

IN DIESER AUSGABE

Herbst 2000 • Ausgabe 4/2000

Professionelles _____	2
Nachrichten aus der Branche	
Verkauf _____	4
Aktien und/oder Immobilien?	
Einkauf _____	6
Vertrauensfrage	
Fertighausverkauf _____	8
Mystery shopping	
Hidden Champions _____	10
Software aus der Steckdose	
Networking _____	13
Darf ich jetzt kaufen?	
Softwareportrait _____	17
ST-Haus von Softec	
Marketing _____	18
Feng Shui	
Versicherung _____	20
D&O-Policen	
Marketing II _____	21
Es stört nur noch der Kunde	
Finanzierung _____	27
Absatz-Finanzierung macht Träume wahr	
Freizeit-Immobilien _____	28
¡ Viva España!	
Finanzen _____	30
Discount-Immobilien	
Banken _____	32
Traumjob für Makler?	
Investment _____	34
Senioren-Immobilien	
Telekommunikation _____	38
Online und Offline Nachrichten	
Strategie _____	40
Verkauf nach dem Verkauf	
Pro & Contra _____	42
Per Maus zum Haus?	
Persönlichkeit _____	44
Der Verkäufer als Beziehungsprofi	
Medientipps _____	46
Kolumne _____	48



Werner Berghaus
Herausgeber Immobilien-Profi

WWW, ASP, ISP, B2C und B2B

Es wäre verständlich, wenn mancher das Thema Internet nicht mehr hören will. Zu viel wurde versprochen und zu wenig davon ist bis jetzt eingetreten.

Die Bedeutung des Internets wird aber immer noch falsch oder nicht in vollem Umfang erkannt. Das Internet ist nicht einfach eine neue Kommunikationstechnik, vergleichbar mit dem Telefax in den 80er Jahren, sondern eine völlig neue Plattform, auf der neue Kommunikationsstrukturen entstehen. Denn das Internet vernetzt weltweit alle Computer und demnächst auch die Mobiltelefone. Da jeder an seinem lokalen Netznoten angeschlossen ist, wird universelle, weltweite Kommunikation zum Ortstarif ermöglicht.

Generell geht mit dem Internet auch eine Demokratisierung bzw. höhere Verfügbarkeit von Informationen einher. Recherche-geübte Privatanwender kennen die lokalen Immobilienangebote bald besser als ein Makler ohne Internet-Nutzung. Das wird zur Konsequenz haben, dass der Makler entweder überflüssig wird, oder sich in Richtung auf den Kunden zubegeben muss.

Der Immobilienverkäufer wird zum Zielgruppenbesitzer avancieren. Wer diesen Gedanken weiter verfolgt, wird auf die Frage stoßen, warum Makler nur Gebrauchtimmobilien verkaufen und Hausverkäufer nur Neubau-Immobilien oder Baurägermaßnahmen. Auch Immobilien allein sind wenig geeignet, Kunden langfristig zu binden. Es wird sich in den kommenden Monaten einiges bewegen.

Ein Jahr Internet soll sieben Jahren in der realen Welt entsprechen. Das stimmt so nicht ganz, denn das Web beschleunigt nun auch spürbar die Prozesse außerhalb.

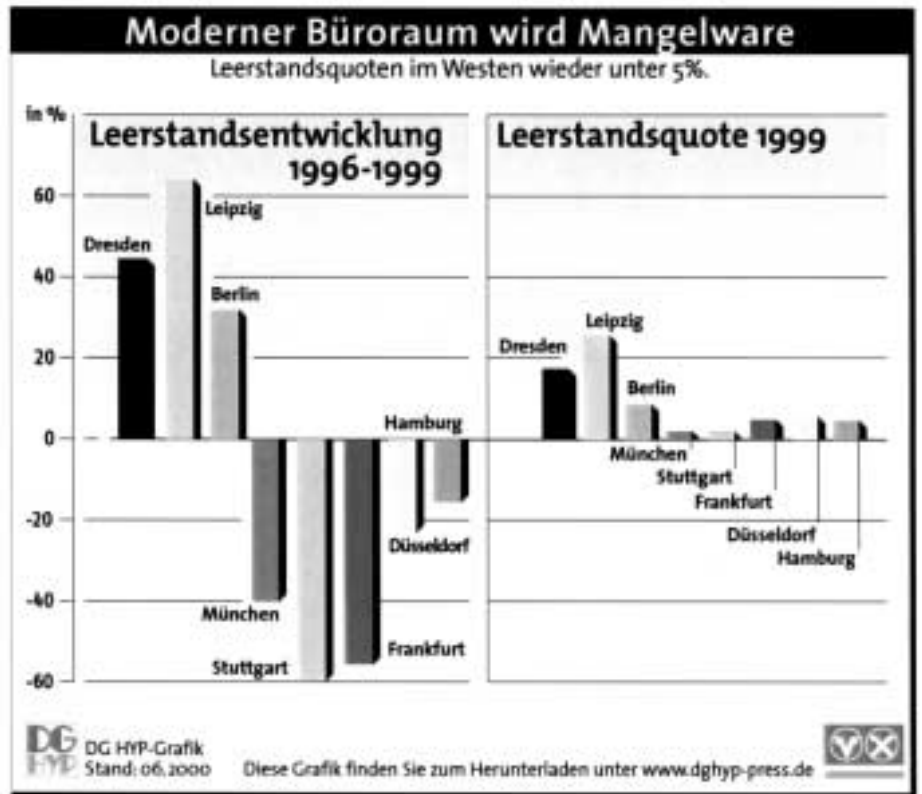
Schauen Sie doch in einem halben Jahr – nach Internet-Zeitrechnung drei Jahre – nochmals in dieses Heft und vergleichen Sie, was sich getan hat.

Werner Berghaus
berghaus@immobilien-profi.de

PS: Dieses Heft hat erstmals 48 Seiten

Büroflächen knapp

In ihrer Untersuchung zum Gewerbe-Immobilienmarkt stellt die deutsche Genossenschafts-Hypothekenbank deutliche Aufwärts-Tendenzen fest. Insbesondere in deutschen Dienstleistungs-Metropolen sind die Leerstandsquoten bei Büro-Immobilien unter die magischen 5 Prozent gesunken. Entsprechend stiegen die Mietpreise im vergangenen Jahr um bis zu 20 Prozent. Gleichzeitig zementiert sich die Zweiteilung des deutschen Marktes: In den neuen Bundesländern konnten weder der Verfall der Mieten noch das Steigen der Leerstandsquoten zum Stillstand gebracht werden. Im Osten ist Besserung nicht in Sicht, dafür wurden Investitionen zu sehr am Bedarf vorbei gelenkt. Zudem stellt sich der Konjunkturaufschwung noch nicht ein.



Große Freiheit

Nach einer aktuellen Umfrage des Forschungsinstituts ICON im Auftrag der LBS wollen 24 Prozent der Bundesbürger jetzt Vorsorgemaßnahmen für die Alterssicherung treffen.

Die regelmäßig hohe Zustimmung für die Wohnimmobilie als Altersvorsorge war für die LBS-Research Grund,

diese „Vorliebe“ zu hinterfragen. Den höchsten Stellenwert erzielte mit 41 Prozent der Wunsch, auch im Alter den Lebensraum selbst gestalten zu können.

Immerhin 35 Prozent gaben an, den Kindern einen „bleibenden Wert“ hinterlassen zu können. Ob dieses Motiv der Altersvorsorge zugerechnet werden kann, ist fraglich, es sei denn, man will sich so die Gunst der Kinder sichern.



Auf Schalke

Das modernste Fußballstadion Europas entsteht mitten in Gelsenkirchen: die Arena „Auf Schalke“.

Dank Schieberasen kann sie sich in wenigen Stunden in ein riesiges Forum für Popkonzerte, Tennisturniere oder Kirchentage verwandeln. Bei der Errichtung des Multifunktions-Baus gehen die Planer ebenfalls neue Wege. Erstmals in Deutschland wird ein Großprojekt über das Internet gesteuert – mit einem System der New Yorker Firma i-scraper.

Das Hauptproblem von Bauvorhaben dieser Größenordnung ist es, alle Beteiligten zu koordinieren. Oft sind Dutzende von Firmen mit Planung, Durchführung und Aufsicht beschäftigt. Über das Internet haben alle Beteiligten – Architekten, Ingenieure, Baufirmen, Zulieferer – Zugriff auf eine zentrale Datenbank, in der alle relevanten Informationen gespeichert sind. Jede Änderung wird sofort an alle Beteiligten mitgeteilt. Einzige Voraussetzung ist ein handelsüblicher PC und ein Internet-Anschluss. Die Software wird dabei nur für die Dauer des Bauprojekts gemietet (siehe auch Seite 10).

Gut finanziert ist halb gebaut

Bauherren können unter www.bauherren-online.de die tatsächlichen Kosten einer finanzierten Immobilie berechnen. Die Karlsruher DATEX GmbH ist der erste Application Service Provider (ASP), der online eine Software für die Finanzierungsberechnung zur Verfügung stellt.

Bankenunabhängig kann der Bauherr verschiedene Konstellationen von Zins und Tilgung durchspielen. Drei Module stehen dem User zur Verfügung: Ermittlung der individuellen Maximalkosten eines Hauses, Kosten des Traumhauses bei Eigennutzung und die monatliche Investition bei Vermietung. Die Berechnungen sind völlig kostenlos und immer auf dem neusten Stand, da Gesetzesänderungen sofort in der Online-Software

berücksichtigt werden. Nicht einmal die Eingabe des Namens und der E-Mail-Adresse ist erforderlich.

Ab monatlich 49,- Mark können Betreiber einer Web-Site wie Banken, Versicherungen oder Immobilienmakler die Berechnungssoftware als Plug-Ins auch in ihren Internet-Auftritt einbinden. Die Installation ist rasch erledigt und das Seitendesign bleibt vollständig erhalten, so dass der Nutzer nicht sieht, dass die Anwendung auf dem DATEX-Server läuft.

2,6 Milliarden investiert

Der Immobilienfonds HAUS-INVEST hat im zurückliegenden Geschäftsjahr insgesamt 2,6 Milliarden DM in neue Fondsimmobilien investiert. Gleichzeitig sind dem Fonds 972 Millionen aus dem Verkauf von Anteilen zugeflossen, womit sich das verwaltete Vermögen auf 9,73 Milliarden Mark

(Vorjahr 8,56 Milliarden) erhöht hat.

Die Zahl der Anleger in diesem von der Commerzbank Grundbesitz verwalteten Fonds erhöhte sich in diesem Zeitraum von 235.000 auf 260.000 Kunden. Das gute Geschäftsergebnis erklärte die Geschäftsführung im Wesentlichen mit den ausländischen Immobilienanlagen. Sie trugen im Vergleich zu den deutschen Immobilien durch spürbar höhere Objektrenditen nachhaltig zur positiven Gesamtpformance bei. Folgerichtig sind von zehn neuen Immobilienprojekten je ein Objekt in Amsterdam, Lissabon (Foto) und London, sowie je zwei in Berlin, Paris und Wien.

HAUS-INVEST festigte mit einer Rendite von 5% seine herausragende Position bei den offenen Immobilienfonds. Seit Auflegung im Jahre 1972 hat der Fond eine Wertentwicklung von 520% erfahren.





Beitrag zum Spezial-Seminar
„Vermietete ETW's“
von Hans J. Gärtner

Aktien und/oder Immobilien?

Nach dem Aktienboom sind die erfolgreichen Spekulanten immer noch ohne Immobilien-Besitz.

Verkaufst Du eigentlich immer noch Immobilien?“, wird die Maklerin von einer Freundin gefragt. „Aber klar!“, antwortet diese und überhört die Ironie in der Frage. „Schließlich bin ich Maklerin...“.

„Aber doch nur an Wohnungssuchende?“, insistiert die Freundin weiter. Doch die Maklerin beharrt darauf, dass auch zahlreiche Anleger unter ihren Kunden seien.

„Die Armen,“ seufzt die Fragerin. „Warum kaufen die denn keine Aktien?“.

Mit dieser Spielszene vom Immobilien-Profi Meeting (April 2000 in Köln) wird die angebliche Schwäche der Immobilie als Kapitalanlage aufgezeigt: gegenüber der Wertentwicklung der Aktien in jüngster Zeit wirkt die Immobilie als Anlage flügelarm. Aus Sicht potenzieller Investoren leidet die Immobilie unter folgenden Nachteilen:

- ◆ sie kann nicht täglich verkauft werden
- ◆ der scheinbar geringe Wertzuwachs
- ◆ geringe Rendite
- ◆ die Abhängigkeit vom „Wohlwollen der Mieter“
- ◆ und letztlich: Aktien rufen nicht nachts an, wenn die Heizung ausgefallen ist.

Die Renditen

Dies trifft aber meist nicht zu. Doch seit die Börse als Stammtischthema mit Formel 1 und Fußball gleichgezogen hat, findet dies auch in der Tages- und Wochen-Presse Niederschlag, was den nüchternen Blick auf die Realitäten vielfach trübt.

Vorteile der Immobilien

- ◆ Aktien können zwar börsentäglich den Besitzer wechseln, doch dann muss der Verkäufer auch den aktuellen Preis akzeptieren. Wer „um jeden Preis“ verkaufen will, schafft das bei Immobilien ebenso in einer angemessenen Zeit.
- ◆ Bei Wertzuwachs und Rendite werden Äpfel mit Birnen verglichen. Die meisten vergleichen die Mietrendite der Immobilie auf Basis des Kaufpreises mit der Wertentwicklung beliebiger Aktien. Das ist doppelt falsch: Zunächst darf die Mietrendite, also der Gewinn, den die Investition regelmäßig bringt, nur mit der Dividende der Aktie verglichen werden. Hier schneidet die Immobilie meist schon deutlich besser ab.

Der zweite Denkfehler ist, den Gesamtkaufpreis zur Berechnung der Rendite zu Grunde zu legen. Hier darf aber nur das investierte Eigenkapital bewertet werden. Da dies aber meist nur bei 20% liegt, verbessert sich die effektive Mietrendite erheblich.

Wertentwicklung

- ◆ Bei der Wertentwicklung schneidet dafür die Aktie scheinbar besser ab. Doch hierfür geht der Anleger mit versteuertem Einkommen auch volles Risiko ein.
- ◆ Der entscheidende Unterschied liegt aber in der Definition der Aktie als Kapitalanlage und der Immobilie als Investition. Eine Anlage parkt das Vermögen mit der Absicht, eine möglichst gute Rendite zu erwirtschaften. Eine Investition dagegen plant den

Gewinn erst zu einem späteren Zeitpunkt. Demzufolge ist die Aktie eher mit dem Sparbuch, denn mit der Immobilie vergleichbar.

Fakt ist aber, dass in der Boomzeit der Aktien viele Amateurspekulanten zu Geld gekommen sind und dieses Vermögen nach neuen Investitionen sucht.

Makler, die jetzt hellwach sind, können aus diesen Aktionären Immobilienbesitzer machen. Denn wer mittels Aktienbesitz über Ersparnisse verfügt und diese als Eigenkapital einsetzt, bekommt die Immobilie geschenkt, denn den Rest vom Kaufpreis teilen sich Finanzamt und der Mieter.

So jedenfalls muss die Botschaft lauten, die die potenziellen Anleger nun erreichen soll.

Wie kommt man an die Kapitalanleger?

Makler sind in der beneidenswerten Position, dass potenzielle Kunden sich telefonisch melden. Damit erspart man sich zunächst die harte Kaltakquise, um neue Kontakte zu schließen. Trotzdem meldet sich kaum jemand aus eigenem Antrieb und „bestellt“ eine geeignete Immobilie zwecks Kapitalanlage beim Makler. Das eingangs genannte Beispiel ist deshalb so gewählt, weil dem Makler das Image anhaftet, Immobilien nur an Selbstbezieher zu vermitteln. Grundsätzlich sollte die Frage, „Suchen Sie eine Immobilie zum Vermieten oder zum selber einziehen?“, deshalb jedem gestellt werden, der die Telefonnummer des Maklers gewählt hat. Kapitalanleger

fallen damit immer noch nicht vom Himmel, aber die Früchte, die es zu ernten gilt, sind zur Zeit überreif. Dazu müssen die potenziellen Anleger aber in diese Richtung geführt werden.

Nicht zu vergessen ist, dass bei jeder Immobilientransaktion Gelder frei werden, die entweder in eine oder in mehrere Immobilien investiert werden können. Weiteres Potenzial finden Sie, wenn Sie Ihre Kundenkartei durcharbeiten und diejenigen anrufen, die vor mehreren Jahren bei Ihnen gekauft haben und mittlerweile eine weitere Immobilie erwerben möchten. Der Vollständigkeit halber sollte auch noch erwähnt werden, dass zur Zeit mehr Immobilien vererbt werden als jemals zuvor. Viele davon werden die Erben zu Geld machen wollen und sich fragen, wo dieses Geld sicher und profitabel re-investiert werden kann.

Zurück zur Spielszene vom Immobilien-Profi Meeting

„Wie hoch ist denn dein Gesamtgewinn inzwischen?“, fragt die Maklerin ihre Freundin, die daraufhin stolz einen Betrag von 50.000 DM benennt. Dann wird der Köder ausgeworfen: „Wie wäre es denn, diesen Gewinn nun zu verzehnfachen?“. Wie das gehen soll, will die Freundin wissen. Das ginge mit Immobilien, meint die Maklerin, bemerkt aber gleichzeitig, dass dies der Spekulant wohl zu langweilig sei.

Mit der letzten Bemerkung nimmt sie der Kundin „die Immobilie“ erst einmal weg, was sofortige Begierde zur Folge hat. Die Freundin möchte weitere Details erfahren und bekommt die Information, dass 50.000 bereits ein ausreichendes Eigenkapital für eine vermietete Wohnung sein kann.

„... und dafür gehört mir dann ein kleines Stück von einer Wohnung?“

„Die Wohnung gehört ausschließlich Dir“, korrigiert die Maklerin.

„Aber ich zahle 30 Jahre an die Bank...“

„Deine Wohnung wird von drei Partnern finanziert“, klärt die Maklerin auf und benennt den neuen (oder schon vorhandenen) Mieter und das Finanzamt als zukünftige Sponsoren.

Wie eine vermietete Eigentumswohnung als Kapitalanlage funktioniert, braucht an dieser Stelle nicht nochmals erläutert zu werden (siehe auch IP 9 und 10). Uns interessiert hier die verkäuferische Vorgehensweise.

Selbstverständlich kann auch die Maklerin nicht wissen, ob 50.000 DM mittels einer Immobilie verzehnfacht werden können. Die Aussicht ist aber günstig, wenn wir davon ausgehen, die Freundin würde eine Wohnung für 250.000 DM erwerben, hätte durchschnittlich keine laufenden Kosten mehr zu tragen und diese Wohnung würde sich in 30 Jahren nur einmal im Wert verdoppeln (dies wären nur 2% durchschnittliche Wertsteigerung).

Vermutlich wird das Ergebnis viel besser aussehen. Wenn die Wertsteigerung der Immobilie bei etwa 4,5% liegt, wird sich der ursprüngliche Kaufpreis bereits vervierfachen. Zudem wird die „Dividende“ der Wohnung kontinuierlich steigen. Irgendwann nämlich beträgt der monatliche Überschuss aus Mieteinnahmen 500, 1000 oder 2000 DM. Dies entspricht dann aber bereits 12%, 24% oder sogar 48% jährliche Rendite, bezogen auf das eingesetzte Eigenkapital von 50.000 DM.

Hier liegen die wesentlichen Unterschiede zur Aktie. Wer Genuss (=Gewinn) sofort haben möchte, der bleibt besser bei der Börse, trägt dann aber auch das volle Risiko. Wer langfristig plant und nicht jede Woche auf ein anderes Pferd setzen will, der ist mit der Immobilie besser bedient. Hier gilt, dass man mindestens zehn Jahre bei dieser Investition bleiben sollte. Die geänderten „Spekulations-Fristen“ bei Immobilienverkäufen helfen sogar, Anleger vor unüberlegten Verkäufen zu schützen.

Wie verkauft man dieses Investment?

Die Spielszene vom Meeting2000 zeigt, dass man erst einmal mit Menschen ins Gespräch kommen muss, die dann später zu Anlegern werden. Irgendwann, wenn auch die Finanzierungsdaten bekannt sind, kann der Profi Vorschläge unterbreiten. Dazu muss aber auch ein entsprechender Gestaltungsspielraum genutzt werden. Niemand wird verlangen, dass alle Vorschläge genau der Formel „50.000 Eigenkapital, Null Zusatz-Kosten“ folgen müssen. Warum sollten sich die Anleger nicht für zusätzliches Sparen gewinnen lassen? Wer vorher monatlich 300 oder 500 DM aus versteuertem Einkommen in einen Aktienfonds transferiert hat, kann dieses Geld (vor oder nach Steuern) ebenso auch in die Immobilie fließen lassen.


Der Gedanke, aus der Börsen-Beute sicheres Vermögen zu bilden, muss erst einmal gesät werden, dann erst folgen Analyse, Angebot und Verhandlung.

Vertrauen ist die Basis dieser Partnerschaft. Wer ohne Vorbereitung die erste Immobilie aus der Kartei präsentiert und sofort den Abschluss ansteuert, reduziert sich selber zum Immobilienhändler, den die wirtschaftlichen Interessen seiner Kunden nicht weiter tangieren.

Zum Schluss noch eins: Machen Sie nicht die Aktie zu Gunsten der Immobilie schlecht. Die Börse hat viele Menschen erst einmal in den Besitz von nennenswertem Eigenkapital gebracht. Während bei den Aktien die Gewinnchancen höher sind, steigt aber auch das Risiko entsprechend mit. Bei Immobilien läuft dies gemächlicher ab, aber dafür ist das Geld sicher untergebracht. Ferner hat der Anleger bei der Immobilie mehr persönliche Gestaltungsfreiheit und kann mehr Einfluss auf seine Kapitalanlage nehmen.

Vergleicht man beide Investments, dann wird sich mancher die Frage stellen: warum nicht beides kombinieren?

Damit ist es dann nicht einmal erforderlich, ob ihre Käufer sich vom liebgekauften Aktiendepot trennen müssen. Immer häufiger werden diese Depots zur Tilgung eingesetzt. Die ursprüngliche Formel, dass das Eigenkapital die monatlichen Kosten der Immobilie trägt, funktioniert dann zwar nicht mehr, aber dies war ja auch nur der Gesprächseinstieg.

Es führen halt viele Wege zum Immobilien-Eigentum. 

in medias res

Zur Unterstützung Ihres Marketing bieten wir in Kürze die zweite Ausgabe des Interessenten-Magazins IMPULS mit dem Thema: „Aktien oder Immobilien“ an. Abonnenten können dies ebenfalls im Internet laden.

Seminartermin:
„Vermietete ETWs“ mit Hans J. Gärtner am 17.11.2000 in Düsseldorf. Info: 0711-613059

Vertrauensfrage

Beim Einkauf dreht sich scheinbar alles um den Preis.

Dem privaten Verkäufer ist es im Grunde egal, wer seine Immobilie kauft, ebenso wie es keine Rolle spielt, wer den Verkauf übernimmt. Ferner ist auch die Höhe der Vermittlungsprovision für ihn kein Thema – wenn nur der erzielte Netto-Verkaufspreis stimmt.

Auch die Frage, ob ein Allein- oder ein Auftragsauftrag vergeben wird, wurmt den Privatverkäufer nur in Hinblick auf die Frage: Wann gibt es mehr Geld?

Wenn im Fernsehen von vermeintlich unseriösen Maklern berichtet wird, die Veräußerern Schaden zugefügt haben, ging es um den Preis. Wer tiefer schürft, findet auch heraus, dass diese Verkäufer anfangs selber die Absicht hegten, einen Dummen zu finden, der bereit ist, einen überhöhten Kaufpreis zu bezahlen. Wer anderen eine Grube gräbt ...

Störmanöver

Die größte Hürde im Einkauf ist der erzielbare Verkaufspreis. Auch sämtliche Störmanöver auftragsgieriger Makler-Kollegen tangieren das Thema Preis.

Der Profi dagegen klammert den Preis weitgehend bei der Einkaufsverhandlung aus, spricht das Thema nur indirekt am Beginn seines Gesprächs an und kommt erst am Ende der Verhandlung auf diesen wichtigen Punkt zurück. Erfolgreiche Einkäufer folgen der Gärtner-Strategie, andere Makler dagegen haben zum Verkaufspreis ein ambivalentes Verhältnis. Die einen fürchten die Frage nach dem Verkaufspreis und nehmen hinter unverbindlichen Schätzungen oder komplizierten Bewertungen Deckung. Die anderen machen sich die Sache leichter und „überbieten“ einfach die Verkaufsvorstellungen des Eigentümers nebst aller Kollegeneinschätzungen. Ein professionelles Fragesystem hat Hans J. Gärtner in seiner „Gärtner-Strategie“ entwickelt (siehe Kasten, Seite 7).

Die professionelle Vorgehensweise nutzt das heiße Thema Verkaufspreis anfangs

nur mit der Absicht, die „Flexibilität“ der Veräußerer anzutesten, um anschließend zu entscheiden, ob und wie man in das Akquisegespräch einsteigt.*

Bis dann der Verkaufspreis wieder ins Zentrum der Verhandlung tritt, sind einige Schritte notwendig, die in den zurückliegenden Heften beschrieben wurden. Ein wesentliches Etappenziel, ist es, zu überzeugen, dass die Veräußerer einen Makler brauchen und dass dieser Makler anwesend ist.

Anschließend werden die Rahmenbedingungen desmittlungsauftrags,



Die Einkaufsstrategie der Verzweifelten, oder: Für eine Handvoll Dollar.

Alleinauftrag und Erfolgsprovision festgezurret, dann erst kommt der Preis an die Reihe.

„Haben Sie Vertrauen zu mir?“, fragt Martin Jäger im Film „Einkauf JETZT! Die Gärtner-Strategie“. So lässt er sich von den Veräußerern quittieren, dass nirgends offene Fragen, verborgene

*Die Ampelfrage: siehe Immobilien-Profi 12, S. 4

Widerstände, Aversionen oder Zweifel nisten. Jedes „Nein“ der ehemaligen Privatverkäufer muss eine Rückfrage nach den tatsächlichen Hinderungsgründen auslösen.

Das letzte Tabu

So bleibt sich die Gärtner-Strategie auch in der Schlussphase treu. Wenn nicht sichergestellt ist, dass die Veräußerer dem Makler das notwendige Vertrauen entgegenbringen und dies auch deutlich ausdrücken, bleibt das Reizthema Preis tabu.

Jede andere Vorgehensweise oder ein übereiltes Vorpreschen zur Absprache des Verkaufspreises würde das bis dahin Aufgebaute riskieren. Denn wenn der marktfähige Preis zur Enttäuschung der Eigentümer 30.000 oder 50.000 DM unter dem erhofften Preis bleibt, stellt sich schnell die Überlegung ein, dass man es zu diesem Verkaufspreis auch noch selber versuchen könne.

Der Profi ist in dieser Strategie nie derjenige, der „mehr rausholt“ als der Private. Alle Äußerungen, die darauf abzielen, etwa „wir sichern Ihnen zu, dass wir Ihr Haus zum bestmöglichen Preis verkaufen werden“, können bei seriöser Vorgehensweise keinen Bestand haben, denn der Makler ist schließlich Diener zweier Herren und nicht der Agent der Verkäuferseite. (Bei einseitiger Courtagzahlung durch den Käufer ergäbe sich zudem eine Situation, dass die eine Partei die Vermittlungsleistung des Maklers nutzt und die andere Partei für die Kosten aufkommt.)

In der Filmszene fragt Jäger: „Haben Sie Vertrauen zu mir?“. Ihm gelingt das motorische Kunststück, gleichzeitig zu fragen und bestätigend mit dem Kopf zu nicken. Nach kurzer Zeit erfährt er ein zunächst zögerndes, dann entschiedenes JA seiner Gesprächspartner.

„Dann“, setzt Jäger nach, „verkaufen wir Ihr Haus für 480.000 Mark.“

Sofort folgt Widerspruch. Man hätte doch für 550.000 angeboten und ein Makler könne es doch für 550.000 „erst einmal probieren“.

„Ich hatte Sie extra gefragt, wie flexibel Sie sind“, antwortet Profi Jäger.

„Ja schon, aber wir konnten doch nicht ahnen, dass Sie sogar noch unter's Limit gehen.“ Spätestens nach der dritten Einkaufsverhandlung mit der Gärtner-Strategie

Ein besonderes Ärgernis im Markt ist das „Überbieten“ von vorhandenen Vorgaben nur mit dem Ziel, über diese Verlockung den Auftrag zu erhalten. Mit ziemlicher Sicherheit wird dann über kurz oder lang entweder der Eigentümer oder der eventuelle Käufer geschädigt. „Wer als Makler wissenschaftlich einen überhöhten Kaufpreis akzeptiert, ist auf dem besten Wege zum Betrug!“, sagt deshalb Verkaufstrainer Hans J. Gärtner, Stuttgart. Denn entweder suchen dann Makler und Eigentümer gemeinsam ein Opfer oder aber der Veräußerer wird anschließend mit unseriösen Methoden „überzeugt“, dass der Preis korrigiert werden muss.

In beiden Fällen missbraucht der Makler eine Vertrauensstellung bzw. macht sich zum Agenten einer Seite.

Für seriöse Profis bedeutet dies zudem, dass man zwar seriös vorgeht, aber keinen Auftrag erhält, weil „Kollegen“ die Unkenntnis der Veräußerer ausnutzen. Hierzu liefert Hans J. Gärtner eine Vorgehensweise, die diesen Angeboten schnell den Boden entzieht. Erstmals veröffentlicht wurde dies im Video „Erfolgsgeheimnis des Immobilien-Einkaufs“ DM 195,- Best.Nr. 100185.

Abonnenten erhalten diese Info auch im Internet unter: www.immobilieng-profi.de/profi/abo/vk-preis.htm (Kennwort erforderlich!)

tegie sollte der Makler auf diese Einwände vorbereitet sein. So bleibt auch Jäger gelassen und stellt fest: „Für 550.000 ist Ihr Haus nicht zu verkaufen, das wissen Sie, sonst hätten Sie ja schon verkauft.“

„Aber wir(!) können es doch wenigstens mit 550.000 probieren...“, versuchen es die Eigentümer nochmals.

Hier ist der Vergleich zu einer vorangegangenen Filmszene interessant, in der der Makler ohne die strategische Vorbereitung über Ampelfrage und Frageschema den marktgerechten Preis „rausgelassen“ hatte. Dort war das Gespräch mit dem Hinweis „dafür brauchen wir doch keinen Makler, ‘runter gehen können wir auch selber“ schnell beendet.

Nun sieht die Verhandlungssituation aus Sicht des Maklers schon fairer aus, denn die Veräußerer haben erkannt, dass ohne

den Profi nichts geht. Deshalb versucht man nun mit dem Makler einen anderen Preis auszuhandeln oder ihn zumindest zum gemeinsamen(!) „Probieren“ zu überreden.

Doch Jäger klärt mittels Fragetechnik auf, dass es sich fatal auswirken kann, wenn ein einmal festgelegter Preis erst Zug um Zug auf die realen Marktverhältnissen sinkt (und dort meistens nicht mehr zu halten ist).

Vor einer Stunde hätte man ihm nicht einmal zugehört und diese Erklärung als Entschuldigung für die Unfähigkeit gewertet, keinen leichtgläubigen Käufer aufzutreiben zu können. Nun folgt man Jägers Darstellung und erkennt, dass diese Verhandlungspreise das Vermögen gefährden.

Happy End

Der nächste Einwand ist dann schon schwächer und weist gleichzeitig den Weg zu einem Abschluss. Was denn sei, wenn man in späteren Verhandlungen gezwungen würde, den Preis zu korrigieren, dazu sei man dann nicht mehr bereit.

Jäger hätte jetzt antworten können, dass Preisverhandlungen für ihn sowieso nicht in Frage kommen. Er verzichtet aber darauf und nimmt diesen Einwand dankbar an.

Er schlägt vor, den Preis um 10.000 DM nach oben zu korrigieren, um im Falle einer späteren Rabattverhandlung anbieten zu können, den Anstrich der Fassade zu finanzieren. Damit findet diese Geschichte schließlich ihr „Happy End“.

in medias res

Wie jetzt veröffentlicht, verurteilte der Bundesgerichtshof (BGH) einen Makler zu Schadenersatz, weil er den Preis für ein Einfamilienhaus zu hoch angesetzt hatte. Auch seine Beteuerungen, die Auftraggeberin habe ihm die Angebotspreise vorgegeben, halfen ihm nicht weiter. Die Richter: Diese Behauptung sei beweispflichtig. Er habe objektiv pflichtwidrig und damit schuldhaft gehandelt.

„Wann bekommen Sie die Immobilien, die Sie brauchen?“

Einkauf 2000



Hans J. Gärtner

Die Professionelle Akquisition von Vermittlungsaufträgen wird seit Jahren mit dem Namen Hans J. Gärtner verbunden. Erleben Sie die „Gärtner-Strategie“ im Doppelpack.

„Einkauf - JETZT“, das 45-minütige Spezialtraining, schildert alle Stufen der erfolgreichen Akquise vom ersten telefonischen Kontakt bis zum erfolgreichen Abschluss. In „Erfolgsgeheimnis des Immobilien-Einkaufs“ erleben Sie Hans J. Gärtner „live“.

Auf 90 spannenden Minuten stellt Gärtner das Herzstück seiner Strategie vor: die „Ampelfrage“ und das mehrstufige Fragesystem.

Erleben Sie, wie professionelle Akquise jenseits von Sprüchen, Behauptungen und aufwendig gelernten Argumenten funktioniert.

Lassen Sie sich überraschen, welche Sicherheit Ihnen diese Vorgehensweise in allen Phasen der Verhandlung verleiht.

Hans J. Gärtner: „Einkauf 2000“ (2 VHS-Cassetten, ca. 135 Min.) nur DM 300,- zzgl. MwSt.

in media

Verlag & AV-Produktion
Venloer Str. 13 -15 · 50672 Köln
Tel. 0221 / 95228-62
Fax: 0221 / 95228-63



Beitrag zum Hausvertriebs-Seminar
von Frank H. Gärtner

Kaffee und Kekse

Eine häufig vernachlässigte Tätigkeit ambitionierter Verkäufer ist die Wettbewerbs-Kontrolle.

Gemeint ist hier nicht eine spezielle Vorgehensweise im Verkauf, sondern ein Terrain, auf dem sich nur wenige Verkäufer bewegen: Ich meine die professionelle Beobachtung und Kontrolle des Mitbewerbers. Viele Kollegen mögen jetzt denken, was gehen mich die Probleme anderer an, wir haben genug eigene Schwierigkeiten in unserem Musterhaus. Trotzdem kann man wohl kaum mehr lernen, als wenn man sich die Wettbewerber einmal gründlich und vor allen Dingen objektiv unter die Lupe nimmt.

Die akribische Marktanalyse ist eine der „Königsdisziplinen“ für ambitionierte Vertriebs-Profis. Warum geben denn große Konzerne Millionen aus, um ihre Mitbewerber stets im Auge zu behalten? Das Ziel ist klar: Immer wissen, was die „anderen“ machen, an welchen neuen Produkten gearbeitet wird, wie der Markt jetzt und in Zukunft bearbeitet werden soll, wo fremde Sonderangebote drohen.

Es erfordert eine Menge Arbeit und viel Geld, um diese Informationen zu sammeln.

Mindestens so wichtig ist hier aber auch die Beobachtung der Verkäufertätigkeiten, und dies ist Aufgabe der Verkäufer und der Verkaufsleiter. An diese Informationen kommen Profis sehr einfach, denn zum nächsten Wettbewerber ist es meistens nicht weit. Wer den Weg nicht kennt, braucht schließlich nur den nächsten Kunden zu befragen, der andere Angebote zitiert. „Lieber Verkäufer – wir haben Angebote von Mitbewerbern, die alle viel besser und billiger sind als Ihre!“

Warum nicht einmal eine unkonventionelle Vorgehensweise: Besuchen Sie

doch Ihren unmittelbaren Wettbewerber, bzw. gehen Sie mit einer Einladung in Vorleistung. Was kann denn passieren? Schließlich macht der Umstand, dass beide um die gleichen Kunden wetteifern, aus den anderen keine schlechten Menschen.

Der Blick über den Zaun

Automatisch werden Sie alles, was Ihnen an neuen Eindrücken begegnet, mit



Genuss pur: die Kaffeepause im Musterhaus

dem vergleichen, was sich in Ihrem Musterhaus abspielt. Doch Vorsicht! Bemühen Sie sich um eine objektive Bewertung. Fragen Sie sich nicht: In welchen Punkten sind wir besser? Das versperrt den Blick für interessante Details. Fragen Sie sich besser: Was machen die anderen anders und warum?

Wenn Sie letztendlich zu dem Ergebnis kommen, dass die meisten Abläufe bei

Ihnen besser abgestimmt sind – umso besser.

Mehr erfahren Sie natürlich, wenn Sie Freunde und Bekannte bitten, als vermeintliche Interessenten ein Musterhaus zu besuchen. Entwickeln Sie vorab einen Fragebogen, in dem Sie die Kriterien auflisten, auf die Ihre „Spione“ achten sollen.

Tchibo oder Eduscho?

Die Entscheidung, wo sich ein zweites Frühstück oder eine Zigaretten-Pause mit einer Tasse duftenden Kaffee verbinden lässt, hat für Außendienstler hohe Bedeutung. So trifft man Verkäufer zu allen Zeiten in den Stehcafés. Doch für Hausverkäufer bieten sich die zahlreichen Musterhäuser als zusätzliche Alternative an.

Verlegen Sie Ihre Pausen oder die freie Zeit zwischen den Terminen doch einfach in andere Musterhäuser. Natürlich gilt dies nicht für das Musterhauszentrum, in dem Sie täglich arbeiten. Da gibt es zwar sicher ein Tässchen Kaffee zu trinken, aber „heiße“ Informationen werden Sie dort nicht erhalten.

Betrachten wir nur einmal den Großraum Berlin. Hier befinden sich unzählige Musterhäuser und Wohnanlagen. Ein Paradies für informationshungrige Verkäufer, die wissen wollen, in welche Richtung die Züge fahren.

„Mystery shopping“

Zwei Worte, die nicht mehr bedeuten, als unerkannt an Hintergründe zu kommen, die unter normalen Umständen nicht zu erfahren sind. Setzen Sie die Zeit zwischen den Terminen ein, um Ihren Kollegen auf den Zahn zu fühlen. Noch effektiver ist die Variante „Ehepaar auf der Suche“. Gönnen Sie sich und Ihrem Partner doch mal ein schönes Wochenende zu zweit und Ihrem Steuerberater oder Buchhalter ein wenig Reisekosten.

Stuttgart, München, Köln oder Berlin bieten allein schon Sehenswürdigkeiten

genug. Noch anregender wird dies, wenn Privates und Geschäftliches verbunden werden kann.

In der Stadt warten die touristischen Highlights auf Sie, am Stadtrand liegen die Musterhauszentren, in denen Sie als „interessiertes Käuferpaar“ auftreten können. Endlich findet sich einmal die Gelegenheit, die „andere Seite der Theke“ kennenzulernen. Jetzt können Sie Fragen stellen, die die Kollegen „brav“ beantworten müssen.

In der ersten Reihe

Jetzt sitzen Sie gebührenfrei in der ersten Reihe. Machen Sie sich Notizen, wann immer sich eine Gelegenheit bietet. Starten Sie damit schon vor dem Musterhaus – was fällt Ihnen positiv oder negativ auf?

Vielleicht bemerken Sie nun störende Details, die Ihnen „zu Hause“ in Ihrem Musterhaus nicht aufgefallen wären. Ist das Musterhaus verqualmt oder ungepflegt? Wie ist die Begrüßung durch das Verkaufspersonal? Wie ist die Führung allgemein? Welche Dinge werden dabei

gefragt? Werden Sie überhaupt gefragt oder nur durch die Räume geschickt? Wie gehen diese Leute mit Ihnen um? Manchmal erkennt man sich selbst wieder. Fehler Ihrerseits können für die Zukunft abgestellt werden!

Aber nun in die Vollen! Testen Sie Ihre Macht als „Käufer“, frei nach der Devise „Tun Sie mal, geben Sie mal, rechnen Sie doch mal aus!“

Angebote sollten Sie sich in allen denkbaren Preisvarianten erstellen lassen. Wie weit kann der Preis jetzt schon gedrückt werden? Sie wissen doch, welcher Satz den Kollegen gefügig macht: „Wir haben Angebote von Mitbewerbern...“


Verhalten Sie sich wie echte Kaufinteressenten. Nehmen Sie so viele Unterlagen mit, wie Sie tragen können. Schließlich konnten Sie sich mit Kaffee und Keksen stärken.

Die Auswertung der gesammelten Werke dient später zur Schulung für das gesamte Team. Mehr und mehr verliert dann der Satz: „Wir haben Angebote von anderen...“ seinen Schrecken.

Sie haben jetzt das Wissen, um ein Mitbewerberangebot gezielt „auseinander zu nehmen“!

Immer öfter erwischen Sie sich dann dabei, dass Sie gelassen entgegen können: „Lieber Interessent, es geht doch um Ihr Vermögen, warum schauen wir uns die Angebote nicht gemeinsam an?“ Natürlich kann es Ihnen auch passieren, dass Sie auf einen gut geschulten Kollegen stoßen, der Ihr „Mystery Shopping“ in wenigen Sekunden entlarvt. Vielleicht haben Sie auch noch Glück und dieser Kollege hat augenblicklich nichts besseres zu tun, nutzt Sie zum Üben und demonstriert an Ihnen seine Kunst als Hausverkäufer. Sie können also immer nur gewinnen.

Andererseits werden auch Kollegen bei Ihnen aufkreuzen. Vielleicht wird das Erscheinen dieser Zeitschrift die Besucherfrequenz in allen Musterhäusern auf merkwürdige Weise anheben. Trotzdem gilt: Jeder Besucher ist ein potenzieller Käufer – bis man Sie vom Gegenteil überzeugt.

Behandeln Sie Ihre Interessenten auch so! 

Die eigene Kundenzeitung

Das bewährte Konzept zur intelligenteren Kundenbindung

Eine Kundenzeitung sorgt für...

- Kundenakquirierung
- Kundenbindung
- Vertrauensbildung
- Transparenz
- Präsenz
- Imagepflege
- Abschlußvorbereitung
- Umsatzsteigerung



Grabener Verlag
Niemannsweg 8
24105 Kiel
Tel. 04 31-560 1560
Fax: 04 31-560 1580

e-Mail: info@grabener-verlag.de
Internet: www.grabener-verlag.de



Ihr Ansprechpartner:
Henning J. Grabener

„Rufen Sie mich an – und ich schicke Ihnen umfangreiches Infomaterial!“

Und wenn Sie uns im Internet besuchen, erfahren Sie vorab schon interessante Details zum Thema Kundenzeitung...

Gewußt wie...

Die wesentlichen Bestandteile Ihrer Kundenzeitung sind fix und fertig. Jede Ausgabe ist professionell, aktuell, interessant und termingerecht. Mit Ihren Vorgaben passen wir die Zeitung genau an Ihr Unternehmen an.

Diese Kundenzeitung wurde von einer Wirtschaftsredaktion gemacht!

An dieser prägnanten Stelle wurde der eigene Text des Auftraggebers mit Bild platziert.

Alle übrigen Bestandteile der Zeitung: Artikel, Bilder, Infografiken sind vorgefertigt – ebenso die Innenseiten.



Dies ist der individuelle Zeitungskopf, gestaltet nach den Vorgaben des Auftraggebers. Dort könnte auch Ihrer eingebaut werden!

Auf Seite 4 wurden eigene Texte, Bilder und eine Anzeige in die Vorgabe eingebaut.

Software aus der Steckdose

Application Service Providing (ASP) – nun endlich auch für die Wohnungswirtschaft

Bei den sich rasant verändernden Marktbedingungen ist es für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen entscheidend, relevante Informationen über ihre kaufmännischen und logistischen Geschäftsprozesse zeitnah und mit hoher Qualität verfügbar zu haben. Nur durch den Einsatz leistungsfähiger Softwarelösungen können die Unternehmen die wachsenden und immer schneller wechselnden Anforderungen kurzfristig und bedarfsgerecht erfüllen. Dies trifft nicht zuletzt auch die Wohnungswirtschaft.

Zwischen dem Wunsch, Einsparungs- und Verbesserungspotenziale zu nutzen, und der Wirklichkeit, dies auch im wirtschaftlich vertretbaren Rahmen zu können, klappte in der Vergangenheit oft ein weiter, kaum zu überwindender Graben. Dies um so mehr, je kleiner das betroffene Unternehmen war. Insbesondere der Mittelstand, dem man auch Wohnungsunternehmen mit weniger als 5000 Mieteinheiten zuordnen darf, scheiterte mit seinem Wunsch, leistungsfähige IT-Systeme einsetzen zu können, an den vorgefundenen Rahmenbedingungen. Kurz: Beim autonomen Systembetrieb, bei dem Hardware und Software im Unternehmen installiert sind und dort auch mit eigenen personellen Kräften gepflegt werden müssen, entstehen hohe Aufwendungen. Als hauptsächliche Nachteile solcher Lösungen wären zu nennen:

- ◆ hohe Investitionen für Servertechnik und Softwarelizenzen
- ◆ hohe Aufwendungen an Zeit und Personal im Einführungsprojekt, Doppelbelastung der Mitarbeiter
- ◆ Beeinträchtigung des Tagesgeschäfts
- ◆ hohe Betriebskosten durch firmeneigenes EDV-Fachpersonal
- ◆ Wartungs- und Pflegeverträge für die Software sowie Reparaturleistungen für Hardwarekomponenten
- ◆ Folgeinvestitionen bei Hardwareerweiterungen

- ◆ Einkauf zusätzlicher Dienstleistung für die Softwarepflege.

Die Beseitigung dieser Diskrepanz hat sich die sydios it-solutions gmbh auf die Fahnen geschrieben. Als branchenorientierter IT-Lösungsanbieter hat sydios Alternativen konzipiert, bei denen erstmals Application Hosting und Application Service Providing (ASP) zur Anwendung gelangen. Die Alternative heißt nun „Mieten statt Kaufen“. Das bedeutet die Nutzung eines immobilienwirtschaftlichen, auf SAP-R/3 basierten Informationssystems „aus der Steckdose“ zum monatlichen Festpreis.

ASP sorgt in der EDV-Branche seit einiger Zeit für Furore. Dahinter steht die Vision, Software nicht mehr kaufen zu müssen, sondern statt dessen nach Bedarf aus dem Internet oder anderen Netzen zu beziehen. Für den Anwender bedeutet dies, stets die aktuelle Software nutzen zu können, ohne sich Gedanken über den Kauf der Hard- und Softwarekomponenten, deren Pflege und Sicherung der Daten machen zu müssen. Ein externer Dienstleister stellt dazu Rechnersysteme, Software und ergänzende Dienstleistungen zu Verfügung. Die Nutzer schalten sich nach Bedarf via Internet oder Datenleitung (zum Ortstarif) ein. Statt lokal auf Software zuzugreifen, die auf eigenen Servern oder PC's vorgehalten wird, benötigen die Nutzer nur noch seinen Zugriff auf den APS-Partner, der alle notwendigen Ressourcen und Dienste bereithält.

Ready to work

In der Wohnungswirtschaft wird diese Lösung nun erstmals präsentiert. Sydios it-solutions stellt dabei eine auf die Wohnungswirtschaft spezialisierte SAP-readytowork™-Lösung* sowie Full-Services eines professionellen Kundenrechenzentrums zur Verfügung. Immobilienunternehmen in nahezu beliebiger Größe haben bei sydios die Möglich-

keit, ohne größere Einführungsprojekte ein leistungsfähiges Informationssystem zu nutzen, bei dem die weltweit marktführende, betriebswirtschaftliche Software zum Einsatz gelangt.

Die Systemanwendung erfolgt auf Grundlage eines Dienstleistungsvertrages. Die Vorteile liegen auf der Hand. Die Systemnutzung erfolgt ohne Investitionen in Server-Rechentechnik und Softwarelizenzen sowie Ausschluss von notwendigen Folgeinvestitionen für das Wohnungsunternehmen. Das sichert dem ASP-nutzenden Unternehmen ein höchstmögliches Maß an langfristiger Kostentransparenz für den Systembetrieb und die Wahrung an der Teilnahme am künftigen technisch-technologischen Fortschritt bei hoher Datensicherheit.

Sydios bietet weitere Leistungsangebote aus ihrem Portfolio an, wie z. B. auf den Gebieten Dokumentenmanagement- und Archivsysteme, e-Commerce-Anwendungen speziell für die Wohnungswirtschaft sowie Customer-Relationship-Management-Lösungen. Die o. a. kaufmännischen Systeme werden darüber hinaus von sydios mit komplementären Systemprodukten und Dienstleistungen allumfassend komplettiert.

Anwendungen

Für wen ist dieses Outsourcing besonders geeignet?

Ein Generalbauunternehmen möchte mehrere erstellte Einheiten in der Anlaufphase, wenn noch Reklamationen drohen, selber verwalten. Man nutzt das ASP-System, ohne sich Gedanken über eigene Software machen zu müssen, und übergibt den Datenbestand zu einem späteren Zeitpunkt an eine Hausverwaltung. Ferner wird diese Lösung für kleinere Immobilienunternehmen (Hausverwaltungen), für Genossenschaften oder für Kommunen interessant, denn hohe Anfangsinvestitionen werden vermieden.

Ebenfalls eine interessante Variante ist es, wenn Handwerksunternehmen Zugriff auf das System erhalten und erledigte Arbeiten selber einbuchen können.

Fazit: Mittels ASP erhalten nun kleinere Unternehmen Wettbewerbsvorteile, die bislang nur Konzernen vorbehalten waren. ◀

* Bei der SAP-readytowork™-Lösung handelt es sich um die Lösung commIMMO des SAP-Systemhauses comgroup gmbh

Heinz Bosbach

Darf ich jetzt kaufen?

Wie werden Kapitalanlagen oder Finanzdienstleistungen erfolgreich verkauft? Heinz Bosbach zieht nach 13 Jahren erfolgreicher Vertriebs-Tätigkeit Bilanz.

Kapitalanlagen stehen zu Unrecht in dem Ruf, nur über sogenannte Strukturvertriebe vertrieben zu werden, die ein Heer wenig geschulter, aber umso besser motivierter Mitarbeiter aussenden, um Versicherungen, Fondsbeteiligungen oder steuersparende Immobilien an den Mann oder die Frau zu bringen.

Das vermeintliche Erfolgsprinzip der Strukturvertriebe geht davon aus, dass jeder neue Mitarbeiter zunächst innerhalb seines Bekanntenkreises Akquise betreibt. Dies schafft dann die ersten Verkaufserfolge, aus denen sich weitere Empfehlungen ergeben. Wenn sich dann Abschluss an Abschluss reiht, macht man sich auf die Suche nach neuen „Mitarbeitern“, um an deren Provision zu partizipieren. Doch irgendwann ist auch dieser Teich leer gefischt und dann beginnt die harte, teilweise frustrierende Tour der Kaltakquise.

Dann werden mit abgehalfterten Verkaufsfloskeln Produkte feilgeboten und Terminvereinbarungen probiert, die meist ohne Erfolg bleiben. Je kälter die Adressen, je fremder das Gegenüber, umso sicherer verlaufen diese Bemühungen ins Leere. Denn es lässt sich leicht vorstellen, wie oft ein Geschäftsmann, ein Arzt oder Rechtsanwalt – also alle Mitglieder der begehrten Zielgruppe – mit diesen Sprüchen bearbeitet werden. Zudem ist es unwahrscheinlich, dass ein von Abgaben geplagter Besser-Verdiener solange wartet, bis ein wildfremder Verkäufer sich telefonisch vorstellt, um dann kurzfristig größere Investitionen zwecks Steuersparens einzugehen. Die Situation wird dadurch gekennzeichnet, dass der Verkäufer den zukünftigen Kunden lediglich verdächtig, über ein

höheres Einkommen zu verfügen, und sich ansonsten über dessen Lebensverhältnisse nicht informiert.

Ergebnis: Der Gesprächspartner interessiert nicht als Mensch, sondern nur als Käufer eines Produktes, z. B. einer Immobilie.

Der herkömmliche Geschäftskreislauf über die Terminvereinbarung, Verkaufstermine, Abschluss(?) und Empfehlungen (hier ist der Kreislauf zumeist unterbrochen) findet damit unter Ausschluss des wichtigsten Helfers statt, nämlich des Käufers.

Es wird also kein Geheimnis verraten, wenn wir hiermit feststellen, dass die Gewinnung von Kontakten der Flaschenhals im Vertrieb von Kapitalanlagen darstellt. Deshalb haben wir uns schon sehr früh über sogenanntes „Networking“ Gedanken gemacht. Unter „Networking“ versteht man nicht mehr oder minder als die Kunst, jenseits der üblichen Werbemaßnahmen Kontakte, Vertrauen, Bekanntheit und Autorität (als Berater) aufzubauen – Verkauf vor dem Verkauf.

So kam es zu der Konzeption der Kundenseminare, die bereits in Immobilien-Profi Nr. 9 und 10 beschrieben wurden.

In diesen Seminaren konnten wir 1500 Teilnehmer in ca. 30 Veranstaltungen in Sachen Vermögensplanung „schulen“ und erzielten ohne größere Anstrengungen bei 60% der Teilnehmer einen oder mehrere Abschlüsse.

Wenn wir heute registrieren, wie viele Anbieter, bis hin zu großen Fondsgesellschaften, ähnliche Veranstaltungen durchführen, so können wir uns selber dazu beglückwünschen, dass wir unserer Zeit um einige Jahre voraus waren. ▶

Eine Lösung, die passt:

- bedienungsfreundliche Kunden- und Objektverwaltung
- individuell gestaltbare Bildschirmmasken
- umfangreiche Selektionsmöglichkeiten
- schneller Angebotsdruck mit automatischer Nachweissführung
- frei gestaltbare Listenauswertungen
- Schnittstellen zu Internet-Immobilienbörsen
- u.v.m.



f ü r W i n d o w s

Die praxisnahe Lösung zur Vermittlung von Wohn- und Gewerbeimmobilien.

Fordern Sie eine kostenfreie Testversion an

DATASOFT

Gesellschaft für Datenverarbeitung, Software und Kommunikation vlll

Odenwaldstraße 3
63263 Neu-Isenburg
Telefon: 0700 / 27038-100
Telefax: 0700 / 27038-200
e-mail: info@datasoft.de
www.datasoft.de

Ein interessanter Effekt dieser Akquise über Seminare war aber, das wir plötzlich mehr interessante Kontakte hatten, als wir tatsächlich „bearbeiten“ konnten.

Wir wurden von unterschiedlichsten Menschen mit Fragen bombardiert: Immobilien oder Aktien kaufen? Selbstbezug oder eine Immobilie zum Vermieten? Wie sollte die Finanzierung gestaltet werden?



Helpend vorausgehen

Zu diesem Zeitpunkt machten wir eine aufregende Entdeckung: Je mehr wir darauf verzichteten, beim ersten persönlichen Kontakt zu verkaufen, desto mehr verkauften wir letztendlich. Immer häufiger wurde die Abschlussfrage vom Kunden gestellt und die lautete: „Ist das auch etwas für mich?“, „Würden Sie eine solche Anlage auch für mich empfehlen?“ oder ganz konkret: „Kann ich das auch haben?“

Viel später erst ist uns aufgegangen, dass wir intuitiv der „Verlockung“ widerstan-

den, überhastet mit dem „ernsthaften Verkaufsgespräch“ zu beginnen. Denn dann wären alle vorangegangenen Maßnahmen, einschließlich der Seminare, als bloße Verkaufsmasche entlarvt worden.

Stattdessen haben wir unsere Interessenten beraten, haben Beispiele erläutert und Geschichten über (zufällig) vergleichbare Fälle erzählt. Wir haben kaufen lassen.

Auch im Verkauf von Bestandsimmobilien wird sich der Falle kaum anders darstellen. Zwar ist hier der Interessent meist mehr oder minder konkret auf der Suche und rechnet sowieso damit, dass man ihm etwas verkaufen will. Aber jeder Anschein, eine bestimmte Immobilie „los werden zu wollen“, zerstört das aufkeimende persönliche Vertrauens-Verhältnis zwischen Käufer und Vermittler.

Bei dieser Gelegenheit haben wir erkannt, dass es einen viel einfacheren Weg gibt, Kontakte zu schließen – nämlich tagtäglich im Umgang mit unterschiedlichen Menschen. Ein Beispiel aus der Praxis zeigt, wie ein neuer Kontakt zum erfolgreichen Geschäftskontakt wird:

Bei der Renovierung unserer Geschäftsräume lernten wir mehrere Handwerker in unseren Räumlichkeiten kennen. Während einer Tasse Kaffee, bot sich die Gelegenheit, mit einem der Maler über ein paar persönliche Dinge zu sprechen.

Wir wollten mehr über die berufliche und persönliche Situation des Handwerkers in Erfahrung bringen.

Unter anderem erfuhren wir, dass er Subunternehmer einer Hausmeisterservicefirma ist und er weitere Verwalterfirmen als Kunden gebrauchen konnte. So knüpften wir für ihn die Kontakte zu zwei Hausverwaltern, die zu einer entsprechenden Kooperation führten.

Wir haben damit den ersten Schritt getan, haben ihm geholfen, ohne dass uns irgendeine Gegenleistung in Aussicht stand, und ohne, dass wir darauf spekulierten. Damit war aber die Tür offen für andere Belange und so wurde natürlich die Frage an uns gerichtet, was wir denn so beruflich machen würden. Den Rest können Sie sich fast schon denken ...

Inzwischen hat unser neuer Geschäftspartner eine Anlageimmobilie erworben und sein restliches Vermögen in Fonds investiert und anschließend – ohne jede



Heinz Bosbach

Geschäftsführer der GARBO-Unternehmensgruppe. Er stieg bereits 18-jährig in die Finanzbranche bei einem mittelständischen Finanzdienstleister ein. Bevor er im Alter von 26 Jahren sein eigenes Unternehmen gründete, arbeitete er bei einem großen deutschen Finanzkonzern als Direktionsleiter.

Heute steht Heinz Bosbach auch namhaften Unternehmen der Immobilienbranche mit seinem Know-how zur Verfügung.

*Kontakt:
heinz.bosbach@garbo-gruppe.de*

Einflussnahme unsererseits – vier Kollegen empfohlen, die ebenfalls nun ihre Investitionen bei uns getätigt haben.

Die Kollegen kamen alle als informierte Menschen zu uns, weil sie über unsere vernetzte Arbeitsweise ausführlich aufgeklärt wurden. Investiert haben wir nur einige Tassen Kaffee und echtes Interesse für die Wünsche und Ziele unseres Gegenübers.

Wir hätten uns auch nicht geärgert, wenn sich keine weiteren Geschäfte ergeben hätten, aber wie Buddha schon wusste: „Wenn Du sicher treffen willst, schieße am Ziel vorbei!“ ◀

in medias res

Von der Praxis in die Theorie

1. Schritt: Informationen sammeln (über den Menschen)
2. Schritt: Welche Probleme hat mein Gesprächspartner?
3. Schritt: Welche Lösungen habe ich für seine Probleme?
4. Schritt: Helpend vorausgehen, Vorleistungen erbringen

ST-Haus³² von SofTec

Hausverwaltungs-Software muss heute in der Lage sein, sich den immer schneller werdenden Rahmenbedingungen leicht und flexibel anzupassen.

Die Mehrwertsteuererhöhungen, mit einer Ankündigungszeit von nur drei Monaten, wie sie im April 1998 stattgefunden hat, bedarf ebenso einer Flexibilität, wie die Umstellung auf den Euro. Viele Programme sind diesem schnellen Wechsel nicht gewachsen. Nicht alle sind tatsächlich Euro-fähig, denn die Hausverwaltungssoftware sollte mehrere Währungen unterstützen. Mischbuchungen von Euro und Deutsche Mark werden zumindest übergangsweise die Regel sein.

Ferner muss sichergestellt sein, dass eine moderne relationale Datenbank eingesetzt wird. Solch eine Datenbank ist z. B. SQL Anywhere. Damit wird Client-Server-Technologie möglich. Hierbei handelt es sich um eine Trennung von Datenhaltung und Datennutzung. Die funktioniert wie bei einer Telefonauskunft: Der Client, hier der Teilnehmer, wählt die Nummer der Auskunft (Server), stellt seine Frage und erhält das Ergebnis, ohne jemals Zugriff auf die Datenbank, sprich Telefonbuch, gehabt zu haben. Ebenso muss der Client/Teilnehmer nicht wissen, wo die Telefonauskunft ihren Sitz hat, da er nur die Zugangsnummer (01188) benötigt.

Durch diese Technologie erhalten nur autorisierte Personen Zugriff auf die Daten. Datenschutz (immerhin werden personenbezogene Daten erfasst) ist ebenso gewährleistet wie buchungs-technische Manipulationen vermieden werden.

Weiterer Vorteil dieser Technologie ist die Möglichkeit, dass viele Anwender gleichzeitig mit den vorgegebenen Daten arbeiten können. Hier bietet sich die Möglichkeit der Heimarbeit an.

Um das Arbeitsaufkommen spürbar zu reduzieren, sollte Hausverwaltungs-Software schnell und effektiv, z. B. via Datenträgeraustausch, mit Banken und

Heizkostenabrechnern kommunizieren können. Onlinebanking ist hier ein Stichwort, der nächste Schritt ist der Datenaustausch via Internet.

In der komplexen Verwaltung von Miet- und Eigentumswohnungen müssen auch besondere Situationen komplikationslos erfasst werden können, z. B. eine Untervermietung in einer Eigentumswohnung. Hierbei ist Vielfältigkeit von ST-Haus³² ebenso gefragt, wie die individuelle Kontenverteilung. Durch die föderalistische Struktur der Bundesrepublik gibt es starke Unterschiede in Benennung der Konten und Verteilungsschlüssel. Um vielen Anwendern und besonders Neuanwendern die Arbeit zu erleichtern, empfiehlt es sich, Konten so zu benennen, dass sich die Bedeutung des Kontos sofort erkennen lässt. Dies wird dann durch kurze Einarbeitungszeit belohnt.

Weiterhin ist die Möglichkeit gegeben, die Verteilung der Kosten frei zu bestimmen, damit auf Änderungen der Rechtsgrundlagen reagiert werden kann.

Kurzum, dem Hausverwalter muss ein benutzerfreundliches, variables, der modernen Zeit angepasstes Programm zur Verfügung stehen, um die Masse der Daten überschaubar und effektiv zu verwalten. ◀



Kostenfreier Download unter <http://www.sof-tec.com>

Wie lange
wollen Sie
noch warten?

EXPOSÉ
COMMERCIAL
DIE IMMOBILIEN-
MARKETING-
SOFTWARE



**FÜR GEWERBE,
EINZELHANDEL
UND INVESTMENT**

EXPOSÉ commercial erfüllt höchste Anforderungen von Immobilien-Maklern, Bauträgern, Banken und Projektentwicklern:

- integriertes Internet-Publishing (optional)
- Filial- und Notebookreplikationen
- Computertelefonie, Fax- und SMS-Service
- interaktive Betreiberkarten (Grundrisse)
- überregionale PLZ-, Straßen- und Zonen-Sets
- Mietspiegel, Ist-Sollmieten, Flächenabvermietung
- GfK-Daten zur Standortanalyse (optional)
- konfigurierbare Listenansichten
- individueller Zugriffsschutz auf jeden Datensatz
- Client/Server-Technologie (unübertroffen schnell)
- Individualanpassungen für Ihren speziellen Bedarf



Wohnmakler und Wohnungsbaugesellschaften mit regionalem Schwerpunkt begeistern wir seit 1994 mit EXPOSÉ 5 professional, dem Maßstab für anwenderfreundliche Software.

Info-Fon: 030.893 64 30

node Gesellschaft für gewerbliche
System- und Softwarelösungen mbH
Taubenstr. 4-6 · D-10117 Berlin
Fax 030.892 19 04 · info@nodegmbh.de
www.nodegmbh.de

Katja Prause

Feng Shui im Marketing

Wie können Immobilien mit Feng Shui-Konzeptionen vermarktet werden?

Um es gleich vorweg zu nehmen: eine „Feng Shui Immobilie“ wird einer vergleichbaren Immobilie ohne Feng-Shui-Elemente sicherlich vorgezogen. Auch wenn der Käufer nicht von den „Gesetzen der Harmonie“ überzeugt sein mag, so bietet die „Feng Shui-Immobilie“ immerhin etwas Besonderes. Schaden kann es nicht und vielleicht wirkt es sogar.

Wie und warum Feng Shui funktioniert, kann niemand belegen, auch nicht die Großmeister aus China. Nur dass es wirkt, erfährt jeder, der Feng Shui erlebt hat. Im Großen und Ganzen handelt es sich bei Feng Shui um über Jahrhunderte gemachte Erfahrungen, aus denen Gesetzmäßigkeiten und Formeln abge-

leitet wurden, die von verschiedenen Feng Shui-Schulen überliefert wurden.

Drei Komponenten sind bei einer Feng Shui-Beratung wichtig: Das Haus, die Umgebung des Hauses und der Mensch. Ziel ist es, dass diese drei Komponenten zum einen in sich harmonisch sind und zum anderen miteinander harmonisieren.

Bei meinen Beratungen rund um Immobilienplanungen gibt es unterschiedliche Voraussetzungen:

Haus ohne Grundstück

Es existiert nur das Haus, eventuell ein Reihenhaustyp oder ein Fertighaus. Weder das Grundstück, noch die Bewohner sind bekannt.

In diesem Fall achte ich darauf, dass das Haus in sich harmonisch gestaltet ist. Zunächst ist ein optimaler Energiefluss (Qi = kosmische Lebensenergie) wichtig. Ziel ist, dass möglichst viel Qi durch den Eingang in das Haus gelangt, von dort aus wirklich alle Räume erreicht und durch den Hinterausgang (das kann auch ein Fenster sein) wieder entweichen kann. Gelingt es den Energiefluss zu optimieren, stellt sich bei den Bewohnern allgemeines Wohlbefinden ein und es winkt ihnen Erfolg auf allen Ebenen. Gemeinsam mit dem Architekten überprüfe ich die Grundrisse, bei denen u. a. folgende Kriterien den Qi-Fluss betreffend überprüft werden:

- 1) Keine direkten Tür/Fenster- oder Tür/Tür-Linien! Sonst würde die Energie gleich nach Eintreten in den Raum oder in das Gebäude wieder verschwinden.
- 2) Schneidende, aggressive Energie sollte prinzipiell vermieden werden.

Feng Shui spricht hier von sog. „geheimen Pfeilen“. Diese können ausgesandt werden von in den Raum zeigenden, scharfkantigen Mauerkanten oder von Deckenbalken, Unterzügen etc.. Idealerweise werden alle Mauerkanten abgerundet. „Geheime Pfeile“ können aber auch von nicht-architektonischen Strukturen verursacht werden.

- 3) Blockaden haben negative Wirkung. Schon der Eingang sollte daher einladend und freundlich wirken, nicht zu klein und in der richtigen Proportion zum Baukörper. Innerhalb des Gebäudes sind verwinkelte oder enge Gänge für den positiven Energiefluss abträglich.

- 4) Reflektierende Oberflächen lenken die Energie. Also Achtung, welche Materialien werden wo verwendet.

Weiter überprüfe ich im Grundriss die richtige Aufteilung von Yin und Yang. Das Prinzip von Yin und Yang beinhaltet Regeln und Gesetze, die mir die richtige Platzierung von Schlaf- (Yin) und von Wohn- und Arbeitsräumen (Yang) angeben.

Der ideale Grundriss

Ideal ist ein kompakter, geschlossener Grundriss, z. B. quadratisch, rechteckig, achteckig oder auch rund. Auf gar keinen Fall sollte dem Grundriss eine Ecke fehlen, also z. B. L-förmig sein. Die Bewohner laufen sonst Gefahr, dass mindestens eine der acht Lebenssituationen (Wohlstand, Ruf, Beziehung, Kreativität/Kinder, hilfreiche Menschen, Karriere, Wissen, Gesundheit) stark geschwächt wird.

Zu einem Feng Shui gehören noch zwei wichtige Komponenten, nämlich der Mensch und die Umgebung, und sollten nach Fertigstellung des Hauses unbedingt bei einer Feng Shui-Beratung berücksichtigt werden. Sonst besteht für den „Feng Shui-Haus“-Käufer die Gefahr, dass sich die erhoffte Harmonie gar nicht oder nur unzureichend einstellt.

Haus mit Grundstück

Es existiert das Grundstück und das Haus. Die Bewohner sind noch unbekannt.

Wie oben beschrieben sollte das Haus zunächst einmal in sich harmonisch sein. Zusätzlich sollte es auch in die Umgebung passen. Damit Haus und

Vortragsreihe zum Thema:

IMMOBILIEN

Bereits seit über 12 Jahren terminieren mich führende Bauträger sowie Banken und Sparkassen mit meinen auf Zielgruppen abgestimmten Kundenvorträge:

„Immobilien als Investition in inflationsgeschützte Sachwerte“

Aufgrund meiner lebhaften Vorträge wurden in den letzten Jahren weit über **1 Mrd.** Verkaufsvolumen platziert.

Fordern Sie meine Referenzliste an.

Dieter Kern

Unternehmensberater
Tel.: +49-7841209479
Fax: +49-784128543

Grundstück ein harmonisches Ganzes ergeben, überprüfe ich folgendes:

- 1) Wo sind geopathische Störfelder? Wasseradern, Benkerlinien, Currylinien und deren Kreuzungspunkte haben eine enorm schädliche Wirkung auf unsere Gesundheit. Schlafräume sollten sich über solchen Störzonen auf gar keinen Fall befinden.
- 2) Die Anwendung des Prinzips der vier Tiere: Schildkröte, Tiger, Drache und Phönix, auch Lehnstuhlprinzip genannt. Das Haus sollte so in der Umgebung sitzen, wie der Mensch auf einem Armlehnstuhl. Dabei können Rückenlehne und Armlehnen sowohl durch Hügel oder Bäume, als auch durch benachbarte Häuser repräsentiert werden. Ein gut platziertes Haus vermittelt den Bewohnern ein Gefühl der Sicherheit.
- 3) Anwendung des Prinzips der 5 Elemente: Holz, Feuer, Erde, Metall und Wasser. Nach chinesischer Auffassung sind diesen Grundkräften bestimmte Farben, Formen, Himmelsrichtungen, Empfindungen und Landschaften zugeordnet. Ein Hochhaus, das durch seine Form dem Element Holz zugeordnet wird, würde in einer Umgebung mit unregelmäßigen Strukturen, die dem Element Wasser entspricht, sehr gut platziert sein. Wasser fördert das Element Holz. Dagegen wäre es in einer Metalllandschaft (sanfte Hügellandschaft, Nachbarhäuser mit Kuppeldächern) nicht gut platziert. Metall zerstört Holz. In diesem Fall ist z. B. eine blaue Fassade (Element Wasser) eine ideale Abhilfe.
- 4) Eine passende Gartengestaltung inkl. der Wegführung zum Haupteingang gewährleistet, dass genügend Energie das Haus umgibt, die dann möglichst ungehindert ins Haus fließen kann. Wasser in Form von z. B. Springbrunnen wird hier gern als Energiemagnet eingesetzt.
- 5) Eine rücksichtsvolle Platzierung der Müllplätze ist zu berücksichtigen.
- 6) Die Gestaltung von Zäunen nach dem Prinzip der 5 Elemente.

Diese Voraussetzung liegt oft bei Bauträgerprojekten vor. Für das Marketing ist es besonders wichtig, dass die Interessenten schon beim Besuch der Baustelle die harmonische Komposition des ganzen Projekts erkennen. Alle Faktoren, die diesen positiven Eindruck stören könnten, sind zu vermeiden. So soll-

ten die Interessenten nicht über Bauschutthalden oder irgendwelche wackligen Bretter zu ihrer Traumwohnung gelangen. Eine gewisse Ordnung ist unerlässlich. Eine Minischulung der

tur. Ein dementsprechendes Briefing bekommt der Architekt. Übrigens berechne ich auch für bestimmte Ereignisse wie Grundsteinlegung, Richtfest und Einzugsdatum günstige Zeitpunkte. Bei



Ohne die Komponente Mensch ist die Harmonie nicht perfekt.

Handwerker auf der Baustelle wäre auch wünschenswert, damit z. B. laute Maschinen bei einer Besichtigung abgeschaltet werden. Für ganz wichtig halte ich auch die Gestaltung und die Platzierung des Bauschildes. Auch für Bauschilder lassen sich Feng Shui-Prinzipien anwenden.

Mit der Harmonisierung von Haus und Umgebung ist Immobilien-Marketing nach Feng-Shui Gesetzen noch nicht abgeschlossen, denn ohne „die Komponente Mensch“ ist die Harmonie noch nicht perfekt.

Wohnraum schaffen

Die zukünftigen Bewohner und das Grundstück sind vorhanden. Das Haus soll geplant werden.

Jeder Bewohner braucht eine auf ihn oder sie abgestimmte Form- und Farbgebung in den Räumen, um sich wirklich wohl zu fühlen. Aufgrund von Berechnungen anhand der Geburtsdaten der zukünftigen Bewohner, wie z. B. die Errechnung von Geburtselement und Trigramm, ergeben sich Formen und Farben für den Baukörper, durch die die Bewohner optimal gefördert werden. In den Schlafzimmern berechne ich die optimale Ausrichtung der Betten für jeden einzelnen. Durch die Berechnung der idealen Blickrichtung ergibt sich die wünschenswerte Schreibtischposition, ein guter Essplatz und der ideale Platz für die Wohnzimmergarni-

der Betreuung eines Feng Shui Projekts ist die Berechnung der Zeitqualität in jedem Fall auch mit einzubeziehen.

Natürlich sollten auch alle schon genannten Kriterien berücksichtigt werden. Doch alle Feng Shui-Gesetze lassen sich nicht immer miteinander vereinbaren. Hier muss ich dann Prioritäten setzen. Auch für die Festlegung der richtigen Reihenfolge gibt es eigene Gesetze.

Was mich persönlich an Feng Shui immer wieder fasziniert ist die Tatsache, dass es ein Werkzeug liefert, Prozesse im direkten Umfeld durch Veränderungen gezielt zu unterstützen und somit die Lebensqualität um ein Vielfaches zu steigern. ◀



Katja Prause,

Immobilienfachfrau, berät Bauträger, Architekten und Baubetreuer, wie die chinesische Lehre von der idealen Gestaltung der Wohn- und Arbeitsumgebung zu einem kaufentscheidenden Faktor im Marketing wird.

Kontakt: fengshui.prause@aon.at

Thomas Orthey

Sicherheit

Führungskräfte tragen Verantwortung. Je höher die Position, um so mehr.

Viele Geschäftsführer und Manager sind sich aber bezüglich des Umfangs der von ihnen übernommenen Haftungspotenziale nicht bewusst. Neben der Unternehmensleitung tragen Sie vielfach persönliche Verantwortung. Sie haften mit ihrem Privatvermögen für Fehler und werden immer häufiger zur Rechenschaft gezogen. Zwei Aspekte verschärfen die sogenannte Innenhaftung:

- ◆ **Beweislastumkehr:** Nicht der Geschädigte, sondern der in Anspruch genommene Schädiger muss seine Unschuld beweisen!
- ◆ **Gesamtschuldnerische Haftung:** In manchen Fällen löffelt man die Suppe aus, die einem der Kollege eingebrockt hat.

Speziell für diesen Personenkreis gibt es sogenannte „D&O-Policen“. Die Abkürzung „D&O“ kommt aus dem angelsächsischen Sprachgebrauch und steht für den Begriff „Directors' and Officers' Liability“.

Haftungsrisiken

Bei dieser besonderen Absicherungsform handelt es sich um eine Spezialversicherungspolice zur Abdeckung des persönlichen Vermögensschaden-Haftpflichttrisikos von Führungskräften. Besonderes interessant ist sie für

- ◆ Aufsichtsräte
- ◆ Vorstände
- ◆ Geschäftsführer von Kapitalgesellschaften

Das Angebot der Versicherer richtet sich daher insbesondere an Aktiengesellschaften und GmbHs. Aber auch andere juristische Personen, wie z. B. Vereine, Stiftungen oder Genossenschaften können eine derartige Berufs- bzw. Organhaftpflichtversicherung abschließen. Niemand kann sich von Fehlern freisprechen. Kein Entscheidungsträger

eines Unternehmens wird angesichts der Tragweite seiner Tätigkeit und der Vielzahl der ihm abverlangten Entscheidungen eine Verletzung der ihm obliegenden Pflichten gänzlich ausschließen können.

Hohe Forderungen

Kommt es dann einmal im Rahmen der organschaftlichen, sprich unternehmensleitenden Tätigkeit zu derartigen „Fehlertreten“, müssen die Betroffenen vielfach mit sehr hohen finanziellen Schadenersatzforderungen rechnen. Gerade die Mitglieder von Organen juristischer Personen benötigen deshalb diesbezüglich für hieraus resultierende Haftpflichtansprüche speziellen Risikoschutz.

Der Geschäftsführer einer Immobilienmakler-GmbH wurde von der eigenen Gesellschaft aufgrund überhöhter Courtage-Auszahlungen in Anspruch genommen. In einem anderen Fall klagte die GmbH gegen ihren Geschäftsführer wegen eines 5-stelligen Kassenfehlbetrages. Ein außenstehender Geschädigter verklagte einen der beiden Geschäftsführer einer Bauträger-GmbH dahingehend, dass er seinen Geschäftsführerkollegen nicht ausreichend kontrolliert und die Geschäftsführung nicht in genügendem Umfang überwacht habe.

Zur deutschen Abdeckung dieser bedrohlichen Spezialrisiken wurde eigens für dieses Risiko erst vor wenigen Jahren von mehreren Versicherern der sogenannte VOV-Pool mit Sitz in Köln gegründet. Hinter dem Kürzel „VOV“ verbirgt sich die Verwaltungs-Organisation für Vermögensschaden-Haftpflichtversicherungen für Mitglieder von Organen juristischer Personen GmbH.

Als qualifizierter Risikoträger bietet diese Mitversicherungsgemeinschaft

namhafter Versicherer eine sogenannte VOV-Police für die „D&O-Risiken“ an.

Zentraler Service und Verwaltung

Da zur Abwicklung des D&O-Geschäftes sehr spezifische Vorkenntnisse und einschlägige Berufserfahrung unerlässlich sind, übernehmen Spezialisten des Pools die komplette Abwicklung des Geschäftes. Diese zentrale Verwaltung umfasst u. a. auch die Risikoprüfung und die Erstellung von Angeboten für die am Pool beteiligten Versicherungsunternehmen. Auch die Schadensbearbeitung erfolgt zentral.

Da Vorstands- und Aufsichtsrats-Mitglieder, ebenso wie Geschäftsführer in ihrer Tätigkeit als Unternehmensleiter bzw. Mitglieder von aufsichtsführenden und beratenden Gremien (z. B. Verwaltungs- und Beiräte) gesamtschuldnerisch haften, erfolgt grundsätzlich keine Versicherung einzelner Personen, sondern immer nur die Versicherung des gesamten Gremiums.

Wesentliches Kriterium für die generelle Versicherbarkeit eines Risikos sowie für die Vertragsgestaltung und auch die Prämienfindung sind dabei Branche, Größe und Bonität des Unternehmens.

Betriebswirtschaftliche Kennzahlen sowie möglichst detaillierte Informationen sind die Voraussetzung zur individuellen Gestaltung einer risikogerechten Spezialpolice.

Übrigens: Nicht versichert werden Personengesellschaften, wie z. B. oHG's, KG's und GbR's. ▶



Thomas Orthey,
selbständiger Versicherungsbetriebswirt und Fachwirt der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft in Hachenburg/WW., leitet u.a. den Projektbereich „Banken, Versicherungen und Immobilienwirtschaft“ der Agentur ServiceConcept.

Kontakt: info@orthy.de

Werner Berghaus

Es stört nur noch der Kunde

Die gesamte Immobilien-Branche leidet unter einem Denkfehler. Wird umdenken jetzt durch das Internet erzwungen?

Dem Spezialisten, das gilt auch für die Immobilienbranche, gehört die Zukunft. Der Fall Hubertus (siehe Immobilien-Profi 11-13) hat gezeigt, dass der Prozess der Spezialisierung sehr langwierig sein kann und intensiver Analyse bedarf.

Jede Spitzenleistung geht ursächlich auf eine Spezialisierung zurück. Doch Konzentration ist nicht gleich Konzentration. Es besteht einerseits die Möglichkeit, sich auf ein Verfahren zu spezialisieren, andererseits die Variante, ein Grundbedürfnis in den Fokus zu nehmen.

Bausparen etwa war früher die einzige Möglichkeit für Durchschnittsverdiener, sich die notwendigen Mittel für das Eigenheim zu ersparen. Was läge also näher, als sich auf das Verfahren Bausparen zu konzentrieren? Bei einem niedrigen Zinsniveau, wie wir es auch heute noch haben, wird Bausparen jedoch zum Bau-Verhinderungs-Sparen, und damit ist das Verfahren, zumindest für einige Zeit, nicht mehr gefragt. Der Spezialist steht plötzlich ohne Nachfrage da.

Wer sich allerdings auf „bezahlbares Wohnen“, also das hinter dem Bausparen liegende Grundbedürfnis konzentriert, der wird von veränderten Rahmenbedingungen eher gefördert, denn der Wechsel auf ein anderes Verfahren ist leicht möglich und erfolgt bei kundenorientierten Unternehmen fast reflexartig.

Die Ursache

Die Immobilienbranche dagegen stützt sich überwiegend auf Verfahren oder auf „Produkte“ – mit dramatischen Folgen für die Käufer.

Denn in wohl kaum einer anderen Branche werden Interessenten so schlecht behandelt wie beim Immobilienkauf.

„Als ich einen Fernseher kaufen wollte, wurde ich besser und freundlicher bedient als beim Immobilienkauf!“, ist ein

Ansprüchen zur Verfügung zu stellen. Hier geht es nicht einmal um ein Verfahren, sondern um Produkte von der Stange. Wer dies bezweifelt sollte prüfen, wann diese Bank zuletzt öffentliche Mittel für den Kunden beantragt



Die Suche hat ein Ende?

reales Zitat aus dem Kreis der Opfer. Die unglückliche Situation der Käufer ergibt sich daraus, dass diese sich erst einmal für ein Verfahren entscheiden müssen, bis sie einen passenden Verkäufer suchen dürfen. Daraus folgt ein schmerzhafter Lernprozess der Interessenten, an dem alle Anbieter in der Immobilienbranche beteiligt sind:

- ◆ Kaum eine Bank ist in der Lage, Kaufinteressenten qualifiziert in Finanzierungsfragen zu beraten. Die „Hausbank“ ist lediglich in der Lage, Geld zu eigenen Bedingungen und Bonitäts-

oder diesen zumindest auf die Möglichkeit hingewiesen hat.

- ◆ Makler, die „Gebrauchthausändler“, müssen die Zielgruppe „Familien mit geringem Eigenkapital“ vollständig abschreiben, denn die derzeitige Förderpraxis unterstützt eindeutig den Neubau. Hier zeigt sich, wie gefährdet die Position eines Verfahrens-Spezialisten ist, wenn der Gesetzgeber mit einem Federstrich die Rahmenbedingungen ändert.
- ◆ Zudem verkaufen Makler nur „ihre Immobilien“, statt den Interes- ▶

senten das gesamte Angebot transparent und zugänglich zu machen. Dies schädigt die Position des „Beraters“ nachhaltig.

- Wer Neimmobilien eines Herstellers verkauft, ist von Natur aus an ein Produkt gebunden und wird als „Helfer bei der Entscheidung“ erst dann gefordert, wenn diese Entscheidung weitgehend gereift ist. Dann aber dient der Verkäufer meist nur noch dazu, Pläne erstellen zu lassen, den Prospekt zu dechiffrieren und die Aufpreis-Liste zu deuten.

Der ahnungslose Interessent, der noch nicht weiß, in welche Schublade er sich einsortieren muss, stört dann eben. Zwar versuchen alle Verkäufer ihre Chancen zu nutzen, indem sie eifrig ihre „Produkte“ und Leistungen anbieten. Doch der Interessent wird wie eine heiße Kartoffel fallen gelassen, wenn sich herausstellt, dass dessen „Suchprofil“ nicht mit dem Angebot des Verkäufers harmoniert. Der Verkäufer muss schließlich aussortieren, wenn er seine Zeit sinnvoll einsetzen will.

Enttäuschung macht sich breit – auf beiden Seiten. Die Interessenten beschwerten sich über die Verkäufer, die anfangs servil sind, dann unvermittelt unkooperativ werden. Bei den Anbietern wird die Legende vom „Dauerbesichtiger“ gepflegt, der Interessent, der angeblich will, aber trotzdem nicht kann.

ImmoPlus

DIE INDIVIDUELLE IMMOBILIEN-BERECHNUNGSSOFTWARE für Bauträger, Immobilienvertriebe, Vertriebsbeauftragte, Finanzdienstleister mit Wirtschaftsprüfungstestat und Steuerreform 2000

- Leichte Bedienung durch integrierte Benutzerführung
- realgeteilte Objekte (Wohnungen, Sanierung, Neubau, etc...)
- KG- / GbR- / AnspAR-Fonds
- Datenexport für Ihren Vertrieb
- Datenbank für Projekte, Kunden, Berater, Berechnungen
- Denkmalabschreibung, Lineare und degressive AfA, inkl. Investitionszulage, Eigenheimzulage/ Baukindergeld
- Baufinanzierungsprogramm

Mit der Demoversion (30,00 DM inkl. MwSt. und Versand) können Sie unverbindlich alle Leistungsmerkmale von ImmoPlus Deluxe testen.
Bestell-Fax 05176 - 921 72

Technosoft Datentechnik, 31234 Edemissen, Stederdorfer Str. 43, Tel. 05176-921 71

Doch die meisten können schon, aber eben bei anderen Immobilien und bei anderen Verkäufern. Wer macht sich schon die Mühe, die Karrieren der Interessenten zu verfolgen, um zu beobachten, ob diese wirklich Dauerbesichtiger bleiben?

Die „Spezialisierung“ auf Verfahren und Produkte ist ein Geburtsfehler der Immobilienbranche, dessen Ursachen wahrscheinlich in den Boomzeiten der 60er- und 70er Jahre zu suchen sind.

Am Ende des Tunnels

Zwar ist niemand mit dieser Situation wirklich glücklich, trotzdem wäre dies noch einige Jahre so weiter gelaufen, hätte nicht das Internet die Entwicklung entscheidend beschleunigt. Zwar hat das Internet faktisch noch nicht einmal viel bewirkt, aber in diesen Tagen wird an so vielen Stellen an neuen Projekten gearbeitet, dass dies nicht ohne Folgen bleiben kann.

So werden Immobilien- und Finanzdienstleistungen zusammenwachsen. Es werden Dienstleistungszentren entstehen, wo es gleichgültig ist, ob der Kunde ein Neubau-, ein Fertighaus- oder Gebrauchthauskäufer ist. Dort bekommt er nicht nur die richtige Immobilie, sondern auch die maßgeschneiderte Finanzierung.

Der „Dauerbesichtiger“ wird in dem Maße ins Reich der Fabeln verwiesen, wie die Erfolgsquote dieser Dienstleistungszentren bzw. der Dienstleister je Kundenkontakt ansteigt. Besonders für die Käufer bessert sich die Lage erheblich. Das Suchen hat ein Ende, denn bald muss nur noch ein Partner gefunden werden, der alles weitere übernimmt.

Vom Händler zum Dienstleister

Ein Beispiel für innovative Konzepte präsentiert Harald Blumenauers i-Makler Gruppe. Das I steht hier für Internet, Information und natürlich für Immobilie. Früher hat sich der Makler „seine Objekte“ per Alleinauftrag gesichert und versucht, dafür Käufer zu finden. Aus dieser Position heraus ist man aber als Makler kein Ansprechpartner für Interessenten, die noch nicht wissen, was sie kaufen werden. Eher doch ein Geiselnnehmer, der sich, aus Sicht der Käufer, die Traumimmobilie durch Alleinauftrag gesichert hat und nur gegen Lösegeld (Provision) herausgibt.

„Der Makler ist kein Vertriebspartner, sondern ein Mittler zwischen Käufer und Verkäufer mit einer klaren Beratungsfunktion“, sagt Blumenauer. „Da beim Käufer die meiste Beratungsleistung zu erbringen ist, liegt auch hier der Fokus.“

Die logische Konsequenz müsste demnach lauten, Vermittlungsauftrag vom Käufer statt Auftrag für ein Objekt. Ein erstes Indiz für eine Marktveränderung.

Nach B2C nun B2B

Die Beratungsleistung gegenüber dem Käufer kann aber nicht gelingen, wenn der Makler sich nur auf sein Portfolio an Immobilien konzentriert. Deshalb arbeitet die i-Makler-Gruppe mit einem internen Netzwerk (Extranet), in dem jeder Partner Zugriff auf alle Immobilien hat.

Zwangsläufig werden dann aber nur Immobilien aus verschiedenen Teilmärkten in einen Topf geworfen. Deshalb erforschen die i-Makler im Kundenauftrag Datenbanken, Zeitungsanzeigen und sogar leerstehende Immobilien vor Ort.

Zwei Schritte weiter ist da immoeuro, mit Ditz in Amsterdam und Büros u. a. in Düsseldorf und München, die exakt diese Börsenfunktion jedem Makler offeriert, der sich dem System anschließt.

B2C / B2B

Die bislang bekannten Immobiliendatenbanken sind typische B2C-Konstruktionen. B2C steht für „Business-to-consumer“ und bezeichnet Netzwerke, die die Kommunikation von Anbietern zu den Verbrauchern (Konsumenten) ermöglichen. Beim B2B bleiben die Profis dagegen unter sich.

In erster Linie geht es also um Kollageschäfte. Immoeuro wird für den Makler zu einer Börse, in der jeder seine Objekte nach Belieben einstellen kann, und so Kollegen zur Verfügung stellt. Ebenso kann jeder Makler jedes Objekt anbieten, wenn er sich mit seinem Kollegen einigt. „Lieber mehrere halbe Geschäfte als gar keins“ ist die Devise, die immoeuro vermittelt.

Vormals mussten Börsen aufwendig organisiert und administriert werden und waren meist vom guten Willen und konstanter Motivation aller Beteiligten abhängig. Dabei ist jede Börse, ▶

Kontakt: Immoeuro

Alexander Schmidt, Strategic Business Development,
schmidt@immoeuro.com

Christof Zietlow, Büro Düsseldorf,
zietlow@immoeuro.com

Norbert Kaeser, Büro München,
kaeser@immoeuro.com

ob regional oder überregional, z. B. innerhalb einer Makler-Kette, ein geschlossenes Netzwerk, an dem sich nur die Mitglieder beteiligen können. Derartige interne Netzwerke bezeichnet man als Intranet. Verbinden sich mehrere Börsen, so bilden sie ein größeres Netz. Würden sich bundesweite Netze dann mit ausländischen Börsen verbinden, wächst die Börse weiter, ohne dass sich für das regionale Netz Einschränkungen ergeben. Es ist nur einfacher, über den Gartenzaun zu schauen.

Ein solches Wachstum bildet exakt die Entstehung des Internets nach. Warum also nicht gleich von oben anfangen? Diese Frage müssen sich auch die im-

moeuro-Macher gestellt haben. Denn diese Börse startet direkt als europäisches Makler-System. Dieses European Realty System (ERS) verbindet den Makler in Spanien ebenso wie den Makler in England mit dem deutschen Kollegen. Dazu bietet immoeuro einen weitreichenden Service an. So werden Informationen stets in allen Sprachen angeboten. E-Mails können bald auf Wunsch übersetzt werden und es entsteht eine Schnittstelle zu lokalen Printmedien, so dass ein Makler in Spanien eine Anzeige in Stuttgart schalten kann, ohne das Büro zu verlassen.

Dies alles kann sein, muss aber nicht sein, denn trotz aller Internationalität werden auch (laut immoeuro) 97% der Transaktionen auf lokalen Märkten abgewickelt. Die nationale und internationale Präsenz gibt es einfach „oben drauf“.

Es ist tatsächlich wie im Internet. Die lokalen Maklerangebote sind für den lokalen Markt bestimmt. Dass diese durch die Vernetzung weltweit einsehbar sind, stört nicht weiter.

Besonders interessant ist bei immoeuro, dass hier erstmals eine Börse kommerziell organisiert wird. Damit ist schon ein Handikap der lokalen Maklerverbände beseitigt. Die Nutzung des Internets zur internen Kommunikation ist heute ein zwingendes Merkmal für Business-to-Business Geschäftsplattformen. Damit fallen die Barrieren, die bislang immer die Begrenzung auf einen Teilmarkt erzwungen haben.

Makler im Wandel


Dahinter steht aber auch wieder ein weitreichender Wandel der Immobilienvermittlung. Denn auch der immoeuro-angeschlossene Makler kann seinen Interessenten vermitteln: „Die Suche hat ein Ende, ich, Ihr Makler, habe Zugriff auf nahezu alle Immobilien in dieser Region, sogar in ganz Europa. Ich finde etwas für Sie“.

In einigen Jahren wird man sich die Frage stellen, wer war zuerst da, die Henne oder das Ei? Haben sich die B2B-Konzepte entwickelt, weil sich die Vermittlungspraxis geändert hat, oder mussten sich die Makler anpassen, weil die Börsen entstanden sind?


Ein Aspekt darf bei dieser Betrachtung ebenfalls nicht unterschlagen werden. Der Gelegenheits-Makler wird es immer schwerer haben. Wer nur alle paar Monate ein Objekt „reinbekommt“ und nicht weiß, wann sich dieser Glücksfall wieder ereignen wird, der engagiert sich nicht in Börsen, die schließlich regelmäßige Kosten verursachen. Die Möglichkeit, Immobilien vom Küchentisch zu vermitteln, indem man einfach auf einen Käufer wartet, wird immer rarer.

Je schneller sich die ambitionierten Profis auf die sich ändernden Marktverhältnisse umstellen, desto eher lassen sie diese Konkurrenz hinter sich.

Je eher die Interessenten spüren, dass Makler mehr können als Adressen zu vermitteln und Immobilien aufzuschließen, desto besser für alle echten Vermittlungsmakler.

Qualitätsanforderungen schaffen stets auch Zutrittsbeschränkungen für diejenigen, die sich nicht an diese Kriterien halten können. In diesem Fall wären diese wesentlich wirksamer als gesetzliche Einschränkungen, für die sich die Verbände einsetzen. Dies würde nur dafür sorgen, dass dann die Etablierten „weiterwurschteln“ können. 

**Ab 1. Oktober beginnt das
Institut der Wohnungsunternehmen
für Fernunterricht
in Bochum
Grundwissen nach dem Berufsbild
Kaufmann/Kauffrau in der Grundstücks- und
Wohnungswirtschaft**



Sie sind	kaufmännischer oder technischer Mitarbeiter in einem Wohnungsunternehmen, bei einem Immobilienmakler oder Architekten, kommen aber aus einem anderen Wirtschaftszweig; oder sind mit Grundstücks- und wohnungswirtschaftlichen Fragen bei Banken und Versicherungen beschäftigt; oder Sie sind Ausbilder bzw. Ausbilderin.
Sie wollen	Grundwissen nach den Rahmenlehrplan des Ausbildungsberufes Kaufmann/Kauffrau in der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft erwerben, um die betrieblichen und wohnungswirtschaftlichen Zusammenhänge besser zu verstehen und dadurch Ihre berufliche Qualifikation zu erhöhen.
Sie sind bereit	zwei Jahre lang monatlich einen Fernunterrichtsbrief zu bearbeiten und sich das Grundwissen anhand von gezielten Fragen und methodischen Anweisungen und mit Hilfe eines Lehrbuches zu erarbeiten.
Sie erwerben	durch die instituteigene schriftliche und mündliche Abschlussprüfung vor dem „Zentralen Prüfungsausschuss für den Kaufmann in der Wohnungswirtschaft“ ein Zeugnis. Unter bestimmten Bedingungen können Sie sich die Berufsabschlussprüfung vor der zuständigen Industrie- und Handelskammer für den Ausbildungsberuf „Kaufmann/Kauffrau in der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft“ erwerben.

Sie erhalten Informationen durch das
Institut der Wohnungsunternehmen für Fernunterricht
Springorumallee 200 · 44795 Bochum
Tel.: 0234-9447500 · Fax: 0234-9447555
<http://www.ausbildungswerk.de> · e-mail: info@ausbildungswerk.de

Hans-Jürgen Joswig

Finanzierung macht Träume wahr

**Auch für regional tätige Immobilien-Profis können vom Boom der
Auslandsimmobilien profitieren.**

Immer mehr Deutsche möchten ihren Hauptwohnsitz in den sonnigen Süden verlegen. Zwangsläufig ergeben sich dadurch auch Transaktionen im regionalen Markt, wie unser Beispiel belegt.

Ein Makler hatte 1995 ein Einfamilienhaus mit Einliegerwohnung für DM 390.000,- verkauft. Die Käufer waren mit dieser Dienstleistung und mit der Immobilie sehr zufrieden. Im Frühjahr des Jahres 2000 beschließen nun die Hausbesitzer, die inzwischen das Rentenalter erreicht haben, ihren Hauptwohnsitz nach Spanien zu verlegen, dort war ihnen ein Haus für DM 300.000,- angeboten worden.

Da sie keine Schulden mehr machen wollen, soll das Haus in Deutschland verkauft werden. Auch der Sohn wird in Deutschland bleiben, deshalb wollen die Eltern auch zumindest eine kleine Wohnung in Deutschland mieten, um ihn öfters zu besuchen. Man erinnert sich bei dieser Gelegenheit an den guten Service des Maklers aus 1995 und beschließt, ihn erneut aufzusuchen.

Es sind also 2 Aufträge zu vergeben: Zunächst der möglichst kurzfristige Verkauf des Einfamilienhauses mit Einliegerwohnung und die Anmietung einer kleinen Wohnung.

Der Vorschlag des Maklers:

Verkauf des Einfamilienhauses mit Einliegerwohnung an ein junges Paar aus seiner Kartei für DM 445.000,-. (Das Haus wurde inzwischen verbessert und ist daher im Wert seit 1995 um DM 55.000,- gestiegen).

Gleichzeitig die Anmietung der im Haus vorhandenen Einliegerwohnung für Besuche in Deutschland, sofern die neuen Käufer einverstanden wären.

Das Problem

Verkäufer und Käufer wurden sich zwar schnell einig, doch beim Finanzierungsgespräch der jungen Käufer bei deren Bank stellt sich heraus, dass das Institut mit dem geringen Eigenkapital von nur DM 35.000,- nicht einverstanden ist. Man will maximal DM 410.000,- finanzieren. Da durch Maklerprovision, Grunderwerbsteuer, Notar- und Gerichtskosten jedoch ca. DM 38.000,- zusätzliche Kosten anfallen, wird ein Kredit von insgesamt DM 448.000,- notwendig. Auch zwei weitere Banken wollen nicht in der gewünschten Höhe finanzieren, da für eine Vollfinanzierung das Einkommen die zusätzlichen DM 1.000,- netto als monatliche Reserve nicht ausweist.

Dieses Einkommen reicht den jungen Leuten zwar aus, entspricht jedoch nicht den höheren Ansprüchen der Banken an eine Vollfinanzierung. Der Kauf droht zu platzen, obwohl alle Parteien den Kaufvertrag gerne abschließen würden.

Die Lösung durch Absatzfinanzierung

Auf meinen Vorschlag hin handelt der Makler mit den Verkäufern ein Verkäuferdarlehen von DM 40.000,- an die jungen Käufer aus.

Es wird ein Darlehensvertrag über DM 40.000,- zu 5% Zinsen mit einer Laufzeit von 10 Jahren abgeschlossen. Nach fünf Jahren sollen DM 20.000,- und nach 10 Jahren weitere DM 20.000,- getilgt werden.

Dieser Vorschlag wird auch der Bank unterbreitet. Diese stimmt zu und stellt den erforderlichen Kredit von DM 408.000,- zur Verfügung. Der Kaufvertrag wurde besiegelt.

Nur Gewinner

Alle sind zufrieden: Die Verkäufer, da sie mit dem Sofortkapital von DM 405.000,- ihr Haus in Spanien mit DM 300.000,- bar bezahlen können und weil sie zusätzlich eine kleine Wohnung in ihrer gewohnten Umgebung für ihre Besuche in Deutschland haben. Ihr Darlehen von DM 40.000,- an die Käufer wurde nachrangig im Grundbuch abgesichert. Zusätzlich haben sie das Recht, ihre Mietzahlungen mit dem Darlehen zu verrechnen, falls die Käufer das Darlehen nicht pünktlich zurückzahlen.

Die Käufer, da sie trotz geringem Eigenkapital bereits jetzt ein großes Haus zu tragbarer Belastung kaufen konnten.

Der Makler, da er durch meinen Tipp zur Absatzfinanzierung eine Provision von 6% des Kaufpreises von DM 445.000,-, also DM 26.700,-, erzielen konnte.

Schließlich die Bank, da ihr Risiko nur bei DM 408.000,-, also ca. 90% vom Verkaufspreis, ausläuft. ◀



Hans-Jürgen Joswig

ist Geschäftsführender Gesellschafter der Finanzierungsgesellschaft Haus & Wohnen GmbH. Er gilt als der Baufinanzierungs-Spezialist in Deutschland.

Birgitt Schippers

¡Viva España!

Strand, Meer und angenehmes Klima – das sind die entscheidenden Motive für den Erwerb einer Immobilie im Ausland. So jedenfalls lautet ein Ergebnis der von LBS und empirica im August 2000 veröffentlichten Marktstudie. Und – unter den südlichen Ländern ist Spanien der Renner.

Über 800.000 Haushalte wünschen sich auf der iberischen Halbinsel bzw. Mallorca ein Haus oder eine Wohnung.

Ein weiteres gutes Argument für Spanien ist die Tatsache, dass mit der Einführung des Euros das Leben in Spanien einfacher sein wird.

dass an den Erwerb einer Auslandsimmobilie besondere Wünsche und Anforderungen gestellt werden.

Bei der Auswahl legen die Interessenten großen Wert auf den Typ und die Größe ihrer Immobilie. Ganz oben auf der Wunschliste steht das freistehende Haus, gefolgt vom Reihen- oder Dop-

peppelhaus. So wünschen sich über 90 Prozent der Befragten, dass an ihrer neuen Adresse ausreichende medizinische Versorgung im Falle von Krankheit, Hilfs- und Pflegebedürftigkeit zur Verfügung stehen. Ebenso wichtig sind für die Kaufinteressenten Dienstleistungen rund um die Immobilie selbst. Dazu gehört ein Servicepaket für den Bereich Instandhaltung und Verwaltung (einschließlich möglicher Vermietung oder Wiederverkauf). Großen Wert legen die potenziellen Kunden auf das Angebot von Transportdiensten wie Flug- und Autovermittlung oder Fahr- und Bringdienste.

Standortwünsche

Wenn die Entscheidung für ein Land, in unserem Fall Spanien, getroffen wurde, spielen bei der Wahl des Standortes zwei Faktoren eine entscheidende Rolle:

- ◆ 84 Prozent der Befragten wollen sich ihren Traum von einer Auslandsimmobilie in unmittelbarer Nähe am Meer erfüllen. An einem See, in den Bergen oder im Landesinneren zu wohnen erscheint dagegen den meisten wenig attraktiv.
- ◆ Das neue Zuhause im Ausland soll möglichst schnell und direkt erreichbar sein – sei es mit Auto oder Flugzeug – wer hätte etwas anderes erwartet?



Bei der Auswahl legen die Interessenten großen Wert auf den Typ und die Größe ihrer Immobilie

Im Blick – die Immobilie fürs Alter

Folgt man der Marktstudie, so steht beim Kauf einer Auslandsimmobilie nicht der Erwerb eines Feriendomizils zur Erholung von der Arbeitswelt im Vordergrund. Vielmehr haben über 70 Prozent der Kaufinteressenten die Absicht, ihr Eigentum für den Ruhestand als Zweit- oder Dauerwohnsitz zu erwerben. Diese Tatsache hat zur Folge,

pelhaus und der Eigentumswohnung. Interessanterweise sind Appartements nicht so sehr gefragt.

Keine hohen Ansprüche stellen die potenziellen Kunden im Blick auf die Wohnungsausstattung. Fast zwei Dritteln der Befragten genügt ein einfaches bis mittleres Ausstattungsniveau.

Serviceleistungen haben dagegen einen sehr hohen Stellenwert, wenn es um die

Know-how rund um die Spanienimmobilie

Wenn ein Käufer das Traumhaus oder die Traumwohnung gefunden hat, verfällt er leicht in eine Euphorie und ist in Gefahr, ganz elementare Faktoren für den Kauf einer Immobilie zu übersehen. Grundsätzlich macht es daher Sinn, einen erfahrenen Makler für den Kauf

einzuschalten, denn man muss schon die nationalen Besonderheiten beim Hauskauf kennen.

Ganz entscheidend ist, das man sich das Eigentumsrecht des Vertragspartners durch Vorlage des notariellen Kaufvertrags (Escritura Pública de Compra-Venta) mit Eintragungsvermerk des Grundbuchamtes (Registro de la Propiedad) oder durch Grundbuchauszug (Extracto de Registro de la Propiedad) nachweisen lässt. Durch den Grundbuchauszug lässt sich auch die wichtige Information erschließen, ob die gewünschte Immobilie vermietet ist, denn Mieter haben in Spanien weitreichende Rechte. Ein notarieller Kaufvertrag plus Eintrag in das Grundbuch sollte in jedem Fall abgeschlossen werden.

Steuerliche Aspekte

Durch die im Jahre 1996 erfolgte Halbierung der Spekulationsfrist für Immobilienveräußerungsgewinne ist die spanische Immobilienlandschaft in Bewegung geraten. Wertgewinne an spanischen Immobilien sind aufgrund der Neuregelung bereits nach 10 Jahren einkommenssteuerfrei.

Wie immer hält natürlich auch der Vater Staat seine Hand bei privaten Immobiliengeschäften auf. Es fallen also Grunderwerbssteuern oder Grundbesitzübertragungssteuern von ca. 6 Prozent bei gebrauchten Immobilien und ca. 7 Prozent bei Neubauten (vom Kaufpreis) an und ist Voraussetzung für die Umschreibung ins Grundbuchregister, meist 0,2 bis 0,3 Prozent des Kaufpreises. Bei einem mehrwertsteuerpflichtigen Immobilienunternehmen fällt an Stelle der Grunderwerbssteuer die Mehrwertsteuer von 16 % an. Die Beurkundungssteuer von 0,5 % des Objektwertes wird immer vom Käufer bezahlt. Die Höhe der Bodenwertzuwachssteuer ist je nach Gemeinde unterschiedlich und wird immer vom Verkäufer gezahlt.

In der Praxis wird diese aber im Rahmen der Preisverhandlungen auf den Käufer abgewälzt. Ausländer ohne Wohnsitz in Spanien müssen innerhalb eines Monats die Kapitalertragssteuer abgeführt haben. Wie in Deutschland gibt es eine Art Grundsteuer auf den Zeitwert der Immobilie (0,4 Prozent bei städtischen Grundstücken, 0,3 Prozent bei ländlichen), die einmal im Jahr fällig ist. Nicht zu vergessen natürlich die Notargebühren.

Ehepaare aufgepasst

Wenn ein Ehepaar in Spanien ein Grundstück erwirbt, dann wirft das große rechtliche Probleme auf, denn in Spanien gibt es die Errungenschaftsgemeinschaft als Güterstand im Gegensatz zur Zugewinnngemeinschaft in Deutschland.

Errungenschaftsgemeinschaft heißt, dass allein der Käufer Eigentümer der Immobilie ist. Wenn also nur ein Ehepartner als Käufer auftritt, geht der andere im Falle einer Scheidung leer aus. Man sollte daher darauf achten, dass beide Eheleute im Grundbuch als Besitzer eingetragen sind. Es ist grundsätzlich Eheleuten anzuraten, dass bei Investitionen im Ausland oder beim Erwerb von Auslandsimmobilien ein Ehevertrag geschlossen wird, um Schäden zu vermeiden.

Der Trend zur Immobilie in Spanien, besonders als Alterswohnsitz, hält an. Auch Einrichtungen für Betreutes Wohnen sind gefragt und werden zunehmend angeboten.

Trotz EU – es ist äußerst wichtig, sich über die rechtlichen Besonderheiten des Landes zu informieren und sich nötigenfalls fachlichen Rat zu besorgen. Dann hat man alle Chancen, dass der Traum vom schönen Wohnen im Sonnenland Spanien wahr werden wird.

Für weitere Informationen, Kontaktadressen und Immobilienangebote in Spanien sind folgende Internet-Adressen empfehlenswert unter: Die LBS stellt mit www.lbs.de/casa/index.htm einem eigenem Spanienlink ihre Objekte, rechtliche und steuerliche Tipps und Kontaktadressen zu Beratern zur Verfügung.



www.autobyte.ch/aufag ist ein vorbildlicher Online-Auftritt eines Immobilien-Anbieters in Spanien mit Informationen rund um den Immobilienerwerb in Spanien einschließlich aller steuerlichen und rechtlichen Hintergründe und mit interessanten Links zu weiterführenden Informationen über spanische Kultur, Ausflugszielen, Einkaufsmöglichkeiten etc.

Wir suchen Immobilienmakler, die bei jeder Immobilie die richtige Perspektive haben.

Was können wir Ihnen bieten ?

- Eine starke Vertriebsorganisation
- Hervorragendes Schulungssystem
- Das Image der LBS Immobilien GmbH
- Von der Immobilie bis zur Finanzierung
- Unternehmerische Freiheit
- Anerkannt seriöse Organisation

Senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an
LBS Immobilien GmbH, Dreieichstraße 59, 60594 Frankfurt am Main, Herr Müller-Salomon Telefon: 0 69 / 60 50 92 42.

LBS IMMOBILIEN GMBH
FINANZGRUPPE

Michael Oehme

Discount-Immobilien

In Kürze werden Immobilien im Internet vergünstigt angeboten

Internet-Nutzer gelten als ideale Zielgruppe für Immobilienverkäufer: Sie haben in der Regel ein überdurchschnittliches Einkommen, sind zwischen 20 und 45 Jahre alt und gelten als „Schnell-Entscheider“. Der Vorteil im anschließenden Verkaufsgespräch liegt darin begründet, dass potenzielle Anleger bereits gut informiert sind. Insofern kommt es meist schneller zum Abschluss. Eine Studie der Immo-Media-Consult belegt zudem die starke Frequentierung von Internetangeboten: „Erzielten im Juni 17 von Immo Media Consult ausgewählte Immobilienbörsen (von insgesamt etwa 100) ca. 15 Millionen Seiten-Zugriffe, kamen im Juli bereits allein die sechs größten Anbieter

auf diese Anzahl“, wird Immo Media in der WELT zitiert. Diese Zahl dürfte ebenso schnell wieder überholt sein.

Und wie reagieren Immobilienmakler auf diesen Trend? „Viele haben es immer noch nicht verstanden, das Internet nicht als Gegner, sondern als zusätzliche Verkaufschance zu verstehen“, meint Joachim Pichen, Geschäftsführer der Lüdenscheider Multimedia-Unternehmung Pichen und Stiebing. Immobilienmakler in Deutschland sollten sich daher auf keinen Fall diesem Trend verschließen. Die USA sind – wie so oft – ein gutes Beispiel: Hier werden bereits die Hälfte aller Umsätze über das Internet erzielt. Dabei scheint es völlig unerheblich, ob das Gros der Anleger nur einmal im Leben eine Immobilie erwirbt und üblicherweise sehr lange hält. Das Internet als Verkaufsvorbereitung wird auch in diesem Fall als seriöse Zugriffsquelle für Kaufinformationen akzeptiert.

Makler und ist kein Internethaus, sondern ein spezieller Auswerter kurzfristiger Marktchancen im Immobilienbereich. So sind jegliche Formen von Zusammenarbeit mit Service Providern denkbar. Einen zusätzlichen Kaufvorteil sollen Anleger zudem durch die Möglichkeit erhalten, Notverkäufe aus Zwangsversteigerungen oder Bankverwertungen zu erwerben. Dann könnte der Unterschied zwischen üblichen Immobilienerwerbskosten und dem „Internet-Preis“ noch deutlicher ausfallen.

Keine Panik

Internet ist also die Zukunft. Bei aller Euphorie sollten Immobilienverkäufer jetzt jedoch nicht in Panik verfallen. Die konservativen Verkaufswege dürften für die nächsten Jahre noch ausreichend Beschäftigungsfelder und Erwerbsmöglichkeiten bieten. Diese Zeit sollte man jedoch spätestens jetzt nutzen, sich auf diesen neuen Vertriebsweg einzustellen, zumal das Internet keine Grenzen zieht zwischen großen und kleinen Unternehmen, wohl aber zwischen schnellen und langsamen. ◀

Darstellungen vom Profi

für
Planung
Vertrieb
Präsentationen
Exposés u.
Bauschilder



SuperFinish @
immobiliendarstellung.de



Tel.: 02323-459941 Fax: 02323-459913
Postfach 101729 44607 Herne
Düngelstr. 80 44625 Herne

Mit/ohne Beratung

Eine echte Innovation bietet hierbei IDAX® Immobiliendiscount und Internet AG in Zusammenarbeit mit der Aufina-Gruppe. IDAX® versteht sich als Discounter von Immobilien, d. h. Immobilien werden ohne weitere Aufbereitung dem Markt im Discountsystem zugeführt. Dabei werden nur geringe Handelsspannen kalkuliert, so z. B. keine hohen Vertriebs-, Verwaltungs- oder Marketingkosten. Nichtsdestotrotz müssen Anleger nicht auf Beratung verzichten, wenn diese benötigt wird. IDAX®-Vorstand Rainer Möller: „Wir werden eine begrenzte Zahl von Aufina-Beratern zu IDAX®-Beratern machen. D. h. Anleger können in den Büros der Aufina-Vermittler die vollen Beratungsleistungen erhalten – dann allerdings gegen höhere Verkaufsgebühren. Damit erschließen wir den Aufina-Beratern zudem einen völlig neuen Vertriebsweg.“ IDAX® versteht sich jedoch nicht als



Michael Oehme,

Jahrgang 1963, ist Inhaber des Beratungsunternehmens Oehme-Finanz-Marketing-Beratung, Fachbuchautor und freier Journalist. Die Schwerpunkte seiner Arbeit liegen in der Vermarktung und konzeptionellen Einschätzung von steuerorientierten Kapitalanlagen und deren pressemäßigen Betreuung.

Guido Schmidt

Traumjob für Makler?

Ist der Beruf des Bankmaklers ein Traumjob oder nur ein Beruf mit anderen Herausforderungen als im „freien Maklergeschäft“?

Über die Antworten auf diese Frage sehen sich Bank- und Sparkassenvorstände nicht nur hausinternen Diskussionen ausgesetzt, tatsächlich stellen sich auch die Bank-Profis genauso häufig diese Frage. Mit Recht, denn in keiner Abteilung einer Bank ist die Quote von Mitarbeitern, die den Ausweg in die Selbstständigkeit wählen, so hoch wie in der Immobilienabteilung. Auf die Frage nach dem „warum“ versuchen wir im nachfolgenden Artikel einzugehen.

In keiner Abteilung einer Bank ist der in Geld messbare Erfolg für den einzelnen so offensichtlich wie in der Immobilienabteilung. Während der Kreditspezialist oder der Anlageberater zwar auch tagtäglich mit Erfolgen (oder Misserfolgen) konfrontiert wird, so verbucht der Unikatverkäufer diese Ergebnisse bei ständig wechselnden Anforderungsprofilen einer Immobilie. Während Serienprodukte ebenso wie die Verkäufer der Serienprodukte (fast) beliebig austauschbar sind, so kann noch lange nicht jeder Immobilienvermittler auch jede Immobilie vermitteln. Insbesondere wenn man den marktgerechten Preis der Immobilie über den „Erfahrungsschatz“ nicht ermitteln kann.

Personenbezogenes Geschäft

Der Erfahrungsschatz eines Immobilienvermittlers,

- ♦ was will der potenzielle Käufer?
- ♦ was kann der ernsthafte Käufer bezahlen?

und ganz besonders

- ♦ mit welcher Vorgehensweise kann ich Verkäufer und Käufer mit ihren Vorstellungen zusammenbringen?

entwickelt sich zum personenbezogenen Geschäft für die Bank. Dieses „Know-how“ eines Immobilienvermittlers

kommt der Leistung eines „Künstlers“ gleich, den niemand ohne Weiteres ersetzen kann, selbst wenn man das Handwerkszeug adäquat zur Verfügung stellt.

Mit zunehmender Tätigkeit des Immobilienvermittlers lernt dieser seine Leistung immer besser einzuschätzen. Dies verbündet sich mit der Erkenntnis, dass die Tätigkeit für ein Kreditinstitut noch lange nicht automatisch zum Notartermin führt. Wo der Serienproduktverkäufer im üblichen Bankgeschäft vielfach von einer langjährigen Kundenbindung profitiert, muss der Immobilienvermittler im sogenannten „Einmalgeschäft“ zunächst einmal um das Vertrauen und damit jeden einzelnen Auftrag „kämpfen“.

Leistungspotenzial schnell einschätzbar

Immobilien sind Unikate und mit Bankprodukten in keiner Weise zu vergleichen (vgl. Immobilien-Profi Nr.13). Gute Immobilienverkäufer wissen das und erkennen sehr schnell, ob das „Geschäft“ aufgrund eigener Leistung zustande gekommen ist, oder ob es sich um ein „Folgegeschäft“ der Bank handelt, welches freie Makler nicht hätten abwickeln können.

Da leistungsorientierte Immobilienvermittler der Bank ein Vielfaches ihres Gehaltes an Provisionserträgen bescherehen, verführt dies zu der Frage, „wofür brauche ich die Bank?“.

Während freie Maklerunternehmen die Erfolge eines guten Vermittlers und die daraus resultierende Vergütung akzeptieren, weil man den Profit des Unternehmens erkennt, sorgt diese Denkweise bei Banken immer noch für „Stirnrunzeln“ (vgl. Immobilien-Profi 14). Denn wie soll dem langgedienten Abteilungsleiter im Bankgeschäft klarge-

macht werden, dass ein auf Erfolgsbasis arbeitender Vermittler nur über eine erfolgsabhängige Vergütung erfolgreich tätig sein kann. Der Abteilungsleiter hat schließlich für sein eigenes Gehalt sehr lange kämpfen müssen.

Bei zahlreichen Banken, die das Vermittlungsgeschäft betreiben, liegt deshalb die durchschnittliche Verweildauer eines gut ausgebildeten Vermittlers bei nur vier bis fünf Jahren. Im Anschluss daran gehen diese Mitarbeiter zu einem Großteil in die eigene Selbstständigkeit oder wechseln zu einem freien Maklerunternehmen.

Akzeptanz von höchster Instanz

Wie kann dies verhindert werden? In erster Linie zeigen zahlreiche Banken gute Ansätze, in welchem die Vergütung eines Maklers keiner Beschränkung unterliegt. Das heißt konsequenterweise, dass ein Immobilienvermittler auch mehr verdienen „darf“ als die Geschäftsleitung der Bank. Allein dieser Umstand sorgt schon für eine gewisse „Zufriedenheit“ unter den Immobilienvermittlern. Hier steht weniger das Honorar im Mittelpunkt, vielmehr sorgt die Akzeptanz von höchster Stelle für einen psychologischen Rückhalt, da sich besonders die Bankmakler im Tagesgeschäft zahlreichen bankinternen Neidfaktoren ausgesetzt sehen.

Fixum und hohe Provision

Wer glaubt, dass Makler ohne Weiteres ihren Tagesjob erledigen, weil sie die Angestellten einer Bank sind, erliegt einem Trugschluss. Diese Vermittler „arbeiten“ zwar im Sinne eines Angestellten, jedoch kann niemand den „Erfolg“ – den Gang zum Notar – anweisen. Dazu gehören immer noch zwei weitere Beteiligte: der Käufer und der

Verkäufer der Immobilie. Und genau diese beiden Beteiligten machen manchem einen Strich durch die (betriebswirtschaftliche) Rechnung.

Wer leistungswillige Vermittler wünscht, der muss die einzelne Leistung dementsprechend honorieren. Somit erübrigt sich die Frage, ob ein „sattes“ Grundgehalt schon automatisch eine Garantie für Erfolge im Vermittlungsgeschäft ist. Clevere Bankvorstände denken heutzutage anders: Nur derjenige, der mit geringem Fixum und höherer Provision leben will, der ist auch bereit, für die Bank entsprechende Provisionserlöse zu erwirtschaften.

Steigende Erfolgsbeteiligung

Rein betriebswirtschaftlich gesehen rechnen sich Maklerbetriebe (oder Abteilungen einer Bank) mit zunehmenden Provisionserträgen deutlich besser. Eine logische Konsequenz, dass Fixkosten wie Miete, Backoffice-, Personalkosten, Telefon- und Werbungskosten mit zunehmendem Umsatz geringere Gesamtanteile einnehmen. Daher sollten die umsatzorientierten Vergütungsanteile mit zunehmendem Umsatz steigen! Nur diese Strategie gibt die Geschäftsphilosophie eines Maklerbetriebs wieder. „Provisionsdeckel“ oder degressive Provisionsätze sind im Endeffekt kein Mittel, um den Gewinn nachhaltig zu steigern, da die Motivation der Immobilienvermittler empfindlich gebremst wird. ◀



Guido Schmidt,

war jahrelang Vertriebsleiter der Immobilienabteilung einer mittelgroßen Sparkasse, die in dieser Zeit mehrfach unter den umsatzstärksten Banken platziert war. Er ist ausgebildeter Trainer und seit 1998 der „Bank-Spezialist“ bei der Hans J. Gärtner Unternehmensberatung in Stuttgart.

Kontakt zum Autor:

schmidt@gaertner-training.de

Tipps

Tipp 32/2000: Preis-Verkauf

Wie Sie bei der Besichtigung Ihren Preis verkaufen, ist nicht die Frage, sondern wie Sie es vorher tun. Vor der Besichtigung können Sie die Interessenten etwa so einstimmen: „... bevor wir uns die Immobilie anschauen: Wir haben echte Nettopreise. Den Preis der Immobilie, die Sie gleich sehen werden, den haben wir schon für Sie runtergehandelt. Also, können Sie mir versprechen, dass wir nicht nachher über den Preis handeln müssen?“

Niemand widerspricht Ihnen, denn man kennt die Immobilie ja nicht.

So neu ist dies eigentlich nicht. Profis vermeiden alles, was nachher so aussieht, als müsse man sich für irgendetwas entschuldigen. Soll heißen: alle schwierigen Themen werden vorher(!) geklärt. Nachher sieht der Verkäufer nämlich immer schlecht aus.

Tipp 27/2000

Einige Kollegen stellen fest, dass sich im Moment weniger Interessenten auf Anzeigen melden. Ob's am „Sommerloch“ liegt oder nicht, für Profis ist dies die Gelegenheit, die Kartei durchzuarbeiten: Rufen Sie Interessenten an, für die Sie noch nichts finden konnten oder die sich noch nicht entschieden haben. Versuchen Sie im Gespräch diese Interessenten in A-, B- und C-„Kunden“ einzuteilen.

Wenn Sie diese Kategorisierung in Ihrer Kartei (EDV) speichern, können Sie bei der nächsten Telefonrunde gut beobachten, wieweit zum Beispiel die B-Interessenten „gereift“ sind und so den „A-Status“ von Ihnen erhalten.

Verkaufswissen per Internet

Leser des Immobilien-Profi erhalten regelmäßig den Tipp der Woche. Dieser Service ist kostenlos und jederzeit kündbar.

Anmelden können Sie sich unter:
www.immobilienscout24.de



Harald Blumenauer
Gründer der i-Makler-Gruppe, Frankfurt
„Innovation ist unser Erfolg.“

Partner der
innovativen
Makler.

www.Immobilienscout24.de

Innovationspreis 1999
FAZ/Immobilienmanager

- Deutschlands meistbesuchte Immobilien-Seite
- ganz einfach Immobilien online einstellen und verwalten
- maklergerechte Immobilien-Beschreibung
- direkte Weiterleitung der Interessentenanfrage
- Immobilien können chiffriert inseriert werden
- Miet- und Kaufimmobilien, möbliertes Wohnen, Auslandsimmobilien, Versteigerungen, demnächst auch Gewerbeimmobilien
- mehr Informationen unter **0180-5-650 660 (24Pf/Min.)**

**IMMOBILIEN
SCOUT 24®**

Immobilien im Internet

Investitionen in Angebots- nischen

Steigende Lebenserwartung, wachsender Wohlstand und erhöhte Ansprüche älterer Menschen erzeugen einen stetig größeren Bedarf an Seniorenzentren.

Solange nur elitäre Kreise Plätze in Seniorenzentren in Anspruch nahmen, konnten hohe Nutzungspreise von bis zu DM 4.000 pro Monat und Appartement erzielt werden.

Der Anspruch nach Pflegeplätzen für ältere Menschen mit durchschnittlichem Einkommen steigt daneben überproportional. Monatliche Pachtzahlungen zwischen DM 1.000 und DM 1.500 können bei entsprechender Gestaltung jedes Seniorenstift rentabel machen.

Wenn ein Seniorenzentrum in zentraler Lage unweit der Mitte eines Stadtteils

von Berlin gelegen ist, werden solche Appartements sofort belegt und es entsteht schnell eine Warteliste – bei unserem Beispiel ist dies ab 01.09.2000 der Fall.

Der Betreiber vereinnahmt die Mietzahlungen und gewährt dem Eigentümer, in der Regel eine Kommanditgesellschaft, einen festen Pachtzins. Dieser ist unabhängig von der Belegung eines solchen Objektes. Eigentümer eines Seniorenzentrums können für sich regelmäßig mit festen Einnahmen rechnen, die – nach Abzug von Rücklagen, Aufwendungen und Kosten – für eine vorher festgelegte Ausschüttung ausreichen.

Preis-Leistungs-Verhältnis

Bei Spezialimmobilien, wie es Seniorenzentren sind, ist für die nachhaltige Qualität der Immobilieninvestition fachliche und wirtschaftliche Kompetenz sowie die Leistungsbilanz des Initiators wesentlich. Hieraus ergeben sich Möglichkeiten, über dem Durchschnitt normaler Wohnimmobilien liegende Renditen zu erzielen. Vom Verständnis des Investors ist es klar, dass „Wohnen mit Dienstleistungen“ teurer sein muss. Bei einer wirtschaftlich qualifizierten Kalkulation zusätzlicher Aufwendungen, können diese unterproportional – im Verhältnis zu den Einnahmen – steigen.

Herkömmliche Seniorenzentren zeichnen sich durch hohe Mietpreise bzw. Pflegesätze aus. Sie befanden sich bisher ausschließlich in außerordentlich guten Lagen im Grünen und erzielten aufgrund ihrer vollständigen Belegung und des besonders guten Preis-Leistungs-Verhältnisses hohe Renditen. Im

Hinblick auf die Marktentwicklung vergrößert sich die Zahl der Senioren, die einen Pflegeplatz oder „Betreutes Wohnen“ benötigen, erheblich. Mit dem größeren Kreis steigt jedoch auch die Zahl der Personen mit verminderter Kapitalausstattung. In den letzten fünf Jahren zahlen die Senioren pro Appartement in den am Rande von Berlin errichteten und von uns angebotenen Seniorenzentren ca. DM 1.500. Hinzu kommen die Verpflegungssätze. Bei allen Objekten machen sich die Vorteile niedrigerer Preise in der Stadt Berlin bemerkbar. Hinzu kommt die geringere Kapitalausstattung der Mieter, die nicht mehr als 40 % für ein kleines Appartement im Vergleich zu vergleichbaren Seniorenzentren in der Lüneburger Heide zahlen.

Auch die Psyche der Bewohner und deren Bereitschaft, Wohnqualitäten anzunehmen, hat sich geändert. Besser gesagt: Sie wird heute besser verstanden!

Ältere Menschen wollen aufgrund ihrer im Bewussten und Unbewussten erlangten Erkenntnis, dass man sich im letzten Lebensabschnitt befindet, am Leben teilhaben. Viele 40jährige glauben heute, dass sie im Alter im Grünen leben wollen. Danach richten sie auch ihre Planungen aus. Der ältere Mensch will jedoch – ohne dies für die Altersgenossen ebenfalls zu implizieren – dabei sein. Dazu benötigt er die vor dem Haus klingelnde Straßenbahn, das Geräusch des abfahrenden Busses und das Lärmen des Tagesgeschehens.

Die Senioren projizieren diese Vorstellung nur auf sich, da sie davon ausgehen, einer besonderen Situation zu unterliegen und erwarten dies nicht von Gleichaltrigen. Es ist jedoch für den größten Teil der Senioren so und muss von den Unternehmen akzeptiert werden.

Beispiel: Berlin-Lichtenberg

Das Seniorenzentrum in Berlin-Lichtenberg berücksichtigt die oben genannten Punkte. Bei normaler Baukalkulation einer Wohnimmobilie ergibt sich bei DM 25,00 Miete pro Quadratmeter eine Kostendeckung mit 4 % Eigenkapitalgewinn ohne Berücksichtigung von Steuervorteilen. Bei Seniorenzentren benötigen Sie aufgrund des höheren Dienstleistungsumfangs DM 30,00 bis DM 35,00 Miete pro Quadratmeter, um das gleiche Ergebnis zu erzielen. ▶



Jede darüber hinausgehende Mietentnahme erhöht die Rendite des Seniorenzentrums erheblich.

Zusätzliche Renditeverbesserungen können dann noch durch die Finanzierungs-gestaltung und optimiertes Management erreicht werden.

Ein wichtiges Indiz: Der Komplex „Betreutes Wohnen“ ist bereits voll vermietet, die Pflegeplätze werden es im September 2000 sein.

Kalkulation

Bei dem Seniorenzentrum in Berlin-Lichtenberg, dem neuen Angebot der Treukapital, bleiben für den Anleger Überschüsse von 5,5 % p. a., die im Laufe der Zeit – wie bei jeder Immobilie – steigen werden.

Da aufgrund eines niedrig verzinslichen Darlehens ein Kommanditanteil von DM 100.000 einer tatsächlichen Substanz von mehr als DM 180.000 entspricht, nimmt der Anleger auch an der Wertsteigerung von DM 180.000 teil, während sich die Ausschüttungen (5,5 % p. a.) auf DM 100.000 beziehen. Dieses als Differenz zu DM 180.000 gewährte Darlehen ist zu verzinsen und zu tilgen.

Dies ist bei der Ausschüttung von 5,5 % p. a. bereits berücksichtigt. Über zehn Jahre ist in der Summe somit ein zusätzlicher Tilgungsgewinn von ca. 18 % zu kalkulieren, was einer zusätzlichen Rendite von 1,5 % p. a. entspricht (ohne Zinseszins).

Die tatsächliche Rendite, bezogen auf den Einstandspreis, erhöht sich somit auf ca. 7 % p. a..

Da Steuervorteile den Einstandspreis um 25 % vermindern, erhöht sich die Rendite effektiv auf ca. 10% p. a. – abhängig von der persönlichen Progression des Anlegers im Jahr des Erwerbs. Dabei müssen wir berücksichtigen, dass

bei einer Neubauimmobilie, für die bei einer Konzeption aus dem Jahre 1998 nach dem Fördergebietsgesetz nur eine anfängliche Sonderabschreibung von 25 % zu berücksichtigen ist – was nichts mit der Steuerersparnis zu tun hat, die sich anders errechnet – in den Folgejahren Abschreibungen erzielt werden, die eine Ausschüttung zum Teil steuerfrei zufließen lassen.

Aktienfonds im Vergleich zu Seniorenzentren

Aktien sind in aller Munde und fordern den Vergleich mit anderen Anlagefor-

ein Aktienfonds – gut gemanagt – im Durchschnitt einen steuerfreien Anteilsgewinn von 8 % erzielt, und bewerten wir die zu versteuernden Dividendenanteile als Eigenkapitalgewinn.

Die bei Aktienfonds ausgewiesenen Gewinne von – hier als Anteilsgewinn angenommen – 8 % p. a. sind nichts anderes als Wertsteigerungen, die nur bei einem Verkauf der Papiere realisiert werden. Dies ist bei Immobilien nicht anders.

Vergleichen wir den Unterschied zwischen einem gut gemanagten Aktienfonds und dem Engagement in einer Spezialimmobilie, hier: Seniorenzentrum (siehe Kasten).

	Aktienfonds	Seniorenzentrum
Ausschüttung/Dividende Ø	2,5 %	5,5 %
Tilgungsgewinn	0	1,5 %
Renditeerhöhung durch Steuerersparnisse beim Erwerb	0	2,8 %
Summe	2,5 %	9,8 %
abzgl. Eigenkapitalrendite	./ 4,0 %	./ 4,0 %
Summe Nettoüberschuss	- 1,5 %	5,8 %
Durchschnittliche Wertsteigerung (über 40 Jahre) p. a.	8,0 %	6,0 %
Summe	6,5 %	11,8 %

men heraus. Die Aufgabe soll hier sein, bei einer Anlageform eine Effektivrendite von 10% p. a. – teilweise steuerfrei – sicher erreichen!

Selbst der Aktienmarkt erzielt höhere Gewinne nur in besonderen Jahren (z. B. 1999). Im Durchschnitt sind Renditen von 8 % – 10 % als gut zu bezeichnen. Aufgrund der auch bei Aktienfonds zu berücksichtigenden Ausschüttungen sind im Durchschnitt 2% p. a. zu versteuern. Weitere Überschüsse sind steuerfrei. Nehmen wir günstigenfalls an, dass

Aus dieser Kalkulation ist zu ersehen, dass die Spezialimmobilie bei sicherem Zuspruch, wie es von einem Seniorenzentrum in guter Lage zu erwarten ist, langfristig bessere Ergebnisse erzielen kann als ein Aktienfonds bei durchschnittlicher Entwicklung.

Natürlich gibt es auch Aktienfonds, die besser sind. Dies weiß aber niemand im vorhinein und für den Anleger stellt sich dann die Frage: Spekulieren oder sicher anlegen?

Jürgen Müller



SÜDAFRIKA

South African Properties (SAPRO) ist ein niederländisches Unternehmen, das sich bereits seit neun Jahren mit dem Verkauf südafrikanischer Immobilien in Europa sowie der Betreuung der betreffenden Käufer vor Ort in Südafrika beschäftigt. Neben dem Verkauf von Bauparzellen, Residenzliegenschaften, Weingütern, Guesthouses etc. realisieren wir regelmäßig auch eigene Projekte: Luxusapartements in Spitzenlage, direkt an Strand und Meer in Südafrikas beliebtesten Gegenden: Kapstadt und Umgebung und an der Gartenroute.

Demnächst starten wir den Bau unseres Projekts „Monte Verde“ – 40 Apartments:
 8 Wohneinheiten von 85 m² 2 Schlafzimmer / 1 Badezimmer / 1 Parkplatz DM 180.000
 24 Wohneinheiten von 110 m² 3 Schlafzimmer / 2 Badezimmer / 2 Parkplätze DM 244.000
 8 Penthouses von 145 m² 3 Schlafzimmer / 3 Badezimmer / 2 Parkplätze / 1 Abstellraum DM 317.000

Sämtliche Apartments verfügen über dem Meeresstrand zugewandte große Terrassen, Balkone und Wohnzimmer sowie über eine Tiefgarage, einen angelegten Garten und ein geheiztes Schwimmbecken.

Wir suchen deutsche Immobilienmakler, die diese Apartments sowie unsere nachfolgenden Projekte gegen Kommissionsgebühr: 5% des Verkaufspreises verkaufen wollen.

South African Properties

Elspeterweg 18
 8171 ET Vaassen
 Niederlande
 Tel 0031.578.572465
 Fax 0031.578.577941
 info@sapro.nl
 www.sapro.nl

Online mobil mit Notebook und Handy

Wie können E-Mails via Handy mobil abgerufen werden?

Bei vielen Geräte-Kombinationen ist diese Möglichkeit bereits vorhanden. Beispielsweise ist die Kombination SIEMENS S25 Handy und Notebook besonders praktisch. In der Regel verfügen Notebooks schon standardmäßig über eine Infrarot-Schnittstelle. Bei Mobiltelefonen ist dies leider noch die Aus-

nahme, so dass das SIEMENS hier eine rühmliche Ausnahme darstellt. Die serienmäßige Infrarot-Übertragung beim S25 spart nicht nur Adapterkabel und Zusatzsoftware, sondern meist auch die unverhältnismäßig hohen Kosten für dieses Zubehör.

Weitere Mobiltelefone mit dieser Ausstattung erhalten Sie natürlich auch von anderen Herstellern, wie z. B. Nokia, Ericson oder Motorola. Da bei dieser Übertragungstechnik mehrere Standards angeboten werden, achten Sie auf die Kompatibilität zum „IRDA“-Standard.

Ein einfacher Test zeigt Ihnen, ob eine Verbindung zwischen Handy und Computer möglich ist.

Unter Windows finden Sie in der Systemsteuerung einen „Infrarot“- oder „IRDA“-Eintrag. Falls Ihr Notebook mit der Schnittstelle ausgerüstet ist, legen Sie Ihr Handy mit aktivierter IR-Schnittstelle einfach daneben. Sobald der Computer das Handy erkannt hat, erscheint dessen Name oder Bezeichnung im Computer-Display.

Ist dies der Fall, so können Sie sich an die nächsten Schritte wagen. Installieren Sie in der Systemsteuerung im Feld Modem ein neues Modem vom Typ „Standard Modem“ mit einer Geschwindigkeit von 9600 Baud. Das heißt, dass Sie Daten mit einer Geschwindigkeit von ca. 1000 Buchstaben pro Sekunde übermitteln können. Das ist nicht gerade berauschend, aber für kurze Anfragen oder Mails gerade noch akzeptabel. Dem Modem müssen Sie als Anschluss nun den Infrarot-Port zuweisen. Diese Konfiguration verhält sich dann wie ein virtuelles Kabel.

Nun die wichtigste Frage: Wo oder Wie gehe ich Online? Hier gibt es zwei Möglichkeiten:

1. Anbieter (Provider) mit eigenem D1 oder D2 Zugang wie z. B. UUNET

Hier wählen Sie eine spezielle Nummer im Mobilfunknetz und zahlen die gleichen Gebühren wie für ein netzinternes Gespräch.

2. Sie rufen einfach die örtliche Rufnummer Ihres Providers (z.B. D1 / D2) an. Dies kann sogar noch kostengünstiger sein, falls Sie einen entsprechenden Citytarif abgeschlossen haben.



Studie belegt: Internet wird zum Kontaktmedium

Das Internet hat sich vom Informationsmedium zum Kontaktmedium entwickelt. Von den befragten 244 Immobilienunternehmen haben fast 50% Verträge mit Internetnachfragern realisiert. Bereits über 55% der Unternehmen nutzen für die Kontaktabahnung

mindestens drei Onlinemedien gleichzeitig. Das Engagement der Branche wird belohnt. Von den 730 befragten Immobilieninteressenten nutzen schon heute ca. 40% das Internet als erstes Medium bei ihrer Suche nach einem Haus oder einer Wohnung.

Was wollen die Nachfrager, wohin steuert die Branche, was leisten die Immobilienbörsen? Detaillierte Antworten unterlegt mit anschaulichen Grafiken und Praxistipps zum Einstieg und zur Optimierung Ihrer Internetvertriebsaktivitäten gibt der Immo Media Research 2. Das Handbuch orientiert sich in seinem Grundaufbau konsequent am Immobilienvertriebsprozess. Die Antworten der

potenziellen Käufer und Mieter geben Aufschluss, welchen Herausforderungen sich heute jeder Makler, Bauträger oder Hausverwalter stellen muss. Benchmarks zeigen Ihnen, mit welchem Erfolg heute bereits Unternehmen im Internet agieren und dienen als Messlatte für Ihre eigenen Internetaktivitäten.

Immo Media Research 2, die große Analyse des Immobilienmarktes im Internet, erscheint Anfang Oktober im Immobilien Informationsverlag Rudolf Müller. Alle Interessenten können sich noch bis zum 30.09.2000 den Subskriptionspreis von DM 135,- sichern (regulär DM 158,-) und online unter www.immo-media-research.de bestellen.

Verkauf nach dem Verkauf

Ist Service für Immobilien-Profis ein Thema? Was passiert eigentlich zwischen Verkäufer und Kunde nach dem Abschluss?

Es geht also um Dienst-Leistungen, die nach dem Abschluss, nach dem Notartermin oder dem Werkvertrag erbracht werden. Hierzu gibt es sicherlich unterschiedliche Ansichten. Die eine könnte lauten: Die Verkäufertätigkeit ist Dienstleistung per Definition und damit stellt sich diese Frage nach Abschluss (dieser Tätigkeit) nicht mehr.

Die andere Sichtweise könnte Sinn und Zweck von Serviceleistungen generell in Zweifel ziehen, da Service schließlich den Hintergedanken verfolgt, Kunden zu binden, und dies würde im Im-

mobiliengeschäft auch bei langfristiger Betrachtung wenig Sinn machen.

Letzteres spiegelt ein generelles Missverständnis wieder. Denn, wenn Service nur gewährt wird, sobald die entsprechende Gegenleistung sicher erscheint, dann werden faktisch nur Leistungen getauscht. Es liegt also ein normales Gegen-Geschäft vor, in dem keine Seite durch ein wenig mehr an Leistung positiv überrascht wird. Die andere Perspektive tangiert die persönliche Dienstleistungskultur. Warum soll der Service an dem Punkt enden, zu dem die Rechnung

geschrieben wird? Weshalb soll ein Kunde, der eine verhältnismäßig hohe Summe zu zahlen hat, nicht ein Mehr an Leistung erhalten? Wer kauft schon eine Immobilie und hat keine weiteren Hilfestellungen bei Umzug, Einzug, Renovierung oder Behördengängen nötig? An dieser Stelle fragt sich, welches Verhältnis der einzelne zu seinem Kunden hat. Dienstleistung in Erwartung des Auftrags ist nicht ungewöhnlich, aber das Gleiche auch nach der erteilten Unterschrift zu gewähren, macht den Beziehungs-Profi aus. Ist Service ausschließlich eine Frage des Charakters? Hier sollte einmal untersucht werden, wie sich Verkauf nach dem Verkauf in der Praxis auswirkt.

FÜR DEN EIGENBESTAND SUCHEN WIR STÄNDIG:

Wohnanlagen Mehrfamilienhäuser



- in den alten Bundesländern • ab ca. 20 Einheiten •
- geringe Gewerbeeinheiten • keine Neubauten •
- Maklerangebote willkommen •



Geld & Grund

Gesellschaft für Haus- und Grundbesitz mbH & Co. Immobilien KG
Wernher-von-Braun-Straße 10a • 85640 Putzbrunn
Telefon 0 89 / 4 62 35 80 • Fax 0 89 / 4 60 70 58
info@geld-und-grund.de

Ihr kompetenter Partner für sozialverträgliche Privatisierung

Vorteil 1: Positive Werbung

Verkäufer, insbesondere Immobilienverkäufer, werden in der Öffentlichkeit immer misstrauisch angesehen. Man ahnt, dass hinter der äußerlichen Freundlichkeit eher der Wunsch nach der Vertragsunterschrift dominiert. Die Erwartungshaltung beim Publikum ist also nicht besonders groß, und wenn es schließlich zum Abschluss gekommen ist, gehen beide Parteien auseinander und begegnen sich mit großer Wahrscheinlichkeit nicht wieder.

Wie verblüfft werden diese Käufer sein, wenn ihnen der Immobilien-Profi auch weiterhin mit Rat und Tat zur Seite steht?

„Tue Gutes und rede darüber“ gilt in diesem Zusammenhang nicht. Denn wer vorher schon den Gesamtkatalog der weiterführenden Leistungen ausbreitet, verzichtet auf die positive Überraschung bei den Kunden. Ferner wird wohl niemand bei der Wahl des Maklers, Hausverkäufers oder Bauträgers aufgrund der avisierten Dienstleistungen entscheiden. Hier steht immer noch die

Sache (Immobilie) im Zentrum des Interesses.

Diese positiv überraschten Käufer werden anschließend umso eifriger die Werbetrommel für den Immobilien-Profi rühren. Es ist ein völlig normales Verhalten, dass wir mit unseren Mitmenschen positive wie negative Erfahrungen austauschen. Die alte Formel, dass nur Negatives verbreitet wird, stimmt nicht. Nur das Erwartete, der Kauf ohne weiteren Service, wird nicht gewürdigt. Dies braucht nicht weiter zu wundern, denn wer das bekommt, was er sowieso erwartet hat, wird dies nicht unbedingt zum Thema beim nächsten Stammtisch machen.

Der Immobilienkauf ist meist das größte Geschäft im Leben eines Menschen. Hier wird man sich Ratgeber suchen, wo immer man sie finden kann. Meist sind es nicht die Profis, denen man sich anvertraut, sondern Bekannte, Arbeitskollegen oder Freunde, die ähnliche Erfahrungen schon gemacht haben. Dies macht zwar keinen Sinn, weil diesen Personen eigentlich die Qualifikation fehlt, doch



Service nach dem Auftrag als persönliche Dienstleistungskultur

dem Verkäufer, dem Makler, möchte man sich lieber (noch) nicht anvertrauen.

Hier fällt die positive Mund-zu-Mund-Propaganda auf fruchtbaren Boden. Der Profi, der bereits unter Beweis gestellt hat, dass man auch menschliches Interesse über den Auftrag hinaus beherzigt, wird leichter und sicherer weiterempfohlen als andere. Prüfen Sie sich selbst: Würden Sie einen Verkäufer, den nur der Abschluss interessiert, an Freunde weiterempfehlen, oder möchten Sie sich lieber bedeckt halten, um später nicht zur Rechenschaft gezogen zu werden?

Vorteil 2: Nischen-Radar

Wer sich für die Belange seiner Kunden nach dem Verkauf interessiert, muss sich zwangsläufig mit deren Problemen beschäftigen und entsprechende Konzepte entwickeln. Damit ergibt sich ein Problem-Lösungs-Radar mit der Möglichkeit, sich auf die Wünsche und Ziele einer bestimmten Zielgruppe zu spezialisieren. Derartige Spezialisten sind durchaus häufig anzutreffen.

Wenn sich jemand auf die Immobilienwünsche von Spitzensportlern, auf Handwerker oder bestimmte Gewerbetreibende spezialisiert, ist es nicht einmal erforderlich, besonders herausragende Fähigkeiten zu entwickeln. Es reicht aus, besser als der zweitbeste Anbieter zu sein, und dazu bedarf es meist weniger als gemeinhin angenommen. Ohne die Bereitschaft, Service überhaupt anzubieten, bleibt diese Entwicklungsmöglichkeit aber versperrt.

Vorteil 3: Lifetime Value

Am Anfang war das Wort! Dies gilt besonders bei Management und Marketing-Theorien. Das aktuelle Schlagwort heißt: „Customer Relationship Management“ (CRM) und heißt nichts anderes, als dass der Kunde im Mittelpunkt steht. Diese sensationelle Erkenntnis belegt die Marketingbranche mit einem weiteren Anglizismus, dem „Lifetime-Value“, dem „Lebenszeit-Umsatzwert“ des Einzelkunden. Die WELT (12. August 2000) hat dies wie folgt auf den Punkt gebracht. Verliert die LUFTHANSA einen Kunden mit einem Lifetime-Value von 1 Millionen DM im Alter von 35 Jahren, entgehen dem Unternehmen 750.000 Gesamtumsatz.

Fragt sich, wie hoch dieser Wert bei Immobilienkäufern anzusiedeln ist? Möglicherweise kauft dieser Kunde keine weitere Gebrauchtimmobilie mehr, aber in fünf Jahren vielleicht eine Kapitalanlage. Hier muss auch einmal die Frage gestellt werden, ob die Monokultur der Immobilien-Profis langfristig Bestand haben kann. Wer nur Bestandsimmobilien oder nur Neubauten verkauft, zielt deutlich am Grundbedürfnis „Wohnen“ vorbei.

Vorteil 4: Networking

Wer sich um Serviceleistungen für seine Kunden bemüht, gerät unweigerlich in Kontakt zu Dienstleistern rund um die Immobilie oder zu verwandten bzw.

Detlev Schmidt
(BDVT)

NEXT-GENERATION-TRAINER

Einkauf Marketing Verkauf

[ImmoTrain][®]

Marketing und Verkaufstraining
für die Immobilienwirtschaft

Elb 77 · 40721 Hilden
fon: 0 21 03 / 33 47 46 · fax: 33 47 74
detlev.schmidt@immotrain.de

komplementären Branchen. Schließlich wurde ja nicht behauptet, der Immobilien-Profi solle diese Leistungen selber erbringen, etwa einen LKW anschaffen, um am Wochenende Umzüge zu fahren.

Der serviceorientierte Profi vergibt oder vermittelt demnach immer öfter Aufträge an Fremdfirmen. Da würde es wundern, wenn dies nicht Gegengeschäfte auslöst, mit der sich die zuvor verwöhnten Unternehmen revanchieren. Auch diese Firmen sind mit ihrer Empfehlung weniger geizig, wissen sie doch, dass sie ihre Kunden zu einem Profi-Dienstleister weiterempfehlen.

Fazit

Gleichgültig, wie professionell ihr Unternehmen am Markt dasteht, wie groß ihr Angebot oder ihre Kundenkartei ist, dies alles können Wettbewerber in den unterschiedlichsten Sparten immer wieder einmal überbieten. Einzig die persönliche und die firmeneigene Dienstleistungskultur ist das Feld, in dem jedes Unternehmen einen uneinholbaren Vorsprung vor dem Wettbewerb erzielen kann.

Service als Unternehmensstrategie bietet zudem Wachstums- und Entwicklungsmöglichkeiten, die den Weg für den Immobilien-Profi im dritten Jahrtausend weisen. ▶

Per Maus zum Haus?



Michael Schäffler, Schäffler & Partner Immobilien in Fürth:
„Welches Interesse sollten Makler haben, mit Immobilien-Datenbanken den Verkauf von Privat zu fördern und auch noch zu finanzieren?“

Woche für Woche werden Makler und Bauträger aufgefordert, das Medium Internet einzusetzen. Von Immobilienpools wie Estate.net, Immonline und insbesondere Immobilien-Scout wird den Kaufinteressenten suggeriert, man könne vom Wohnzimmer aus alle kaufentscheidenden Informationen vermittelt bekommen, die für eine Immobilieninvestition benötigt werden. Vermittlern und Verkäufern wird eine größere Umschlagsgeschwindigkeit, mehr Umsatz und mehr Freizeit versprochen.

Durchleuchtet man die Sache genauer, kann eine Zusammenarbeit erhebliche Folgen mit sich bringen. Wird der Käufer einer Immobilie über eine betriebsfremde Web-Seite auf das Angebot aufmerksam und dort mit Informationen und Prospekten versorgt, so wird er später die Leistung des Maklers nicht mehr erkennen. Diese Käufer, die schließlich auch potenzielle Wiederverkäufer sind, werden wohl kein Immobilienbüro mehr aufsuchen, sondern den Weg über den Online-Anbieter wählen. Über die Kosten muss sich der Privat-Verkäufer ohnehin keine Gedanken machen, denn „die gewerblichen Anbieter sind es auch, die den virtuellen Marktplatz finanzieren“.*

Welches Interesse sollen Maklerunternehmen haben, den Verkauf von Privat nicht nur zu fördern, sondern auch noch zu finanzieren?

Einen Service der ganz besonderen Art bieten Online-Anbieter mit dem Datenschutz für Käufer. So kann jeder anonym ausführliches Material einer Immobilie erhalten.

Unbestritten bietet das Medium Internet vorzügliche Werbemöglichkeiten und als Alternative zur Tageszeitung großes Ersparnispotenzial. Ferner kann sich das Immobilienunternehmen mit seinen Kundenberatern vorstellen und Tätigkeitsschwerpunkte hervorheben.

Auch für die Immobilien-Pools wird es eine Zukunft geben. Ähnlich wie beim Multiple-Listing-Verfahren in Amerika wird es Maklern dann möglich sein, miteinander Gemeinschaftsgeschäfte abzuschließen. Durchaus dürfen solche Pools einen öffentlichen Bereich haben, der einen Zugang privater Kaufinteressenten zulässt und einen Kontakt zu den geeigneten Maklern herstellt. Eine Abkürzung darf das Internet allerdings nicht sein. Wer meint, sich aufwendige und persönliche Beratung sparen zu können oder gar Internetanbietern die Arbeit ganz machen lassen zu können, rationalisiert sich dabei selbst weg.

* laut Web-Seite von ImmobilienScout vom 03.08.2000

Klaus Saloch, Immobilien-Scout24 (Makler-Kooperation):
„Wir addieren Kompetenzen“.



Das Ende der Makler? Mitnichten. Die Zielsetzung von ImmobilienScout24 ist es, Kompetenzen zu addieren, unseren technischen Vorsprung, die Akzeptanz und unsere marktführende Position zur Kernkompetenz, der Beratung und der Erfahrung der Makler.

Makler bringen durch uns ihre Objekte treffsicher an die Zielgruppe, vermeiden nicht nur Streuverluste, sondern erreichen über den effizienten Vertriebsweg zusätzliche Interessenten. Neue Kundenpotenziale können so unabhängig von Ort und Zeit erschlossen werden. Interessenten für die eingestellten Immobilien werden direkt, ohne Zwischenspeicherung, dem Makler zugeführt. Entweder per E-Mail, E-Mail-to-Fax oder Telefon.

Für den Makler leisten wir eine effiziente Kundengewinnung. Es wird nicht nur ein quantitativ größeres, sondern auch ein wesentlich qualifizierteres – weil besser vorab informiertes – Interessentenpotenzial geliefert.

Die wichtige Nachweismöglichkeit für Maklerobjekte bleibt selbstverständlich gewährleistet. Denn bei ImmobilienScout24 steht es jedem Anbieter frei, wie ausführlich er seine Immobilien beschreibt. Auf Wunsch braucht keine Adresse eingegeben zu werden. Die Interessenten erfahren diese dann direkt vom Makler und die wichtige Nachweisierung bleibt in seinen Händen.

Der direkte Kontakt zwischen Anbieter und Nutzer ermöglicht es ImmobilienScout24, innerhalb kürzester Zeit online Meinungen abzufragen. Erst das Internet ermöglicht die Transparenz, die den Makler marktgerecht agieren lässt. So erhalten die Interessenten aktuelle Marktdaten und Informationen über die Trends am lokalen Immobilienmarkt. ImmobilienScout24 sorgt so für Transparenz im Internet-Immobilienmarkt und bringt Vorteile für alle Marktteilnehmer.

Viele Interessenten nutzen lieber neutrale Internet-Börsen als die Tageszeitung oder reine Internet-Maklerbörsen, da sie hier auf eine breitere Angebotsvielfalt stoßen. Durch das neutrale Angebot von Privat und Gewerblich bei ImmobilienScout24 wird das Interesse der Suchenden auf Maklerobjekte gelenkt. Privatanbieter werden auf die Dienste des Maklers hingeführt.

Detlev Schmidt

Der Verkäufer als »Beziehungsprofi«

**Was macht Verkäufer erfolgreich?
Der bewusst oder unbewusst richtige Umgang mit den unterschiedlichsten Käufertypen.
Was beim Kunden eine erfolgreiche Präsentation ist, hängt
entscheidend von der Kommunikationskompetenz des Verkäufers ab.**

In einem schwierigen Markt mit wenigen Kunden ist jeder Kundenkontakt wertvoll, aber auch teuer. Bei geringeren Rückrufen auf Anzeigen ist der Immobilienvertrieb gefordert, mit quantitativ weniger Kundenpotenzial gleichbleibende Abschlussquoten zu erzielen. Der Erfolg im Immobilienvertrieb hängt somit entscheidend von der Kommunikationskompetenz ab.

Kommunikationskompetenz setzt aber zu aller erst das Wissen um die eigenen Stärken und Schwächen sowie das Verständnis für die Andersartigkeit des Gegenübers voraus.



Detlev Schmidt

Fachwirt in der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft, autorisierter und lizenzierter Insights-Discovery- und geprüfter BDVT-Trainer. Seit mehr als 20 Jahren in unterschiedlichen Bereichen der Immobilienwirtschaft tätig. Schwerpunkte: Vertrieb von Wohnimmobilien, Ausbildung von Immobilienmaklern. Arbeitet seit 1996 als Trainer für Marketing- und Verkaufstraining für die Immobilienwirtschaft.



Feuer – Rot	bestimmt · risikofreudig zielorientiert · positiv
Sonne – Gelb	fröhlich · aufmunternd schwungvoll · lebhaft
Erde – Grün	besänftigend · gelassen mitfühlend · zurückhaltend
Eis – Blau	taktvoll · scharfsinnig anspruchsvoll

Die unterschiedlichen Persönlichkeiten nach dem Insights-Discovery-Modell. Der Verkäufer erkennt sich meist als Motivator, Inspirator oder Berater wieder.

Das Insights-Discovery-Modell

Die Verhaltensforschung ist der Ansicht, dass die effektivsten Menschen jene sind, die sich selbst kennen. Sie wissen, wo ihre Stärken wie auch ihre Schwächen liegen, so dass sie Strategien entwickeln können, um den Anforderungen im Immobilien-Vertrieb gerecht zu werden. Genau hier kommt die computerge-

stützte Präferenzanalyse von Insights-Discovery mit einem Analysebogen von 24 Fragen zum Einsatz.

Diese Analyse unterstützt den persönlichen Entwicklungsprozess auf mehreren Ebenen und trägt dazu bei:

- ◆ Sich selbst besser zu verstehen.
- ◆ Andere besser zu verstehen.
- ◆ Die Fähigkeit zu erlernen, sich konstruktiv anzupassen, Beziehungen herzustellen und interpersonelle Strategien zu entwickeln.

Das Verfahren basiert auf den Erkenntnissen des Schweizer Psychologen C. G. Jung. Die Wirksamkeit und Treffgenauigkeit der Softwareanalyse haben sich mehr als hunderttausendfach auf der ganzen Welt bewährt. Die Auswertung kennt acht Persön-

lichkeitshaupttypen, dargestellt im Schaubild.

Die meisten Vertriebsmitarbeiter sind in den Bereichen Motivator, Inspirator und Berater beheimatet. Sie zeichnen sich im besonderen durch Intuition und Visionen aus. Darüber hinaus gehört extrovertiertes Verhalten zu ihren besonderen Merkmalen.

Wie passt dies zu den potenziellen Käufern? Mehr als 60% der Menschen sind introvertiert ausgeprägt (z. B. ein Koordinator). Genau hier ist der Verkäufer als „Beziehungsprofi“ gefragt. Wie sollte sich der Verkäufer auf einen solchen Kunden einstellen? Welche strategischen Vorgehensweisen in der Gesprächsführung verstärken bzw. welche reduzieren?



Sich auf einen Koordinator einstellen: Der Imperativ links zeigt, welche Eigenschaften betont, und rechts, welche zurückgenommen werden müssen.

Anderen Menschen zu begegnen heißt, sich auf andere Verhaltensweisen einzustellen. An dieser Stelle fängt die hohe Kunst des Verkaufens an. Erstens: Das Erkennen und Einschätzen des Gesprächspartners und zweitens das Wissen, mit welcher bevorzugten Überzeugungstechnik der Kunde erreicht werden kann. Was geschieht beim Kunden, wenn die verhaltenspsychologischen Grundlagen beachtet werden? Er fühlt sich verstanden, ernstgenommen, endlich spricht jemand „seine Sprache“. Und ... die Aussichten auf einen erfolgreichen Abschluss steigen.

Denn schon in der Sprache und in der Werbung fallen viele Verkäufer (Inspiratoren) dadurch auf, dass sie von ihren Visionen, einmaligen Möglichkeiten und neuen Wegen schwärmen. Ein Kunde, etwa der Typ Koordinator, wünscht sich etwas Bewährtes, Überprüfbares und bestenfalls Neuerungen, die in bestehende Systeme integriert werden. Die Konsequenz für den Verkauf heißt somit: Weg vom eigenen „Ich“ und hin zu einer Sprache, die den Erwartungen des Kunden entspricht.

In einer entscheidenden Gesprächsphase, etwa beim Abschluss, gerät der Verkäufer unter Streß. Die häufigste Reaktion ist dann, die Sprechgeschwindigkeit und die Gesprächsanteile zu erhöhen (Muster: Verzweifelter Versuch zu überreden). Effekt: der Kunde/Koordinator fühlt sich belästigt, meist sogar bedrängt. Die Wahrscheinlichkeit für einen positiven Gesprächsausgang sinkt, je mehr die Bemühungen des Verkäufers zunehmen.

Hier wird sich der professionelle und geschulte Verkäufer zurücknehmen und sich ausschließlich auf die Person des Gesprächspartners konzentrieren.

Erfahrungen

In meinen zahlreichen Verkaufstrainings mit Immobilienverkäufern hat sich gezeigt, dass nach einem zweitägigen Training unter Einbindung der Insights-Discovery-Präferenzanalyse ein entscheidender Schritt zur persönlichen Weiterentwicklung des Verkäufers erfolgt. Noch entscheidender ist, die individuelle Beziehungskompetenz zu jedem einzelnen Kunden zu steigern. Ein wichtiger Schritt für die zukünftigen Verkaufserfolge.

in medias res

Die hohe Schule des Verkaufens ist immer die Fähigkeit, auf unterschiedliche Kunden differenziert eingehen zu können. Zunächst ist dies die genaue Erforschung der Kunden-Ziele und die Art der effizienten Informationsvermittlung.

Der Unterschied zwischen gut geschulten und erfahrenen Verkäufern und den wirklichen Spitzenkräften ist die Fähigkeit, auch auf unterschiedliche Charaktereigenschaften bis hin zur mentalen Tagesverfassung des Gegenübers eingehen zu können. Was früher mit „der kann es halt“ beschrieben wurde, ist in den letzten Jahrzehnten immer genauer ergründet worden.

Wer drin ist, ist gut dran!

Jetzt neu!
Das Immowelt-Partnerforum!
Informieren Sie sich unter
(0911) 52025-20



Drin.

Mehr als 950 renommierte Immobilienprofis sind drin. In der **Immowelt** - einer der größten und führenden Immobilien-Marktplätze im Internet mit derzeit 55.000 Objekten. Gründe hierfür gibt es genug: Monatlich über 250.000 Besucher, durchschnittlich 2,3 Millionen einzelne Seitenaufrufe, umfangreiche Werbeaktivitäten in Immobilien-Fachzeitschriften, Wirtschaftsmagazinen, Tageszeitungen, Rundfunk-Aktionen etc., beliebige Anzahl von Objekten mit bis zu sechs Bildern pro Objekt (inkl. eigener Homepage) zum Preis von nur 60 Mark im Monat, sowie nachweisbare Erfolge unserer Immowelt-Partner! Rufen Sie uns jetzt an unter **(0911) 52025-20** und schon morgen sind Sie drin. Sie werden schnell feststellen: Wer drin ist, ist gut dran!

IMMOWELT

www.immowelt.de

(Stand: August 2000)



Immowelt ist ein Online-Service der DataConcept Multimedia Informationssysteme GmbH · Nürnberg
Telefon (0911) 520 25-20 · Telefax (0911) 520 25-25
www.dataconcept.de · E-Mail info@dataconcept.de



Die Logik des Mißlingens

Dietrich Dörner

Dieses Buch beschäftigt sich mit den Merkmalen unseres Denkens im Umgang mit komplexen Systemen, die mit Neben- und Fernwirkungen behaftet sind. Wir gehen meist Lösungswege an, obwohl wir wissen, dass die Probleme anschließend noch größer sein werden. Nicht nur in der Politik wird dies billigend in Kauf genommen, denn allem Anschein nach ist die Mechanik des Denkens in der Evolution erfunden worden, um Probleme „ad hoc“ zu lösen. Es ging um das Feuerholz für den nächsten Winter und nicht um eine eventuelle Gefährdung des Waldes.

„Wenn wir unsere politische Umgebung betrachten, springt ins Auge, dass wir von guten Absichten umstellt sind. (...) Das Hegen von guter Absichten ist eine äußerst anspruchslose Geistestätigkeit. Mit dem Entwerfen von Plänen zur Realisierung (...) sieht es anders aus. Dafür braucht man Intelligenz.“

Dieses Buch zeigt, wie oft gute Absichten ins Gegenteil umschlagen, weil es meist an dieser Intelligenz mangelt. Die Beispiele reichen von einfachen bis komplexen Planspielen über Computersimulationen bis hin zur Katastrophe von Tschernobyl. Besonders letzteres ist interessant, weil es nach Ansicht des Autors „wenn man die unmittelbaren Ursachen betrachtet, zu hundert Prozent auf psychologische Ursachen zurückzuführen ist“.

DM 16,90
ISBN 3-499-19314-0
 Lieferbar über den Buchhandel



Die sieben Wege zur Effektivität

Stephen R. Covey

Auf einfühlsame und gleichermaßen fundierte Weise zeigt Stephen R. Covey einen faszinierenden Weg, berufliche wie private Schwierigkeiten aus einem neuen Blickwinkel zu betrachten.

Effektivität bedeutet für Covey Einklang zwischen Wollen und Handeln. Menschen mit einem integren, d. h. verlässlichem Charakter, wird auf Dauer Vertrauen geschenkt. Ein gutes Image zu haben, das allein durch geschickte Außendarstellung getragen ist, reicht nicht aus.

Seine sieben Wege dorthin geben uns Anhaltspunkte für ein Leben, das nicht von aufgesetzten Image-Werten bestimmt wird, sondern von Persönlichkeit, Charakterstärke und einem ausgeprägten Bewusstsein für die Gemeinschaft.

Anwendungsvorschläge am Ende jeden Kapitels ermöglichen eine praxisbezogene und persönliche Umsetzung der vorgestellten 7 Wege zur Effektivität.

DM 19,90
ISBN 3-453-09174-4
 Lieferbar über den Buchhandel



Der Immobilien-Feinschmecker

Rolf Barz

Es muss zwar nicht immer Kaviar sein, doch auch Rolf Barz lässt es sich vor kniffligen Immobiliengeschäften erst einmal gut gehen. Barz präsentiert sein zweites Buch, das ebenso wie das erste Werk „Ein Haufen Steine“ zeigt, wieviel Spaß man mit dem Verkauf von Immobilien haben kann.

Getreu seinem Motto, „Wenn das Geschäft besiegelt ist, gibt es nur Gewinner“, stellt der Autor Transaktionen vor, die ihm nach viel Grübeln und Verhandeln gelungen sind. Da vor jeder Entscheidung im Hause Barz ein gutes Essen im Restaurant oder ein Kurztrip in eine Feinschmecker Metropole steht, erfährt der Leser auch einiges über die kulinarischen Höhepunkte im deutschen Südwesten.

Dieses Buch sei jedem Immobilien-Profi empfohlen, der nach Motivation für das tägliche Einerlei sucht. Barz zeigt nicht nur, wie man das Angenehme mit dem Nützlichen verbinden kann, sondern auch, wie durch Kreativität im Immobilienverkauf aus 1+1 manchmal Drei oder mehr wird.

DM 19,80
 Lieferbar über die Immobilien-Profi Fachbibliothek
Tel. 0221/9522862
Fax: 0221/9522863

Impressum IMMOBILIEN-PROFI

Herausgeber:

in-media Verlags GmbH,
50735 Köln

Redaktion:

Werner Berghaus,
Birgitt Schippers,
Venloer Str. 13-15
50672 Köln
Tel.: 0221/95228-61
Fax: 0221/95228-63
E-Mail: redaktion@immobilien-profi.de
www.immobilien-profi.de

Beiträge von:

Werner Berghaus, Heinz Bosbach, Frank H. Gärtner, Hans J. Gärtner, Hans-Jürgen Joswig, Jürgen Müller, Michael Oehme, Thomas Orthey, Katja Prause, Michael Schäffler, Birgitt Schippers, Guido Schmidt, Detlev Schmidt, Dr. Jürgen Schneider

Layout/Herstellung:

Britta Wilken

Verbreitete Auflage:

28.302 Exemplare
(IVW III/99)



Vertrieb:

in-media Verlag,
Tel.: 0221/9522862
Fax: 0221/9522863

Anzeigen:

MMC
Media Marketing Center
Hannelore Schuster
Tel.: 02663/918129
Fax: 02663/918152
mhc@immobilien-profi.de

Pressevertrieb:

IPS Pressevertrieb GmbH
Postfach 12 11
53334 Meckenheim
Tel.: 02225/880110
Fax: 02225/8801199

IMMOBILIEN-PROFI
erscheint viermal jährlich.
Der Bezugspreis für
8 Ausgaben beträgt
DM 96,- (Inland) bzw.
EUR 50,- (Ausland).

Bildnachweis:

Archiv, sofern nicht anders
angegeben.

Druck:

M&B Druckhaus
Halle / Westfalen

KOLUMNE

Immobilien im Aktien-Zeitalter

Die Aktien boomen“, sagte mir erst kürzlich ein befreundeter Steuerberater. Wer heute sein hart erarbeitetes Geld nicht in Aktien oder wenigstens Aktienfonds anlege, meinte er, sondern auf überkommene Geldanlagen wie etwa Immobilien vertraue, erziele keine gute Rendite und werfe sein Geld zum Fenster raus. Ich konnte seiner Aussage nur mit Einschränkungen zustimmen, denn was er sagte, ist für heute eine Binsenweisheit, die dazu führt, dass jeder nur noch scharf auf Aktien ist, was zugleich den Blick für andere Anlagen schwächt.

Bei einer langfristigen und nachhaltig gewinnbringenden Vermögensanlage kommt es gerade nicht nur auf heute an. Natürlich können Aktien eine erfolgreiche Geldanlage sein, wenn man damit umzugehen weiß. Solange es Aktien gibt, folgt auch hier immer auf den Boom die Baisse.

Es gibt aber auch Zeiten, in denen Immobilien boomen, und das ist meist dann, wenn die Aktien in der Baisse sind. Wer in Immobilien investiert, hat die Gewissheit einer sicheren Geldanlage. Wer ruhig in die Zukunft blicken will und auf Sicherheit für die Altersvorsorge Wert legt, denkt nicht nur an die schnelle Rendite. Hier ist er gut beraten, wenn er sein Vermögen in Aktien und Immobilien aufteilt. Immobilien kauft man am günstigsten in der Immobilienbaisse, die jetzt offenbar zu Ende geht.

Ich sage das nicht nur, weil ich immer schon ein Faible für prachtvolle und geschichtsträchtige Bauten hatte. Die Renovierung des goldenen Kreuzes in Baden-Baden, des Fürstenhofs in Frankfurt, des Bernheimer Palais in München sowie der Mädlerpassage mit Auerbachs Keller in Leipzig sind meine bekanntesten Projekte. Natürlich lag mir deren Erhaltung am

Herzen, aber auch als konstante Wertanlage ist eine Immobilie durchaus geeignet. Grundlage dafür sollte immer eine solide Finanzierung sein, die der Käufer am besten mit einem Immobilienprofi bespricht. Immobilienmakler, Fachanwälte und Notare können hilfreiche Dienste leisten, um vor bösen Überraschungen sicher zu sein. Mit robustem Schuhwerk ist es zwar möglich, den Fuß zwischen die Türen der Banken zu bekommen. Doch wenn die Finanzierung dann nicht stimmt, wäre es letzten Endes besser gewesen, in Aktien zu investieren.



Dr. Jürgen Schneider

war Hauptakteur der größten Baupleite in der deutschen Wirtschaftsgeschichte. Sechs Jahre nach dem Zusammenbruch seines Imperiums und der spektakulären Flucht nach Florida ist Schneider nun u. a. auch als Autor und Referent tätig.

Seine Kolumnen erscheinen regelmäßig bei www.immonline.de