lange Sicht nicht gut.
Somit werden Sie zwangsläufig früher oder später beginnen, den Verkäufer „runter zu kochen". Doch erst ein Versprechen geben und falsche Vorstellungen zu nähren um es dann, nach Unterzeichnung des Maklervertrages zu revidieren, ist schlecht fürs Image und kann zu heftigen Gegenreaktionen führen. Negative Kommentare im Netz, schlechte Bewertungen und Sonderkündigungsrechte bei starker Preisreduktion bringen langfristig einen hohen Schaden für das eigene Geschäft.

!!

Das „reverse Bieterverfahren“ hat das Ziel, durch eine schrittweise Reduzierung in festgelegten Stufen den bestmöglichen Verkaufspreis zu erzielen, wenn der ursprüngliche Preis nicht erreicht werden kann.

Die Preisvorstellungen des Verkäufers mit Ihrer Expertise zu dämpfen ist zwar ehrlich, aber solange Wettbewerber weiterhin hohe Verkaufspreise in Aussicht stellt, eher eine theoretische Option. Denn ohne Aufträge lässt sich mit Sicherheit kein Umsatz generieren.

Damit kommen wir zu unserer kühnen Idee: **Innovativ agieren mit einem zweistufigen Bieterverfahren**
Nehmen Sie sich selbst aus dem Fokus und lassen Sie die Marktsituation für sich sprechen. So stärken Sie die eigene Position und nutzen den psychologischen Effekt des „Bieten mit System“.

Damit sind wir beim Plan: **Spielmacher sein mit effektivem Preismanagement**

Die Frage ist, wie schaffen Sie es, dass alle beteiligten Interessenten „am Ball bleiben“ und dabei der beste Preis für den Auftraggeber erzielt wird?
Konkret bedeutet dies: Nach einer Besichtigung gibt es eine erste Gebotsphase. In dieser Phase kann jeder Interessent – ausgehend vom angegebenen Startpreis – ein Gebot abgegeben, welches nicht veröffentlicht wird. Die Gebote haben weder ein Limit nach oben, noch nach unten. Hierbei gilt es, wirklich alle Interessentinnen zu motivieren, ein Gebot abzugeben, auch wenn es unterhalb des Startpreises liegt.
Am Ende dieser Phase gibt es vier Möglichkeiten:

1. **Gebote über dem Startpreis** – dann kann entschieden werden, ob ein offenes Bieterverfahren überhaupt noch Sinn macht. Ein Käufer ist in jedem Fall gefunden.
2. **Nur ein Gebot:** Den Eigentümern wird das Gebot vorgelegt.
3. **Kein Gebot:** Die Argumentation der Preisreduzierung ist durch die Marktlage zwingend gegeben.
4. **Gebote unter dem Startpreis:** Nutzen Sie hier eine innovative Möglichkeit, die zunächst seltsam klingt, aber gut funktionieren kann – ein „Runterbieten“ in selbst gewählten Schritten.

Zum bestmöglichen Preis verkaufen mit einem „Rückwärts-Bieterverfahren“ Das „reverse Bieterverfahren“ hat das Ziel, durch eine schrittweise Reduzierung in festgelegten Stufen den bestmöglichen Verkaufspreis zu erzielen, wenn der ursprüngliche Preis nicht erreicht werden kann. Es endet entweder beim höchsten Gebot aus dem geschlossenen Bieterverfahren oder beim Mindestpreis, den der Eigentümer vorgibt. So wird ein Verkauf in einem bestimmten Zeitrahmen zum für den Verkäufer besten Preis erreicht.
Warum sind die Gebote in diesem Verfahren meist höher als ursprünglich von Interessenten im geschlossenen Bieterverfahren angegeben? Weil bei den Bietenden ein psychologischer Druck entsteht, vielleicht nicht den Zuschlag zu erhalten. So wird allen Mitbietenden zu einem festgelegten Termin ein reduzierter Preis mitgeteilt – jeder kann dann entscheiden, →

ob er zu diesem Preis kaufen will. Das Verfahren läuft nur so lange, bis das höchste Gebot oder der Mindestpreis erreicht ist. Durch die schrittweise Reduzierung findet das Verfahren ein kalkulierbares Ende und sorgt systematisch für Notartermine.

Hierzu ein Beispiel: Nach dem geschlossenen Bieterverfahren mit einem Startpreis von 600.000 Euro für eine Immobilie gab es sechs Gebote. Vier Gebote lagen unter dem absoluten Mindestpreis des Verkäufers von 500.000 Euro, die beiden anderen lagen bei 500.000 und 510.000 Euro.

!!

Der Vorzug der „Rückwärts-Auktion besteht in der Geschwindigkeit der Abwicklung.

Nun wird jedoch nicht dem Höchstbietenden sofort der Zuschlag gegeben, sondern es wird ein „Runterbieten" des Preises eröffnet, welches zum Beispiel mit 590.000 Euro startet. Die Bietenden wissen nicht, wie viel die anderen Beteiligten geboten haben und können bei jeder Preisstufe „zuschlagen". So erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass ein Beteiligter am Bieterverfahren vielleicht doch schon bei der Preisstufe von 530.000 Euro zuschlägt. Vorausgesetzt natürlich die finanziellen Mittel sind vorhanden, wird somit mehr investiert als ursprünglich geboten. Denn niemand möchte sich am Ende die Immobilie „wieder wegnehmen" lassen.
Damit kann der Eigentümer sicher sein, den bestmöglichen Preis zu erhalten und der Makler kann das Verfahren innerhalb eines definierten Zeitrahmens zum Abschluss bringen. Nicht jeder Interessent wird bereit sein, sich auf ein solches „Bieten" einzulassen, aber letztlich ist es fair und sehr transparent.

Vorgehen mit Fingerspitzengefühl und Makler-Expertise Der Ablauf nutzt automatische Prozesse beim Bieterverfahren, ist aber ohne die Expertise und das Gespür einer professionellen Maklerin nicht möglich. Sowohl zum Festlegen eines akkuraten Startpreises als auch zum Akquirieren von Mitbietenden, deren Bonitätsprüfung und Begleitung des Verfahrens sind Sie als Immobilienexperte gefragt. Die Technik alleine führt dabei nicht zum Erfolg.
Dies sind wichtige Argumente, denn die Möglichkeit des „Runterbietens" funktioniert nur mit der Vereinbarung einer Innenprovision. Es steht Ihnen als Makler natürlich auch frei, mit den Eigentümern einen Festpreis für die Durchführung des Verfahrens zu vereinbaren, welcher auch zu bezahlen ist, wenn der Mindestpreis nicht erreicht wird.
Der Ablauf in der Übersicht:

1. Marktpreiseinschätzung der Immobilie
2. Festlegung eines Startpreises für den Immobilienverkauf
3. Einladung möglicher Kunden mit Zugriff auf eine Online-Besichtigung (zum Beispiel mit 360-Grad-Tour)
4. Bei Interesse Einholung eines Bonitätsnachweises
5. Planung und Durchführung von Besichtigungen vor Ort
6. Durchführung eines geschlossenen Bieterverfahrens mit möglichen Kaufinteressenten
7. Anhand der abgegebenen Gebote wird der nächste Schritt festgelegt: Direktverkauf, offenes oder Zweitpreis-Bieterverfahren, Rückwärts-Gebote.

Der Erfolg dieser Art der Vermarktung wird durch die Kombination aus Technik, Marketingmaßnahmen und Markenvertrauen bestimmt. Die Technik kann eingekauft werden. Marketingmaßnahmen sind notwendig um das System zu erklären und bekannt zu machen. Denn es wird sicherlich Skepsis und Widerstände geben. Aber: Wer mutig ein solches Alleinstellungsmerkmal etabliert, verschafft sich einen deutlichen Vorteil am Markt und kann dies auch für das eigene Marketing nutzen, denn
„Innovation beginnt im Kopf mit der kühnen Idee und dem Mut zum Risiko."

In.medias.res Das umgekehrte Gebotsverfahren oder auch „niederländische Auktion" findet in anderen Branchen bereits Anwendung. Der Vorzug der „Rückwärts-Auktion besteht in der Geschwindigkeit der Abwicklung. Im Gegensatz zu einer gewöhnlichen Auktion wird das Auktionsgut schneller verkauft, da die Entscheidung schon bei der ersten Zustimmung eines Interessenten feststeht. Die Interessenten können bzw. müssen nicht aufeinander reagieren, Bietergefechte sind ausgeschlossen. Besonders geeignet ist dieses Verfahren dann, wenn sich nur wenige Interessenten gefunden haben.
Bei „niederländischen Auktionen" stehen die Kaufinteressenten unter hohem Entscheidungsdruck. Wenn ein Interessent taktiert und auf einen günstigeren Preis wartet, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass das Los an einen Konkurrenten verkauft wird, der schneller zugreift". (Wikipedia) ■

Der Autor

Lars Loppe ist Geschäftsführer der MaklerWerft Beratungsgesellschaft mbH und Ideentreiber für innovative Kundengewinnung.
Als Spezialistin für die Verknüpfung von Webseite und CRM-Software erstellt die MaklerWerft Makler-Webseiten mit Automatisierungsprozessen. Lars Loppe und sein Team beraten Immobilienmakler zur optimalen Online-Leadgenerierung und Kundenbindung. Dabei werden kontinuierlich neue und zukunftsorientierte Module entwickelt.

Nur eine schnelle Fotomontage.
Die Sieger Christina Wellhausen und Andreas Kischkel hatten wenig Zeit.

Das umgekehrte Haus

Wenn Küche und Wohnzimmer im Obergeschoss sind, dann ist klar: Dieses Haus ist anders. Ein ausgezeichnetes Home Staging Projekt mit einem Verkaufsplus von über 100.000 Euro.

„Wir haben es unter uns das umgekehrte Haus genannt“, erzählt Home Stagerin Christina Wellhausen, die für dieses Projekt im Mai mit dem STAR der Deutschen Gesellschaft für Home Staging und ReDesign ausgezeichnet wurde. Ein Grund für die Auszeichnung: Das Haus wurde im (stillen) Gebotsverfahren für mehr als 100.000 Euro über dem Angebotspreis durch den Makler Andreas Kischkel verkauft.

Auftrag über den Gartenzaun Christina Wellhausen ist seit über zehn Jahren selbstständig und DGHR-Home Staging Advanced Professional. Mit ihrem Unternehmen „Wellhausen Home Staging“ arbeitet sie in Berlin und am Niederrhein. In Nordrhein-Westfalen stehen auch beide Objekte, mit denen sie in diesem Jahr jeweils den 1. Platz bei den DGHR-Stars gewann – in den Kategorien „Unrenovierte Bestandsimmobilie“ und „Bewohnte Immobilie“. Sie erinnert sich: „Den Auftrag für die Bestandsimmobilie bekamen wir übern Gartenzaun bei der Durchführung eines anderen Projektes. Der unmittelbare Nachbar schaute immer wieder rüber und beobachtete uns. Störten wir ihn? Nein, er verfolgte unsere Arbeit sehr interessiert und bekam den riesigen Verkaufserfolg von Home Staging direkt mit. Prompt hat er uns verpflichtet.“

Im Team mit Makler Kischkel Christina Wellhausen arbeitet am Niederrhein eng mit Makler Andreas Kischkel zusammen, während sie in Berlin vorwiegend Musterwohnungen für Bauträger einrichtet. Wichtig ist ihr, in →

Vorher Nachher

!! Andreas Kischkel und Christina Wellhausen führten an einem einzigen Besichtigungstag 22 Interessenten durch das gestagte Haus.

die Jahre und aus der Mode gekommene Objekte durch Home Staging optisch „in die Moderne“ zu bringen. Dazu gab es bei dem freistehenden Einfamilienhaus die ungewöhnliche Aufteilung mit Schlafzimmern unten und Küche sowie Wohnzimmer im Obergeschoss. „Das schränkte die Zielgruppe auf junge Leute ein. Gemeinsam planten wir im Hinblick darauf jedes Zimmer für das Immobilienmarketing. Bei mir lag dann der Part der Einrichtung – mit zwei weiteren Herausforderungen: eine sehr große Deckenfläche mit dunkler Holzvertäfelung und ein knallig in türkis gefliestes Badezimmer. Um die Kosten für das Home Staging im Rahmen zu halten, war es nicht möglich Decke oder Fliesen zu ändern. So habe ich etwas gewagt Türkis zur modernen Leitfarbe erklärt und in allen Räumen mit aufgenommen. Statt die Decke anzufassen, habe ich den Boden im ganzen Haus einheitlich verändert. Der Effekt der neuen Belagfarbe war eine ganz andere optische Harmonie, die selbst die beteiligten Handwerker positiv überraschte.

Das Investment in Höhe von etwas über 6.000 Euro für Home Staging hatte sich mehr als gelohnt.

1. Termin, fast 20 Kaufzusagen
Andreas Kischkel und Christina Wellhausen führten an einem einzigen Besichtigungstag 22 Interessenten durch das gestagte Haus. Die meisten davon erteilten eine Kaufzusage, was damit zwangsläufig zu einem Gebotsverfahren führt. Der Makler hatte bereits nach dem Staging aufgrund der großen Resonanz den Preis von 300.000 Euro auf 330.000 Euro angehoben. „Das Ergebnis des Bieterverfahrens hat uns alle begeistert, denn das Haus wurde für rund 436.000 Euro an eine junge Familie verkauft – innerhalb von zwei Wochen nach Veröffentlichung. Das Investment in Höhe von etwas über 6.000 Euro für Home Staging hatte sich mehr als gelohnt."

Fazit: Über die Arbeitsweise von Andreas Kischkel wurde schon mehrfach im IMMOBILIEN-PROFI berichtet. Zuletzt in der Ausgabe 124 zu Facebook-Marketing. Mehr über die Wirkung von Home Staging im Verkauf in Ausgabe 107, S. 18.
Ein stilles Bieterverfahren bedeutet, dass das Gebotsverfahren nicht angekündigt, aber vom Makler angestrebt wird. Wenn mehr als ein Kaufinteressent gefunden ist, muss das Gebot entscheiden. ■

Automatisierung (3)
Auftragsgewinnung digital steuern

Santino Giese

Die Generierung neuer Eigentümerkontakte gehört oft zu den größten Herausforderungen im Maklerallltag. Viel Geld wird in die Gewinnung neuer Eigentümerkontakte investiert. Doch was passiert mit den gewonnenen Kontakten?

Halten Sie alle Kontakte nach? Hier ist digitale Unterstützung gefragt. Klar, CRM-Systeme, Prozesse & Co. übernehmen nicht die Termine beim Eigentümer. Sie helfen jedoch bei der Terminvor- und nachbereitung bis zum Auftrag und sorgen für stetigen Überblick der relevanten Kontakte. Sie sorgen auch für die Auswertbarkeit von Leadquellen und der Marketingmaßnahmen. Ein echter Gewinn ist auch die automatisierte ReAkquise.

Ein neuer Kontakt erreicht das Maklerbüro und die erste Hürde folgt so gleich. Nicht in jedem Maklerbüro erfolgt die sofortige Adressanlage im CRM-System. Allzu oft kommen Zettel und Stift zum Einsatz. Dies kann bedeuten, dass ein neuer Eigentümerkontakt – den man vielleicht Freitagnachmittag nicht sofort erreicht, „liegen bleibt". Die nächsten Termine, zum Beispiel zur Besichtigung, stehen schließlich schon wieder an. Und dann gilt das Prinzip Hoffnung, ob der Zettel nach dem Wochenende noch als Oberstes auf dem Schreibtisch liegt.

> !! Manchmal erfährt man beim Nachfassen, dass der gewünschte Verkaufszeitpunkt erst nach einigen Monaten erfolgt. Was also tun, um in Erinnerung zu bleiben? Alle drei Wochen anrufen nervt.

Schnelligkeit und Professionalität ist gefragt Der Wettbewerb ist groß. Einmal durch lokale Kollegen und zum anderen durch die großen Player aus der TV-Werbung. Schnelligkeit und Professionalität ist also gefragt. Egal, ob ein neuer Eigentümerkontakt per Anruf, Mail oder digitaler Systeme das Büro erreicht, es bedarf sofort einer Anlage im CRM-System. Ist eine Adresse als neuer Eigentümerkontakt deklariert, kann unmittelbar automatisch eine Begrüßung-E-Mail versendet werden: „Vielen Dank für die Kontaktaufnahme! Hr. Max Mustermann kommt in Kürze telefonisch auf Sie zu."

Akquisemethoden wie Leadkauf – mit Verteilung des Leads direkt an mehrere Makler – verschärfen die Situation zusätzlich. Hier ist oft auch eine automatisch versandte SMS der Wunsch vieler Makler, um möglichst der erste Anrufer zu sein.

Gezielte Terminvorbereitung Wird der Eigentümer erreicht und ein Termin an der Immobilie vor Ort vereinbart, ist dies ein Erfolg. Die Anlage der Immobilie im CRM-System sollte nun erfolgen. Dies ist nicht in jedem Maklerbüro selbstverständlich. Dabei liegen auch hier die Vorteile auf der Hand. Es vereinfacht Abläufe, z.B. bei einer Terminbestätigung mit Nennung der Adresse als Treffpunkt oder erste Recherchen in der eigenen oder externen Datenbank.

Direkt im oder spätestens nach dem Termin können Angaben zur Immobilie im CRM-System vervollständigt und Dokumente zur Immobilie hinzugefügt werden. Da jedoch alle Informationen vorliegen, lassen sich Bewertungen einfacher erstellen und ein Maklerauftrag ist vorausgefüllt per Knopf erstellt oder kann sogar versendet werden.

Was ist, wenn der Maklerauftrag nicht direkt unterschrieben wird? Wenn der Auftrag einmal dem Eigentümer vorliegt, folgt hoffentlich die unterschriebene Rücksendung. Nur leider macht das nicht jeder und somit ist weiteres Nachfassen vonnöten. Gut gemachte Systeme und Prozesse identifizieren genau diese Kontakte und stellen sie in einer Übersicht inkl. To-do (z. B. telefonischem Nachfassen) zur Verfügung, damit kein Eigentümer in Vergessenheit gerät.

Der Autor
Santino Giese
Als gelernter Fachinformatiker und staatl. gepr. Betriebswirt kombiniert und vermittelt der Automatisierungsexperte Santino Giese das Beste aus beiden Welten.
Er gibt Unternehmern und Führungskräften in seinen Beiträgen regelmäßig neue Impulse.
www.santino-giese.com

Automatisiertes Farming

Auch eine automatische Nachfass-Mail im Namen des Maklers ist möglich.

ReAkquise – automatisiert in Erinnerung bleiben Manchmal erfährt man beim Nachfassen, dass der gewünschte Verkaufszeitpunkt erst nach einigen Monaten erfolgt. Was also tun, um in Erinnerung zu bleiben? Alle drei Wochen anrufen nervt. Hier helfen automatisierte E-Mail-Serien. In regelmäßigen Abständen – und nach Verkaufsgrund abgestimmt – werden persönliche Nachfass-Mails vom Makler mit relevanten Informationen an den Eigentümer senden. Nach ein paar Mails erhält der zuständige Akquisiteur einen Hinweis, dass nun ein guter Zeitpunkt wäre, den Eigentümer erneut telefonisch zu kontaktieren. Garantiert gerät so niemand mehr in Vergessenheit.

Welche Leadquellen lohnen sich? Gerade beim Leadkauf wird die Frage oft gestellt: Welcher Anbieter lohnt sich? Oft entscheidet das Bauchgefühl. Verlässlichere Entscheidungen sind jedoch gar nicht so schwer. Voraussetzung hierfür ist, bei der Anlage eines neuen Leads im Datensatz zu vermerken, woher der Lead kommt. Am besten erfolgt auch dies automatisiert. Wenn der Maklerauftrag zustande kommt, identifiziert das System die Quelle und kann beispielsweise auswertbar vermerken „Auftrag durch Leadquelle A“. Fortsetzung folgt. ■

(Teil 4 der Serie erschien in Ausgabe 125, Teil 3 wird hiermit nachgereicht)

SPRENGNETTER Akademie

SPRENGNETTER MARKTWERT-MAKLER®

MarktWert-Makler

3-tägiger Workshop zum **Einstieg in die Wertermittlung**

Buchung unter sprengnetter.de/marktwertmakler

Immpuls
Next Generation

PLANUNG

Immpuls

Sie finden keine Immobilie? Fragen Sie beim Makler nach!

Woche für Woche durchforsten Sie verzweifelt die Immobilienangebote in sämtlichen Zeitungen und Suchportalen. Doch der Markt ist wie leergefegt. Was können Sie tun, um trotzdem eine geeignete Immobilie zu finden?

Bei der Immobiliensuche

Erteilen Sie einem lokalen Makler einen Suchauftrag! Meist können Sie das schon auf dessen Website erledigen. Als vorgemerkter Kunde erfahren Sie exklusiv von Immobilien, bevor der Makler diese in den Portalen anbietet. Immobiliensuchende haben es dieser Tage in vielen Städten und Regionen wirklich schwer. Die Angebote sind spärlich gesät, und ist einmal eine Immobilie dabei, die attraktiv erscheint, kann man sich sicher sein, dass auch zahlreiche andere Interessenten schon längst zur Stelle sind. Welche Vorteile hat es in dieser Situation, einen Makler mit der Immobiliensuche zu beauftragen?

Früher von Immobilienangeboten erfahren

Im Bestand eines Profi-Maklers befinden sich in der Regel nicht nur die Immobilienangebote, die er auch auf seiner Webseite und in Suchportalen anbietet. Es gibt weitere Objekte, die „off-market" gehandelt werden, also ohne jemals in öffentlichen Vermarktungskanälen sichtbar zu werden. Ferner sind Makler ständig mit der Akquise neuer Objekte beschäftigt. Ihr beruflicher Erfolg beruht nicht unwesentlich darauf, dass sie häufig als Erste Kenntnis von zum Verkauf stehenden Immobilien erlangen. Durch Ihren Suchauftrag an einen Makler verschaffen Sie sich einen Vorsprung: Neu akquirierte Immobilien, die mit Ihrem Suchprofil übereinstimmen, wird man Ihnen zuerst anbieten. So haben Sie die Chance, Immobilien zu besichtigen, von denen andere Interessenten noch gar nichts wissen können. Haben Sie Ihr Traumhaus gefunden, können Sie sofort zuschlagen und den Verkäufer mit einem angemessenen Preisangebot überzeugen. Sie verstehen jetzt sicher, warum viele Immobilienangebote gar nicht erst bis in die Immobilienportale gelangen: sie sind schon vorher weg.

Klarheit über eigene Suchkriterien gewinnen

Um gezielt nach relevanten Angeboten für Sie suchen zu können, benötigt der Makler genaue Angaben, welche Merkmale Ihrer neuen Immobilie für Sie unverzichtbar, welche besonders wünschenswert sind oder welche ein Ausschlusskriterium darstellen. Beim Formulieren des Suchauftrags können Sie Ihre Anforderungen an Ihr neues Zuhause auch für sich selbst noch einmal präzisieren. Zu den wichtigen Suchkriterien gehört auch die (maximale) Kaufsumme, die Sie sich leisten wollen. Auch sollten Sie sich bereits über die Finanzierung im Klaren sein und im besten Fall eine Finanzierungsexpertise erstellen lassen, die Sie dem Makler zusammen mit Ihrem Suchauftrag zusenden können. Dadurch überzeugen Sie den Immobilien-Profi, dass er es mit einem seriösen Interessenten zu tun hat und unterstreichen Ihre dringende Kaufabsicht.

Immobiliensuche ohne Stress und ohne Risiko

Wenn ein Makler nach der passenden Immobilie für Sie

4

Für Käufer

Auf dem Weg in den Käufermarkt? IMMPULS ist schon da.
Eine völlig neue Ausgabe beschreibt alles, was Käufer wissen müssen. Beispielsweise, wie man Immobilien kauft, wenn man noch im Eigentum wohnt und wie ein Makler dabei unterstützt.
Wie immer steht IMMPULS Mitglieder kostenlos als offene Datei zur Verfügung (Vor-Bestellung im Shop. IMMOBILIEN-PROFI.de). Das Magazin kann von Ihnen personalisiert und angepasst werden.

PLANUNG

Immpuls

30 %
aller Verkäufe sind privat

Ein Makler sieht mehr: Off-Market Immobilien finden

Der Immobilienmarkt besteht aus mehreren Schichten. Nur die erste Schicht ist für jeden sichtbar: die großen Suchportale im Internet, oder vielleicht noch die Immobilienanzeigen in Zeitungen. Doch dort tauchen in vielen Regionen kaum noch Immobilienangebote auf. Wer also dringend eine Immobilie sucht, muss in die tieferen Schichten des Marktes vordringen. Das gelingt zum Beispiel durch das Anlegen eines Suchauftrags, am besten bei mehreren lokalen Maklern.

Immobiliensuchende haben es zurzeit vielerorts schwer. Es werden nur wenige Immobilien verkauft, und von diesen wenigen gelangt der Großteil gar nicht erst bis auf die offiziellen Marktplätze, sondern wird schon vorher unter der Hand verkauft – oder off-Market, wie der Immobilienprofi es nennt. Diese Immobilienangebote sind also für die meisten Suchenden unsichtbar. Aber: ein professioneller Makler sieht mehr!

Warum Off-Market-Akquise die Königsdisziplin für Makler ist

Die Akquise von Off-Market-Immobilien ist, wie Insider es ausdrücken, die Königsdisziplin der Immobilienakquise. Es ist quasi das Fundament des beruflichen Erfolgs eines Maklers, dass er einen genauen Überblick über den lokalen Markt hat und zum Verkauf stehende Immobilien früher als andere entdeckt. Ein wesentlicher Teil seiner Tätigkeit besteht genau darin, seine lokalen Netzwerke immer weiter auszubauen, um permanent an neue Objekte zu gelangen. Sie können sich vorstellen, dass das sehr viel Arbeit bedeutet und sehr viel Erfahrung voraussetzt. Wenn Sie sich selbst auf die Suche nach einer Off-Market-Immobilie begeben, fehlt Ihnen dieses professionelle Know-how. Ohne Frage – es kann trotzdem von Erfolg gekrönt sein, sich in eigenen Netzwerken nach anstehenden Immobilienverkäufen umzuhören. Experten schätzen, dass in einigen Regionen 30 Prozent aller Verkäufe im privaten Umfeld stattfinden, also unter Nachbarn, Freunden oder Kollegen.

Wie Sie sich durch einen Suchauftrag einen Vorsprung verschaffen

Doch ob Sie auf diesem Wege zu einem passenden Immobilienangebot gelangen, ist natürlich Glückssache. Um Ihrem Glück etwas nachzuhelfen, lohnt es sich, auf die Expertise lokaler Qualitätsmakler zu setzen. Bei fast jedem Makler können Sie einen sogenannten Suchauftrag anlegen. Der Makler wird Ihnen daraufhin neu akquirierte Immobilien, die mit Ihrem Suchprofil übereinstimmen, zuerst anbieten, bevor er sie über öffentliche Kanäle vermarktet. Zudem gibt es auch Verkäufer, die ihre Immobilie aus verschiedenen Gründen gar nicht auf dem offenen Markt präsentieren möchten. Diese beauftragen dann einen Makler explizit mit der diskreten Vermarktung. Das bedeutet für Sie nichts anderes, als dass Sie einzig über den Makler an ein solches Objekt herankommen. Durch Suchaufträge bei mehreren Maklern verschaffen Sie sich einen klaren Vorsprung gegenüber anderen Interessenten. Und zwar nicht nur dadurch, dass Sie mehr Immobilien angeboten bekommen als in den gängigen Portalen zu finden sind, sondern auch dadurch, dass Sie weniger Konkurrenz durch andere Interessenten haben. Denn Sie können Immobilien bereits besichtigen, von denen andere noch gar nichts wissen. Entdecken Sie bei einer solchen Besichtigung Ihre Traumimmobilie, können Sie sofort Ihre Chance nutzen und den Verkäufer mit Ihrem Preisvorschlag, Ihrem seriösen Auftreten und mit glaubhaften Nachweisen Ihrer Bonität überzeugen.

6 7

Für Verkäufer

Auch das beliebte IMMPULS-Magazin für die Akquise präsentiert sich im neuen Gewand. Das Heft wurde optisch erneuert und inhaltlich überarbeitet. Das Design orientiert sich am Layout von Magazinen, die von Senioren gerne gelesen werden. Geblieben ist die kostenlose Nutzung und Personalisierung für Mitglieder. Lieferbar ist die Ausgabe 2023 ab September, Bestellung ebenfalls über Shop. IMMOBILIEN-PROFI.de

PLANUNG

Vorsicht beim Immobilienverkauf

Wer seine Immobilie privat verkaufen will, muss zahlreichen Stolpersteinen ausweichen.

Eigentlich müsste ein Magazin mit einer Erfolgsstory eröffnet werden. Und die könnte so ablaufen: Familie Müller möchte ihr Haus verkaufen. Sie vergleichen die aktuellen Angebote in der Nachbarschaft, entdecken, dass ihr Haus mit Abstand das schönste ist, und ermitteln einen Angebotspreis, der mehr als ausreichend Verhandlungsreserve enthält.

Sie erstellen eine Verkaufsanzeige im Internet und erhalten zahlreiche Anfragen per E-Mail, die sie in aller Ruhe auf dem heimischen Sofa auswerten. Erste Besichtigungstermine werden vereinbart und unter den ersten Besuchern erwischt es ein junges Interessentenpaar, das sich Hals über Kopf in Müllers Haus verliebt. Man trifft sich ein weiteres Mal um Detailfragen zu klären.

Die Interessenten versuchen zwar noch ein wenig den Preis zu verhandeln, aber mit geringem Erfolg, da noch einige andere Interessenten den Müllers starkes Kaufinteresse bekundet haben. So folgt der Notartermin und die Müllers sind stolz, das „Abenteuer Privatverkauf" so erfolgreich überstanden zu haben…

Tatsächlich ist eine solche Erfolgsstory sicherlich die Ausnahme und wäre auch im Sinne dieses Magazins keine echte Hilfe. Es sind beim privaten Immobilienverkauf zahlreiche Stolpersteine zu beachten und deshalb muss hier beschrieben werden, was möglicherweise passieren kann. Die nachfolgenden Beispiele sind teilweise etwas überspitzt dargestellt, aber sie haben sich so oder ähnlich tatsächlich ereignet.

Etwa die Geschichte des 70-jährigen Hans Weichert*, dessen Traum vom unbeschwerten Lebensabend im angenehmen Klima von Mallorca Wirklichkeit zu werden schien. Endlich, nach mehreren Monaten, hatte er einen Käufer für sein Einfamilienhaus am Rande von Berlin gefunden, der ohne Zögern bereit war, die erhofften 260.000 Euro zu bezahlen.

* Namen geändert

Immpuls

Während der Vertragsunterzeichnung – in Anwesenheit des Notars – äußerte der Käufer nur wenige Wünsche, die im Vertrag aufgenommen wurden und der Kauf wurde rechtskräftig beurkundet. Schon kurze Zeit später musste Rentner Weichert feststellen, dass er tatsächlich nur noch 50.000 Euro für sein Haus erhalten sollte und nach mehreren aufreibenden Gerichtsverhandlungen blieb dem alten Herrn nach Abzug der Anwalts- und Gerichtskosten gerade noch genug für einen Pauschalurlaub auf der Trauminsel.

Über die Wochen fiel der Verkaufspreis immer weiter bis das Haus schließlich deutlich unter dem tatsächlichen Marktwert einen neuen Eigentümer fand.

Auch die Eheleute Kameke* hatten sich den Verkauf ihrer vier Wände einfacher vorgestellt. Sie hatten sich vorab in der Nachbarschaft umgehört und erfahren, dass Immobilien in ihrer Wohngegend zu hohen Preisen gehandelt wurden. So wollte man es natürlich auch mit einem hohen Preis versuchen. In der ersten Woche

meldeten sich nicht nur viele Interessenten, sondern auch zahlreiche Makler. „Ich glaube, wir haben viel zu billig angeboten", meinte Herr Kameke zu seiner Frau. Trotzdem ergaben sich nur zahlreiche Besuche von Neugierigen, ohne dass ein Kaufvertrag zustande kam. Dass Interessenten auch Sonntagmorgens oder am späten Abend vor der Tür standen, war für Familie Kameke noch vergleichsweise harmlos. Doch nachdem auch „Besucher" erschienen, als niemand zu Hause war und dabei Wertsachen mitgehen ließen, war das Maß voll.

Nun wurde der Preis gesenkt, denn das Geld für den Verkauf war schon für die neue Immobilie verplant, doch fanden sich keine neuen Kaufinteressenten. Über die Wochen fiel der Verkaufspreis immer weiter bis das Haus schließlich deutlich unter dem tatsächlichen Marktwert einen neuen Eigentümer fand.

Wer seine Immobilie privat veräußern will, der muss zahlreiche Fallstricke beachten, die das Vermögen gefährden. So ist der Privatverkauf einer Wohnung oder eines Hauses keineswegs mit dem Verkauf eines Gebrauchtwagens oder eines Wohnzimmerschranks vergleichbar. Trotzdem wird etwa jede fünfte Wohnimmobilie von privat an privat verkauft.

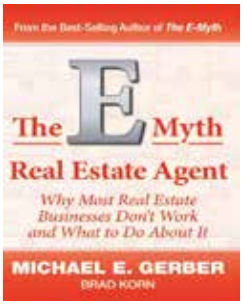
Doch wer es ohne professionelle Hilfe versucht, der sollte einiges bedenken, um Schäden zu vermeiden. Dazu finden Sie weiter unten die wichtigsten Ratschläge.

* Namen geändert

Die wichtigsten Ratschläge in Kurzform

1. **Legen Sie Ihren Verkaufspreis behutsam fest.**
   Eine spätere Korrektur ist nur bedingt möglich. Es ist zwar üblich, beim Gebrauchtwagenverkauf mit Verhandlungspreisen zu operieren, aber hier handelt es sich um Massenprodukte, die abgesehen vom individuellen Pflegezustand weitgehend identisch sind. Eine Immobilie ist dagegen immer ein Unikat. Deshalb sollte der Verkaufspreis behutsam festgesetzt werden, denn der Spielraum für Korrekturen ist eng, da die Gruppe der Interessenten viel kleiner ist, als es sich der Laie vorstellt. Das Schlimmste, was Ihnen beim Verkauf passieren kann, ist, wenn Sie zu Beginn der Vermarktung zwar großes Interesse wecken, aber gleichzeitig zu teuer sind. Es fällt schwer, dann den Preis zu senken. Die Kaufwilligen beobachten über Wochen den Anzeigenteil der Tageszeitung und kennen das Angebot. Eine Preissenkung löst deshalb nicht plötzlich Kaufbereitschaft aus, tatsächlich wird nun die Immobilie ohne Not dem Verdacht ausgesetzt, es sei an ihr etwas „faul".
2. **Geben Sie telefonisch niemals bekannt,**
   wann Ihre Immobilie leer steht! Am Samstagmorgen klingelt das Telefon und ein Fremder wünscht, Ihre Immobilie zu besichtigen. Nun wird ein gemeinsamer Termin gesucht. Für Interessenten ist es leicht, festzustellen, an welchen Tagen oder zu welcher Uhrzeit niemand das Haus hütet.
3. **Verschicken Sie keine Unterlagen,**
   insbesondere keine Pläne an Fremde. Fremde erhalten sonst Einblick, kennen den Grundriss der Immobilie und wissen bereits, wo man am leichtesten einsteigen könnte.
4. **Lassen Sie sich nicht von vermeintlich hohen Kaufpreisen locken.**
   Werden Sie misstrauisch, wenn Interessenten leichtfertig Ihren Preis akzeptieren. Wenn Sie selber den Eindruck haben, dass Ihr Verkaufspreis eher hoch angesetzt ist, gilt doppelte Vorsicht! Prüfen Sie die Bonität der Käufer, bevor Sie zum Notar fahren.
5. **Verlassen Sie sich nicht auf den Notar.**
   Der Notar ist nur für die Beurkundung zuständig – nicht für den Vertragsinhalt und insbesondere nicht für die Überprüfung der Vermögensverhältnisse des Käufers. Ob der Käufer bezahlen kann, interessiert den Notar nicht.

„Warum die meisten Maklerunternehmen nicht funktionieren und was man dagegen tun kann“ von Michael E. Gerber und Brad Korn



Hammer oder Amboss sein (11 und Schluss)
Just do it!

Mit ihrem Bestseller „The E-Myth – Warum die meisten Maklerunternehmen nicht funktionieren und was man dagegen tun kann“ haben Michael E. Gerber und Brad Korn die Maklerbranche revolutioniert. In ihrem Buch nehmen die beiden Autoren die gängigen Mythen darüber, was einen Unternehmer ausmacht, gründlich und mit viel Hintergrundwissen auseinander. Schließlich ist Co-Autor Brad Korn selbst seit über 20 Jahren praktizierender Makler. Zum Abschluss wenden sich beide den Themen „Veränderung und Wandel“, „Zeit“ und „Strategische versus taktische Tätigkeiten“ zu.

Zum Abschluss wird es noch einmal philosophisch: Wandel und Veränderung bezeichnet Gerber als extreme Herausforderung für den Menschen und damit auch für den Makler. Daher bevorzugen viele Makler seiner Erfahrung nach trotz eines extrem belastenden Arbeitsalltags in einer Art Hamsterrad die gewohnte Frustration, als sich neuen Herausforderungen zu stellen und damit unbekannte Schwierigkeiten und Probleme heraufzubeschwören. Es lebt sich für viele vermeintlich besser in ihrer gewohnten Blase. Doch wie kann dieser Teufelskreislauf durchbrochen werden und eine andere Sichtweise auf das Thema „Veränderung“ erzielt werden?

!!

Entweder meine Firma dient meinem eigenen Wohl oder ich diene meiner Firma.

Vom Standpunkt zum Aussichtspunkt Gerber zitiert den Kultautoren Thaddeus Golas, der Anfang der siebziger Jahre das Buch „The Lazy Man's Guide to Enlightenment" (auf Deutsch etwa „Erleuchtung für Dummies") geschrieben hat und darin das universelle Lebensprinzip von Ausdehnung und Kontraktion beschrieben hat. Während die Expansion dazu führe, dass man selbst offen und permeabel, also durchlässig und für neue Ideen und Gedanken aufnahmefähig sei, ist das Stadium der Kontraktion von Abgeschlossenheit und einer gewissen Starre gekennzeichnet. Beide Phasen gehören laut Golas zum Leben dazu, es sollte also ein produktiver Wechsel der beiden Stadien stattfinden, um im Ergebnis eine Weiterentwicklung einer Person, aber auch einer Organisation zu ermöglichen.

Wenn das Leben Dir Zitronen gibt… Dabei ist ein Aspekt zentral: Wer sich durch seine aktuellen Lebensumstände im Stadium der (inneren) Verhärtung befindet, an dem werden jegliche Tendenzen zur Umgestaltung der eigenen Lebensperspektive und infolge dessen auch der eigenen Unternehmensstruktur abprallen. Diese Gedanken finden einfach keinen Zugang. Je nach innerer Einstellung kann das Wort „Veränderung" drei unterschiedliche Reaktionen hervorrufen: Für die Ängstlichen ist der Terminus mit dem Gefühl der Bedrohung konnotiert, weil sie fürchten, dass die Dinge sich zum Schlechteren wenden könnten. Für die Hoffnungsvollen wirkt der Begriff der Veränderung ermutigend, weil sie sich eine Besserung davon versprechen. Für die Selbstbewussten ist das Konzept des Wandels dagegen sogar inspirierend, weil hierin die Chance auf eine positive Neugestaltung mitschwingt.

Als wirkmächtiges Prinzip durchzieht der Wandel, die Veränderung von Dingen und Zuständen, das gesamte Universum und stellt nach Ansicht von Gerber ein universelles Prinzip dar. Ohne eine Bewusstsein um dieses Prinzip kann jedoch kein Wandel stattfinden, weshalb die Selbsterkenntnis um den eigenen Zustand hinsichtlich Verhärtung und Offenheit die Grundvoraussetzung für die Anwendung der in dem Buch „The E-Myth" beschriebenen Handlungsanweisungen darstellt. Ein wichtiger Punkt ist für viele die Angst, das Bestehende zu verlieren. Dabei ist ihnen nicht klar, dass sie auf jeden Fall etwas (auch wenn es noch nicht konkret benannt werden kann) verlieren, wenn sie sich der Veränderung des Selbst und ihres Unternehmens bewusst oder unbewusst entgegenstemmen. Gerber rundet seine Ansicht zum Thema Wandel mit einem Zitat von Charles Darwin ab: „Nicht die stärksten oder intelligentesten Exemplare einer Art überleben, sondern die, die sich als die anpassungsfähigsten Mit- →

Upgrade für Ihr Imobilienbüro

Fertige Produkte und Lösungen inkl. Design, Konzept, Druck und kostenloser Lieferung.

Immobilienakquise - Objektvermarktung - Kommunikation

Onlineshop für Immobilienmakler

Beratung & Bestellung
0521 - 448 120 45

24h
hbtimmo.de

@hbtimmo

hbt.immo

glieder erweisen." Damit unterstreicht er nochmals den Titel dieser Serie: Entweder die eigene Firma dient meinem eigenen Wohl oder ich diene meiner Firma. Wer keine klare Wachstums- und Veränderungsperspektive für sein Unternehmen entwirft, bleibt daher ein Spielball der eigenen Firmenstrukturen und nicht ihr Meister.

Ohne Wandel keine Entwicklung Dieser Sichtweise pflichtet Gerbers Co-Autor und Makler Brad Korn uneingeschränkt bei. Aus seiner eigenen anfänglichen Erfahrung heraus fügt er hinzu, dass ein solcher Veränderungsprozess sowohl auf der persönlichen als auch der unternehmerischen Ebene extrem herausfordernd ist, weil wirklich alle Glaubenssätze über den Haufen geworfen werden müssen und die Prozesse des Unternehmens von Grund auf neu aufgebaut werden müssen. Mit halbherzigen Aktionen ist es also nicht getan. SÄMTLICHE Prozesse müssen auf den Prüfstand, und nur in der Summe ergeben diese optimierten Abläufe mehr als ihre einzelnen Teile. Dafür jedoch bedarf es der internen Abstimmung und auch der offenen Kommunikation mit den von diesen extremen Veränderungen betroffenen Mitarbeitern.

Eine wesentliche Voraussetzung für einen erfolgreichen Wandel ist es laut Gerber, sich des Faktors Zeit bewusst zu werden. Hierfür ist es notwendig, Zeit nicht als eine Art unerschöpflichen Werkstoff anzusehen, sondern ein Bewusstsein dafür zu entwickeln, dass die eigene Lebenszeit endlich ist. Er erinnert daran, dass man sich als Kind immer gefragt hat, was man einmal werden, also sein möchte und nicht, was man einmal tun will. Doch im Erwachsenenalter liegt der Fokus fast ausschließlich auf dem Tun, auch wenn sich dies von der viel fundamentaleren Frage des Seins vollkommen losgelöst hat. Gerber plädiert daher dafür, sich wieder auf das Wesen der Zeit und ihres Wertes zu besinnen und dem eigenen beruflichen Dasein wieder diejenige Bedeutung und Kraft zu verleihen, die es verdient. Brad Korn fasst dieses Thema als aktiver Makler von der praktischen Seite auf: 80 Prozent der täglich verwendeten Zeit erbringen lediglich 20 Prozent aller Einnahmen, während es sich mit den übrigen 20 Prozent genau umgekehrt verhält. Sein Ziel: die so überaus produktiven 20 Prozent der Tätigkeiten verdoppeln, um damit sein Einkommen zu vervielfachen. Um das zu erreichen, entwickelte er einen Farbcode für all seine Aktivitäten: Grün für Dinge, die aktiv Einkommen generieren und die zu den produktiven Tätigkeiten zählen. Gelb für Arbeiten, die prinzipiell delegiert werden können und daher mit überschaubarem Aufwand die Produktivität deutlich steigern. Orange schließlich für alle persönlichen Aktivitäten mit Familie und Freunden, die durch nichts zu ersetzen sind. Mit diesem System hatte Korn sich eine klar definierte Struktur geschaffen, deren Matrix er dank der Farben auf einen Blick überwachen und messen und schließlich seinen Output massiv steigern konnte.

Strategische vs. taktische Tätigkeiten Dieses System berührt auch die Frage, ob die jeweilige Tätigkeit nun „taktischer" oder „strategischer" Natur ist. Unternehmensführer sollten sich, um ihr Unternehmen überhaupt entwickeln zu können und nicht in der Rolle des „Technikers" zu verharren, unbedingt auch mit strategischen Fragen auseinandersetzen. Das mag für viele erst einmal lästig klingen und bedeutet in der Tat gerade zu Beginn einen erheblichen Zeitaufwand, doch amortisiert sich dieser unzählige Male in der Zukunft. Nicht nur hinsichtlich der eigenen Zeitstruktur, sondern vor allem mit Blick auf straff und effizient organisierte Prozesse und die damit einhergehende Produktivitätssteigerung der eigenen Mitarbeiter. In den beiden letzten Kapiteln geben Gerber und Korn noch einmal Tipps zur praktischen Umsetzung des Geschriebenen. Zentraler Aspekt: Machen, machen, machen! Denn grau ist alle Theorie. Daher empfiehlt Gerber einen strategischen Dreiklang aus Innovation (die Dinge, die man tut, besser machen), Quantifizierung (die Dinge, die man macht, messbar machen) und Orchestrierung (die Dinge, die man tut, zu standardisierten Prozessen machen, die selbstständig ablaufen). Doch wo anfangen? Hierfür hat Brad Korn einen einfachen Tipp: Der Makler sollte zunächst einen Bereich wie zum Beispiel die Interessentengewinnung wählen, in der er in kurzer Zeit neue Prozesse aufsetzen kann. Im Marketingbereich nennt man das ein „Minimum Viable Product" (MVP), also ein Produkt, mit dem ich schnell auf den Markt gehen kann und das mir zeitnah ein Feedback hinsichtlich Performance und Akzeptanz seitens des Kunden zurückspielt.

!!

In den beiden letzten Kapiteln geben Gerber und Korn noch einmal Tipps zur praktischen Umsetzung des Geschriebenen. Zentraler Aspekt: Machen, machen, machen!

Als Fazit des Buches bleiben folgende Kernaussagen: die eigene Situation realistisch analysieren, die Rolle der eigenen Person und des Unternehmens definieren, Prozesse und Abläufe dokumentieren, quantifizieren und messen und schließlich: loslegen! Für Ihren Weg in ein neues Unternehmerleben wünsche ich Ihnen alles Gute und durchschlagenden Erfolg. ■ Harald Henkel

10 x IMMOBILIEN-PROFI pro Jahr

1 IMMOBILIEN PROFI Abo

+ über 600 Online-Videos

4 zur Wahl

Holen Sie sich Ihr Abo und erhalten Sie 1 Buch gratis dazu.

Abo jetzt!

www.Abo.IMMOBILIEN-PROFI.de

Ich möchte 1 Buch gratis erhalten:

- ☐ **Erfolgreich Verhandeln (35,- €)**
- ☐ **Immobilien Kaufen Lassen (38,- €)**
- ☐ **Immobilien-Einkauf (38,- €)**
- ☐ **Marketing für Immobilienmakler (38,50 €)**

E-Mail: shop@inmedia-verlag.de
oder per Fax: (0221) 168071-29
in·media Verlag & AV-Produktion GmbH
Mohrenstraße 1–3, 50670 Köln

☐ **Ja,** ich möchte den IMMOBILIEN-PROFI ab der nächsten Ausgabe abonnieren (€ 95,-/Jahr zzgl. MwSt.).

Name

Firma

Adresse/Stempel

Unterschrift

Gründer Dieter Pasch und
Co-Geschäftsführer Thomas Paeßens

Serie Quereinsteiger (1)

Gestern Labormaus, heute Finanzierungsberater und Makler

In der Immobilienbranche wimmelt es von Menschen, die zunächst einen anderen Beruf erlernten, um später ins Maklerbusiness zu wechseln. In einer Serie stellt IMMOBILIEN-PROFI einige außergewöhnliche Werdegänge vor. Wie erlebten Quereinsteiger den Übertritt in den neuen Beruf? Was hat sie dazu bewogen und was raten sie Wechselwilligen?

Dieter Pasch arbeitete mehr als 20 Jahre in Chemielaboren, unter anderem war er an der Entwicklung der „Pampers" beteiligt. Dann suchte er eine neue Herausforderung. Er wollte mehr mit Menschen zu tun haben, sie beraten, anstatt als Eigenbrötler im Labor zu forschen. Warum er als Baufinanzierungsberater und Makler seine neue Bestimmung fand und was Produktentwicklungen im Labor und Restschuldgrafiken verbindet.

Zunächst sah es nicht so aus, als ob Dieter Pasch mit seiner Berufswahl einmal unzufrieden sein könnte. Mit 14 Jahren begann er beim Chemiekonzern Bayer eine Ausbildung zum Chemielaboranten, bildete sich regelmäßig weiter und studierte Chemie- und Verfahrenstechnik. Mit dieser Qualifikation arbeitete er etwa zehn Jahre in der Forschung der Firma Stockhausen (heute: Evonik). In dieser Zeit war er unter anderem an der Entwicklung des Flüssigkeitsabsorbers für Babywindeln beteiligt, wie sie unter anderem von Pampers eingesetzt werden.

Aber irgendwann fehlten ihm die Herausforderungen, er wollte seinen Kittel an den Nagel hängen und kein Leben mehr als „Labormaus" fristen. Er bildete sich im Bereich Geldanlagen und Finanzierungsberatung weiter und entdeckte dabei sein Interesse für Baufinanzierungen.

„Zunächst machte ich beide Jobs parallel. Von morgens um sieben Uhr bis 16 Uhr arbeitete ich im Labor. Um 17 Uhr und um 19.30 Uhr machte ich Beratungstermine für Baufinanzierungen. Um 22 Uhr war ich dann zu Hause", erinnert sich Pasch an diese anstrengende Phase. Im Schnitt hatte er pro Woche fünf bis sieben Termine, die er zudem nacharbeiten musste. Aber das Finanzie-

Pasch & Kruszona am Standort Krefeld

> Rasch habe ich in meinem Nebenerwerb mehr verdient als in meinem Hauptberuf …

rungsvermittlungsgeschäft lief von Anfang an rund. „Rasch habe ich in meinem Nebenerwerb mehr verdient als in meinem Hauptberuf, sodass ich nach zweieinhalb Jahren den Job in der chemischen Produktforschung kündigte und zusammen mit Jochen Kruszona Anfang 1991 die Firma Pasch & Kruszona in Krefeld gründete“, erläutert der heute 63-Jährige. Sein Geschäftspartner war übrigens vorher beim Landeskriminalamt in der Spurensicherung beschäftigt. Also ebenfalls ein Quereinsteiger.

Mit drei Personen starteten die beiden Berufswechsler, mittlerweile arbeiten 24 Personen für das Unternehmen. Dabei sind die Finanzierungsberater als freie Handelsmakler tätig und können die Büroinfrastruktur, das Netzwerk sowie die Software nutzen. „Das heißt, die Finanzierungsberater machen Beratungstermine und können auf unsere Backoffice-Kräfte zugreifen, die sich darum kümmern, dass im Anschluss die nötigten Darlehensunterlagen besorgt und eingereicht werden.

> „Daher dauert bei uns ein Beratungstermin eineinhalb bis zwei Stunden; bei Banken hingegen oft nur 20 Minuten.“

Schon früh empfand Pasch die Finanzierungsberatung als verbesserungsfähig. Als Wissenschaftler war er es gewohnt, Themen zu durchdringen. Entsprechend will er auch für seine Kunden das Beste herausholen. „Weil wir die Vermögenssituation der Darlehensnehmer genau untersuchen, dauern unsere Beratungstermine in der Regel länger als bei Wettbewerbern. Wir fragen zum Beispiel, ob sie laufende Sparverträge haben, die aufgelöst werden könnten. Wir prüfen Fördermittel und steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten, die zu besseren Finanzierungsoptionen führen oder ob ein Erbe bevorsteht“, so Pasch: „Daher dauert bei uns ein Beratungstermin eineinhalb bis zwei Stunden; bei Banken hingegen oft nur 20 Minuten.“

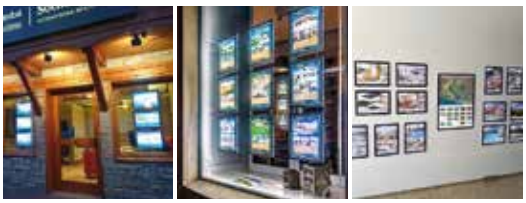
Dieses 360-Grad-Gespräch sei das Alleinstellungsmerkmal seines Unternehmens. Die meisten Wettbewerber beschränken sich darauf, eigene Produkte zu verkaufen und sich auf den niedrigsten Zinssatz zu fokussieren. Das führe aber selten zum bestmöglichen Ergebnis für den Darlehensnehmer, ist sich Pasch sicher.

Er beobachtet, dass Kreditnehmer durchaus offen sind für eine kom-

→

MAKLERSHOP WWW.DER-MAKLERSHOP.DE

Shopausstattung



Außenwerbung

BESUCHEN SIE UNSEREN SHOWROOM IN DREIEICH

LED-DISPLAYS I LOGOSCHRIFTZÜGE
PROFILBUCHSTABEN I LEUCHTKÄSTEN
UND VIELE WEITERE LEUCHTENDE PRODUKTE

ADmotive KG I Hauptstraße 10 I 63303 Dreieich
T +49 6103 - 83 11 972 I info@der-maklershop.de I www.der-maklershop.de

> Anfangs stand meine mathematische Herangehensweise, die Finanzierungsberatung ausschließlich auf Zahlen und Fakten aufzubauen, zu sehr im Vordergrund.

Pasch und sein Team sehen sich nicht nur als reine Baufinanzierungsberater.

plexere und erklärungsbedürftige Herangehensweise. Es sei seine Aufgabe, dies mundgerecht zu vermitteln. Dabei habe er in der Vergangenheit auch Lehrgeld bezahlt. „Anfangs stand meine mathematische Herangehensweise, die Finanzierungsberatung ausschließlich auf Zahlen und Fakten aufzubauen, zu sehr im Vordergrund. Da kam meine wissenschaftliche Ader zum Vorschein", erinnert sich Pasch. Schnell hatte er verinnerlicht, wie wichtig es darüber hinaus ist, ein persönliches Vertrauensverhältnis zu seinen Kunden aufzubauen, ihre Bedürfnisse und möglichen Vorbehalte zu kennen.

> Pasch und sein Team sehen sich nicht nur als reine Baufinanzierungsberater, sondern vielmehr als lebenslange Berater in allen Fragen rund ums Immobilienvermögen.

Weil die bestehenden Beratungssoftware-Angebote im Finanzierungssektor nicht seinen Vorstellungen entsprachen, programmierte er vor vielen Jahren kurzerhand sein eigenes Beratungsprogramm, das er und sein Beraterteam noch immer verwenden und das permanent angepasst wird. Herzstück sind Module, mit denen sich die Entwicklung der persönlichen Restschuld und der monatlichen Belastung simulieren lassen, wenn bestimmte Parameter in der Software verändert werden, wie die Tilgungshöhe, die Laufzeit der Zinsbindung etc. Das mache für Darlehensnehmer ihre künftige finanzielle Entwicklung sehr anschaulich. Auch Immobilienanleger würden auf diese Weise erkennen, wie sich Mieterträge, ihre monatliche Belastung und weitere Aspekte in der Zukunft entwickeln.
Die Simulation künftiger Entwicklungen ist wiederum sehr nah an seinem Erstberuf, als er viel Zeit darauf verwendete, bei der Produktentwicklung Computer mit Versuchsergebnissen zu füttern, um zu berechnen, wie sich eine Produkteigenschaft verändert, wenn man bestimmte Zusätze in gewissen Mengen beimischt oder weglässt.
Aktuell bildet er sich im Bereich Steuern und Erbrecht weiter. Die Möglichkeiten für Eigentümer beim Vererben und Verschenken durch passende Regelungen Steuern zu sparen, sollen dann in die Software und damit auch in die Kundenberatung einfließen. Welchen Wert diese Software hat, erlebte er 2005, als die damalige Hypothekenbank Eurohypo, eine Tochter der Commerzbank, auf die Beratungsqualität von Pasch & Kruszona aufmerksam wurde. Denn die Berater verbuchten deutlich weniger Kreditausfälle als die Commerzbank mit eigenen Finanzierungen.
„Die Eurohypo-Vertreter wollten, dass wir für sie ein bundesweites Immobilienfinanzierungsnetzwerk aufbauen, Mitarbeiter schulen etc. Als die ersten Niederlassungen ans Netz gehen sollten, kam jedoch die Finanzkrise. Das Projekt musste eingestampft werden", erinnert sich Pasch an die spannende Zeit, in der er öfter in den Bankentürmen in Frankfurt am Main Termine hatte.
Pasch und sein Team sehen sich nicht nur als reine Baufinanzierungsberater, sondern vielmehr als lebenslange Berater in allen Fragen rund ums Immobilienvermögen. Folgerichtig bildet auch die Immobilienvermittlung einen kleinen Bereich seines Tätigkeitsgebiets. Dass er gleichzeitig viel von seinem Netzwerk mit Immobilienmaklern profitiert, die ihm Käufer zur Baufinanzierungsberatung vorbeischicken, sei kein Hindernis. Der Provisionsanteil, der durch die Immobilienvermittlung erzielt werde, liege jedes Jahr bei unter zehn Prozent der Gesamtumsätze, spiele also eine untergeordnete Rolle.
Pasch ist ein großer Anhänger des Netzwerkgedankens und tauscht sich mit Steuerberatern, Maklern, Bauträgern und weiteren Branchenvertretern regelmäßig aus. Kommt es über die Vermittlung eines Partners zu einem Geschäft dürfe man auch nicht die Tippprovision vergessen. Er nennt dies „gemeinsames Jagen" und ist überzeugt, zusammen bessere Ergebnisse erzielen zu können als alleine. Bei vielen Immobilienmaklern vermisst er diese Arbeitsweise.
Kontakte, die über Netzwerke entstehen, seien zudem wertvoller als eingekaufte Leads, ist sich Pasch sicher, weil sie aus persönlichen Verbindungen entstehen. ■

Bernhard Hoffmann

Spezial Software

Sie gehören auch in unser Branchenbuch für Immobilien-Profis?
Ihre Textanzeige im Format 90 x 25 mm für nur 100 Euro/Ausgabe oder
Ihre gestaltete Anzeige im Format 90 x 55 mm für nur 200 Euro/Ausgabe
Tel. 0221/168071-10 oder www.immobilien-profi.com

Spezielle Dienstleistungen

Weiterbildung

Makler Software

Warum Kontrolle teuer ist

Angestellte arbeiten lieber und oft besser, wenn sie möglichst viel Eigenverantwortung haben. Wenngleich dies mittlerweile alle Führungskräfte wissen, fällt es ihnen häufig schwer, die Leine zu lockern. Wie finden sie das richtige Maß zwischen Vertrauen und Kontrolle? Und warum nicht jede Art von Überwachung bei den Mitarbeitern verpönt ist.

Die Pandemie erleben viele Führungskräfte als extrem herausfordernd. In den Maklerfirmen mussten Prozesse umgestellt, Käufer und Verkäufer über Hygienebestimmungen informiert werden. Teils wurde die Vermarktung auf virtuelle Besichtigungen umgestellt. Zudem war zu Beginn der Pandemie niemandem klar, wie sich diese Ausnahmesituation auf Immobiliennachfrage und Umsätze auswirkt.

Nicht wenige Chefs hatten zudem Bauchschmerzen als ihre Mitarbeiter nicht mehr ins Büro kamen, sondern im Home-Office arbeiteten. Gerade für Firmenleiter, die über viele Jahre hinweg Verfechter starrer Büropräsenz waren, mussten sich von heute auf morgen umstellen. Häufig wurde ihre Skepsis eines Besseren belehrt. Meistens arbeiteten die Mitarbeiter am Küchentisch effizienter und mehr als am Arbeitsplatz. Wichtig war dabei, ihnen Vertrauen entgegenzubringen.
Auch jenseits von Pandemie und Home-Office ist Vertrauen ein wichtiger Baustein bei der Mitarbeiterführung. Eva Schulte-Austum, Wirtschaftspsychologin und Business-Coach, befasst sich seit rund 15 Jahren mit Vertrauen im beruflichen Kontext. Nach ihrer Ansicht hat Vertrauen drei Merkmale: Man gibt Kontrolle ab, geht zweitens Unsicherheiten ein und hofft, dass der Gegenüber diesen Vertrauensvorschuss nicht missbraucht. Das passiert im Übrigen nur in den seltensten Fällen. Vielmehr steigt mit einer hohen Vertrauenskultur die Motivation der Angestellten. Mit mehr Entscheidungsbefugnissen oder der Freiheit, selbstbestimmt über Arbeitszeit und -ort zu verfügen, sind sie engagierter und zufriedener (siehe unten).

Die Coachin trifft in Unternehmen oft Führungskräfte, die glauben, Verantwortung an Mitarbeiter abzugeben. Sie sind dann aber vom Resultat enttäuscht: „Ich entgegne ihnen, dass Vertrauen nicht heißt, die gesamte Verantwortung abzugeben. Zutrauen gegenüber Angestellten bedeutet vielmehr: Ich traue ihnen etwas zu und unterstütze sie bei Bedarf. Wenn Mitarbeiter ihren Führungskräften vertrauen, passiert etwas Spannendes: Sie sind bereit, um Hilfe zu bitten, Fehler zuzugeben und denken vielleicht privat unter der Dusche über berufliche Probleme nach. Sie kommen ins Unternehmen und haben eine Lösung. Sie sind hoch engagiert und übernehmen Verantwortung, in dem Wissen, dass keine Köpfe rollen, falls etwas schiefgeht.“

> … Wenn Mitarbeiter ihren Führungskräften vertrauen, passiert etwas Spannendes: Sie sind bereit, um Hilfe zu bitten, Fehler zuzugeben und denken vielleicht privat unter der Dusche über berufliche Probleme nach.

Eva Schulte-Austum, Wirtschaftspsychologin und Business-Coach
(Foto: Boris Breuer)

Genau solche Angestellten würden Firmen heute benötigen. In einer komplexen Welt, in der sich vieles in immer kürzeren Abständen verändert, sei Vertrauen absolut notwendig, so Schulte-Austum.
Bei Schürrer & Fleischer Immobilien setzt man auf ein gutes Vertrauensverhältnis innerhalb der insgesamt zehn Niederlassungen. „Vertrauen ist die Basis unseres beruflichen Miteinanders. Auf diese Weise kontrollieren und motivieren sich einzelne Teams auch selbst. Denn in kleinen Einheiten fällt sofort auf, wenn jemand etwa weniger arbeitet als der Kollege. Unsere dreiköpfige Geschäftsführung hätte außerdem nicht die Zeit, alle Mitarbeitenden eng zu führen, erläutert Geschäftsführer Peter Schürrer.
Um zu prüfen, ob neue Mitarbeiter und Auszubildende in die Teams passen, durchlaufen sie bei Schürrer & Fleischer ein langwieriges Verfahren. „Nach der Bewerbung führen wir einen Videocall mit den Aspiranten durch. Dann gibt es ein oder zwei Vorstellungsgespräche. Wenn bis dahin alles passt, absolvieren sie einen Probearbeitstag, bei dem sie ihre potenziellen Kollegen, unsere Arbeitsweise etc. kennen lernen. Kommt es zur Einstellung bringen wir ihnen einen Vertrauensvorschuss entgegen. Gerade jüngere Kollegen legen Wert auf eigenständiges Arbeiten. Seit der Pandemie haben zudem alle Office-Mitarbeiter Arbeitsverträge, die ihnen erlauben, zwei Tage die Woche im Home-Office zu arbeiten. Auch hierbei machen wir gute Erfahrungen, wenngleich sich die Teams auch regelmäßig im Büro sehen sollen“, so Schürrer: „Manche Mitarbeiter fah-

→

Nina Schulte-Schimonik beim Meeting2019, siehe: www.IMMOBILIEN-PROFI.de/audio-video/

ren jeden Tag eine Stunde zum Arbeitsplatz. Wenn die gelegentlich Telearbeit machen können, ist das für sie ein Gewinn an Lebensqualität, für den sie dankbar sind."

Pandemie förderte Vertrauensvorschuss Seine Kollegin Nina Schulte-Schimonik, Geschäftsführerin bei Möllerherm Immobilien, stellt fest, dass sie in ihrer Firma seit Beginn der Pandemie eher bereit sind, Mitarbeitenden einen Vertrauensvorschuss zu geben und einen entspannteren Umgang mit Home-Office-Regelungen haben. „Eine Kollegin wollte nach der Elternzeit mit drei Arbeitsstunden pro Tag einsteigen. Weil sie eine lange Anfahrt hat, lohnt sich dies nur, wenn sie im Home-Office arbeiten kann. Das haben wir ermöglicht. Vor Corona, als wir eine Präsenzkultur lebten, hätten wir gar nicht an eine solche Lösung gedacht", erläutert Schulte-Schimonik.
Während der Lockdowns hätten einige wenige Mitarbeiter die neue Freiheit missverstanden. So musste Schulte-Schimonik, die bei Möllerherm unter anderem das Personalwesen verantwortet, vereinzelt Innendienstkräfte darauf hinweisen, dass auch im Home-Office während der Bürozeiten der Telefondienst funktionieren müsse. „Ein diskreter Hinweis, dass wir mit unserer Software genau sehen können, wer einen Anruf annimmt und wer nicht und welche Tätigkeiten von wem erledigt werden, genügte jedoch, um für das nötige Umdenken bei den wenigen Betroffenen zu sorgen. Danach lief es reibungslos", so die Maklerin, deren Firma an acht Standorten 48 Mitarbeiter beschäftigt.
Coachin Schulte-Austum sagt: „Vertrauen schafft Vertrauen. Wenn ein Kunde einem Dienstleister vertraut respektive ein Mitarbeiter seinem Chef, dann gehen alle davon aus, dass die Zusammenarbeit funktioniert. Fragt die Führungskraft allerdings fünfmal nach und redet dem Angestellten permanent rein, dann leidet das Miteinander." Zudem gelte: Je mehr Führungskräfte kontrollierten, desto mehr Kontrollen werden notwendig und desto geringer sei die Arbeitszufriedenheit aller. Außerdem erhöhe sich die Fluktuation und der Anteil der Mitarbeiter, die innerlich resignieren, erläutert Schulte-Austum.

> Ein diskreter Hinweis, dass wir mit unserer Software genau sehen können, wer einen Anruf annimmt und wer nicht und welche Tätigkeiten von wem erledigt werden, genügte jedoch, um für das nötige Umdenken bei den wenigen Betroffenen zu sorgen. Danach lief es reibungslos."

Dies ist nicht gleichbedeutend damit, dass im Unternehmen keine Kontrollen stattfinden. Natürlich müssen vom Unternehmen vorgegebene Leitplanken überprüft werden. Merken Mitarbeiter, dass sie sich auf diesen gesteckten Rahmen verlassen können, schafft ihnen das Handlungssicherheit. „Meistens können sie mit klaren Ansagen und Prozessen gut leben. Es gibt ihnen Sicherheit", beobachtet auch Immobilienmakler Schürrer.
Kollegin Schulte-Schimonik pflichtet ihm bei: „Wir beobachten, dass allem Mitarbeitern Struktur und Organisation im Job wichtig sind. Sie schätzen ein gewisses Maß an Orientierung, um darin wiederum möglichst frei arbeiten zu können."

Gründe für Kontrollen müssen gegenüber Mitarbeitern kommuniziert werden Wichtig ist, dass den Mitarbeitenden der Sinn von Überwachungen klar ist. Dies zu vermitteln ist wiederum Aufgabe der Führungskraft. Beispiel: Festgelegte Prozesse im Maklerunternehmen, die von der Software abgebildet werden, geben Mitarbeitern vor, was sie wann zu tun haben. Gleichzeitig sehen Kollegen und Vorgesetzten, wo es unter Umständen hakt, warum es bei manchen Abläufen stockt, so wenn etwa ein Exposé nicht fertiggestellt werden kann, weil noch eine Unterlage des Bauamts fehlt.

Dieses Überprüfen der Prozesse gibt Firmenleitern einen Überblick über die aktuelle Zahl der vermarkteten Immobilien, der Objekte im Akquise-Status etc. und zeigt ihnen, wann ein Mitarbeiter gegebenenfalls überlastet ist, seine Aufgaben in der geplanten Zeit nicht erfüllen kann. Das ist wiederum ein wichtiger Punkt, der für Controlling spricht und den alle Mitarbeitenden nachvollziehen können, wenn dieser richtig erläutert wird.

Vertrauen ist ein wichtiger Schlüssel in Veränderungsprozessen Oft fehlt Führungskräften aber auch die Erfahrung mit Vertrauen, etwa weil sie in eine hierarchisch geprägte Firmenkultur hineingewachsen sind. Dann sollten sie sich – wegen der genannten Vorzüge – eine Vertrauenskultur aneignen. „Neben dem täglichen Miteinander verbessert Vertrauen genauer gesagt ein Vertrauensvorschuss gegenüber neuen Mitarbeitern auch Veränderungsprozesse im Unternehmen. Wenn dieser fehlt, kommt es oft zu Widerstand. Der kann sich ganz unterschiedlich äußern: durch Unzufriedenheit oder negativen Tratsch. Das kostet Unternehmen Zeit, Energie, Nerven und Geld.

> In Dänemark sagt man: „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist teuer.“ In Deutschland gibt es hingegen das geflügelte Wort: „Vertrauen ist gut. Kontrolle ist besser.“

Prozesse werden immer von Menschen umgesetzt. Und wenn Menschen sich dagegen sträuben, kann man noch so tolle Prozesse kreiert haben, die Umsetzung bleibt unter ihren Möglichkeiten. Vertrauen ist der Schlüssel in Veränderungsprozessen. Wo es vorhanden ist und in Anpassungsphasen sogar wächst, sinken die Kosten und steigt die Schnelligkeit. Und genau das macht Veränderungsprozesse effektiv und erfolgreich“, erläutert Vertrauensexpertin Schulte-Austum.

Sinnbildlich für den unterschiedlichen Stellenwert, den Vertrauen im Arbeitsalltag genießt, stehen zwei Sprichwörter: In Dänemark sagt man: „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist teuer.“ In Deutschland gibt es hingegen das geflügelte Wort: „Vertrauen ist gut. Kontrolle ist besser.“ Das mag zeigen, dass hierzulande anstatt einer offenen Kommunikation und Vertrauenskultur traditionell eher auf Kontrollmechanismen gesetzt wird. Aber das ist alte Schule, die wohl überholt ist.
Im liberaleren Dänemark legt man den Fokus darauf, dass Kontrolle mit viel Aufwand und damit hohen Kosten verbunden ist. Wächst die Firma, dann müssen auch immer mehr Kontrollmechanismen eingebaut werden, die Führungskräfte unnötig blockieren. Expertin Schulte-Austum sagt hierzu: „Wo Vertrauen herrscht, gehen die Kosten zurück und steigt die Effizienz. Solche Unternehmen sind deutlich flexibler. Alles bis ins Detail zu kontrollieren, kostet Zeit und Geld. Eine Vertrauenskultur ist also ein starker Wettbewerbsvorteil.“ ■ Bernhard Hoffmann

WIE MAN VERTRAUEN IN DER FIRMA AUFBAUT

- Vertrauen entsteht, wenn man als Führungskraft offen und transparent informiert. Das gilt gerade bei unangenehmen Themen wie betrieblichen Veränderungen, Entlassungen etc.
- Vertrauen besteht aus drei Merkmalen: Man gibt Kontrolle ab, geht zweitens Unsicherheiten ein und darf zu Recht davon ausgehen, dass der Gegenüber diesen Vertrauensvorschuss nicht gegen einen selbst verwendet.
- Dr. Reinhard Sprenger hat das Phänomen in seinem Buch „Vertrauen führt“ umfassend analysiert. Die eigene Verletzbarkeit löst auf der Gegenseite eine Art inneren Reflex aus. Und diesen Mechanismus kann jeder selbst starten, so Sprenger: „Je größer der für Sie mögliche Schaden (bei der eigenen Verletzbarkeit), desto größer die Vertrauensleistung (des Anderen). Wollen Sie Vertrauen aufbauen, dann räumen Sie jemanden aktiv die Gelegenheit zur Verletzung ein und sind zugleich zuversichtlich, dass er diese Gelegenheit nicht nutzen wird“. (siehe IMMOBILIEN-PROFI 53)
- Wer keine Erfahrung mit Vertrauen hat, sollte sich als ersten Schritt damit behelfen, seinen Mitarbeitern Zutrauen zu schenken. Also von der positiven Entwicklung ausgehen, dass die Kollegen zum Beispiel auch im Home-Office gewissenhaft arbeiten.
- Sind an bestimmten Stellen Kontrollen nötig, sollte gegenüber den Mitarbeitern klar kommuniziert werden, warum diese erfolgen. Dies macht sie nachvollziehbar, Missverständnisse werden vermieden.
- Wird Mitarbeitenden Vertrauen entgegengebracht, sind sie motivierter und engagierter.

Franchising-Porträt: **m²-Immobilien**

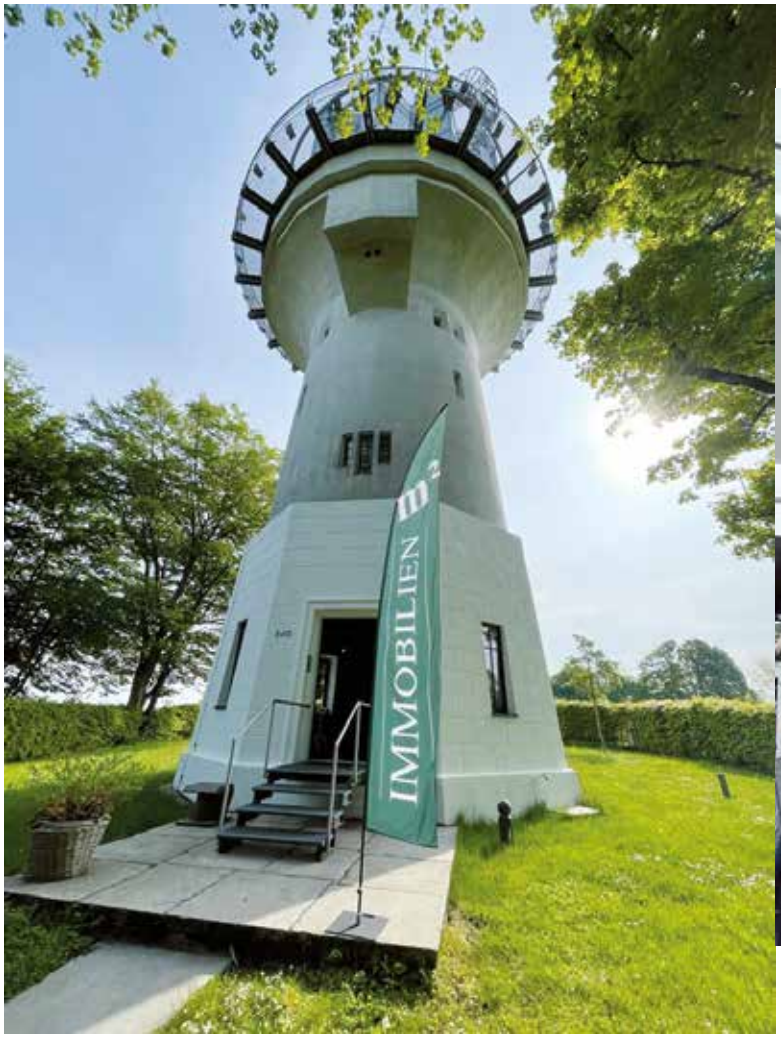
Wir schauen uns das Konzept von m²-Immobilien einmal näher an.

Der Anglizismus Franchising steht in der Wirtschaft für Vertriebssysteme, mit deren Hilfe Produkte, Dienstleistungen, Know-how oder Technologien unter Beachtung von vorgegebenen Standards vermarktet werden, wobei die wirtschaftliche und rechtliche Selbständigkeit der Vertragsparteien erhalten bleibt, so WIKIPEDIA.
Zwei Dinge springen dabei sofort ins Auge, einerseits die rechtliche Selbstständigkeit aller Vertragspartner sowie die Nutzung von vorgegebenen Standards in Rahmen des Vertriebssystems. Der Maklerbranche sind Standards überwiegend fremd, die Vermittlung von Immobilien bleibt eben eine sehr individuelle Dienstleistung.

Standards und deren Funktion sind es also weniger, nach denen man ein Makler-Franchising bewerten kann. Makler-Franchising verspricht dagegen die Nutzung einer eingeführten Marke, Aus- und Weiterbildung und dass der Einsteiger an der Erfahrung der Kollegen partizipiert. Ob Versprechen und Hoffnungen eintreten, soll die Zukunft beantworten.

Das Team von m²-Immobilien in Solingen (oben). Die Ansprechpartner Hans Buchs und Ramona Dietz

Da hilft es nur, zwei andere Frage zu beleuchten. Es ist zunächst der Moment, wenn die „Tinte auf dem Franchise-Vertrag“ trocknet. Wer hat in diesem Moment das bessere Geschäft abgeschlossen? Der Franchise-Geber, weil ihm eine hohe Eintrittsgebühr winkt? Oder ist es der Franchise-Nehmer, weil sie oder er nun wertvolle Unterstützung und Betreuung beanspruchen kann?
Und wie „performt“ das Franchising auf Dauer? Bieten Ausbildung und Unterstützung bei den ersten Schritten nur dem Neu-Makler einen Nutzen, während für den erfahrenen Kollegen die Vorteile immer weiter schwinden? Beide Kriterien, Start- und Laufzeit sind wertvolle Indikatoren, ebenso die Fluktuation der angeschlossenen Partnerunternehmen. Betrachten wir m²-Immobilien Franchise unter diesen Aspekten:



Kick-off Meeting mit den Partnern

> !! Diese Vier sind nach fast 10 Jahren immer noch dabei, während jährlich zwei bis drei neue Partner dazu gestoßen sind. Heute umfasst das Netzwerk 22 Unternehmen. Qualität steht wohl vor Quantität.

Start-Phase Mit nur 2.500 Euro ist man schon dabei. Dieser Wert ist im Vergleich zu anderen Systemen ausgesprochen günstig. Denn die neuen Partner erhalten Aus- und Weiterbildung in Form von praktischer Einarbeitung, Softwareschulung und lernen ihr Farminggebiet zu definieren. Ergänzt wird diese mit Akquise-Training und Begleitung bei der Akquise. Die Systemzentrale zeigt sich „offen für Fragen 24/7“. Ein Franchise-Handbuch steht ebenfalls zur Verfügung.
Viel Leistung für wenig Eintrittsgebühr bedeutet aber auch, dass der Franchise-Geber genau hinschauen muss, mit wem man eine Partnerschaft eingeht. Quer-Einsteiger sind zwar willkommen, man wünscht sich aber mehr bereits aktive Makler, die sich in ein Netzwerk integrieren möchten.

Laufzeit Die fixen monatlichen Kosten sind ebenfalls überschaubar. Sie betragen knapp 500 Euro monatlich, dies sind 99 Euro für das Makler-CRM onoffice (1 Arbeitsplatz, mehrere Plätze optional) und weitere 399 Euro für alle großen Immobilien-Portale. Laufenden Kosten stehen also konkrete Leistungen gegenüber, für die der Einzelmakler in der Regel mehr bezahlen muss.
Bei den fixen Kosten bleibt es natürlich nicht, da dies nach Auskunft der Zentrale lediglich kostendeckend ist. Wie alle anderen Franchise-Systemen will die Systemzentrale zu Recht am Erfolg seiner Partner beteiligt werden. Die Umsatzbeteiligung ist zwischen 15 und 10 Prozent gestaffelt und erreicht bereits bei 80.000 Euro Jahresumsatz den günstigsten Wert.

Wachstum und Fluktuation Ob beide Vertragspartner mit Franchising glücklich werden, zeigt sich meist erst nach einigen Jahren. Deshalb gilt dem Blick auf die Fluktuation innerhalb der Gruppe besonders Augenmerk.
Schnelles Wachstum scheint nicht das primäre Ziel von m²-Immobilien zu sein. Nachdem das Unternehmen →

!!

Geringe Einstiegskosten und nur eine kurze Vertragsbindung sind positive Eigenschaften dieses Angebots.

Regelmäßige Weiterbildung organisiert die Zentrale

1998 von Hans Buchs als Einzelmakler gegründet wurde, stieß 2011 der erste Lizenzpartner hinzu, ein Jahr später folgte der zweite und nach drei Jahren waren es vier. Diese Vier sind nach fast 10 Jahren immer noch dabei, während jährlich zwei bis drei neue Partner dazu gestoßen sind. Heute umfasst das Netzwerk 22 Unternehmen. Qualität steht wohl vor Quantität, was auch daran erkennbar ist, dass alle ausgeschiedenen Partner besondere Gründe hatten, also Rente, Krankheit oder berufliche Neu-Orientierung den Ausschlag gaben. Eine vertragliche Bindung zu m²-Immobilien geht man nur für das erste Jahr ein, danach arbeitet man unbefristet miteinander.

DIE FAKTEN

Name:	m² Immobilien GmbH
Geschäftsführer / Ansprechpartner	Hans Buchs / Ramona Dietz
Website	www.immobilienfranchiseinfo.de bzw. www.m-quadrat-immobilien.de
Eintrittsgebühr	2.500 Euro
Gründung	1998 als Einzelmakler
Erste Franchisepartner	ab 2011
Anzahl Partner (Stand Juni 2022)	22
Benötigtes Eigenkapital	ab 10.000 Euro
Kosten, monatlich:	498 Euro, enthält alle Portale (399 Euro), onoffice-CRM und Marketingvorlagen (99 Euro)
Gebühr	10% bis 15%, gestaffelt: bis 60.000 Euro Umsatz 15%, bis 80.000 Euro 12,5% ab 80.000 Euro 10%
Start-Leistungen	Ausbildung, Einarbeitung, Softwareschulung
Weitere Leistungen	Aus- und Weiterbildung, Hilfestellung bei Fragen aller Art
USP:	Alle leitenden Mitarbeiter verfügen über Erfahrung als Makler
Slogan / Claim:	Franchise vom Makler für Makler

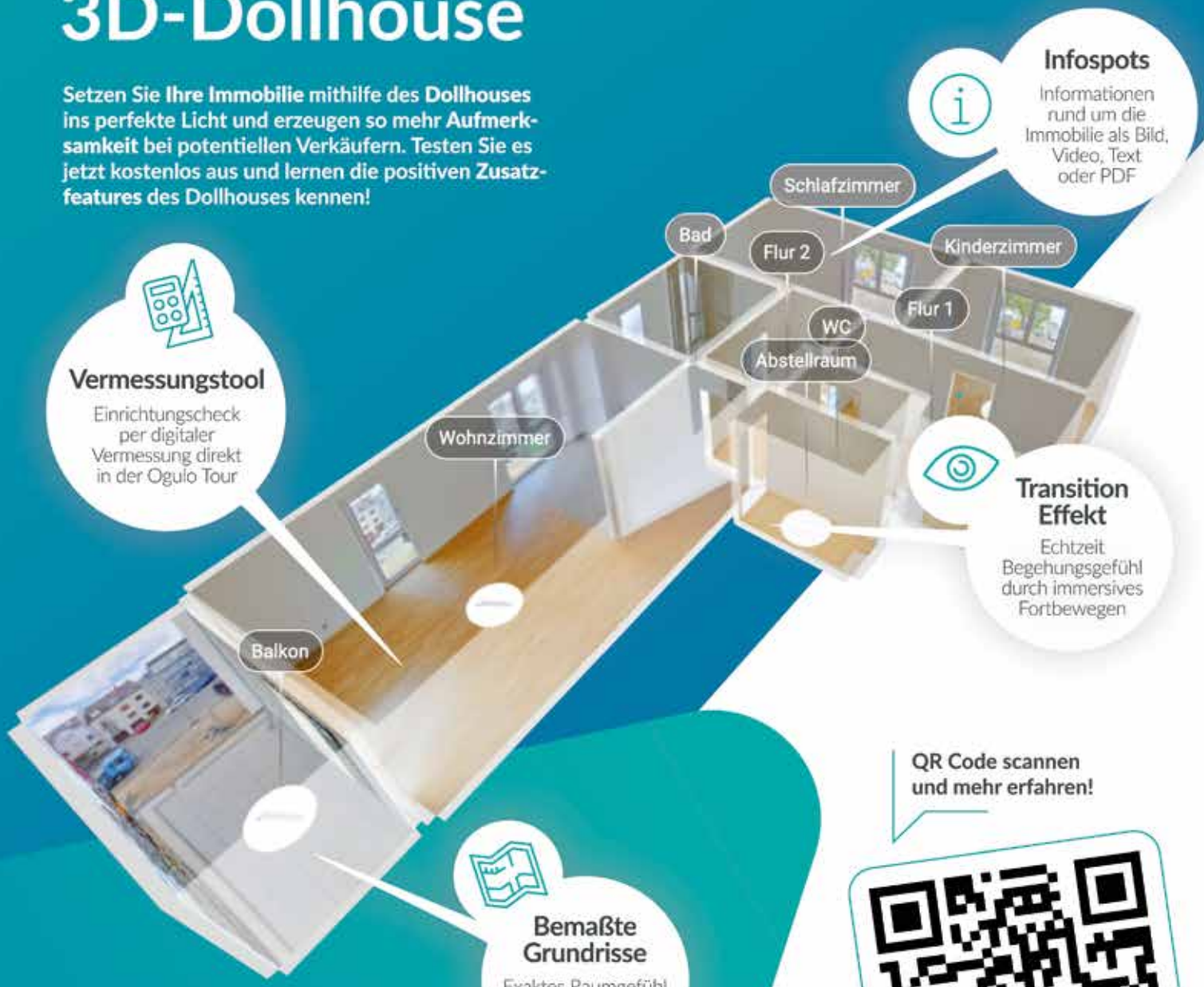
Fazit Geringe Einstiegskosten und nur eine kurze Vertragsbindung sind positive Eigenschaften dieses Angebots, denn sie zeigen, dass der Franchise-Geber auf den Erfolg seiner Partner angewiesen ist.

Musterrechnung: Was bleibt? Angenommen wird ein Ein-Personen-Makler mit 150.000 Euro Umsatz. Hier liegen die Kosten für die Portal- und Software-Nutzung zwar nur bei 6.000 Euro jährlich, daneben existieren aber weitere Ausgabentreiber wie Telefon, Fahrzeug oder Büromiete. Wenn wir von einer gesamten Umsatzrendite von 50 Prozent ausgehen, verbleiben also noch 75.000 Euro Überschuss. Davon ist dann noch die 10-prozentige Systembeteiligung abzuziehen (15.000 Euro) womit 60.000 Jahresgewinn verbleiben. Der erzielte Umsatz sollte also deutlich höher sein und ein nicht unbedeutender Teil davon sollte der Makler dem Franchising verdanken. ■

Ein kostenloses Dollhouse für Immoprofis!

3D-Dollhouse

Setzen Sie Ihre Immobilie mithilfe des Dollhouses ins perfekte Licht und erzeugen so mehr Aufmerksamkeit bei potentiellen Verkäufern. Testen Sie es jetzt kostenlos aus und lernen die positiven Zusatzfeatures des Dollhouses kennen!



Infospots
Informationen rund um die Immobilie als Bild, Video, Text oder PDF

Vermessungstool
Einrichtungscheck per digitaler Vermessung direkt in der Ogulo Tour

Transition Effekt
Echtzeit Begehungsgefühl durch immersives Fortbewegen

Bemaßte Grundrisse
Exaktes Raumgefühl und Vorstellung der Größenverhältnisse

QR Code scannen und mehr erfahren!

Ogulo GmbH
Im Mediapark 5d
50670 Köln, Deutschland
info@ogulo.de

www.ogulo.com/immoprofi-dollhouse

Jetzt mit integriertem Rechnungswesen!

onOffice enterprise

Software *für Immobilienmakler*

Optimieren Sie Ihren **Workflow mit automatisierten Prozessen** und digitalisieren Sie Ihr Unternehmen: Mit onOffice enterprise lassen sich Routineaufgaben wie von selbst im Hintergrund erledigen, damit Sie mehr Zeit für die persönlichen Aspekte des Makelns haben.

onOffice enterprise passt sich **flexibel** an Ihre Arbeitsweise an – onlinebasiert, portalunabhängig und benutzerfreundlich.

Maklersoftware, Automatisierung, Fakturierung, Webpräsenz, SEO & Content – alles für das tägliche Immobiliengeschäft.

onOffice.com

onOffice® SOFTWARE