

IMMOBILIEN PROFI

Alles für den schönsten Beruf

Nr. 131

Im Test
**Automatisierte
Textsysteme**

Organisation
**Onboarding – nicht
nur für Mitarbeiter**



Flatfinder



Entdecken Sie die **Immobilienvermarktung der Zukunft!**

Mit unserem interaktiven **Ogulo Flatfinder** vermitteln Sie nicht nur einen **atemberaubenden Eindruck** Ihres Projektes, sondern bieten Interessenten direkt die Möglichkeit sich **zur passenden Einheit zu navigieren**.

Vermarkten Sie vor Baubeginn Ihre Neubauten und Quartiere!



State-of-the-art Technologie

Immobilien interaktiv begehbar und realitätsnah präsentieren



Mächtiges Vermarktungstool

Bildhafte Darstellung durch Visualisierung des Außenbereichs



Verfügbarkeiten

Perfekter Überblick über Verfügbarkeiten im zugeschnittenen Filter

QR Code scannen und mehr erfahren!



Ogulo GmbH

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

www.ogulo.com/flatfinder/

Rapport

Ich musste recht lange überlegen, ob wir zwei Artikel in diesem Heft parallel veröffentlichen können. Es handelt sich einerseits um den Beitrag „Rapport“, Teil der Serie über „NLP für Immobilien-Profis“ und andererseits den Beitrag „Vertrauen und Respekt“, ebenso Teil einer Serie über die Verkaufstechnik „High Probability Selling“.

Beide Artikel stehen scheinbar im Widerspruch. Der NLP-Beitrag von Dominik Hoffner beschreibt zunächst, wie Rapport in der Kommunikation erzeugt werden kann. Dabei meint Rapport nicht den „mündliche Bericht“ im militärischen Sinne, sondern wie dies in der Psychologie definiert wird: *„Der Rapport gehört zu den zentralen Konzepten des Coachings. Wenn Rapport besteht, haben beide Gesprächspartner – Coach und Klient – das Gefühl eines Gleichklangs. Rapport beruht dabei auf der Annahme, dass für erfolgreiche Kommunikation Vertrauen entscheidend ist“*.

Was dem Coach oder Therapeuten nützt, dient natürlich auch dem Verkäufer, daher der Wunsch, möglichst schnell das Gefühl einer vertrauensvollen Zusammenarbeit herzustellen. Jedoch sieht dies die Verkaufstechnik HPS völlig anders: *„Der Aufbau von Rapport ist von Natur aus eine manipulative Taktik. Ironischerweise versuchen typische Verkäufer, Vertrauen und Respekt – nicht-manipulative Faktoren – aufzubauen, indem sie Menschen manipulieren. Der Aufbau von Rapport schafft kein Vertrauen und keinen Respekt, sondern untergräbt Vertrauen und Respekt“*, können Sie bei www.highprobabilityselling.blog nachlesen.

Wo liegt also die Wahrheit? Was HPS kritisiert, ist das – meist stümperhafte – Bemühen der meisten Verkäufer über Rapport ins Geschäft zu kommen. Dabei ist bei wichtigen(!) Kaufentscheidungen die Beziehung zum Verkäufer aus Sicht der Käufer/Besteller eher zweitrangig. Zweifellos handelt es sich bei Immobilientransaktionen um komplexe Kaufentscheidungen. Wer also über Schmeicheleien und witzige Sprüche versucht, einen Abschluss anzubahnen, handelt manipulativ und erscheint wenig vertrauenswürdig. Vertrauen jedoch zählt zu den Top 3 dieser kaufentscheidenden Kriterien. Der Einstieg über Rapport ist also der falsche Weg, die vertrauensvolle

Beziehung soll sich, so HPS, über die erfolgreiche Zusammenarbeit einstellen.

Bei NLP oder in der Therapie dagegen dient Rapport als Grundlage und wird deshalb gezielt und im beiderseitigen Einverständnis aufgebaut. Unterschlagen wird dabei oftmals die Wechselwirkung des Rapportaufbaus. Wenn Menschen sich gut verstehen, gleichen sich unwillkürlich Körperhaltung, Sprechgeschwindigkeit oder Atmung an. Das ist die Wirkung des Rapports.

Was Dominik Hoffner beschreibt, ist die Technik, zuerst die Wirkung durch „Spiegeln des Gegenübers“ darzustellen, um die Ursache, Vertrautheit, zu erzielen. Ursache und Wirkung können also getauscht werden. Demzufolge ist auch keine Seite dominant, gelingt Rapport, nähern sich beide Seiten an. Der Manipulation sind also enge Grenzen gesteckt.

Den Rapport mittels „Spiegeln“ bewusst herzustellen, erfordert Geschick und Übung. Wenn Ihnen jedoch ein Kunde sympathisch ist, wenn Sie sich wirklich für ihn oder sie interessieren, machen Sie es meist unbewusst. Und damit liegt HPS richtig, wenn gefordert wird, Rapport über erfolgreiche, gemeinsame Geschäfte herzustellen.

Am Beginn einer erfolgreichen Zusammenarbeit im Sinne von HPS steht immer die Frage „Wer ist mein Gegenüber“, „was benötigt er oder sie“ oder „welches sind die Kriterien der Zufriedenheit meiner Kunden“. Es werden Fragen gestellt, auf die wirklich auch eine Antwort gewünscht ist. Der Verkäufer bleibt Mensch und wird kein Prototyp für die Verkäuferrolle.

Damit gelingt Rapport schon fast von allein.

W. Berghaus

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





AGW – Auftragsgewinnung **LEB – Leistungserbringung**

- 8 NLP für Immobilien-Profis (2):
Rapport, die Fähigkeit der Kommunikationsprofis**
Je besser ein Makler im Umgang mit der Ressource Mensch und dem Werkzeug Kommunikation ist, desto erfolgreicher wird er sein. Von Dominik Hoffner
- 10 Serie Verkaufstechnik HPS (4):
Vertrauen und Respekt beim Verkauf**
Nur wenn wir Mitmenschen vertrauen, fühlen wir uns sicher und gut aufgehoben und ist unsere (Kunden-) Beziehung belastbar. Von Bernhard Hoffmann

LEB – Leistungserbringung

- 12 Marktwende? Home Staging ist die Antwort!**
Auch für Gerdt Menne, seit über 30 Jahren Immobilienmakler in Bochum, ist die Marktwende eingetreten. Darum setzt als Antwort mehr denn je auf Home Staging.
- 15 Käufermarkt: Der Makler muss näher am Käuferkunden sein**
Häuser verkaufen sich nicht mehr so leicht wie in der zurückliegenden Dekade: Makler müssen aktiver verkaufen, ihre Käuferkontakte intensiver pflegen, tatsächliche Erwerber schneller qualifizieren. Dabei unterstützt sie eine professionelle Software, verbunden mit einem klugen Prozessmanagement, das die Customer-Journey weitgehend automatisiert abbildet. Von Stefan Mantl

MGM – Management

- 18 Neue Tools in der Immobilienwirtschaft**
Noch nicht so weitverbreitet sind „Chatbots“ und automatisierte Webinare. Beide Softwarelösungen bieten das Potential, um die zeitliche Effizienz zu erhöhen und bei der Auftragsgewinnung zu unterstützen. Von Santino Giese
- 22 Test: Automatisierte Textsysteme für Immobilienmakler**
Automatische Textsysteme wollen Makler dort unterstützen, wo viel Zeit investiert und trotzdem meist bescheidene Ergebnisse erzielt werden. Es geht um das Texten der Exposés und Online-Anzeigen.
- 30 Serie Organisation (2): Onboarding – nicht nur für Mitarbeiter**
Im ersten Teil unserer Artikelserie sprachen wir über die tägliche Verschwendung von Arbeitszeit, Lebenszeit und Ressourcen im Büro. Heute beginnen wir mit den ersten Schritten gegen die Misswirtschaft. Von Peter Arndt

FHG – Führung

- 32 Sterne für Betriebsklima und Bezahlung**
Makler sollten nicht nur die Bewertung ihrer Kunden auf dem Schirm haben, sondern auch die von (ehemaligen) Mitarbeitern. Wie man professionell mit Arbeitgeberbewertungen umgeht und diese Portale für das Recruiting nutzt. Von Bernhard Hoffmann

Impressum

Herausgeber: in.media Verlags GmbH, 50670 Köln
Redaktion: Werner Berghaus, Andrea Fricke, 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.de
Beiträge von: Peter Arndt, Werner Berghaus, Santino Giese, Bernhard Hoffmann, Dominik Hoffner, Stefan Mantl, Rebecca Schmittmann-Roswora; 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: pio3 – shutterstock.com, S. 6 leolintang – shutterstock.com, S. 8 PeopleImages.com-Yuri A – shutterstock.com, S. 10 Galica Borisz – shutterstock.com, S. 22 Bas Nastassia – shutterstock.com, S. 32 SuPatMaN – shutterstock.com; weitere Bilder: Archiv
Druck: Silber Druck oHG, 34253 Lohfelden



MKT – Marketing

36 Das Exposé (3/4): Akquise und Markenbildung mit dem Maklerklassiker

Welches Werbemittel eines jeden Immobilienunternehmens wird am häufigsten ausgehändigt, gelesen und aufbewahrt? Es ist der erste Berührungspunkt zwischen Interessenten und Makler, millionenfach täglich in Deutschland übergeben und doch oftmals lieblos nebenher erstellt: das Exposé.

Von Rebecca Schmittmann-Roswora

Rubriken

6 Was 2023 auf die Branche zukommt

20 Serie Quereinsteiger (4): Personenschutz ade

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 besonders außergewöhnliche Werdegänge vor. Wie erlebten Quereinsteiger den Übertritt in den neuen Beruf? Was hat sie dazu bewogen und was raten sie Wechselwilligen? Von Bernhard Hoffmann

Gebrauchsanweisung – bitte vorher lesen

Alle Beiträge in dieser Ausgabe sind nach der Matrix der Makeln21-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.

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).

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

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

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.

MKT – Marketing

Neben der Positionierung des Unternehmens im Markt und der Kommunikation zum Kunden, gestaltet das Marketing die Wahrnehmung des Unternehmens durch den Kunden. Makeln21 versteht Marketing als Strategie, die Zielkunden klar definiert, deren Vorlieben und Entscheidungsstrategien berücksichtigt und eine klare Botschaft nach außen kommuniziert. Die Umsetzung der Marketingstrategie erfolgt schwerpunktmäßig in der Interessentengewinnung.

Immobilien-Bewertung
CO₂ Abgaben
Sonder-AfA
Arbeitszeit-Erfassung
Gas- und Strompreisbremse
Kündigungsschutz
Fördermittel



Was 2023
auf die Branche
zukommt

Gas- und Strompreisbremse

Die Preisbremse für Gas, Strom und Fernwärme gilt von Januar 2023 bis Ende April 2024. Dabei übernimmt der Bund für 80 Prozent des Verbrauchs die Preisdifferenz zwischen dem Versorgerpreis und einem eingebremsten Fixpreis. Bei Gas liegt dieser bei zwölf Cent pro kWh. Für die restlichen 20 Prozent müssen Kunden den regulären Versorgerpreise zahlen, falls es ihnen nicht gelingt diese Menge beim Verbrauch einzusparen. Von dieser Regel profitieren private Haushalte sowie kleine und mittlere Unternehmen. Für besonders energieintensive Branchen gelten Sonderregeln.

Was außerdem in Sachen Energiekosten geplant ist

Im letzten Moment wurden von der Bundesregierung zudem Schutzschirme für Heizöl und Pellets aufgespannt. Diskutiert wird zudem ein sechsmonatiger Kündigungsschutz, falls Mieter 2023 ihre Nachzahlungen beziehungsweise Vorauszahlungen nicht begleichen können. Strom- und Gassperren sollen so vermieden werden.

Vermieter können eine zinslose Liquiditätshilfe in Anspruch nehmen, falls sie die geschuldeten offenen Zahlungen ihrer Mieter nicht kompensieren können.

Aufteilung der CO₂-Abgaben zwischen Vermieter und Mieter

Vermieter müssen sich ab Januar 2023 am CO₂-Preis für das Heizen beteiligen. Bislang zahlen Mieter die CO₂-Abgabe alleine; sie gilt seit 2021. Hierfür gibt es ein Stufenmodell: Je weniger klimafreundlich das Gebäude beheizt wird und je unzureichender es gedämmt ist, umso größer ist der Anteil, den der Vermieter übernehmen muss.

Bei Nichtwohngebäuden teilen sich Vermieter und Mieter die Abgabe. In wenigen Jahren soll es auch hier ein Stufenmodell geben.

Steuerliche Neuregelungen

Gemäß dem neuen Jahressteuergesetz wird die lineare Abschreibung von zwei auf drei Prozent angehoben. Im Mietwohnungsbau gibt es eine Sonder-AfA: Innerhalb von vier Jahren können fünf Prozent der Herstellungskosten abgesetzt werden. Der Betrag ist auf 4.800 Euro pro Quadratmeter Wohnfläche gedeckelt; maximal 2.500 Euro sind abzugsfähig. Die Regelung gilt für Projekte, deren Bauantrag zwischen 2023 und 2026 gestellt wird.

Die Pendlerpauschale steigt und die Home-Office-Pauschale wird erhöht und entfristet.

Höherbewertung von Immobilien beim Vererben und Verschenken

Die Erb- und Schenkungssteuer bei Immobilien erhöht sich zum Jahresanfang 2023 indirekt, weil der tatsächliche Wert der übertragenen Objekte besser berücksichtigt werden soll. So verlängert sich die Nutzungsdauer von 70 auf 80 Jahre. Außerdem wird der Sachwertfaktor erhöht: von 0,9 bis 1,1 auf 1,3 bis 1,5. Zusätzlich wird ein Regionalfaktor eingeführt.



Im Neubau endet vermutlich Ende Februar 2023 die Förderung „Effizienzhaus 40“. Zudem ist eine Wohneigentumsförderung geplant, die das Baukindergeld ersetzt.

Pflicht zur Arbeitszeiterfassung

Für alle Unternehmen besteht die Pflicht zur Arbeitszeiterfassung. Weitere Details werden vermutlich Anfang 2023 festgelegt. Die Arbeitszeit kann in der Software, per App oder in Papierform in Form von Tabellen erfasst werden. Vertrauensarbeitszeit ist weiterhin möglich. Unklar ist, ob auch leitende Angestellte ihre Zeit erfassen müssen. Hier wird die Bundesregierung für Klarheit sorgen müssen.

Fördermittel: Bestand soll stärker unterstützt werden als Neubau

Künftig soll es mehr Fördermittel für Bestandsobjekte als für Neubau geben. Erste Eckpunkte der

Pläne wurden im Oktober 2022 bekannt. Bei der Bestandsanierung sollen unter anderem energetische Verbesserungen der Gebäudehülle, eine Heizungsoptimierung, der Austausch der Gasheizung und eine Energieberatung gefördert werden. Setzt der Eigentümer die Maßnahmen in Eigenregie um, kann er seine Materialkosten fördern lassen. Voraussetzung: Ein Energieexperte bescheinigt die fachgerechte Durchführung der Arbeiten.

Im Neubau endet vermutlich Ende Februar 2023 die Förderung „Effizienzhaus 40“. Zudem ist eine Wohneigentumsförderung geplant, die das Baukindergeld ersetzt. Sie startet vielleicht im April 2023. Neubauten müssen hierfür die Mindeststandards „klimafreundliches Gebäude“ einhalten. Die eingeräumten zinsgünstigen KfW-Kredite sollen etwa 2 Prozent unter dem regulären Zinssatz liegen. Es profitieren Familien mit mindestens einem minderjährigen Kind und maximal 60.000 Euro Jahreseinkommen. ■



NLP für Immobilien-Profis (2)

Rapport, die Fähigkeit der Kommunikationsprofis

Dominik Hoffner

Die wichtigste Ressource für Makler sind andere Menschen. Um mit anderen Menschen klarzukommen, braucht es Kommunikation. Je besser ein Makler im Umgang mit der Ressource Mensch und dem Werkzeug Kommunikation ist, desto erfolgreicher wird er sein.

Wenn Sie jemanden etwas verkaufen wollen, einen Auftrag möchten oder eine andere Art der Zusammenarbeit planen, benötigen Sie das Vertrauen Ihres Gegenübers, das durch Kommunikation hergestellt wird. Die Frage, ob man Ihnen vertraut oder nicht, wird meist unbewusst beantwortet. Vertrauen wird in diesem Zusammenhang oft auch mit Sympathie gleichgesetzt und dem Gefühl, den Ideen des Gegenübers aufgeschlossen zu sein. Wir müssen ständig andere Menschen von uns und unseren Ideen überzeugen. Das Berufs- und Privatleben besteht aus unzähligen Chancen, die sich zu Ihren Gunsten wenden, wenn Sie die Fähigkeit besitzen, durch die richtige Kommunikation schnell eine Vertrauensebene zu anderen Menschen aufbauen zu können.

Menschen mögen Menschen, die so sind wie sie selbst. Hierfür ist es wichtig, die verbalen und nonverbalen Signale des Gegenübers genau wahrzunehmen und die eigenen Signale diesem anzugleichen.

Besteht zwischen Gesprächspartnern eine vertrauensvolle Übereinstimmung, spricht man im NLP von Rapport. Das ist die Fähigkeit, mit dem Gesprächspartner in einer Art zu kommunizieren, in der er sich abgeholt fühlt und Dinge annehmen und verstehen kann, die er ohne Rapport nicht angenommen oder verstanden hätte.

Wie oft haben Sie es schon erlebt, dass Verkäufer eine Kaufpreisreduzierung akzeptiert haben, nur weil die Käufer so sympathisch waren? Bestimmt haben Sie auch schon

erlebt, dass Ihnen jemand einen Gefallen getan hat, nur weil Sie es gewesen sind? Vielleicht haben Sie auch schon einmal innerhalb kurzer Zeit gespürt, dass Ihr Gegenüber so ist wie Sie, sich direkt verstanden gefühlt und schon war eine Vertrauensebene gebildet.

Gleich und gleich gesellt sich gerne und für den Kommunikationskontext übersetzt bedeutet es, dass Menschen anderen Menschen vertrauen, die so sind wie sie selbst. Es geht also um Gemeinsamkeiten.

Aber was tun, wenn Sie zu Beginn eines Gesprächs noch gar nicht richtig wissen, wie Ihr Gegenüber eigentlich ist? Sie können nach dem Zufallsprinzip hoffen, auf einen Bayern Fan zu treffen, der das letzte Spiel genauso schlecht fand wie Sie und der zuletzt auch auf Mallorca in Urlaub war. Oftmals werden Gesprächspartner mit Worten und Inhalten überschüttet, mit der guten Absicht, dadurch Vertrauen herzustellen zu wollen. Da wir aber zu Beginn des Gesprächs unser Gegenüber kaum kennen, wäre dies aus sich der Kommunikationspsychologie wenig sinnvoll und birgt auch die Gefahr zum Sprung ins Fettnäpfchen.

Untersuchungen haben festgestellt, dass Worte nur zu 7 Prozent für den Gesamteindruck, den ein Mensch auf seinen Gesprächspartner macht, verantwortlich sind. Zu 38 Prozent zählen Tonfall und Stimme und zu 55 Prozent die Körpersprache dazu, wie das Gesagte wahrgenommen wird.

Für die Vertrauensbildung ist also viel entscheidender, wie etwas gesagt wird und mit welcher Körpersprache, als, was gesagt wird. Hier kommt der Einsatz von NLP ins Spiel. Rapport baut sich durch „Pacing“ auf. Dies bedeutet, sich dem Gesprächspartner in der Art seiner Körpersprache und Kommunikation anzugleichen und wird auch spiegeln genannt. Wir erinnern uns: Menschen mögen Menschen, die so sind wie sie selbst. Hierfür ist es wichtig, die verbalen und nonverbalen Signale des Gegenübers genau wahrzunehmen und die eigenen Signale diesem anzugleichen.

Die besten Möglichkeiten zum Angleichen an den Gesprächspartner bieten:



Der Einsatz von Rapport ist sehr einfach, bedarf jedoch etwas Training. Sie können in jedem Gespräch die einzelnen Elemente trainieren. Schärfen Sie Ihr Gehör für Wortwahl, Sprachgeschwindigkeit und Tonalität in Telefonaten.

- Sprache (Tempo, Höhe, Wortwahl),
- Körpersprache (Bewegung, Haltung, Gestik, Mimik),
- Stimmung (Gefühlszustände),
- Meinung (Werte, Glaubenssätze) und
- Atmung (Rhythmus)

Spricht Ihr Gegenüber schnell, sprechen Sie auch schnell. Auch die Wortwahl sollte angeglichen werden. Wenn Ihr Kunde „Haus“, sagt statt „Immobilie“, sollten Sie auch „Haus“ sagen. Die Stimmungslage des Kunden kann ebenso einfach gespiegelt werden, besonders beim Small Talk ist das sehr effektiv. Eine hervorragende und einfach anzuwendende Möglichkeit, ist das Angleichen an die Körpersprache. Lehnt Ihr Gegenüber sich nach vorn, lehnen Sie sich auch nach vorn. Überkreuzt er die Beine, überkreuzen sich auch Ihre Beine. Benutzt er beim Sprechen seine Hände stark, benutzen Sie auch Ihre Hände stark, lächelt er viel, lachen Sie mit.

Besonders das Angleichen an die Atmung des Gegenübers kommt aus dem Therapie- und Hypnosebereich und führt rasch zu Rapport. Hier ist

eine genaue Beobachtung des Atems erforderlich. Hilfreich ist hier auf Bauch, Brust oder Schultern des Gesprächspartners zu achten.

Wichtig ist, dass nicht 1 zu 1 kopiert wird, sondern gezielt eine ähnliche Ausstrahlung erreicht werden sollte. Auch geht es nicht darum, den Gesprächspartner nachzumachen, sondern ihm das Gefühl zu geben, dass man so wie er oder sie ist.

Was Rapport ist, wird vielen vorwiegend dann deutlich, wenn sie das Gefühl des Rapport-Bruchs oder Nichtbestehens von Rapport erleben. Vielleicht haben Sie schon einmal mit jemandem gesprochen, der extrem schnell oder langsam gesprochen hat, sodass es für Ihr eigentliches Tempo zu unangenehm war. Oder Sie haben mit jemandem gesprochen, der bei Ihnen bei jeder Bemerkung auf die Schultern geklopft hat, was Sie als unangebracht empfunden haben. Viele solche Dinge führen zu einem Bruch und Ablehnungsgefühl, auch wenn das mit dem Inhalt des Gesprächs gar nichts zu tun haben muss.

Wenn Sie die verbalen und nonverbalen Signale angeglichen haben

und Rapport besteht, können Sie ins „Leading“ übergehen und den Gesprächspartner dort hinführen, wo das Gespräch hin soll.

Insbesondere vor Entscheidungsfragen oder dem Verkünden von unangenehmen Nachrichten ist starker Rapport unverzichtbar. Ob der Rapport stark genug ist, können Sie testen, indem Sie Ihre eigenen Signale ändern und schauen, ob sich Ihr Gegenüber den geänderten Signalen angleicht, zum Beispiel also wieder eine ähnliche Körperhaltung einnimmt, eine ähnliche Stimmung oder Wortwahl wählt.

Der Einsatz von Rapport ist sehr einfach, bedarf jedoch etwas Training. Sie können in jedem Gespräch die einzelnen Elemente trainieren. Schärfen Sie Ihr Gehör für Wortwahl, Sprachgeschwindigkeit und Tonalität in Telefonaten. Beobachten Sie die Signale der Körpersprache in Fernsehinterviews, üben Sie spiegeln mit Ihrem Partner. Sie werden sehr schnell eine bessere Wahrnehmung bekommen und die Qualität Ihrer Gespräche wird sich deutlich steigern. ■



Der Autor

Dominik Hoffner ist seit fast 20 Jahren und in dritter Generation in der Immobilienbranche tätig. Daneben absolvierte er eine mehrstufige NLP-Ausbildung bis zum NLP-Trainer und bietet inzwischen auch Coachings und Seminare mit Bezug zur Immobilienwirtschaft an. Weitere Infos: www.hoffner-coaching.de

Serie Verkaufstechnik HPS (4)

Vertrauen und Respekt beim Verkauf

Vertrauen und Respekt sind im Privat- wie im Berufsleben essenziell. Nur wenn wir Mitmenschen vertrauen, fühlen wir uns sicher und gut aufgehoben und ist unsere (Kunden-)Beziehung belastbar.

Gerade wandelt sich der Immobilienmarkt von einem Verkäufer- zu einem Käufermarkt zu wandeln; die Gründe sind bekannt. Es ist also ein guter Zeitpunkt, die innovative HPS-Verkaufsmethode, die in vielen Bereichen den Spieß umdreht, in einer Artikelserie nochmals zu beleuchten und mit aktuellen Erfahrungen anzureichern. Denn das System lässt sich sowohl im Einkauf wie im Verkauf von Immobilien einsetzen. In diesem vierten Teil geht es um Vertrauen im Geschäftsleben und warum das elementar bei dieser Verkaufstechnik ist.

Vertrauen entsteht durch verschiedene Maßnahmen. Im Berufsleben entsteht Vertrauen oft durch einen Vertrauensvorschuss: Bei Vertrauensarbeit wird beispielsweise davon ausgegangen, dass die Mitarbeiter verlässlich mit dieser Freiheit umgehen. Beispiel: Eine Chefin sollte ihrem Mitarbeiter zutrauen, dass er bestimmte Dinge selbstständig erledigen kann. Der Mitarbeiter merkt, dass ihm seine Chefin vertraut, und wird sein Bestes beim Erledigen der Aufgaben geben. Die Vorgesetzte ist entlastet, weil sie nicht alle Arbeitsschritte ihres Angestellten kontrollieren muss.

Bei diesem Beispiel der Chefin-Mitarbeiter-Beziehung ist es die Führungskraft, die ihrem Angestellten zutraut, die

Aufgaben auszuführen, ohne dass es hierbei einer klaren Ansage oder Kontrolle bedarf.

In der Kundenbeziehung gelingt der Aufbau von Vertrauen und Respekt durch zusätzliche vertrauensstiftende Maßnahmen. Im Dienstleistungsmarketing, zu dem die Immobilienvermittlung gehört, zählen dazu unter anderem Leistungsgarantien, ein transparentes Arbeiten, Kundenbewertungen, Kundenstimmen (Testimonials) sowie Auszeichnungen des Unternehmens. Im Gegensatz zum Marketing für ein Produkt, bei dem man aus der Beschreibung erkennt, woraus es besteht und was es leistet, ist bei einer Dienstleistung für den Kunden im Vorfeld schwer erkennbar, was er für sein Geld erhält. Daher sind diese zusätzlichen Informationen und Versprechen ebenso wichtig, wie der Aufbau eines persönlichen, vertrauensvollen Verhältnisses.

Beim High Probability Selling (HPS) dient das Schaffen einer vertrauensvollen Beziehung dazu, die Höhe der Wahrscheinlichkeit einordnen zu können, zu der ein Kunde bereit ist, mit dem Makler ins Geschäft zu kommen, ihn zu beauftragen. Während des Verkaufsprozesses ist diese Phase ein wichtiger Baustein. Scheitert der Aufbau einer persönlichen Beziehung zum Kunden, wird dieser disqualifiziert oder vorübergehend aus dem Prozess genommen. Während man im Privatleben oder Berufsalltag mehr Zeit hat, Vertrauen aufzubauen, sollte dies gemäß der HPS-Methode möglichst schnell gehen, mit zielführenden Fragen. Ihr Zweck ist, dass der Vertriebler erkennt, ob die Person ein Kunde wird, mit dem er ein Geschäft abschließen kann, ob er diesem Kunden vertrauen und ihn respektieren kann. Ein vertrauensvolles Miteinander entsteht zudem durch entsprechendes Verhalten. Das heißt, der Makler sollte aufmerksam zuhören und Fragen stellen, die sein Interesse dokumentieren und wichtige Aussagen und Informationen mitschreiben.

Konkret sollte das persönliche Kennenlernen mit Small Talk beginnen. Die Maklerin oder der Makler können besondere Merkmale des Hauses, die Lage, den Zustand ansprechen oder den Einrichtungsgeschmack und die Ausstattung loben. Man kann dann nach dem Grund des Verkaufs fragen, nach dem Beruf der Eigentümer und wo sie nach dem Verkauf und dem Auszug künftig wohnen werden. Auch kann erfragt werden, was ihnen beim Verkauf wichtig ist, ob sie mit weiteren Maklern im Gespräch sind





Wem diese Art des Fragens anfangs schwerfällt, könnte sich daran erinnern, wie selbstverständlich man als Kind Fragen gestellt hat ...

oder vorher versucht haben, das Objekt in Eigenregie zu verkaufen etc. Gibt es Überschneidungen mit der eigenen Biografie sollte man darauf eingehen. Wenn man selbst persönliche Dinge anspricht, fällt es dem Gegenüber leichter auf solche Themen einzugehen. Erwähnt etwa der Verkäufer als Veräußerungsgrund, dass das Eigenheim zu groß geworden ist, weil die Kinder vor fünf Jahren ausgezogen sind, kann der Vertriebler, sofern er oder sie ähnliches erlebt hat, eigene Erfahrung schildern. „Als unsere jüngste Tochter ausgezogen war, fielen wir auch in ein tiefes Loch. Das Haus war plötzlich so still und leer.“ Daraufhin kann der Immobilienexperte fragen, wo die Kinder nun leben, was sie beruflich machen etc. Beim Käuferkunden kann erfragt werden, warum man eine neue Bleibe sucht, wie lange er oder sie sich bereits mit der Suche befasst und welche Erfahrungen gesammelt wurden. Stand er schon einmal kurz vor dem Abschluss oder gab es Probleme mit der Finanzierung? Welche Erfahrung machte sie mit anderen Maklerfirmen? Hatte man schon mal bei einem Bieterverfahren teilgenommen?

Wichtig sind dabei drei Dinge: Die Anschlussfragen des Maklers sollten sich immer auf die Antwort seines Gesprächspartners beziehen. Dann merkt dieser, dass der Makler zugehört hat, Interesse an seinen Ausführungen hat. Zweitens soll der Kunde den größten Gesprächsanteil haben; der Makler darf keinesfalls in einen Monolog verfallen. Es geht um ehrliches Interesse an der Person des Kunden, seinen Beweggründen,

Wünschen und Erfahrungen. Es steht nicht im Vordergrund, stur einen Fragenkatalog abzuarbeiten. Manchen Vertriebsmitarbeitern mögen diese Fragen sehr direkt und persönlich erscheinen. Die Praxis aber lehrt, dass die allermeisten auf diese Fragen antworten, sofern die Makler ein aufrichtiges und ernsthaftes Interesse haben, mehr über ihr Gegenüber zu erfahren.

Ein Vertriebsexperte sollte sich auch im Vorfeld nicht zu viele Gedanken machen, wie seine Fragen beim Gegenüber ankommen, welche Reaktion er möglicherweise hat. Meistens steht er sich mit einem solchen Kopfkino selbst im Weg; die Reaktion des Kunden ist meist sehr viel positiver, als man denkt. Ein wichtiger Antrieb sollte sein: Je mehr Vertriebler über den Kunden wissen, desto einfacher kann man das liefern, was gewünscht ist und bei der Immobilienvermittlung darauf einen Fokus setzen.

Das Gegenüber würde sofort an Gestik, Mimik, Stimme und der Art der Fragen merken, dass es der Vertriebsmitarbeiter nicht ernst meint.

Drittens sollte ein Makler offene Fragen stellen, auf die der Kunden nicht mit einem Ja oder Nein antworten kann, sondern weiter ausholen und mehr erklären muss. Dies gelingt, indem er sogenannte W-Fragen stellt, also Fragen, die mit W beginnen (was, warum, weshalb, wieso und wo).

Wem diese Art des Fragens anfangs schwerfällt, könnte sich daran erinnern, wie selbstverständlich man als Kind Fragen gestellt hat, wenn er ein anderes Kind oder einen Erwachsenen das erste Mal sah und kennenlernen wollte. Eine solche Grundneugier am Gegenüber kann auch bei dieser

innovativen Vertriebsmethode sinnvoll sein.

Die HPS-Vorgehensweise widerspricht den meisten gängigen Verkaufstheorien. In traditionellen Verkaufstrainings wird dem Makler häufig geraten, seinen Kunden zu gefallen, ihnen zu schmeicheln, die gleiche Körpersprache wie diese anzunehmen, um an einen Auftrag zu kommen. Dabei merkt der potenzielle Kunde immer, wenn der Makler oder die Maklerin unaufrichtig und unauthentisch sind. Das führt zu Abwehrreaktionen, die sich in Widerstand, Misstrauen und Feindseligkeit äußern.

Ein ehrliches Interesse an der Person lässt sich nicht künstlich erzeugen. Das Gegenüber würde sofort an Gestik, Mimik, Stimme und der Art der Fragen merken, dass es der Vertriebsmitarbeiter nicht ernst meint. Es geht um ehrliches Interesse, nicht um vorgedäuschte Neugier oder einen versteckten Manipulationsversuch.

Auch aus Kundensicht ist Vertrauen essenziell. Der Verkauf beziehungsweise Erwerb einer Immobilie ist komplex und erklärungsbedürftig. Die meisten Menschen machen dies nur einmal im Leben. Daher ist es für sie entscheidend, Berater an ihrer Seite zu haben, die ihnen ihre Fragen ehrlich beantworten und auch mögliche Probleme benennen, wie etwa eine längere Vermarktungszeit.

Vertrauen und Respekt fußen auf Gegenseitigkeit: Nicht nur der Makler soll dem Kunden Verlässlichkeit und Respekt entgegenbringen. Auch der Klient soll seinen Immobiliendienstleister vertrauenswürdig finden und respektieren. ■ Bernhard Hoffmann

Weiterführende Literatur: Das Verkaufskonzept 2.0 kommt aus den USA. Ein ins Deutsche übersetztes Buch zur Vertriebsmethode erschien 2020 in achter Auflage: Jacques Werth, u. a.: High Probability Selling. Verkaufen mit hoher Wahrscheinlichkeit. So denken und handeln Spitzenverkäufer, BusinessVillage GmbH, Göttingen.

Marktwende? Home Staging ist die Antwort!

Auch für Gerdt Menne, seit über 30 Jahren Immobilienmakler in Bochum, ist die Marktwende eingetreten. Darum setzt als Antwort mehr denn je auf Home Staging und insbesondere auf einen attraktiven Markteinstiegspreis.

Nach Mennes Erfahrung aktiviert Home Staging Interessenten bereits nach Sichtung der Fotos, die den Wert der Immobilie deutlich zum Vorschein bringen. Dazu arbeitet Makler Gerdt Menne seit über zehn Jahren mit DGHR-Home Staging Master Professional, Innenarchitektin und Fachbuchautorin Wiebke Rieck von HOME-staging RUHR zusammen, denn: „Mit Home Staging ebnest du als Makler den Weg dafür, dass der Verkauf ein optimales Ergebnis erzielt.“



Anfang Dezember – zügig verkauft! Ein aktuelles Beispiel für die gemeinsame Vorgehensweise haben Wiebke Rieck und Gerdt Menne gerade erfolgreich geliefert. Sie übernahmen im Oktober 2022 eine Maisonettewohnung in der gefragten Wohngegend Bochum-Oberdahlhausen.

„Vor 30 Jahren war es zu Zeiten hoher Zinsen okay, wenn es sieben Monate gedauert hat, bis es zum Verkauf kam. Mit Home Staging und einem attraktiven Angebotspreis wurde das meist auf etwa einen Monat reduziert. „Dieses Verhältnis streben wir weiterhin an“, so Menne. „Mit Home Staging kann man Immobilien besser und schneller verkaufen, weil man sie extrem ansprechend präsentiert.“ Zur Präsentation gehört für das Makler/Home Stager-Duo ein Besichtigungserlebnis, bei dem die Immobilie genauso eindrucksvoll ist wie auf den Fotos, nun ergänzt durch den Duft frischer Waffeln und dezente Hintergrundmusik. „Da sind die Leute dann hingerissen.“ Das Konzept ging wieder auf und die Eigentumswohnung wurde – wie gewohnt – zu einem Preis oberhalb des Startpreises verkauft.

” Mit Home Staging kann man Immobilien besser und schneller verkaufen.

Gerdt Menne





Staging Herausforderung – Weiß, Fliesen, Kühle Diesen „Wow-Effekt“ für Interessenten zu erreichen, war für Wiebke Rieck eine besondere Herausforderung. „Da die Besitzer den Verkauf zuvor allein erfolglos versucht hatten, war sie zwar bereits grundrenoviert. Trotzdem fehlte die Wertigkeit und insbesondere die im Herbst notwendige Gemütlichkeit fehlte: Die Wände waren weiß, der Boden gefliest.“

Durch den gezielten Einsatz von Teppichen konnte sie mehr Behaglichkeit erzeugen. Durch neutrale, natürliche Farben wie Beige, Creme, Hellbraun und durch einen Materialmix aus Holz und Strick erzeugte sie eine warme Atmosphäre und ein harmonisches Gesamtbild. →

Menne zeigt bei den veröffentlichten Objekt-Fotos immer nur wenig, sondern lässt es eher wie einen „Blick durchs Schlüsselloch“ wirken.





Nutzung festlegen – machen wir anders! „Grundsätzlich schaue ich immer, wie ich auf die Immobilie selbst eingehen kann und arbeite damit, ohne dominant zu verändern“, so Wiebke Rieck. Zudem haben sich Makler und Home Stagerin von typischen Zielgruppen-Klischees verabschiedet. „60 Prozent der Immobilienkäufer haben keine Kinder, so gestalten wir insbesondere Schlafzimmer mit verschiedenen angedeuteten Funktionen.“ Außerdem zeigt Menne bei den veröffentlichten Objekt-Fotos immer nur wenig, sondern lässt es eher wie einen „Blick durchs Schlüsselloch“ wirken – mit Sicht auf erste Details, die dann natürlich bei der Besichtigung Begeisterung entfachen. ■

”

60 Prozent der Immobilienkäufer haben keine Kinder, so gestalten wir insbesondere Schlafzimmer mit verschiedenen angedeuteten Funktionen.

Wiebke Rieck



”

Insbesondere die im Herbst notwendige Gemütlichkeit fehlte: Die Wände waren weiß, der Boden gefliest.



Käufermarkt: Der Makler muss näher am Käuferkunden sein

Stefan Mantl

In nahezu allen Regionen hat sich seit Frühjahr der Immobilienmarkt verändert. Häuser verkaufen sich nicht mehr so leicht wie in der zurückliegenden Dekade: Makler müssen aktiver verkaufen, ihre Käuferkontakte intensiver pflegen, tatsächliche Erwerber schneller qualifizieren. Dabei unterstützt sie eine professionelle Software, verbunden mit einem klugen Prozessmanagement, das die Customer-Journey weitgehend automatisiert abbildet. So lässt sich der mit den neuen Marktanforderungen verbundene Mehraufwand begrenzen.

In jedem Maklerunternehmen sollten digital ausgelöste Käuferkontakte besser gepflegt werden als früher. Das heißt, dass in einem zweiten Schritt Kaufinteressierte persönlich angesprochen werden sollten. Denn bei allen technischen Möglichkeiten, welche unter anderem die Maklersoftware onOffice enterprise bietet, ist es weiterhin essenziell, Verkäufer und Käufer individuell zu betreuen, ihre Bedürfnisse und Wünsche zu kennen.

Ein Szenario im neuen Käufermarkt kann sein, dass Verbraucher auf Immobiliensuche über ein Portal oder die Maklerwebsite ein interaktives Web-Exposé anstatt eines Exposés als PDF-Datei erhalten. Nach dem Versand sollte der Vertriebsmitarbeiter möglichst unmittelbar das Gespräch suchen, ihn beispielsweise anrufen und auf Basis seines Nutzerverhaltens gezielte Fragen stellen, etwa, ob die Immobilie für ihn infrage kommt, ob er eine Besichtigung wünscht und ob er schon mit einem Finanzierungsexperten gesprochen hat beziehungsweise eine Finanzierungszusage über einen gewissen Betrag vorlegen kann. Falls eine solche Bankzusage existiert, sollte der Makler diese erbitten und in der Software bei den Kundendaten hinterlegen.

Feedback geben ohne Medienbruch. Außerdem ist es wichtig, von Kaufinteressierten möglichst niederschwellig Feedbacks zu holen. So kann ein Interessent, der ein Web-Exposé liest, dort unmittelbar eine Nachricht hinter-

”

Eine regelmäßige Datenabfrage per E-Mail führt dazu, dass die Kundendaten immer aktuell sind. Diese lässt sich in regelmäßigen Abständen über ein Prozessmanagement steuern. Angepasste Daten fließen dann automatisch in die Software ein.

lassen und beispielsweise um einen Besichtigungstermin bitten.

Auch nach einer Objektbegehung sollte der Makler die Möglichkeit nutzen, vom Interessenten eine Einschätzung zu erhalten. Bei der Software onOffice enterprise ist dies mit dem ImmoFeedback möglich. Diese E-Mail kann zeitversetzt nach einer Besichtigung, einem Beratungsgespräch oder einer Objektaufnahme automatisch an die Teilnehmer verschickt werden. Die Ergebnisse der einzelnen Feedbacks zum jeweiligen Objekt werden in der Software automatisch gespeichert; die Antworten den Kunden sowie Objekten zugeordnet. Zudem können sie analysiert und grafisch dargestellt werden.

Diese Feedback-Möglichkeiten sollten in Prozessketten gegossen werden. Bei einem positiven Feedback nach einer Besichtigung sollte in diesem Prozess etwa der Objektbetreuer im Maklerbüro, der diese Nachricht erhält, die Kaufinteressierten direkt anrufen und weiter qualifizieren.

Social-Media-Kanäle für Recherchen nutzen. Die meisten Maklerinnen und Makler nutzen Social-Media-Kanäle für ihren Vertrieb sowie den Aufbau ihrer Marke. Dabei lassen sich über Instagram, Facebook, LinkedIn & Co. zusätzlich relevante Informationen über potenzielle Käufer gewinnen. Das sind unter anderem Hinweise zum Familienstand, ihrem Arbeitgeber, Wohnort, ihrer aktuellen

→



Wohnsituation und ihren Hobbys. Diese Daten, die für eine Immobiliensuche wichtig sind, lassen sich in der Maklersoftware von onOffice in zusätzlichen Feldern anlegen, die mit wenigen Klicks erstellbar sind.

Viele Makler nutzen seit Jahren eine Käuferdatenbank, in der potenzielle Kaufinteressierte ihre Suchkriterien hinterlegt haben. Die meisten verwenden sie bislang eher, um gegenüber Verkäufern ihre Kundengröße darzulegen, also dem Eigentümer zu demonstrieren, dass sie über eine Vielzahl von Interessenten verfügen, die für sein Objekt infrage kommen.

Die Kunden-Datenbank ist in der aktuellen Marktsituation Gold wert. Daher sollte mit ihr intensiver gearbeitet werden als in der Vergangenheit. Vielleicht muss mancher Käufer mittlerweile beim Kaufpreis Abstriche machen oder anstatt eines frei stehenden Hauses kann er sich auch ein Reihenhaus oder eine Eigentumswohnung vorstellen. Oder er hat seinen Suchradius erweitert, weil er öfter Homeoffice machen darf und nicht mehr jeden Werktag ins Büro pendeln muss. Diese Informationen sollten erfragt werden und mit ihnen gründlicher gearbeitet werden, um Kaufinteressierten passgenaue Objekte anbieten zu können. Dies gelingt gegebenenfalls mit einem VIP-Service, der dem Kaufinteressenten passende neue Objekte offeriert, bevor diese über die großen Portale vermarktet werden.

Auf der anderen Seite ist dies die Zeit der Profis: Die neue Marktlage wird vermutlich dazu beitragen, dass sich der Markt in vielen Regionen bereinigt.

Eine regelmäßige Datenabfrage per E-Mail führt dazu, dass die Kundendaten immer aktuell sind. Diese lässt sich in regelmäßigen Abständen über ein Prozessmanagement steuern. Angepasste Daten fließen dann automatisch in die Software ein.

Auch sollten sich Maklerunternehmen bei Kaufinteressierten mit einem E-Mail-Marketing im Gedächtnis halten. Solche Mails lassen sich ebenfalls über das Prozessmanagement planen und verschicken. Dabei können verschiedene Themen, Checklisten, Podcasts oder weiterer Content verbreitet werden. Haben sich Interessenten mehrere Tage nach einer Besichtigung nicht dazu geäußert, ob die Immobilie für sie infrage kommt, kann automatisch eine Erinnerung, etwa das ImmoFeedback per Mail verschickt werden.

Newsletter mit relevanten Informationen anbieten. Die wirtschaftliche Situation im Allgemeinen und die Lage am Immobilienmarkt im Besonderen sind aktuell großen Veränderungsprozessen ausgesetzt. Da ist der Informationsbedarf der Käufer zu Fragen der Finanzierung, zur passenden Dämmung und Heiztechnik, zu Fördermöglichkeiten, alternativen Energieträgern etc. immens. Immobiliendienstleister können sich in Newskanälen als Experten profilieren und ihre Kunden binden. onOffice kooperiert hierbei mit dem Newsletter-Anbieter Mailchimp. Die Technik ermöglicht es, genau zu erkennen, wie viele Abonnenten den Newsletter öffnen, welche Texte sie lesen und welche nicht. Diese gewonnenen Daten werden wiederum in onOffice enterprise den einzelnen Kunden zugeordnet. Auch daraus können Vertriebsmitarbeiter wichtige Informationen ziehen.

Weitere Dienstleister, mit denen das Aachener Unternehmen im Rahmen des Marketplaces kooperiert, sind Anbieter von virtuellem Home Staging. Diese sind ein wichtiges Tool im Käufermarkt, entsprechend verbuchen die Unternehmen seit Frühjahr 2022 ein stark gestiegenes Interesse an virtuell optimierten Objektfotos oder 360-Grad-Touren: Wenn nicht mehr jedes angebotene Haus automatisch eine große Nachfrage generiert, sollte die Präsentation verbessert werden. Das gelingt einfach, schnell und günstig mit Anbietern wie Ogulo, Space Renovator oder Roomeo & Julia.

Beim virtuellen Home Staging werden, im Gegensatz zum klassischen Home Staging, keine bestehenden Räume verändert. Vielmehr werden auf Basis von Objektfotos des Maklers die Flächen virtuell in 3D nachgebaut und mit

zeitgemäßen Möbeln, Wandfarben und Bodenbelägen versehen. Diese sogenannten Renderings geben Käufern ein Gefühl, wie die Immobilie aussehen kann, wenn sie renoviert ist oder zwei Räume zu einem zusammengelegt werden.

Eine solche Immobilienpräsentation spricht Kaufinteressierte weitaus eher an, erzielt mehr Klicks und Besichtigungsanfragen als Objektfotos von leer stehenden, nicht renovierten Räumen oder von Zimmern, die nicht mit zeitgemäßen Möbeln eingerichtet sind. Dabei ist klar ersichtlich, dass die Räume in der Realität (noch) anders aussehen. So sind bei fast allen Anbietern die Vorher- und Nachher-Bilder nebeneinander angeordnet. Mit einem selbsterklärenden

„Schieber“ kann mit der Maus, dem Finger oder einem Touchpad zwischen den beiden Ansichten variiert werden.

Für die meisten Makler bringt der Käufermarkt es mit sich, dass sie mehr Arbeit haben. Neben der Interessenpflege ist es weiterhin wichtig, neue Objekte zu akquirieren. Auf der anderen Seite ist dies die Zeit der Profis: Die neue Marktlage wird vermutlich dazu beitragen, dass sich der Markt in vielen Regionen bereinigt. Und jeder Käufer wird möglicherweise eines Tages zu einem Verkäufer. War er mit der Dienstleistung des Maklerunternehmens zufrieden, wird er es wahrscheinlich noch einmal beauftragen. Auch hierbei helfen Tools, wie ein automatischer Versand von

Glückwünschen, etwa zum Geburtstag des Verkäufers und Erwerbers einer Immobilie oder einen Gruß zum „Immobilien-Geburtstag“, also dem Tag der Kaufvertragsunterzeichnung beziehungsweise des Einzugs in die Traumimmobilie. ■



Der Autor

Stefan Mantl ist Geschäftsführer der onOffice GmbH. Die Maklersoftware onOffice enterprise hat über 35.000 Anwender.

NEU: Künstliche Intelligenz

Exposé-Text-Generator

- ✓ Autoregressives Sprachmodell
- ✓ Deep Learning KI



- ✓ Trainierte Textmodelle von Textosé
- ✓ Deutsch & Englisch
- ✓ Keine Textbegrenzung (unlimited)

Textosé
Exposé-Text-Generator

www.expose-text-generator.de



Neue Tools in der Immobilienwirtschaft

Santino Giese

Immer mehr Onlineservices setzen sich im Maklerbüro durch. Gerade Besichtigungstermine werden gerne online vereinbart. Oder Interessenten erhalten neben einem Exposé den virtuellen Schlüssel für eine Online-Besichtigung. Der Nutzen durch Zeiterparnis – weniger Anrufer, Nachfragen und Besichtigungstermine – liegt klar auf der Hand. Noch nicht so weitverbreitet sind „Chatbots“ und automatisierte Webinare. Beide Softwarelösungen bieten das Potential, um die zeitliche Effizienz zu erhöhen und bei der Auftragsgewinnung zu unterstützen.

Wer kennt es nicht, wer einen guten Fachhandel betritt, wird vom hiesigen Personal begrüßt und angesprochen. Mit gezielten Fragen nach Bedarf, Wünschen und Budget werden wir zu den richtigen Produkten gelotst. Schließlich soll der Besucher nicht nur gut beraten werden, sondern möglichst auch mit vollen Einkaufstüten das Geschäft verlassen.

Immer ansprechbar – 24/7 Bei Website-Besuchern – also Besuchern unserer „digitalen Filiale“ – halten wir es nicht für nötig, den Interessenten an die Hand zu nehmen. Seien wir mal ehrlich: manchmal gelingt dies und manchmal nicht. Da stellt sich doch die Frage: warum sprechen wir unsere Website-Besucher nicht aktiv an, mit Themen, die einem wichtig sind. Rein technisch funktioniert dies, in dem sich ein paar Augenblicke nach dem Öffnen der Website ein kleines Dialog-Fenster (siehe Abbildung) öffnet. In diesem wird dem Besucher eine offene Frage gestellt, wie „Sind Sie auf der Suche nach einer neuen Immobilie?“, „Möchten Sie Ihre Immobilie verkaufen?“ oder „Möchten Sie den Wert Ihrer Immobilie ermitteln?“

Mit Corona wurde auf Webinar umgestellt, jedoch ist dies weitestgehend eingeschlafen.

So können wir erfragen, ob es sich bei dem Besucher um einen Interessenten oder potenziellen Verkäufer handelt.

Der Interessent kann zu passenden Angeboten geführt oder dazu gebracht werden, ein Suchprofil anzulegen. Einem potenziellen Verkäufer hingegen wird eine Wertermittlung angeboten oder er wird gebeten, einen Termin direkt online auszusuchen und zu vereinbaren. Die so gewonnenen Daten können dann an das CRM-System oder Marketing-Tool übergeben werden.

Einen einfachen Chatbot habe ich Ihnen zum Test zur Verfügung gestellt. Er ist Bestandteil des digitalen Zugangs zum Buch „Das automatisierte Maklerbüro“ und kann hier kostenlos aufgerufen werden: www.masterclass.immo/buch Neben dem Chatbot-Test gibt es noch ein Erklärvideo mit den unterschiedlichen Bot-Arten.

„Früher haben wir Veranstaltungen gemacht!“ Das höre ich immer wieder mal: „Früher haben wir Veranstaltungen gemacht“. Vor Corona wurden von vielen Makler Veranstaltungen zu verschiedenen Themen, wie „Immobilie im Alter“ durchgeführt. Mit Corona wurde auf Webinar umgestellt, jedoch ist dies weitestgehend eingeschlafen. Dabei ist ein persönlicher Kontakt eine vertrauensbildende Maßnahme. Interessenten lernen einen besser kennen, können sich von der Fachkompetenz überzeugen und sind eher bereit in Kontakt zu treten und ein Geschäft abzuwickeln. Nachteile sind dagegen ein hoher organisatorischer

Aufwand und häufig eine nicht allzu große Teilnehmerzahl mit entsprechender No-show-Quote. Letzteres ist besonders ärgerlich, wenn man sich auf eine Teilnehmerzahl vorbereitet und dann 30–40 Prozent der Besucher ausbleiben. Bei einem automatisierten Webinar stellen sich diese Herausforderungen nicht. Zunächst kann das Webinar in Ruhe aufgenommen werden. Das Video wird dann als Webinar an unterschiedlichen Wochentagen zu verschiedenen Tageszeiten ausgestrahlt. Und das mehrfach die Woche. Sieht etwa ein Website-Besucher ein interessantes Thema, muss er nicht tagelang warten und hat zum Veranstaltungszeitpunkt vielleicht keine Zeit, sondern er bekommt immer Termine in den nächsten 72-Stunden vorgeschlagen. Melden sich zu einem Termin nur zwei Teilnehmer an, spielt dies keine Rolle, es ist kein zusätzlicher Aufwand.





Hemmschwellen sind digital einfach niedriger. Zu einem Webinar „Immobilien und Scheidung“ lässt es sich von zu Haus einfacher teilnehmen als vor Ort.



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 Unternehmen und Führungskräften in seinen Beiträgen regelmäßig neue Impulse.
www.santino-giese.com



Das Buch Das automatisierte Maklerbüro

zeigt auf, wie Dank Digitalisierung und Automatisierung der Geschäftserfolg eines Immobilienmaklerbüros nicht nur gesichert, sondern sogar ausgebaut werden kann.

Als E- oder Taschenbuch lieferbar.

Das Webinar wird ja automatisiert abgespielt. Anmeldung, Terminerinerung, Webinar-Durchführung laufen automatisiert ab. Und auch der Nachfass bei Teilnehmern, sowie Nicht-Teilnehmern (mit neuen Terminvorschlägen) kann automatisiert durchgeführt werden.

Ist das nicht unpersönlich? Sowohl bei Chatbots, als auch bei automatisierten Webinaren werde ich immer wieder mal gefragt, ob dies nicht unpersönlich ist. Wenn es danach geht, dürfte

man wohl noch nicht mal eine Webseite haben, sondern müsste mit jedem persönlich sprechen: 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche, versteht sich. Ist es nicht besser, digital für seine Interessenten da zu sein, als gar nicht? Bei beiden Tools steht vorab die Strategie, wie man seine Interessenten unterstützen kann. Und natürlich sollte die Strategie auch dabei unterstützen, eigene Ziele zu erreichen.

Mehr Kontakte So führen beide Tools zwangsläufig zu mehr Kontakten:

erst digital, dann persönlich. Hemmschwellen sind digital einfach niedriger. Zu einem Webinar „Immobilien und Scheidung“ lässt es sich von zu Haus einfacher teilnehmen als vor Ort. Neben der Hürde der An/Abfahrt gibt es schließlich noch die Gefahr vom Nachbarn (oder dem ahnungslosen Ehepartner) gesehen zu werden. Da informiert man sich doch lieber bequem von zu Hause aus. Ist der digitale Gesprächsfaden erst mal aufgenommen, ist es zum persönlichen Kontakt dann nicht mehr weit. ■

ENDLICH! INNENDIENST-AUSBILDUNG mit Peter Arndt

2 Monate Online-Kurs

Im Frühjahr durchstarten:
18. April bis 27. Juni 2023

Die Themen:

- Grundlagen Makeln²¹ im Büro
- Zusammenarbeit im Büro
- Erfolgreich Telefonieren
- Büroorganisation
- Daten erfassen und pflegen
- Der LEB-Kreislauf
- Werbeaktionen planen und durchführen
- Standards im Maklerbüro

Jetzt anmelden:
www.IMMOBILIEN-PROFI.de/Seminare

Nur **95€**
zzgl. MwSt.
für Mitglieder

Neuer Termin
**18. April bis
27. Juni 2023**



Serie Quereinsteiger (4)

Personenschutz ade

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 besonders außergewöhnliche Werdegänge vor. Wie erlebten Quereinsteiger den Übertritt in den neuen Beruf? Was hat sie dazu bewogen und was raten sie Wechselwilligen?

Uwe Köhlers Antrieb, vom Personenschützer zum Makler zu werden, geht, wie auch in anderen Fällen, auf schlechte Erfahrungen mit Immobilienvermittlern zurück; zunächst beim Auszug aus dem Elternhaus und später beim Kauf von zwei Eigentumswohnungen: Mit der Leistung fast aller Makler, mit denen er bei diesen Gelegenheiten in Kontakt war, war er unzufrieden: „Sie bauten unnötigen Druck auf. Manche sagten die Unwahrheit, wichtige Angaben zur Immobilie wurden unter den Teppich gekehrt oder nicht fachkundig recherchiert“, so seine Erfahrung: „Wie viele andere Menschen, steckte auch ich alle Makler in eine Schublade und ahnte nicht, dass ich später selbst mal in der Immobilienvermittlung tätig sein würde.“

Unterbewusst dachte er, dass er das besser kann. Es dauert dann noch ein paar Jahre, bis er sich entschloss, über seine Sicherheitsfirma hinaus ein weiteres berufliches Standbein zu gründen, nämlich eine Maklerfirma.

Nach kurzer Zeit lief das Vermittlungsgeschäft so gut, dass er sich hauptsächlich auf die Immobilienvermarktung konzentrierte und die Sicherheitsfirma ruhen ließ. Diese Entscheidung liegt mittlerweile 30 Jahre zurück.

Davor hatte der gelernte Polizist Karriere im Personenschutz und als Sicherheitsexperte

gemacht. Bei der Polizei war er zuletzt beim Spezialeinsatzkommando (SEK) und dort unter anderem als Selbstverteidigungsausbilder und im Personenschutz des damaligen rheinland-pfälzischen Ministerpräsidenten eingesetzt. Eine Woche bevor er eine Lebenszeitstellung bei der Polizei erhalten sollte, entschied sich Köhler anders und wechselte in eine Führungsposition im Personenschutz in der freien Wirtschaft. Nach zweieinhalb Jahren ging er zu IKEA als Sicherheitschef für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Nach zwei weiteren Jahren machte er sich beruflich selbstständig mit einer privaten Sicherheitsfirma sowie einem Personenschutzunternehmen.

Köhler, der in seiner Maklerfirma drei Mitarbeiter beschäftigt, gelang der Quereinstieg in das neue Business über Seminare und „Learning by doing“. „Aus heutiger Sicht war das etwas blauäugig; ich hatte mir den Wechsel zu einfach vorgestellt. Es gab nach einigen Jahren eine ernste Krisenphase, in der ich überlegte, in ein Angestelltenverhältnis zu wechseln. Ein Unternehmerseminar, das wichtige Techniken der beruflichen Selbstständigkeit vermittelte, brachte den Turnaround. Letztlich wäre es besser gewesen, ich hätte in einer guten Maklerfirma den Job gelernt und mich im Anschluss selbstständig gemacht, anstatt direkt eine Firma zu gründen. Aber hinterher ist man bekanntlich immer schlauer“, erinnert sich Köhler.

Seine Firma hat ihren Sitz in Nackenheim. Der Weinort liegt circa zehn Kilometer südlich von Mainz. Außerdem unterhält er in der rheinland-pfälzischen Landeshauptstadt eine Niederlassung. Auch nach den ersten Berufsjahren als Makler blieb für Köhler die berufliche Aus- und Weiterbildung wesentlich: Er absolvierte unter anderem eine Qualifizierung zum Diplom-Sachverständigen (DIA) sowie zum Immobilienmediator (DIA). Vor allem die Sachverständigen-Qualifizierung sei eine wichtige Weiterbildung, die im Tagesgeschäft dazu beitrage, dass seine ermittelten Immobilienwerte von Eigentümern nicht angezweifelt werden.

Von Anfang an war es Köhler wichtig, ehrlich und auf Augenhöhe mit seinen Kunden zu kommunizieren. Von seinem ursprünglichen Job als Polizist und Personenschützer bringt er einige Fähigkeiten mit, die er in seinen Zweitberuf einbringt. Da ist zunächst ein ausgeprägtes Rechtsempfinden. Obendrein merkt er an Körpersprache, Wortwahl und Verhalten sofort, wenn etwas nicht stimmt. Das hat er bei seiner Polizeiarbeit gelernt, beim Aufnehmen von Täter- und Zeugenaussagen.

Ein weiterer wichtiger Punkt sei vorausschauendes Denken, um zu vermeiden, in die

”

Es gab nach einigen Jahren eine ernste Krisenphase, in der ich überlegte, in ein Angestelltenverhältnis zu wechseln.





Aus früheren Zeiten: Zufriedener Kunde bedankt sich bei Uwe Köhler.

Probleme hineinzulaufen und dann reagieren zu müssen. „Ich habe von je her immer mit mehreren Parteien zu tun gehabt und konnte schon immer gut zwischen unterschiedlichen Personengruppen verhandeln, sodass am Ende alle ein gutes Gefühl hatten und mit dem Verhandlungsergebnis zufrieden waren. Diese Fertigkeit ist auch im Immobiliengeschäft essenziell“, erläutert der Immobilienexperte. Überdies passt er gerne die Arbeitsabläufe innerhalb seiner Büros an. „Meine Tätigkeit als IKEA-Sicherheitschef brachte es mit sich, Prozesse und Routinen permanent zu hinterfragen und zu optimieren. Davon komme ich auch im Maklerberuf nicht los. Manchmal stöhnen meine Mitarbeiter: Sie meinen, ich übertreibe es mit meiner Genauigkeit. Sobald etwas nicht zum Gesamtbild passt, gehe ich

der Sache auf den Grund. Ich kann da nicht aus meiner Haut. Manchmal kommen Ungereimtheiten zutage, die schwerwiegende Konsequenzen haben können, wenn sie unentdeckt bleiben“, so Köhler.

Seine exakte Arbeitsweise, eine fundierte Immobilien-Einwertung und eine einfühlsame, professionelle Kundenbetreuung tragen laut Köhler dazu bei, dass er neue Vermittlungsaufträge ausschließlich über Empfehlungen zufriedener Klienten erhält und sich keine Gedanken machen muss, „Leads“ zu kaufen. Bei Google erreicht seine Firma die maximal erzielbare Quote von fünf Sternen. Bei Trustsiegel liegt sein Score bei 4,8 von 5 Punkten, basierend auf 266 Bewertungen (Stand: Ende August 2022). Aus seiner Sicht sei es heutzutage schwieriger geworden, als Querein-

steiger ins Immobiliengeschäft zu wechseln. Die juristischen Anforderungen seien gestiegen, viel mehr formelle Dinge wie Widerrufsbelehrung, Geldwäsche-Regularien und Datenschutzanforderungen müssen eingehalten werden. Leider gebe es aber noch immer viele schwarze Schafe, die schlecht arbeiteten und die auch ihm bei seinen ersten Immobiliensuchen über den Weg liefen. Das Gute sei, dass die Arbeitsweise der Makler und ihrer Mitarbeiter mit Bewertungstools von Plattformen, Immobilienportalen und Google sehr viel transparenter sei als früher. Man erkenne deutlich einfacher, wer gründlich arbeite und wer nicht, ist Köhler überzeugt.

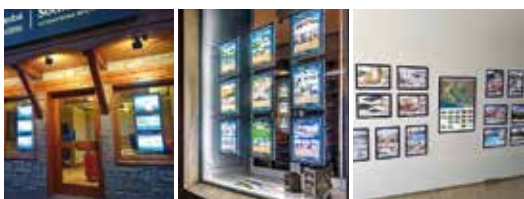
Obwohl er betont, dass er seinen jetzigen Beruf liebt und er sich nichts Besseres vorstellen kann, vermisst er gelegentlich die „Action“ seiner früheren Tätigkeit. Und bedauerlicherweise sind mit dem freiwilligen Ausscheiden aus dem Beamtenverhältnis auch seine Pensionsansprüche verloren gegangen. Dies ist zwar ein Wermutstropfen, aber die damalige Entscheidung war richtig, denn: „Ich finde es toll, Menschen mit einem neuen Zuhause glücklich zu machen.“

■ Bernhard Hoffmann

MAKLERSHOP

WWW.DER-MAKLERSHOP.DE

Shopausstattung



Außenwerbung



BESUCHEN
SIE UNSEREN
SHOWROOM
IN DREIEICH

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



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



Test: Automatisierte Textsysteme für Immobilienmakler

Automatische Textsysteme wollen Makler dort unterstützen, wo viel Zeit investiert und trotzdem meist bescheidene Ergebnisse erzielt werden. Es geht um das Texten der Exposés und Online-Anzeigen.

„Liest ja doch keiner“, wird sich mancher sagen, aber da verhält es sich wie mit den Auto-Prospekten. Erst wenn die Kaufentscheidung getroffen wurde, studiert der Autokäufer die Prospekte und nimmt jede Zeile Text unter die Lupe.

Auch wenn es sich nicht um die herausragende Begabung der Makler handelt, Texte müssen sein und gute Texte machen Eindruck. So sitzt mancher Kollege mehrere Stunden im Monat vor dem Rechner und wartet auf Eingebung. Hier kommen dann die automatischen Textsysteme ins Spiel. Sie sollen den Makler von dieser Aufgabe entlasten und in wenigen Minuten Immobilien-Prosa entstehen lassen. Wir haben uns mehrere Angebote angeschaut und jeweils eine Wohnung in der Innenstadt und ein Reihenhaus in der Vorstadt betextet. Und das waren die Vorgaben:

Die Wohnung:

Köln - Innenstadt, Wohnung: 3 Zimmer, 93 m², 4. Etage, Aufzug, Balkon mit Aussicht auf Innenhof, Badewanne, Zentralheizung (Öl) teilweise saniert (Elektro / Wasser), Stellplatz im Innenhof

Das Reihenhaus:

Köln-Junkersdorf, Reihenhaus 50er Jahre, kernsaniert, Erdwärme, 130 m², 200 m² Grundstück, 6 Zimmer, Gartenhaus, Terrasse

Der IMMOBILIEN-PROFI-TEXTER

Der Immobilien-Profi-Texter ist ein Produkt von Franck Winnig, DAS WEISSE BUERO. Der Texter wird exklusiv über den IMMOBILIEN-PROFI angeboten und kostet nur 50 Euro jährlich, allerdings steht dieses Angebot nur Mitgliedern offen. Alternativ kann der Texter für 89 Euro mit einem Kontingent von 10 Texten gebucht werden. Diese Texte wurden generiert:

Die Stadtwohnung

Gemütlich, freundlich und hell – das beschreibt unsere Wohnung ganz genau. Wer hier eintritt, fühlt sich sofort willkommen, behütet und herzlich umarmt. Zur Wohnung gehört auch ein großes Kellerabteil. Außerdem verfügen Sie über einen weiteren Platz, und zwar an der Sonne: Denn zur Wohnung gehört ein privater Balkon! Hochwertiges Echtholzparkett verleiht den Räumen eine Art von Wohnatmosphäre, die sehr behaglich und wertig daherkommt. Das wird Ihnen noch mehr schmecken: die Speisekammer. Viel Platz für Getränke und Lebensmittel.

SHOP&PARK

Zum Haus gehört ein Stellplatz für Ihr Auto. Das bringt Sie für die Küchenvorräte zum nächsten Lebensmittelmarkt in der Müllerstraße, fast einen Katzensprung nah.

QUINTESSENZ

Die absolut zentrale Lage dieser Immobilie macht sie überaus attraktiv für alle, die das Leben nicht nebenbei, sondern mittendrin genießen wollen.

Die Räder parken trocken in einem überdachten Fahrradcarport. Sie möchten mehr über dieses Haus erfahren? Gerne senden wir Ihnen unser ausführliches Exposé und machen einen privaten Kennenlerntermin zu einer Besichtigung. Ihr Max Mustermakler, 01234 / 123 45 67

Das Reihenhaus

Lachende Kinder, freundliche Nachbarn, Grillabende mit Freunden in lauen Sommernächten: In diesem Haus müssen Sie auf nichts von alldem verzichten.

Reihen- und auch Einzelhäuser stehen in dieser hübschen Straße, alle mit eigenem Garten.

Das Haus hat einen kleinen Garten, rund 200 m² groß. Umrahmt wird er von Büschen und Sträuchern, die Ihnen Privatsphäre schenken. Den Schuppen am Ende des Gartens kann man für vieles nutzen – natürlich auch für Werkzeuge und Gartengeräte. Die Sonnenterrasse mit rund 25 m² lädt ein zum Faulenzen, Sonnen und Lesen oder ganz einfach zum Tagträumen. Frühstücken geht natürlich auch.

SO WOHNEN SIE

Das Haus verfügt über insgesamt fünf / ... / acht Zimmer mit einer Ausstattung, die über dem Standard liegt. Das Wohnzimmer (30 m²) ist wirklich hell, die Fenster gehen bis zum Boden und lassen schönes Licht herein. Die Terrassentür lässt sich im Sommer weit aufschieben, und sie vergrößert den Raum zum Garten hinaus. Nebenan, unweit der Küche, haben Sie das Esszimmer.

Die drei weiteren Räume in der oberen Etage bilden den eigentlichen privaten Schlafbereich. Hier liegt auch das Familienbad.

Verschwindikus: Sie haben hier zwei kleine Abstellkammern, die Ihnen einen praktischen Stauraum schenken. Sie sehen Sie im Grundriss. Teures Parkett im Wohnzimmer und den meisten Schlafzimmern, in dunklen, warmen Farben – sie schenken Ihnen eine Atmosphäre der Behaglichkeit. Keine Raufaser, Gott sei Dank, sondern weiße, glatt verputzte Wände. Das ist moderner Zeitgeist.

ZWEIMAL BAD

Das Zuhause schenkt Ihnen zwei Bäder mit normaler Ausstattung inkl. Wanne und Dusche. Die Bäder treten einmal in Weiß und einmal in Beige auf / treten beide in weißem Kachelgewand, halbhoch / deckenhoch verlegt, auf.

Praktisch bei Besuch: das Gäste-WC, ebenfalls mit Tageslicht und in absolut ansprechender Optik.

DAS PERFEKTE KOCHEN

Ihre Freunde könnten neidisch werden: In dieser absoluten Traumküche kann man essen, trinken, sitzen und den traumhaften Blick in den Garten genießen. Kochen wird zur Nebensache, es sei denn, Sie machen es zur Hauptsache. Denn die Geräte sind das Beste vom Besten (Miele, Neff, La Cornue etc.). Der Designer hat hier wirklich Spaß gehabt; deshalb werden auch Sie eine Menge Freude haben. Es ist für alles gesorgt, was das Kochen leicht und bequem macht.

SHOP & PARK

Für Ihre Autos ist Platz vor dem Haus. Einfach schnell in den Wagen zu springen und zum nächsten REWE zu fahren, dauert keine fünf Minuten.

Straßenbahn: Die S1 ist gleich um die Ecke, auch der Bus hält nur zwei Minuten entfernt. Da ist Shoppen im Zentrum / die Fahrt zum Bahnhof überhaupt kein Problem. Trockenex Extra: eine Fahrradgarage rechts neben dem Haus.

UNSERE PERSÖNLICHE MEINUNG:

Wenn Sie ein Zuhause suchen, das sich für das glückliche Großwerden mit Ihren Kindern perfekt eignet, dann kaufen Sie hier richtig. Die nahen Schulen oder die Kindertagesstätte in Schlenkerweite, das sichere, kinderliebe Umfeld und die vielen Möglichkeiten zum Spielen und Naturerleben werden Ihnen die Gewissheit schenken, dass die Lieben Ihres Herzens hier eine behütete Kindheit haben werden.

Online-Besichtigung, jetzt und in 360 Grad: Wir machen es Ihnen bequem. Lernen Sie das Haus vorab gemeinsam von Ihrem PC aus kennen. Klicken, anmelden, Zugangsdaten eingeben: (Link einfügen). Danach treffen wir uns gerne live vor Ort, Anruf genügt. Max Mustermakler, 01234 / 123 45 67



Wie bei allen Textsystemen erhalten Sie nicht auf Anhieb einen fehlerfreien Text.

Wie auch bei allen anderen Textsystemen erhalten Sie nicht auf Anhieb einen fehlerfreien Text, viele Angaben sind falsch (die Straßenbahnlinie, die Größe der Küche, diverse Ausstattungsdetails). Hier muss der Makler dann immer noch nacharbeiten. An diesem Punkt scheiden sich auch die Geister. „Man muss ja trotzdem immer nachbes-

ern, dann kann ich auch selbst texten und spare mir das Geld“, sagen die einen, während andere froh sind, schon ausreichend Text und damit Inspiration vorzufinden. Um das Ergebnis nicht zu beeinflussen, haben wir alle Textbeispiele so belassen, wie sie entstanden sind.

Der i-Texter

Der i-Texter stammt ebenfalls aus dem Hause Winnig, DAS WEISSE BUERO und bietet auch ein modulares, Textbaustein-basiertes Helferlein für Exposés und Online-Anzeigen, Kosten ca. 22 EUR pro Monat. Nach Beantwortung von etwa 12 Fragen entstehen folgende Texte:



Die Stadtwohnung

Viele Geschäfte, viele Cafés, viele Restaurants und Penny ist auch gleich um die Ecke: Das Mehrfamilienhaus steht mitten im Zentrum von Musterstadt. Eins braucht man hier überhaupt nicht: ein Auto. Das Leben ist bunt und quirlig, und Sie werden Teil davon. Wäre das was?

Wer hier idealerweise einziehen könnte? Wir sehen hier die Familie, aber auch Best Ager mit Anspruch auf Komfort & Bequemlichkeit.

Hier spielt Ihr neues Leben in einer Wohnung in der zweiten Etage mit drei Zimmern auf rund 100 m² Wohnen.

Schön komfortabel: der Aufzug im Haus.

Außerdem verfügen Sie hier über einen Stellplatz vor / hinter dem Wohnhaus.

Wollen wir jetzt in das Wohnzimmer gehen? Große Fenster für reichlich Tageslicht, Parkettboden, im klassischen Schnitt für ein bequemes Wohnsofa, auf dem Sie den Tag gemütlich ausklingen lassen.

Machen Sie was aus Ihrem (kleinen) Balkon. Sommersonnenschein und wenn Sie mögen auch Oase für Partybalkonisten: Blumenkasten mit Tuch ausschlagen & Crushed Ice rein. Champagner und St.-Germain-Likör mit Sektgläsern darin einkühlen. Blumenkübel mit Minze bepflanzen und im Sonnenuntergang die edelste Hugo-Variante von Welt genießen.

Zum Kochen geht's nebenan in die Küche. Alles da, was man (oder frau) an Gerätschaften für ein gemütliches Abendessen mit lieben Freunden braucht.

Diese Wohnung verfügt noch über zwei weitere schöne Zimmer. Schlafen, arbeiten, die Kinder oder Gäste ... bequemes Wohngefühl in einem klug geplanten Grundriss. Die Eigentümer haben sich in den Jahren immer liebevoll um ihre Immobilie gekümmert und so ist die Ausstattung in einem Zustand, den wir „einziehen & loswohnen“ nennen. Wirklich wahr.

Das Badezimmer ist schlicht und praktisch: mit weißer Wanne, Regendusche und Waschbecken. Mehr braucht man nicht, um sich frisch zu machen.

Live mit uns, oder gemütlich von daheim am PC: Für diese Wohnung bieten wir Ihnen eine Onlinebesichtigung in 360 Grad an. Hier anmelden: (Link einfügen)

Das Reihenhaus

Musterstadt ist eine lebendige und quirlige Stadt. Nur ein paar Minuten vom Zentrum entfernt liegt das Haus in einer kleinen und ruhigen Seitenstraße. Genau das Richtige, wenn man beides haben will: Ruhe und buntes Treiben.

Wer hier idealerweise einziehen könnte? Wir sehen hier junge und jung gebliebene Familien, die glücklich zusammenleben möchten.

Zum Haus gehört ein Stellplatz, der Kaufpreis ist enthalten.

Das Untergeschoss verläuft über den gesamten Grundriss und bietet genug Platz für Werkstatt, Waschmaschine und Trockner, Fahrräder und vielleicht auch für einen Fitnessraum – ganz, wie Sie möchten.

Grün, klein und leicht zu pflegen: Das ist Ihr Garten, der zum Haus gehört.

Ein kleines Gartenhaus gehört zum Gesamtpaket.

Rechts über den Flur geht's in das große Wohn- und Esszimmer. Es hat 30 m², ein heller und luftiger Raum mit Platz für einen großen Tisch, an dem man wunderbar mit Freunden das perfekte Dinner zelebrieren kann.

Am Nachmittag liegen Sie gut geschützt auf der Sommersonnenterrasse, die sich am Abend zum Open-Air-Speiseraum mit Platz für acht Personen verwandelt.

Die Küche ist nicht nur von den Farben her ein Feuerwerk kulinarischer Gefühle. Hier kocht ein Profi. Erstklassige Markengeräte

und hochmoderne Details, wie sie nur jemand planen kann, der was vom Kochhandwerk versteht.

Was sollen wir Ihnen erzählen, was Sie auf den Fotos nicht selbst schon sehen: Die sechs Zimmer des Hauses wirken hell und freundlich und großzügig. Überall liegt ansprechendes, helles Laminat; nur Flur, Küche und Bad sind natürlich gefliest. Die Wände sind schön gemacht und zum Einzug kommen Sie höchstens mit einem Eimer Farbe und fertig ist die „Renovierung“. Wenn überhaupt.

Damit es morgens keinen Stress gibt: Die Immobilie verfügt über zwei Badezimmer mit jeweils Wanne, Dusche und Waschbecken.

Im Erdgeschoss gibt es zusätzlich ein kleines Gäste-WC mit Waschbecken und Toilette. Nicht nur gut für Besucher.

Onlinebesichtigung, jetzt und in 360 Grad: Wir machen es Ihnen bequem. Lernen Sie das Haus vorab gemeinsam von Ihrem PC aus kennen. Klicken, anmelden, Zugangsdaten eingeben: (Link einfügen)

Textosé

Textosé bietet einen Haus-Texter, einen Wohnungs-Texter sowie einen Lage-Texter (Beta-Version). Die Kosten liegen bei 30,00 EUR pro Monat. Haus- und Wohnungs-Texte stellen jeweils drei Varianten zur Auswahl:

- Lange Version – Dauer der Texterstellung ca. 15–20 Minuten, komplettes Textgerüst, alle Formulierungen und Ausstattungsbeschreibungen, alle Adjektive und Wortvarianten,
- Medium – Dauer ca. 10 Minuten, reduzierte Wortschatz, aufs Wesentliche reduziert, Ausstattungstext wird automatisch generiert,
- Kurz – Dauer ca. 5 Minuten, stark eingekürzte Version, geeignet für Miete und Kauf, Ausstattungstext wird automatisch generiert,
- Texten mit YUNAA – Exposé-Texte in weniger als einer 1 Minute,
- Lage-Texter – Dauer ca. 4 Minuten, vollständige Lage-Texte, verschiedene Auswahlmöglichkeiten, eigene Formulierungen.

Die Auswahlmöglichkeiten aller Beschreibungen von A wie „abwechslungsreich“ über W wie „Wohnmobilmfahrer“ bis Z wie „zeitlos“ überfordern zunächst ein wenig. Bis man sich dann zu einer Entscheidung durchringt, können bereits einige Minuten vergehen. Hier sollte sich aber schnell Routine einstellen.

Wir entscheiden uns dann für eigene Formulierungen im Freitextfeld (Paare & Familien). Es ist jedoch möglich am Ende der einzelnen Fragefelder jederzeit individuelle Änderungen vorzunehmen. Weiterhin beschränken wir uns hier auf die Medium-Fassung:

Die Stadtwohnung

Die elegante Etagenwohnung mit 3 Zimmern und ca. 93 m² Wohnfläche befindet sich in Innenstadtlage von Köln. Aufgrund der Größe eignet sich die Immobilie besonders für Paare und Familien. Die Wohnung ist barrierefrei erreichbar und liegt im 3. Obergeschoss. Besonders hervorzuheben ist der clever geschnittene Grundriss. Ein nach Süd-Westen ausgerichteter Balkon ist vorhanden. Hier lässt sich die Sonne bis in die späten Abendstunden genießen.

Vom Flur zweigen ab: das neuwertige Bad, die moderne Küche, Schlafzimmer, Arbeits-/Kinderzimmer und das großzügige Wohnzimmer. Die Einbauküche befindet sich in einem neuwertigen Zustand. Vorhanden sind: ein Backofen mit Reinigungsfunktion, ein Induktionskochfeld sowie ein freistehender Doppelkühlschrank. Das Wannenbad befindet sich in einem gepflegten Zustand. Zur Ausstattung gehören: großflächige Fliesen, Marken-Armaturen und eine Badewanne.

Noch ein paar Detail-Informationen:

- Die Wohnräume sind mit geschmackvollem Parkett-Boden ausgestattet.
- Die Elektrik ist und auf dem aktuellen Stand.
- Eine zentrale Ölheizung versorgt die Wohnung über Plattenheizkörper mit Wärme.
- Als Abstellfläche steht ein abschließbarer Kellerraum zur Verfügung.
- Zur Wohnung gehört ein fest zugewiesener Stellplatz im Innenhof.

Die Wohnung kann nach Vereinbarung frei übergeben werden. Das Hausgeld beträgt 250 € pro Monat.

Ausstattungstext:

- Etagenwohnung - 3. Obergeschoss - 3 Zimmer
- 93 m² Wohnfläche - Einbauküche - Wannenbad

Das Reihenhaus

Das bezaubernde Einfamilienhaus steht in einer angelegenen Seitenstraße in Köln-Junkersdorf. Auf dem ca. 200 m² großen Grundstück befinden sich neben dem Haus ein Garten mit geräumigem Gartenhaus einer herrlichen Süd-West-Terrasse. Das Haus mit der hellen Putzfassade wurde im Jahr 1955 in massiver Bauweise „Stein auf Stein“ errichtet. Auf den ersten Blick begeistert sofort der liebevoll angelegte Vorgarten. Die Immobilie befindet sich in einem hervorragenden Zustand und wurde in den letzten Jahren kernsaniert.

Der idyllische Garten bietet ausreichend Platz zum Relaxen, Pflanzen und Spielen. Die Terrasse ist nach Süd-Westen ausgerichtet. Hier lassen sich gemütliche Grillabende mit den Freunden feiern.

Die Immobilie hat eine Größe von ca. 130 m² Wohnfläche, die sich auf 6 Zimmer verteilt. Darüber hinaus stehen Ihnen ca. 200 m² Abstell- und Nutzfläche zur Verfügung. Für ausreichend Abstellfläche sorgt ein geräumiger Vollkeller. Aufgrund der Lage eignet sich das Haus hervorragend für junge Familien.

Von innen präsentiert sich das Objekt in einem einladenden Stil. Das Haus lässt sich barrierefrei betreten. Vom hellen Flur zweigen ab: das zeitlose Gäste-WC, die moderne Küche und das helle Wohnzimmer mit bodentiefer Fensterfront. Über eine Treppe gelangt man in das Obergeschoss. Hier befinden sich: das geräu-

mige Eltern-Schlafzimmer, die niedlich eingerichteten Kinderzimmer und die erneuerten Badezimmer.

Gemütliche Kochabende mit der Familie, zu zweit oder mit Freunden: Die Einbauküche ist vollständig ausgestattet und befindet sich in einem wenig genutzten Zustand. Vorhanden sind: ein Backofen mit Reinigungsfunktion, ein Induktionskochfeld mit integriertem Dunstabzug sowie ein freistehender Kühlschrank.

Auch die Bäder können sich sehen lassen: Die Immobilie besitzt insgesamt 2 Bäder und ein Gäste-WC. Zur Ausstattung gehören: großflächige Fliesen, Marken-Armaturen, eine Walk-In-Dusche und eine Eckbadewanne.

Bei den Böden in den Wohnräumen handelt es sich um Parkett. Eine Erdwärme aus dem Jahr 2004 versorgt das Haus über Flachheizkörper mit Wärme. Die Immobilie kann nach Vereinbarung frei übergeben werden. Die Nebenkosten betragen ca. 410 € pro Monat.

Ausstattungstext:

- Einfamilienhaus - 130 m² Wohnfläche - 200 m² Nutzfläche
- 6 Zimmer - 200 m² Grundstück - Einbauküche
- 2 Badezimmer - Erdwärme aus 2004 - Flachheizkörper
- 410 € monatl. Nebenkosten

Die KIs sind auch am Start

Eine neue Methode der Textautomatisierung bieten sogenannte KI-Texter. (KI = künstliche Intelligenz). Während in den zuvor beschriebenen Automaten fertige Textbausteine mehr oder weniger sinnvoll kombiniert wurden, entstehen die KI-Texte maschinell anhand von zuvor erlernten For-

mulierungen. Demnach werden diese Textgeneratoren mit der Zeit immer besser und gewiefter, je nachdem wie gut sie vom Makler trainiert werden. Wir haben uns vier dieser Systeme angeschaut, die keinesfalls nur Immobilientexte beherrschen.

Mind-verse

Der erste von uns begutachtete KI-Textgenerator ist Mind-verse. Die Kosten beginnen ab 39 EUR monatlich. Diese Version liefert bereits Texte für Immobilien-Exposés. Folgendes hat sich die künstliche Intelligenz für unsere Muster-Immobilien ausgedacht:

Die Stadtwohnung

Diese wunderschöne 3-Zimmer-Wohnung in Köln-Innenstadt bietet eine luxuriöse und bequeme Wohngelegenheit. Die Wohnung ist 93 m² groß und befindet sich in der 4. Etage eines Gebäudes mit Aufzug. Der Balkon bietet eine atemberaubende Aussicht auf den ruhigen Innenhof. In der Wohnung befindet sich ein geräumiges Badezimmer mit einer Badewanne, einer Zentralheizung (Öl) und teilweise sanierten Elektro- und Wasserinstallationen. Für ein Auto steht ein eigener Stellplatz zur Verfügung. Diese einzigartige Wohnung ist eine einmalige Chance, in einer zentralen Lage zu wohnen und den Komfort eines modernen Lebensstils zu genießen.

Das Reihenhaus

Dieses stilvolle Reihenhaus aus den 50er Jahren in Köln-Junkersdorf ist ein wahres Schmuckstück. Es wurde vor kurzem kernsaniert, so dass es in seinem neuen Glanz erstrahlt. Es ist mit modernster Technik ausgestattet, darunter eine Erdwärmepumpe, die für eine effiziente und umweltfreundliche Energieversorgung sorgt.

Das Haus verfügt über 5 Zimmer, die alle mit viel Licht und frischem Wind durch die großen Fenster erfüllt sind. Der Wohn- und Essbereich ist geräumig und hell und lädt zum Entspannen und Genießen ein. Das Haus hat auch eine Terrasse, die von einem schönen Garten umgeben ist, der zum Entspannen und Verweilen einlädt. Ein Gartenhaus bietet zusätzlichen Stauraum und ein Gäste-WC ist ebenfalls vorhanden.

In unmittelbarer Nähe befindet sich eine Straßenbahnhaltstelle, die für eine bequeme Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr sorgt. Ein Stellplatz für ein Auto ist vorhanden. Zudem befindet sich in der Nähe des Hauses auch eine Bushaltstelle. Ein Supermarkt und weitere Einkaufsmöglichkeiten sowie Restaurants, Cafés und Bars sind in wenigen Gehminuten erreichbar.



Bei jedem weiteren Durchlauf „erfindet“ die Software Straßen, Plätze oder Parks, die nicht existieren oder nicht in der Nähe liegen.

Neuroflash

Neuroflash ist unser nächster Kandidat. Die Free-Version ist kostenlos und liefert 2.000 Worte monatlich. Das verführt zum Ausprobieren. Die Basic-Version kostet 29 EUR im Monat und stellt dann bereits 20.000 Worte zur Verfügung.

Die Stadtwohnung

Objekttitel: 3-Zimmer-Wohnung in zentraler Lage mit Balkon und Stellplatz

Objektbeschreibung: Die Wohnung befindet sich im 4. Obergeschoss eines gepflegten Wohnhauses mit insgesamt sechs Etagen. Sie verfügt über drei Zimmer, einen großen Flur, Küche, Bad und WC. Vom Wohnzimmer aus gelangt man auf den ca. 10 m² großen Südbalkon, der Aussicht auf den ruhigen Innenhof bietet. Das Badezimmer ist mit Badewanne und Dusche ausgestattet. Die Zentralheizung wird über einen Öltank im Keller des Gebäudes betrieben. In der Wohnung wurden bereits diverse Sanierungsarbeiten (Elektro / Wasser) durchgeführt. Ein Stellplatz im Innenhof kann für EUR 25,- pro Monat erworben werden.

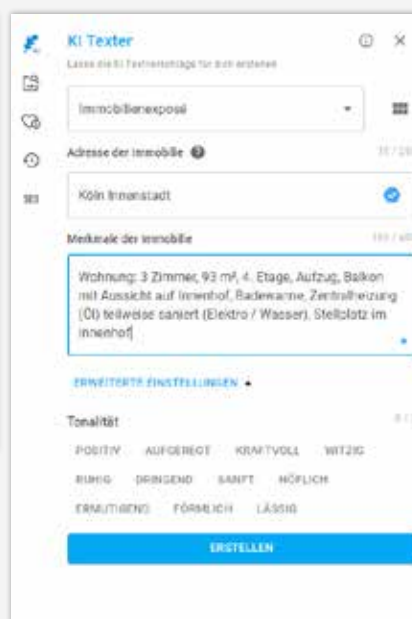
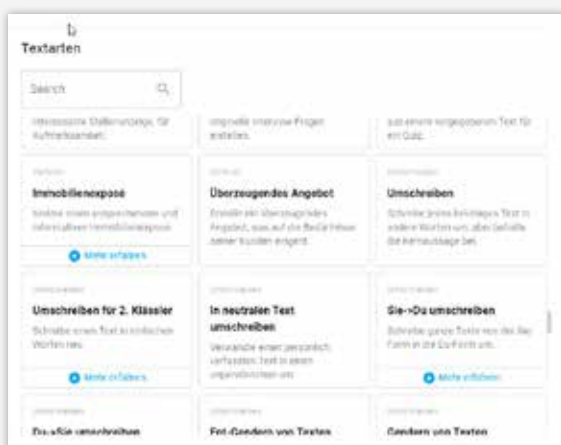
Lage: Die Wohnung liegt direkt im Herzen der Kölner Innenstadt. Alle Geschäfte des täglichen Bedarfs, Banken, Ärzte sowie zahlreiche Restaurants, Cafés und Bars sind in unmittelbarer Nähe zu finden. Auch die Anbindung an den Öffentlichen Nahverkehr ist hervorragend – sowohl die U-Bahn als auch die Straßenbahn sind in wenigen Gehminuten erreichbar.

Das Reihenhhaus

Objekttitel: Zentral und doch ruhig - Wohnung im Herzen der Kölner Innenstadt

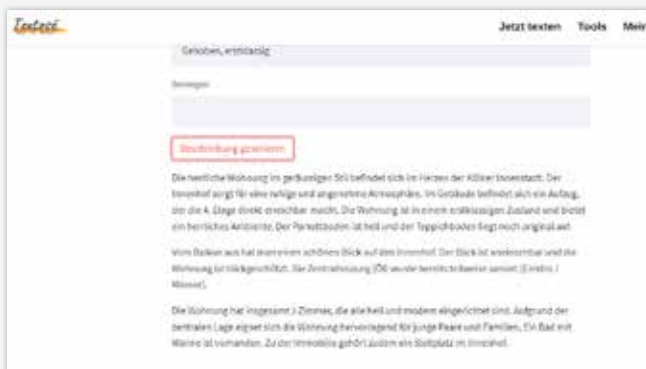
Objektbeschreibung: Die Wohnung liegt im 4. Obergeschoss eines gepflegten Altbaus in unmittelbarer Nähe zur Kölner Altstadt. Das Wohnzimmer ist ca. 25 qm groß und bietet durch seine Fensterfront viel Tageslicht sowie die Möglichkeit, auf den Balkon zu gelangen. Von hier aus hat man einen schönen Blick in den ruhigen Innenhof. Die Küche ist separat und mit allen notwendigen Geräten ausgestattet, ebenfalls mit Zugang zum Balkon. Des Weiteren gibt es ein Schlafzimmer sowie ein kleineres Zimmer, welches ideal als Büro oder Kinderzimmer genutzt werden kann. Das Bad ist mit Badewanne und Waschmaschinenanschluss ausgestattet. Die Wohnung ist teilweise saniert (Elektro / Wasser) und verfügt über Zentralheizung (Öl). Ein Aufzug im Haus erleichtert den Zugang in die oberen Stockwerke. Einkaufsmöglichkeiten, öffentliche Verkehrsmittel sowie Restaurants befinden sich in direkter Umgebung und sind fußläufig gut zu erreichen. Lage: Die Wohnung liegt mitten im Herzen der Kölner Innenstadt, nur wenige Gehminuten vom Dom entfernt. Alle Einkaufsmöglichkeiten des täglichen Bedarfs sowie zahlreiche Restaurants, Cafés und Bars sind in unmittelbarer Nähe vorhanden. Auch die Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel ist ideal, umliegende Autobahnen sind innerhalb weniger Minuten erreicht.

Neuroflash entwickelt nach jedem Aktualisieren einen neuen, etwas längeren Text. Die sogenannte „Magische Feder“ ist jedoch mit Vorsicht zu genießen. Bei jedem Durchlauf „erfindet“ die Software Straßen, Plätze oder Parks, die nicht existieren oder nicht in der Nähe liegen. Der Stadtteil Junkersdorf wird dabei vom Kölner Westen einfach in den „Nordosten der Domstadt“ verlegt.





Textgeneratoren werden mit der Zeit immer besser und gewiefter, je nachdem wie gut sie vom Makler trainiert werden.



KI Exposé-Text-Erstellung

Erstellen Sie mithilfe der künstlichen Intelligenz professionelle Vermarktungstexte für Ihre Immobilie

Befüllen Sie einfach die Eingabefelder mit den Objektdetails. Die KI erstellt anhand dieser Daten einen individuellen Exposé-Text

Objekttyp:

Wohnung

Vermarktungsart:

Verkauf

Wohn- und Nutzfläche:

3 Zimmer, 93 m²

Ort:

Köln - Innenstadt

Ausstattung:

4. Etage, Aufzug, Balkon mit Aussicht auf Innenhof, Badewanne, Zentralheizung (Öl) teilweise saniert (Elektro / Wasser), Stellplatz im Innenhof

Gebäude/Bauweise:

Massivbauweise, roter Backstein

Zustand der Immobilie:

Textosé KI-Texter Vollversion

Auch Textosé mischt bei den KI-Textern mit. Die KI-Variante ist neu (Stand 20.12.2022) und soll die bereits beschriebene Version bereichern. Der Textosé KI-Texter beschränkt sich allerdings auf Immobilientexte. Die Erstellung der anschließenden Beispieltexte dauerte etwa vier Minuten.

Die Stadtwohnung

Die herrliche Wohnung im geräumigen Stil befindet sich im Herzen der Kölner Innenstadt. Der Innenhof sorgt für eine ruhige und angenehme Atmosphäre. Im Gebäude befindet sich ein Aufzug, der die 4. Etage direkt erreichbar macht. Die Wohnung ist in einem erstklassigen Zustand und bietet ein herrliches Ambiente. Der Parkettboden ist hell und der Teppichboden liegt noch original auf.

Vom Balkon aus hat man einen schönen Blick auf den Innenhof. Der Blick ist uneinsehbar und die Wohnung ist blickgeschützt. Die Zentralheizung (Öl) wurde bereits teilweise saniert (Elektro / Wasser).

Die Wohnung hat insgesamt 3 Zimmer, die alle hell und modern eingerichtet sind. Aufgrund der zentralen Lage eignet sich die Wohnung hervorragend für junge Paare und Familien. Ein Bad mit Wanne ist vorhanden. Zu der Immobilie gehört zudem ein Stellplatz im Innenhof.

Das Reihenhaus

Das solide Reihenmittelhaus aus den 50er Jahren befindet sich in Köln-Junkersdorf. Das Grundstück ist ca. 200 m² groß und bietet viel Platz für Gartenfreunde, die hier eine grüne und ruhige Oase finden. Neben dem Haus befindet sich ein Gartenhaus mit großer Terrasse und vielen Sitzmöglichkeiten.

Das Haus selbst hat eine Wohnfläche von ca. 130 m² und verfügt über 6 Zimmer, die sich auf 3 Ebenen verteilen. Der großzügige Eingangsbereich bietet viel Platz und Flair. Im Erdgeschoss befindet sich zudem ein großzügiges Wohn-/Esszimmer, welches in seiner Größe und Ausstattung einwandfrei zur Geltung kommt. Kamin, Holzfußboden und stilvolle Tapeten sorgen hier für ein sehr angenehmes Wohngefühl.

In den oberen Etagen finden Sie ein Badezimmer und 3 weitere Schlafzimmer. Die Zimmer sind hell und weiß gestrichen und wurden kernsaniert. Zur Beheizung des Hauses sorgt eine Erdwärmepumpe.

Insgesamt befindet sich das Haus in einem gepflegten Zustand und ist in einem bezugsfertigen Zustand. Die Ausstattung ist komplett und auf dem neuesten Stand. Mit seiner modernen Bauweise und seiner hochwertigen Ausstattung ist dieses Reihenhaus eine perfekte Wohnoase für eine Familie.

Immowriter

Der Immowriter basiert auf der Software von Mind-Verse, stellt monatlich fünf Exposétexte in jeweils drei Varianten zu Objekt und Lage zur Auswahl und kostet ab 39 EUR pro Monat.

Die Stadtwohnung

Diese charmante Wohnung in Köln Innenstadt ist ein wahres Juwel. Sie verfügt über eine Wohnfläche von 93qm, verteilt auf 3 Zimmern, darunter ein Schlafzimmer und ein Badezimmer. Die Wohnung befindet sich im 4. Stock und ist mit einem Aufzug erreichbar. Von dem Balkon aus hat man einen herrlichen Blick auf den Innenhof. Das Bad ist mit einer Badewanne ausgestattet und die Zentralheizung (Öl) wurde teilweise saniert (Elektro / Wasser). Es gibt außerdem 1 Parkplatz im Innenhof, der zur Verfügung steht. Diese Immobilie bietet Ihnen somit alles, was Sie für Ihr urbanes Leben in Köln benötigen: Eine geräumige und helle Wohnung mit modernem Komfort, einem schönen Ausblick sowie Stellplatz im Innenhof. Lassen Sie sich von dieser Oase der Ruhe verzaubern!

Die Kölner Innenstadt ist ein pulsierender und lebendiger Ort, der vor allem durch seine Vielfalt an Geschäften, Restaurants und Sehenswürdigkeiten besticht. Der Kölner Dom ist eines der bekanntesten Wahrzeichen der Stadt und zieht jährlich Millionen von Besuchern an. In unmittelbarer Nähe befindet sich die Altstadt mit ihren engen Gassen, kleinen Läden und Cafés. Die Kölner Innenstadt bietet auch eine Vielzahl von Einkaufsmöglichkeiten, vom großen Einkaufszentrum bis hin zu kleinen Boutiquen. Zudem gibt es zahlreiche Restaurants, Bars und Clubs in den verschiedensten Stilrichtungen. Auch für Freizeitaktivitäten wie Radfahren oder Spaziergehen ist die Kölner Innenstadt ideal geeignet. Es gibt viele Parks und Grünanlagen in der Umgebung, die einen Ausflug wert sind. Insgesamt bietet die Kölner Innenstadt eine Fülle an Möglichkeiten für alle Altersgruppen: Ob Shopping-Tour oder Sightseeing-Trip – hier findet jeder etwas nach seinem Geschmack!

Der Immowriter bot uns jeweils drei Texte zur Objekt- und zur Lagebeschreibung. Wir entscheiden uns bei der Objektbeschreibung für den zweiten Textvorschlag und bei der Lagebeschreibung für den dritten Text – sie entsprechen sehr genau den Vorgaben und auch der Realität.

Das Reihenhaus

Dieses Reihemittelhaus in Köln Junkersdorf ist ein einzigartiges Wohnen aus dem Jahr 1955. Es wurde kernsaniert und bietet eine Grundstücksfläche von 200 qm, sowie eine Wohnfläche von 130 qm und eine Gartenfläche von 70 qm. Das Haus verfügt über 6 Räume, davon 3 Schlafzimmer und 2 Badezimmer, verteilt auf 3 Etagen. Ein besonderes Highlight ist die Erdwärme, welche für ein angenehmes Raumklima sorgt. Abgerundet wird das Angebot durch ein Gartenhaus sowie einer Terrasse. Vor Ort gibt es zudem 1 Parkplatz. Mit seinen 50er-Jahre-Elementen erstrahlt das Reihenhaus in neuem Glanz und ist fertiggestellt - bereit für Ihr neues Zuhause. Dank der modernen Wärmepumpe können Sie hier nachhaltig wohnen und sparen gleichzeitig Energiekosten. Lassen Sie sich begeistern vom Ambiente dieses gehoben präsentierten Hauses und machen Sie es zu Ihrem neuen Zuhause!

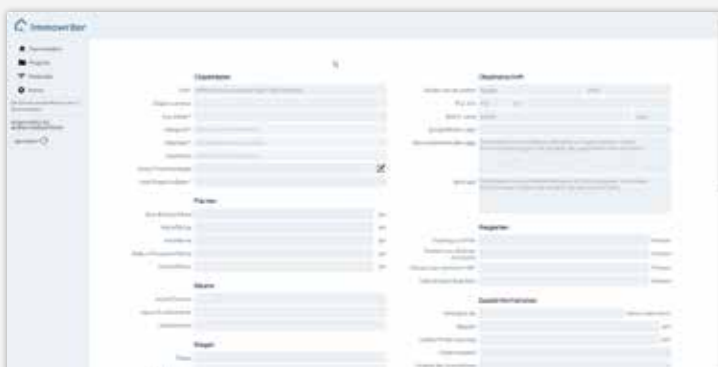
Der Standort des Immobilienobjekts befindet sich in unmittelbarer Nähe zu den öffentlichen Verkehrsmitteln. Der Fußweg zum nächsten ÖPNV beträgt ca. 2 Minuten und die Autobahn ist ca. 5 Minuten entfernt. Der nächste Hauptbahnhof ist ca. 12 Minuten entfernt, wodurch ein schneller Zugang zu allen Teilen Berlins gewährleistet wird. Auch der Flughafen ist in nur 5 Minuten erreichbar, was eine ideale Anbindung an das internationale Flugnetz bietet.

In unmittelbarer Umgebung des Standorts befinden sich viele Einkaufsmöglichkeiten, Restaurants und Cafés sowie kulturelle Einrichtungen wie Galerien und Kinos. In der Nachbarschaft gibt es auch viele Grünflächen, Parks und Spielplätze, die für Erholung und Entspannung sorgen.

Der Standort bietet somit eine hervorragende Infrastruktur mit kurzen Wegen zu den öffentlichen Verkehrsmitteln sowie einer Vielzahl von Einkaufsmöglichkeiten, Restaurants und Cafés in unmittelbarer Nachbarschaft. Die Lage ist auch ideal für alle, die einen schnellen Zugang zum internationalen Flugnetz benötigen oder die Ruhe und Erholung in den Grünanlagen suchen möchten.

Zum Reihenhaus entschieden wir uns bei der Objektbeschreibung für den zweiten vorgeschlagenen Text und bei der Lagebeschreibung ebenfalls für die zweite Textvariante. Fazit: Der Immowriter ist ein recht schneller Helfer bei der Erstellung von Exposés. Er dichtet so gut wie nichts hinzu und ist einfach zu nutzen.

■ bearbeitet von Andrea Fricke



Serie Organisation (2)

Onboarding – nicht nur für Mitarbeiter

Peter Arndt

Im ersten Teil unserer Artikelserie sprachen wir über die tägliche Verschwendung von Arbeitszeit, Lebenszeit und Ressourcen im Büro. Heute beginnen wir mit den ersten Schritten gegen die Misswirtschaft.

Was bringt es Ihnen? Doch bevor wir tiefer einsteigen, noch eine Antwort auf die Frage, die wahrscheinlich viele Leser bewegt. Nämlich, „Was bringt es mir?“

Sinn und Ziel der meisten Organisationsmaßnahmen bestehen vordergründig darin, Mehrarbeit zu minimieren, sowie Zeit, und damit Kosten, einzusparen. Doch damit hört es nicht auf. Die Maximierung der Kundenzufriedenheit ist ein weiterer, wichtiger Fokus.

Auch die Zufriedenheit der Mitarbeiter steht auf dem Plan. Durch die Re-Organisation der wichtigsten Geschäftsprozesse geben Sie der täglichen Arbeit Ihrer Mitarbeiter Sinn und Struktur. Sparen Sie sich damit auch Motivationsveranstaltungen und ähnliche Maßnahmen. Sie können Ihre Mitarbeiter nicht motivieren. Sie können nur dafür sorgen, dass die Grundmotivation Ihrer Mitarbeiter erhalten bleibt.

Professionelle Arbeit hat eine Strahlkraft, die sich überall zeigt. Kunden, Interessenten, Lieferanten, Finanzinstitute, Multiplikatoren und Partner merken einfach, ob Sie ein professionelles Unternehmen führen, oder ob die Arbeit „irgendwie“ erledigt wird und jeder Mitarbeiter „irgendetwas“ macht.

Erst dann, wenn Unternehmensprozesse organisiert und dokumentiert sind, kann an Automatisierung gedacht werden! Vorher besteht die Gefahr, vorhandenes Chaos zu multiplizieren. Während meiner Tätigkeit als Berater für „Marketing-Automation“ erlebte ich oft folgendes Szenario: Die Klienten waren von den Automatisierungsmöglichkeiten begeistert und wollten sofort loslegen. Aber die Frage „welchen Ihrer Prozesse sollen wir automatisieren?“, führte regelmäßig zu stauendem Schweigen.

Einen Nachteil will ich Ihnen nicht verschweigen. Organisation, Geschäftsprozessmanagement und Dokumentation sind „Anderes Arbeiten“. Hier geht es nicht mehr darum, schnell etwas zu erledigen, sondern um das Durchdenken aller Arbeitsabläufe. Sie laufen damit Gefahr, dass einige Ihre Arbeit nicht erkennen und wertschätzen. Diese haben immer noch den alten Bibelspruch im Kopf: „Im

Schweißdeines Angesichts wirst du dein Brot essen ...“, oder: „Wer denkt, arbeitet nicht“.

Der Schlüssel für Ihren Unternehmenserfolg ist die Arbeit an und mit Ihren Geschäftsprozessen. Sie beschreiben logische Folgen von Einzeltätigkeiten, die schrittweise ausgeführt werden und zu einem für Sie und Ihre Kunden optimalen Ergebnis führen.

Erstellen Sie das Willkommenspaket zunächst als PDF-Dokument, um Erfahrungen zu sammeln. Direkt nach der Unterschrift des Maklervertrags wird es via E-Mail versandt.

Starten Sie mit Routineaufgaben und versuchen Sie, diese so weit wie möglich zu optimieren. Können Sie Arbeitsschritte eliminieren, ändern, umstellen oder auslagern? Oder gibt es für einige Routinevorgänge noch keinen Prozess?

Praxisbeispiel Onboarding In unserem monatlichen Webinar „Organisation im Maklerbüro“ beschäftigten wir uns bereits einige Male mit verschiedenen Facetten des Themas Onboarding. Der Begriff kommt aus dem amerikanischen Sprachraum und bezeichnet das Aufnehmen neuer Personen in ein Unternehmen. Dabei wird die Art und Weise geklärt, wie miteinander umgegangen wird und die Basis für gemeinsamen Erfolg geschaffen.

(Wenn Sie bei meiner Webinarkolumne noch nicht dabei sind, können Sie sich hier kostenfrei anmelden: <https://www.immobilien-profi.de/seminare/>. Zu allen Webinaren finden auch die Videoaufzeichnung mit Unterlagen bei www.IMMOBILIEN-PROFI.tv)

Onboarding neuer Mitarbeiter Erster Fokus ist das Onboarding neuer Mitarbeiter. Wie bereiten Sie Ihre Organisation auf neue Mitarbeiter vor und wie geben Sie diesen das Gefühl, willkommen zu sein. Schnell wird klar, dass eine Unterscheidung nach Art des neuen Mitarbeiters notwendig ist. Für Außendienstmitarbeiter benötigen wir andere Schritte, als für Innendienstangestellte oder Aushilfen. Eine ausführliche Darstellung lesen Sie in der Kompaktausgabe Nr. 101 des IMMOBILIEN-PROFI.

Onboarding neuer Kunden Weitgehend unberücksichtigt ist das Onboarding für neue Kunden. Der Maklervertrag ist unterschrieben. Was jetzt? Viele Dinge sind jetzt zu regeln. Offene Fragen, auch die unausgesprochenen, müssen beantwortet werden. Fehlende Unterlagen werden beigebracht. In der Webinarkolumne kommt reflexartig der Einwand: „Ich sage meinen Kunden alles Wichtige ...“.

Der Psychologe Hermann Ebbinghaus erforschte schon 1885 den Zusammenhang von Kommunikation und anschließender Erinnerung an die besprochenen Inhalte. Danach werden nur ca. 20 Prozent der mündlich übermittelten Daten dauerhaft behalten. Oder, um Frau Braun, meine Lehrerin in der ersten Grundschulklasse, zu zitieren: „Was du schwarz auf weiß besitzt, kannst du getrost nach Hause tragen.“ Ich weiß nicht mehr viel aus meiner Grundschulzeit; dieser Satz hat sich mir eingeprägt bis heute.

Um reibungslose Kommunikation mit Ihrem neuen Kunden sicherzustellen, schnüren Sie aus Ihren mündlichen Ausführungen ein kleines, schriftliches, „Willkommenspaket“.

Erstellen Sie das Willkommenspaket zunächst als PDF-Dokument, um Erfahrungen zu sammeln. Direkt nach der Unterschrift des Maklervertrags wird es via E-Mail versandt. Nach einigen Probeläufen und Optimierungen können Sie einen Flyer oder eine kleine Broschüre mit den nunmehr erprobten Inhalten drucken lassen.

Gleich zu Beginn begrüßen Sie den neuen Kunden in Ihrem Unternehmen und heißen ihn herzlich willkommen. Dann beantworten Sie alle offenen Fragen des Kunden, die Sie aus Ihrer Erfahrung bestens kennen. Gehen wir die wichtigsten nacheinander durch.

Von welchem Mitarbeiter wird der Kunde betreut? Sind das Sie selbst? Der Einkäufer? Ein Kundenbetreuer? Und wie ist das Zusammenspiel Außen- und Innendienst bei Ihnen geregelt?

Sie wissen, dass der Kundenbetreuer nur vormittags anzutreffen ist. Ihr Kunde weiß das nicht. Nennen Sie deshalb Zeiten, wann der Kundenbetreuer am besten erreichbar ist; und wann nicht. Ist Ihr Büro ständig besetzt, sodass der Kunde jederzeit kurz vorbeischauchen kann? Oder sollen für persönliche Gespräche Termine vereinbart werden? Nennen Sie den direkten Link, wenn Sie dafür einen Onlinekalender anbieten. Denken Sie an andere Kommunikationswege und -anlässe. Muss etwa jeder Termin persönlich wahrgenommen werden oder bieten Sie Videokonferenzen für Kurzgespräche an. Nennen Sie Zugangsmöglichkeiten und -zeiten.

Sofern Sie einen generellen Kommunikationsplan haben, können Sie diesen jetzt beschreiben. Erläutern Sie, wann, wie und in welcher Frequenz der Kunde von Ihnen hört.

Im Verlauf eines Immobilienverkaufs gibt es Meilensteine. Sie kennen diese „aus dem Effeff“, Ihr Kunde normalerweise nicht. Das wären Unterlagenbeschaffung, Fototermin, Exposéerstellung, Vermarktungsstart, Interessentenqualifizierung, Besichtigung, Käufer gefunden, Notartermin, Übergabe, Abschluss und Abrechnung.

Erstellen Sie zu jedem der genannten Meilensteine einen kurzen Text und erklären Sie den Inhalt und wie der Kunde darüber informiert wird. Ist bei einigen Themen die Beteiligung des Kunden erforderlich? Dann beschreiben Sie den Anlass, und was konkret zu welchem Zeitpunkt zu tun ist.

Das Willkommenspaket ist auch der richtige Ort für wichtige Hinweise zur Zusammenarbeit. Prüfen Sie, welche Situationen sich in Ihrer Praxis häufig ergeben und bereiten Sie Ihren Kunden darauf vor. Gibt es in Ihrer Region Mitanbieter, die nach Vermarktungsstart versuchen, Ihnen den Kunden abspenstig zu machen? Was soll der Kunde tun, wenn der „Nachbar“ kaufen will und argumentiert, man könne auf den Makler verzichten. Und

”

Gebt mir einen Hebel, der lang genug, und einen Angelpunkt, der stark genug ist, dann kann ich die Welt mit einer Hand bewegen.“

Archimedes

wie kann der Kunde auf das Argument von Freunden und Verwandten reagieren, dass ein viel höherer Preis gerechtfertigt wäre? Auch regionale Besonderheiten in der Verwaltung, wie bspw. Personalengpässe und dadurch bedingte Verzögerungen bei der Unterlagensammlung gehören in Ihre Themensammlung. Welche regionalen Banken finanzieren überhaupt noch? Welche Netzwerkpartner können Sie empfehlen (z.B. Entrümpelungsunternehmen). Beobachten Sie, welche Situationen sich in Ihrer Praxis häufen und bereiten Sie Ihren Kunden darauf vor.

Fazit und Ausblick Aus meiner Sicht ist der Onboarding-Prozess für neue Kunden ein unverzichtbares Tool für den professionellen Verkaufsstart. Oft werde ich nach dem Umfang eines Willkommenspakets gefragt. Eine DIN A4 Seite? Zehn? Oder wie viele sonst? Im nächsten Artikel beschreibe ich Ihnen, wie Sie diese Frage clever mithilfe Ihrer Webseite lösen. Und wir besprechen, warum sich ein Onboarding-Prozess auch für Interessenten lohnt und was dieser beinhalten sollte. ■



Der Autor

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

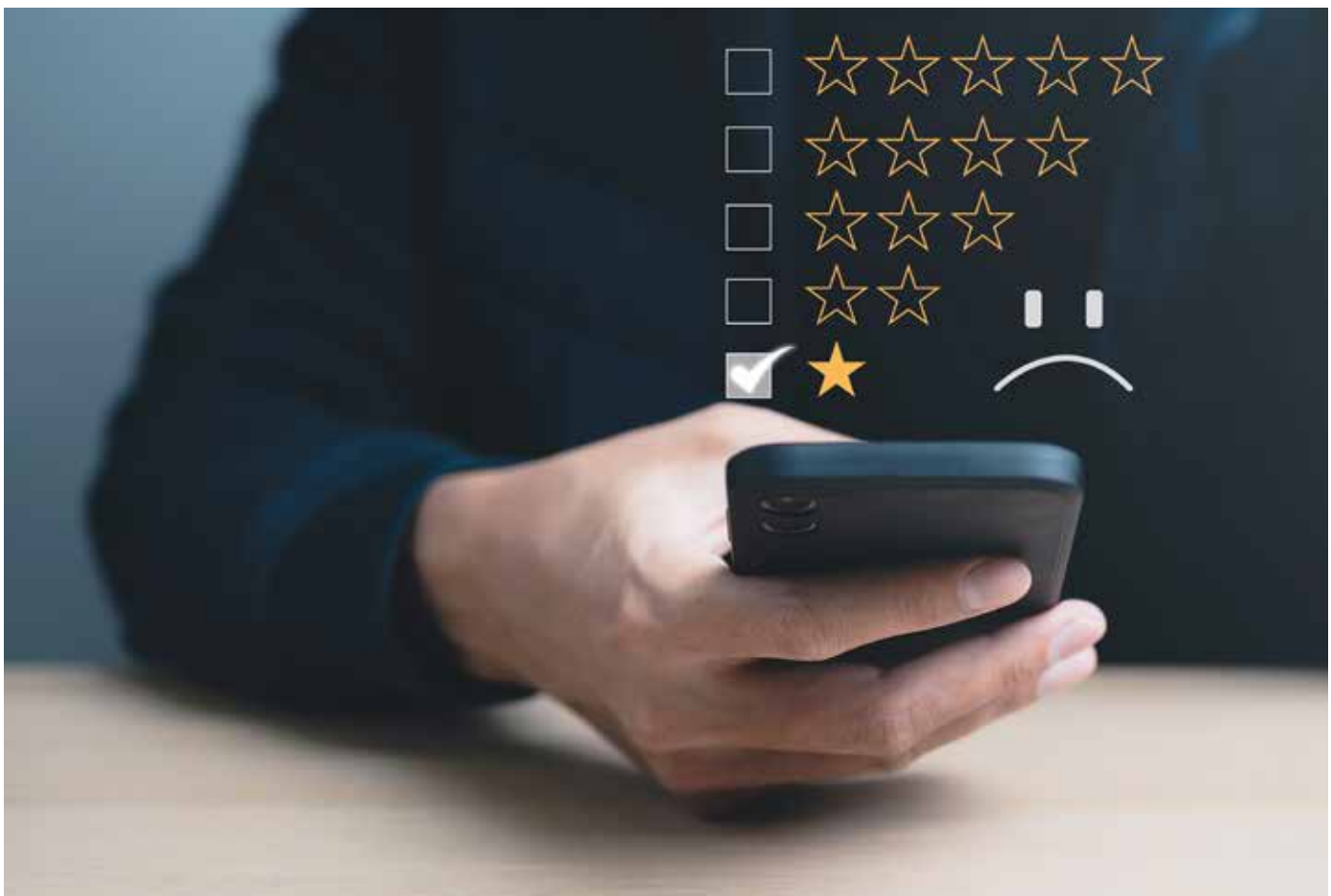
Sterne für Betriebsklima und Bezahlung

Makler sollten nicht nur die Bewertung ihrer Kunden auf dem Schirm haben, sondern auch die von (ehemaligen) Mitarbeitern auf Plattformen wie Kununu. Wie man professionell mit Arbeitgeberbewertungen umgeht und diese Portale für das Recruiting nutzt.

Fast alle Personen, die sich auf eine Stelle bewerben, schauen sich vorab Bewertungen des potenziellen Arbeitgebers auf speziellen Bewertungsportalen an. Hier finden sie zu vielen Firmen Einschätzungen aktueller beziehungsweise ehemaliger Mitarbeiter. Diese bewerten unter anderem Betriebsklima, Bezahlung, Work-Life-Ba-

lance sowie die Qualität des Bewerbungsprozesses und die Mitarbeiterförderung.

Die wenigsten Immobilienunternehmen kümmern sich professionell um diese Einschätzungen. Manche wissen nicht einmal, dass im Netz schlechte Bewertungen über sie kursieren. Bei Kununu und anderen Anbietern hinterlassen Personen ihre Bewertungen anonym; sie müssen lediglich eine E-Mail-Adresse hinterlegen. Diese wird Nutzern nicht angezeigt und dient dazu, dass die Plattformbetreiber Nachfragen stellen können, etwa wenn gegen ihre Verhaltensregeln verstoßen wird. Einige Zahlen verdeutlichen, wie unwichtig diese Plattformen vielen Immobilien-



dienstleistern ist. Auf der mit Abstand wichtigsten Plattform Kununu sind circa 5,7 Millionen Bewertungen für 1,1 Millionen Unternehmen eingestellt (Stand: Ende Dezember 2022). Andere Anbieter wie Meinchef.de, Jobvoting.de oder Glassdoor.de spielen eine untergeordnete Rolle. Während es in Deutschland schätzungsweise 17.500 Maklerfirmen gibt, die als Vollerwerbsbetriebe gelten, sind lediglich 240 Firmen unter dem Branchenbegriff „Immobilien“ bei Kununu mit einem eigenen Arbeitgeberprofil vertreten. Dazu muss man wissen, dass unter diesen Oberbegriff nicht nur Vermittler, sondern auch Finanzierer, Verwalter, Entwickler etc. zählen. Das heißt, weniger als 1,4 Prozent der Branche besitzt ein Profil, über das sie mit Bewertern und künftigen Mitarbeitern kommunizieren können.

Dabei zeigt eine Bitkom-Studie, dass 84 Prozent der Jobsuchenden vor ihrer Bewerbung im Netz nach Bewertungen ihres künftigen Arbeitgebers suchen. Ein typischer Fehler ist, dass Unternehmen schlechte Bewertungen unkommentiert lassen. Manche bitten nach einer mäßigen Beurteilung zwei Mitarbeiter, eine positive Einschätzung zu schreiben. Dann stehen fünf Sterne und eine Weiterempfehlung von zwei Mitarbeitern einem Stern und keiner Empfehlung einer Ex-Angestellten gegenüber. Und jeder Leser durchschaut auf Anhieb, dass die euphorische Bewertung vermutlich eine gesteuerte Reaktion auf eine schlechte Einschätzung ist.

Ratsam ist es, dass Arbeitgeber auf alle Bewertungen in der Kommentarfunktion eingehen, auf die guten wie die schlechten. Diesen Grundsatz befolgt Aengevelt Immobilien in Düsseldorf. „Seit einigen Jahren verfolgen wir genau, was aktuelle und ehemalige Mitarbeiter bei Kununu über unser Unternehmen schreiben. Egal, ob es sich um eine positive oder kritische Bewertung handelt, wir reagieren

immer zeitnah. Das heißt, wir bedanken uns für jede Einschätzung und bieten bei kritischen Anmerkungen an, das Gespräch mit unserer Personalabteilung zu suchen. Nur wenige nutzen jedoch dieses Angebot, weil

„

Es ist grob fahrlässig, solche Plattformen zu ignorieren. Erstens, weil diese für die Mitarbeitergewinnung immens wichtig sind und zweitens die Pflege eines Arbeitgeberprofils und das Beantworten eingehender Kommentare zwar Zeit, aber kein zusätzliches Geld kosten.“

es bedeutet, dass sie aus der Anonymität ihrer Bewertung heraustreten müssten. Aber dennoch hinterlässt es bei allen Lesern einen guten Eindruck, wenn wir sachlich auf kritische Bewertungen reagieren“, erläutert Susanne Ollmann, die als Mitglied der Geschäftsleitung den Personalbereich verantwortet. Aengevelt Immobilien beschäftigt circa 110 Mitarbeiter. Diese sind im Düsseldorfer Stammhaus sowie in den Niederlassungen Berlin, Frankfurt am Main, Leipzig und Magdeburg tätig.

Ähnlich agiert man bei Aigner Immobilien in München: „Wir fahren die Linie, im Ton immer höflich zu sein und insbesondere bei kritischen Bewertungen unsere Gesprächskanäle offenzuhalten. Deshalb finden Bewerber bei uns immer ein Kontaktangebot, um den Sachverhalt persönlich zu klären. In der Regel handelt es sich bei Bewertungen um subjektive Erlebnisse oder Missverständnisse. Hier ist es wichtig, seine eigene subjektive

Wahrnehmung entgegenzusetzen“, sagt Thomas Aigner, Inhaber und Geschäftsführer der Aigner Immobilien GmbH. Sein Unternehmen, das an acht Standorten in der bayerischen Landeshauptstadt sowie dem Umland über 140 Mitarbeitende beschäftigt, ist seit vielen Jahren bei Kununu aktiv und reagiert seit 2018 auf Kommentare. Teilweise sind die Erwidierungen sehr ausführlich.

Auch unsachliche Kommentare zum Unternehmen sollten immer sachlich und respektvoll beantwortet werden. Eine solche Professionalität wird von den Unternehmen erwartet. Dies zeigt, dass man mit jeder Meinung wertschätzend umgehen kann. Manche Kritik liest man öfter. So wird von Bewertern häufig bemängelt, dass Maklerfirmen selten Home-Office-Möglichkeiten bieten. „Viele Chefinnen und Chefs glauben auch nach der Pandemie noch immer, dass sie die Leistung ihrer Büromitarbeiter am ehesten kontrollieren können, wenn diese im Büro sitzen. Stattdessen sollten sie ihnen mehr Vertrauen schenken. Mit moderner Maklersoftware ist die Leistung der Mitarbeiter zudem überprüfbar, ganz egal wo sie arbeiten“, sagt Professorin Birgit Felden von der Unternehmensberatung TMS Unternehmensberatung in Köln. Sie hält Kununu für ein wichtiges Medium, um weiche Faktoren wie Unternehmenskultur und Werte, die eine Firma lebt und die Benefits, die sie bietet, zu kommunizieren. „Es ist grob fahrlässig, solche Plattformen zu ignorieren. Erstens, weil diese für die Mitarbeitergewinnung immens wichtig sind und zweitens die Pflege eines Arbeitgeberprofils und das Beantworten eingehender Kommentare zwar Zeit, aber kein zusätzliches Geld kosten“, so die Unternehmensberaterin, die zudem Professorin an der Hochschule für Wirtschaft und Recht in Berlin ist.

Sie gibt zu bedenken, dass es für kleinere Unternehmen früher kostspielig



lig war, Stellenanzeigen in Tageszeitungen und Fachzeitschriften zu schalten. Da hatten kleine Betriebe Nachteile gegenüber Konzernen. Heute können sie hingegen mit großen Unternehmen auf Augenhöhe Mitarbeiter ansprechen, sofern sie ihre Kanäle pflegen. „Dabei gilt, dass Kununu und generell Social-Media-Kanäle ein Marathon sind und kein Sprint. Das heißt, die Verantwortlichen sollten sich fixe Zeiten in ihrem Wochenplan eintragen, an denen sie ihre Außendarstellung im Netz pflegen“, rät Felden.

Aus Bewerbungsgesprächen

weiß Personalexpertin Ollmann von Aengevelt, dass sich nahezu alle Aspiranten im Netz Bewertungen ihres neuen Arbeitgebers durchlesen. Dies sei eine Entwicklung, die nicht wieder verschwindet. Um noch professioneller aufgestellt zu sein, hat ihr Unternehmen bei Kununu vor eineinhalb Jahren ein Arbeitgeberprofil angelegt. Ähnlich wie bei Plattformen wie Facebook, LinkedIn oder Xing können sich damit Firmen in Fotos, Videos und Texten präsentieren. „Dabei werden gezielt Jobsuchende angesprochen. Wir erläutern neben unserer Größe und Marktpräsenz unsere Tätigkeitsschwerpunkte, Karrieremöglichkeiten und gehen auf unsere Unternehmenskultur ein“, führt Ollmann aus. Zudem gibt es eine Verlinkung auf die Firmenwebsite sowie auf Stellenangebote und Bewerbungsmöglichkeiten. Wie bei anderen wichtigen Bewertungsplattformen wie Google, so gilt auch hier: „Schlechte Bewertungen kommen von allein. Für gute muss man was tun“, wie es Makler Aigner auf den Punkt bringt. Daher sollten Mitarbeiter motiviert werden, eine Bewertung abzugeben, die selbstverständlich auch Kritikpunkte und Verbesserungsvorschläge beinhalten darf. Auch bei Entlassungsgesprächen kann das Thema angesprochen werden, damit sich Unternehmen und Mitarbeiter im Guten trennen und der ausscheidende Angestellte bei einem Bewertungsportal nicht nachträglich Dampf ablässt.

„Viele jüngere Mitarbeitende haben überdies ein größeres Selbstbewusstsein als Kollegen, die schon länger im Job sind ...“



Zwar mag die Konkurrenzsituation zwischen einzelnen Bewerbern zunehmen und die Zahl offener Stellen zurückgehen. Aber diese Entwicklung wird überlagert vom anhaltenden Fachkräftemangel, der nahezu alle Branchen erfasst.

Die Bewertungsportale haben auch Mechanismen entwickelt, um gegen unangebrachte oder falsche Bewertungen vorzugehen. So dürfen in den Texten keine Personennamen genannt und keine einzelnen Menschen bewertet werden. Über Interna darf nicht geschrieben werden. Diskriminierende, beleidigende, rufschädigende, rassistische oder vulgäre Aussagen sind ebenfalls verboten.

Glaubt ein Unternehmen,

eine ungerechtfertigte Bewertung erhalten zu haben, kann es sich an den Portalbetreiber wenden. Diese Erfahrung machte Aengevelt Immobilien mit zwei anklagenden Bewertungen zu ihrem Bewerbungsverfahren. „Wir stellten fest, dass in der genannten Zeit und bei der aufgeführten Niederlassung gar keine Bewerbungen stattfanden. Das meldeten wir Kununu; das Portal ging der Sache offensichtlich sorgfältig nach. Es stellte sich heraus, dass wir recht hatten. Kununu löschte die beiden Be-

wertungen. Das Ganze dauerte einige Werkzeuge. Für uns war es trotz der Umstände eine gute Erfahrung zu sehen, dass die Plattform Fake-Bewertungen tatsächlich nachgeht“, so Personalexpertin Ollmann.

Unternehmensberaterin Felden glaubt im Übrigen nicht, dass sich die aktuelle Krise am Immobilienmarkt mit weniger Nachfrage, längeren Vermittlungszeiten und teils sinkenden Verkaufspreisen merklich auf den Personalmarkt auswirkt und es künftig einfacher sein wird, gute Mitarbeiter zu finden. Maklerunternehmen müssen weiter um gute Angestellte buhlen und versuchen, geschätzte Kräfte zu halten. Zwar mag die Konkurrenzsituation zwischen einzelnen Bewerbern zunehmen und die Zahl offener Stellen zurückgehen. Aber diese Entwicklung wird überlagert vom anhaltenden Fachkräftemangel, der nahezu alle Branchen erfasst. „Viele jüngere Mitarbeitende haben überdies ein größeres Selbstbewusstsein als Kollegen, die schon länger im Job sind. Sie betreiben mehr Selbstmarketing. Das gilt vor allem für Jobsuchende, die zwischen 25 und 35 Jahre alt sind. Sie haben eigene Profile bei LinkedIn, veröffentlichen dort ihre Vita, posten Fotos von Branchenveranstaltungen, auf denen sie als Teilnehmer oder Referentin auftraten“, beobachtet Felden. Somit sind sie für Firmen auf Personalsuche im Netz leicht auffindbar – und ansprechbar. ■ Bernhard Hoffmann

**NEU UND
KOSTENLOS FÜR
MITGLIEDER**

Impuls Next Generation



Mit der
Maus
zum Haus

Alles, was Sie beim Immobilienkauf wissen müssen. Von der Vorbereitung, den ersten Schritt über Besichtigungen bis zum Notartermin.

CHECK LISTEN
Planung
Vorbereitung
Erste Schritte
Alternativen

IHR LOGO
HIER

PLANUNG

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 vorgeheimer 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 wichtigsten 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.

Immobilienuche ohne Stress und ohne Risiko

Wenn ein Makler nach der passenden Immobilie für Sie

Für Käufer

Auf dem Weg in den Käufermarkt? IMPULS 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 IMPULS Mitgliedern kostenlos als offene Datei zur Verfügung (Bestellung im www.Shop.IMMOBILIEN-PROFI.de). Das Magazin kann von Ihnen weitgehend personalisiert und angepasst werden.

PLANUNG

30%
aller Verkäufe sind privat

Immobilienuchende 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 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 Immobilienangeboten 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.

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.



Impuls

Das Exposé (3/4)

Akquise und Markenbildung mit dem Maklerklassiker

Rebecca Schmittmann-Roswora

Welches Werbemittel eines jeden Immobilienunternehmens wird am häufigsten ausgehändigt, gelesen und aufbewahrt? Es ist leider nicht die teuer erstellte Imagebroschüre, die schöne Kundenzeitung oder der weiträumig verteilte Flyer. Es ist der erste Berührungspunkt zwischen Interessenten und Makler, millionenfach täglich in Deutschland übergeben und doch oftmals lieblos nebenher erstellt: das Exposé.

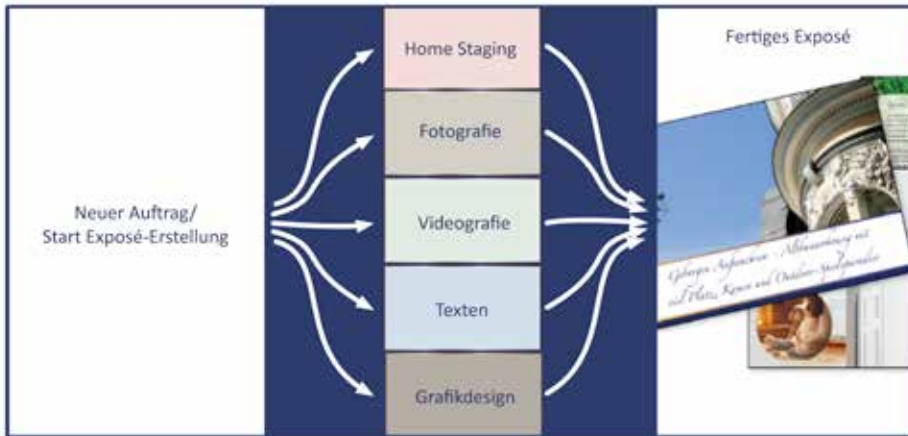
Verwackelte Fotos mit offenen Klodeckeln und schlecht formulierten fünf Sätzen zum Objekt können bis heute in vielen Onlineportalen bestaunt werden. Und das, obwohl es sich hierbei oftmals um den ersten Kontaktpunkt vom Kunden zu dem entsprechenden Immobilienunter-

”

Das Exposé sollte keine zeitlich unkalkulierbare Mehrarbeit bedeuten, sondern die Freude widerspiegeln, mit der der Makler seinen Beruf auch im direkten Kundenkontakt ausübt.“

nehmen handelt. Glücklicherweise herrscht seit einigen Jahren ein Umdenken. Professionelle Fotografien und 360-Grad-Touren sind vieler Orts ein erster Schritt. Und doch ist einer Vielzahl von Immobilienmaklern nicht klar, dass der Klassiker des Maklerhandwerks noch so viel mehr kann.





Eine Vorlage kann bei einer Grafikdesignerin beauftragt werden. Die Fotos werden vom Fotografen erstellt und die Texte bei der spezialisierten Texterin in Auftrag gegeben.

Beim Thema Warmakquise gibt es in vielen Unternehmen Nachholbedarf. Dabei wird die Datenbank tagtäglich mit neuen Kontakten gefüllt, von denen jeder ein potenzieller Verkäufer sein könnte. Neben dem Unwissen über diese Akquiseart kann auch einfach die Ressource Zeit im Tages-

geschäft zu gering sein, um diese Kontakte umfangreich zu pflegen. Suchdaten nachhalten, feinfühlig Telefonate führen, ob es Eigentum gibt – dies alles kostet Zeit und ist daher nicht immer umsetzbar. Doch besonders bei der Akquise ist der persönliche Kontakt so viel wichtiger, als

eine automatisiert verschickte E-Mail. An welcher Stelle kann das Maklerunternehmen nun die Warmakquise einbauen, seine Marke stärken, ohne weitere Zeitfenster mühsam freischaufeln zu müssen? Hierfür gibt es drei Kontaktpunkte, die alle aus demselben Datenpool gefüttert wer-



JETZT DEKRA-SACHVERSTÄNDIGE/R FÜR IMMOBILIENBEWERTUNG WERDEN

8 Schulungstage -
2 relevante Abschlüsse

SPRENGNETTER



HIER
INFORMIEREN!

Oder lassen Sie sich kostenfrei
beraten unter 02641 827-3003

Kooperationspartner von





den: die Immobilienanzeige, das Exposé und die Besichtigung.

Die Immobilienanzeige: Bereits an dieser frühen Stelle kann die eigene Marke gestärkt, unterstrichen und sichtbar gemacht werden. Hier können mögliche Verkäufer angesprochen werden, die es noch nicht einmal bis in die Datenbank geschafft haben. Hochwertige und zielgruppenorientierte Fotos, Videos, Home Staging und Texte im Markenstil lassen das Unternehmen bereits an dieser Stelle aus der Masse herausstechen. Ein grafisch aufgearbeitetes Titelfoto mit Logo sorgt dazu für eine schnelle Wiedererkennung und Auffindbarkeit für die Fans dieser Marke.

Das Exposé: Der Kunde hat es bereits in die Datenbank geschafft. Ab jetzt wird er über automatisierte Prozesse idealerweise schnell versorgt. Der erste Eindruck zählt und sollte nicht von der Angst vor Fake-Anfragen getrübt werden. Das Exposé wird wenige Minuten nach Erhalt der Anfrage versendet.

Doch wie sieht dieses aus? Die Maklersoftware bieten hierzu Standard- bis Individualvorlagen an, die jedoch nur schwer auf jedes Objekt angepasst werden können. Die Erstellung einer eigenen PDFs mittels Grafikprogrammen wie etwa InDesign ist leicht umsetzbar und auch für das Drucken einer hochwertigen Exposé-Broschüre die deutlich bessere Lösung. Hier fließt bereits die Vorarbeit für die Immobilienanzeige mit hinein und kann nun auf die Spitze getrieben werden.

Ein häufiger verteiltes Werbemittel als das Exposé findet man in keinem Maklerunternehmen!

Erstellt wird ein Hochglanzmagazin, auf dessen letzten Seiten auch Platz für einen Imagetext, Angebote zur Verkaufspreiseinwertung oder andere wichtige Werbebotschaften ist. Jede Broschüre wird auf die Zielgruppe angepasst und nur für diese Immobilie erstellt. Und doch sind Sie einheitlich im „Corporate Design“ gestaltet und fördern die Markenbildung des Unternehmens. Eine Vorlage kann bei einer Grafikerin beauftragt werden. Die Fotos werden vom Fotografen erstellt und die

Texte bei der spezialisierten Texterin in Auftrag gegeben. Das Exposé sollte keine zeitlich unkalkulierbare Mehrarbeit bedeuten, sondern die Freude widerspiegeln, mit der der Makler seinen Beruf auch im direkten Kundenkontakt ausübt. Die fertige PDF kann in der Maklersoftware hinterlegt und auf die gleiche, einfache Art und Weise automatisiert versendet werden wie die Standardvorlage der CRM-Software.

Die Besichtigung: Nach dem Notartermin ist die Besichtigung wohl der am meisten Freude bereitende Teil dieses Berufes. Die Immobilie wurde vom Home Staging perfekt vorbereitet, der Makler führt mit etwas Witz und viel Fachwissen durch das Objekt und überreicht die Exposé-Broschüre nochmals in gedruckter Form. Auch wenn die verschickte PDF bereits Eindruck gemacht und sich positiv von den Exposés der Mitbewerber abgehoben hat, sollte nie die Macht eines gedruckten Exemplars unterschätzt werden. Zum einen können hier nochmals Lesezeichen als Werbematerial hineingelegt werden, zum anderen wird ein gedrucktes Exposé deutlich seltener weggeschmissen und kann auch viele Monate oder sogar Jahre später zu einem Verkaufsauftrag führen.

Für den Druck eignen sich im Übrigen oft ortsansässige Druckereien, da diese auch Kleinstauflagen in kurzer Zeit produzieren können. Die genaue Kalibrierung der Drucker ist nach einem Probedruck immer gewährleistet, böse Überraschungen bleiben damit aus.

Und schon konnte der Makler im ganz normalen Tagesgeschäft seine Marke stärken und den Grundstein für eine erfolgreiche Neu-Akquise legen. ■



Die Autorin

Rebecca Schmittmann-Roswora war nach ihrem Architekturstudium vierzehn Jahre aktiv im Maklergeschäft tätig bis sie sich im Bereich Marketing und Texten selbstständig machte. Nun unterstützt Sie mit ihrer Leidenschaft für hochwertige Exposés und individuelle Texte andere Immobilienmakler. www.satz-und-seite.de



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

Jetzt kostenlose
Testversion aktivieren!



onOffice enterprise

Neue Features & Funktionen

Noch effizienter makeln – mit den neuen Funktionen von onOffice enterprise:

- **Faktura:** Mit Faktura lassen sich Rechnungen direkt aus der Software heraus erstellen und verschicken – sogar automatisiert.
- **Web-Exposé:** Erstellen Sie im Handumdrehen Ihr digitales Web-Exposé – modern und in Ihrem Stil.
- **Immofeedback:** Holen Sie sich zeitnah und automatisiert ein Feedback zur Immobilie von Ihren Kunden ein.
- **Kontaktmanagement:** Behalten Sie stets den Überblick über Ihre Geschäftsbeziehungen und deren Netzwerke.

Sie wollen mehr über die neuen Funktionen oder über
onOffice enterprise allgemein erfahren?

Kontaktieren Sie uns unter:

+49 241 44 686-151 | sales@onOffice.de