



Werner Berghaus
Geschäftsführer
in-media Verlag



Immobilien-Einkauf – Die Gärtner-Strategie

Als im Jahre 1992 der Makler-Profi-Film „Das Erbe der Meister“ erschien, wurde dies weit über die Immobilien-Branche hinaus als „der beste deutschsprachige Trainingsfilm seit Jahren“ gefeiert, weil er „weit über das Verkaufen hinaus eine komplette Unternehmensberatung bietet“. Alles, was seitdem als Buch oder Video für Immobilienverkäufer erschienen ist, fußt mehr oder minder auf diesem Klassiker. Wie aktuell „Das Erbe der Meister“ immer noch ist, beweist die nun erschienene Makler-CD-ROM zu diesem Film (Seiten 8 und 15)

Doch auch 90 Minuten Film können nur einen Überblick in die Vorgehensweise der Immobilien-Profis von heute liefern. Weiterentwicklungen, neue Techniken und Vertiefungen bleiben den Spezial-Trainings überlassen. Nach „Fragetechnik für Immobilien-Profis“ (1994), „Abschluß! ... immer öfter zum Notar“ (1995) und „Abschluß ZWO! (1996) wurden jetzt mit „Immobilien-Einkauf – Die Gärtner-Strategie“ alle Schlüsselqualifikationen für Immobilien-Makler weiterentwickelt und präzisiert.

Zwar wird behauptet, Verkaufen hätte sich in Jahrhunderten nicht geändert, doch ist dies keine Entschuldigung für mangelnde Innovation. Viele Dinge im Leben sind im Kern unverändert, unterscheiden sich aber in der Durchführung durchaus. Ob Sie im Winter einfach die Heizung einschalten, oder in den Wald gehen um Holz zu sammeln, sind erhebliche qualitative Unterschiede. Ähnlich verhält es sich mit Verkaufstechniken. **Ob Sie irgendwie an Vermittlungsaufträge kommen oder mit einer effizienten Strategie Alleinauftrag, Verkäufercourtage und vermarktungsfähigen Preis sichern, ist das Resultat einer Strategie, an der in den letzten Jahren umfangreich gefeilt wurde.**

Rund um das Thema Akquisition von Vermittlungsaufträgen sind in diesem Heft weitere Themen angesiedelt: Warum Videos ideale Trainingsmedien für Verkäufer sind (Seite 28), Vermittlungsdauer und Akquisitionskosten (Seite 21), „Networking“, ebenfalls ein neues Video mit hoher Brisanz für Immobilien-Profis und natürlich ein erster Einblick in das neue Spezial-Training von Hans J. Gärtner: „Immobilien-Einkauf“.

W. Berghaus

Werner Berghaus
berghaus@immobilien-profi.de

Konkurrenz auf der grünen Wiese 2

Der Abschluß beginnt am Telefon 4

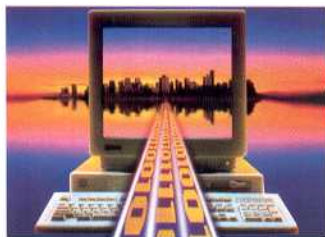


Weiterbildungstermine für Immobilien-Profis 6

Unverkäuflich? 7

Baufinanzierung rückwärts 8

Das Exposé im Internet? 9



Das Risiko des Bauherren 10

Events mit Magnetwirkung! 11

Am Anfang steht der Mietvertrag 12

Ein leistungsstarker Finanzierungs-partner 14

Die Revolution in der Akquisition 16



Das gibt der Makler seinem Kunden 18

Abschied vom Verkaufen 20

Immobilienmakler in Deutschland 21

Die Vision ist der Schlüssel 22



Höchstleistung auf Knopfdruck 24

Bücher/Videos 26

Videos wirken! 28

News und Meldungen 30

Vorschau 32

EINZELHÄNDLER MIT RÜCKLÄUFIGEN UMSÄTZEN

KONKURRENZ AUF DER GRÜNEN WIESE

Dem Einzelhandel in Deutschlands Innenstädten steht das Wasser bis zum Hals. So könnte man die Situation vieler hier ansässiger Einzelhandelsunternehmen beschreiben. Nicht nur die seit nunmehr über zwei Jahren rückläufigen Umsätze des Einzelhandels insgesamt machen den Händlern in der City zu schaffen, sondern zunehmend auch die

Konkurrenz auf der grünen Wiese, von der mittlerweile in beinahe jeder Region Deutschlands ein Liedchen gesungen werden kann.

Schon frühzeitig traten in weiser Voraussicht die Kritiker dieser Ansammlung von Einzelhändlern außerhalb der Städte ins Rampenlicht und warnten vor den fatalen Folgen, die eine weitere Dezentralisierung der Einzelhandels-

strukturen für unsere Innenstädte haben würde, darunter auch Gerhard G. Kemper, geschäftsführender Gesellschafter des bundesweit auf die Vermittlung von einzelhandelsgenutzten Immobilien in 1a-Citylage spezialisierten Düsseldorfer City-Maklers KEMPER's.

„Die jüngst veröffentlichten Zahlen der Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und

Großbetriebe des Einzelhandels (BAG), Köln, und die erste Bilanz des CentRO-Managers Michael Grundmann, bestätigen die skeptischen und warnenden Stimmen der jüngsten Vergangenheit“, erklärt Kemper. „Die ohnehin schon verringerte Kaufkraft fließt vielerorts aus den Innenstädten direkt in die Kassen der nahegelegenen Shopping-Malls.“

BESUCHERRÜCKGANG

Die BAG registrierte bei einer regelmäßigen durchgeführten Untersuchung der Innenstädte Deutschlands einen Besucherrückgang zwischen 13 und 24 %. Bezogen auf die Verkaufsfläche haben die Umsätze seit der letzten Erhebung in 1992 pro Tag um 4 DM pro Quadratmeter abgenommen, was einem Rückgang zwischen 10 und 17 % entspricht. Mit 4,80 DM sind an Samstagen die signifikantesten Verluste zu beobachten. Die geringste Abnahme wurde an Donnerstagen registriert. BAG-Präsident Hartmut M. Krämer kritisierte die Entwicklung in den Innenstädten und forderte eine Erhöhung ihrer Attraktivitäten. Parkplatzangebot, Sauberkeit, Dienstleistung, Ladenöffnungszeiten und Erreichbarkeit seien Punkte, die verbessert werden müssten, wolle man der Konkurrenz auf der grünen Wiese nicht noch mehr Kunden in die Arme treiben.

Interessant erscheint auch, daß die Mehrheit der Kunden



Viele attraktive Einzelhandelsgeschäfte gibt es in der Münsteraner Innenstadt

nach wie vor das Transportmittel Auto für ihren Weg in die Innenstadt bevorzugt. Kunden mit PKW werden bekanntlich von den Centern außerhalb der Städte mit kostenlosen Parkplätzen „satt“ verwöhnt und kommen in Scharen. Zumindest wenn man den Worten des CentrO-Managers Michael Grundmann Glauben schenkt, der den Einzelhandelserlös der Händler im Oberhausener Konsumtempel seit dessen Eröffnung auf über eine Milliarde DM beziffert.

WERTVERLUST DER INNENSTÄDTE

Kein Wunder also, wenn die Einzelhändler in den Innenstädten des Umlands darben. Negativer Nebeneffekt des rückläufigen Handels in der Innenstadt ist gleichzeitig der Rückgang an kulturellem und gesellschaftlichem Leben, der den Eindruck der Verödung unserer Innenstädte noch weiter verstärkt. Ein anderer Nebeneffekt ist der Werteverlust der einzelhandelsgenutzten Immobilien in den von Shopping-Centern bedrängten Innenstädten. Gerhard K. Kemper: „In der Oberhausener Innenstadt beispielsweise registrieren wir einen Werteverlust für Einzelhandelsimmobilien in 1a-Lage von rund 50 Prozent für die letzten vier Jahre.“

Ähnliches gilt für die Mieten: Oberhausen verliert gegenüber dem schon schwachen Vorjahr noch einmal rund 25 Prozent seines Mietniveaus für einzelhandelsgenutzte Objekte. Diese Zahlen sprechen eine klare Sprache, was die Attraktivität der Oberhausener Innenstadt für den Einzelhandel betrifft.“

Aus diesem vielfältigen Gründen regt sich auch von anderer Seite verstärkter Widerstand gegen weitere Vorhaben à la CentrO. Der Einzelhandelserlaß des Landes Nordrhein-Westfalen beispielsweise, der die Ansiedlung von Einzelhandel außerhalb der Städte zu verhindern sucht, falls keine erkennbaren Versorgungsengpässe vorliegen, ist ein Instrument, daß die Politik im letzten Jahr ergriff, um anderen Städten in NRW, die als potentielle Kandidaten bei der Standortsuche der Centerentwickler gelten, das Schicksal der Innenstädte rund um das Oberhausener CentrO zu ersparen.

Erstmals soll dieser Erlaß nun zum Tragen kommen und die Innenstadt von Münster vor dem Ausbluten retten. Der geplante „Preußen-Park“, ein Projekt der Hamburger ECE-Gruppe mit rund 90 Geschäften, Kaufhäusern, Fachmärkten und Restaurants auf 36.000 Quadratmetern Fläche sowie 2.000 Parkplätzen, wird



Das Rathaus am Prinzipalmarkt in Münster

– geht es nach dem Willen der Verantwortlichen in Düsseldorf, Ilse Brusis (SPD), nordrhein-westfälische Landesministerin für Stadtentwicklung und Bärbel Höhn (Bündnis 90/Die Grünen), Ministerin für Umwelt und Raumordnung – nicht verwirklicht.

DER STANDORT DES PROJEKTS

Widerspruch ist sowohl vom Investor als auch von der Stadt Münster zu erwarten, die der ECE als Faustpfand für

den Bau des „Preußen-Parks“ den Bau eines neuen Stadions für den derzeit drittklassigen Fußballverein Preußen Münster gleich mit ins Lastenheft geschrieben hatte. Hauptansatzpunkt der Argumentation ist der Standort des Projekts. Da der Einzelhandelserlaß nur für nicht integrierte Standorte außerhalb der Städte greift, versuchen Investor und die Stadt Münster den geplanten „Preußen-Park“ als einen integrierten Standort anzusehen und zu verkaufen – mit einigem guten Willen, wie die SPD-Ratsfraktion denn auch einräumt. Bei der ECE dagegen spricht man ungeniert von einer Lage „unweit der Fußgängerzone“. Selbige befindet sich freilich in gut fünf Kilometern Entfernung und wird darüber hinaus räumlich durch eine vierspurige Umgehungsstraße von der Innenstadt getrennt.



Inzwischen schon ein Klassiker – das Oberhausener CentrO, größtes Einkaufsparadies Europas

DER ABSCHLUSS BEGINNT AM TELEFON!



Handbuch zum Abschluß-Seminar von Hans J. Gärtner

Gleichgültig, wie gründlich Sie Ihre Immobilie aufbereiten, wie perfekt Ihre Exposés aussehen oder wie packend Sie Anzeigen texten, dies sind nur vorbereitende Maßnahmen.

Der Verkauf von Immobilien ist ohne den direkten Kontakt nicht vorstellbar. Alles, was Sie also bis jetzt unternommen haben, diene nur dem Zweck, diesen direkten Kontakt herzustellen.

Im nächsten Schritt geht es darum, diesen Kontakt professionell zu nutzen.

Profis haben längst erkannt, daß der spätere Abschluß nichts weiter ist, als die Konsequenz eines perfekt geführten Verkaufsgesprächs. Top-Makler wissen, daß ein Verkaufsgespräch nur dann perfekt abläuft, wenn der Interessent den Verkäufer braucht, oder anders formuliert: Wenn der Interessent glaubt, er weiß alles, dann braucht er den Makler nicht mehr. Wie gehen die Profis also vor?

Der Erstkontakt am Telefon ist die entscheidende Phase für das weitere Verkaufsgespräch. Denn die Interessenten werden versuchen, am Telefon möglichst viele Informationen zur Immobilie zu erhalten.

Sobald Sie aber am Telefon alle Wünsche des Anrufers erfüllen, bereitwillig Auskunft geben und dann noch Ihr Exposé versandfertig machen, muß der Interessent doch glauben, er weiß alles – und braucht Sie daher nicht mehr.

Verfügt der Interessent dann über die gewünschten Informationen, zieht er sich meist zurück und versucht alleine eine Vor-Entscheidung zu treffen. Diese Situation ist für Profis nicht akzeptabel.

Nicht immer sieht ein Interessent ein, warum Sie der einzige Makler sind, der keine Exposés zuschickt, warum Sie beispielsweise die Adresse nicht nennen möchten, oder weshalb Sie nicht schon am Telefon auf Einzelheiten eingehen, während andere Makler versuchen, Immobilien „am Telefon zu verkaufen“.

In dieser Phase des Verkaufens beginnt sich vielfach schon die „Angst vor dem Nein des Kunden“ auszuwirken. Sobald der Verkäufer von der Angst geleitet wird, der Kunde könne abspringen, weil er das gewünschte Exposé nicht erhält, wird er schwach und gibt nach.

Dabei erweisen Sie dem Interessenten keinesfalls einen Gefallen, wenn Sie am Telefon dienstbeflissen Auskunft geben und alle gewünschten Unterlagen sofort zur Post bringen.

Auch hier sei nochmals auf die „Hilflosigkeit“ (Immobilien-PROFI 2/97) der Anrufer verwiesen. Der Interessent kann erst dann über den Kauf entscheiden, wenn er die Immobilie besichtigt hat – aber bis dahin sind noch einige Dinge zu tun.

Ziel des telefonischen Erstkontakts ist der Arbeitstermin – der persönliche Gesprächstermin.

Gehen Sie davon aus, daß nicht jeder Anrufer diesen Arbeitstermin vereinbaren möchte. Das Erstgespräch am Telefon filtert so nebenbei auch zuverlässig echte Käufer von den Immobiliencouristern ohne feste Verkaufsabsicht. Wer also nicht mitzieht, der möchte vielleicht überhaupt nicht kaufen...

DAS ANALYSEGESPRÄCH

Es ist unbedingt erforderlich, beim Arbeitstermin – vor der Präsentation irgendwelcher Unterlagen – eine professionelle Bedarfsanalyse durchzuführen.

Zu diesem Zweck erstellen Sie sich einen Analysebogen, etwa:

- Was ist für Sie am wichtigsten, wenn Sie sich für eine Wohnung entscheiden?
- Was ist für Sie unverzichtbar?
- Worauf legen Sie besonderen Wert? Worauf legt Ihr Partner Wert?
- Welche Dinge müssen sein, können sein, dürfen sein? Warum?
- Welche Dinge sollten nicht sein? Warum nicht?

Geben Sie sich nicht vornehmlich mit den Auskünften

zufrieden. Manchmal ist es eine unscheinbare Information, die Ihnen hilft, eine Immobilie zu verkaufen, die die Interessenten angeblich nicht haben wollen.

Erst wenn diese Punkte geklärt sind können Sie mit einiger Sicherheit sagen, ob die angebotene Immobilie für den Interessenten in Frage kommt, die Sie inseriert haben – oder für eine andere!

DIE KAUFENTSCHEIDENDEN MOTIVE

Wie Sie aus dem Film „Frage-technik für Immobilien-Profis“ wissen, dient dieses Frage-system dem Ziel, die kaufentscheidenden Motive der Interessenten kennenzulernen.

Da die Interessenten die Beweggründe, die schließlich zum Kauf führen, meist selbst nicht exakt kennen, verbirgt sich hinter den kaufentscheidenden Motiven der eigentliche Schlüssel zum späteren Abschluß.

Diese Motive setzen sich zusammen aus:

- Sachlichen Bedingungen
- Kauf-Bedingungen
- Wünschen.

SACHLICHE BEDINGUNGEN

Eine Familie beansprucht eine gewisse Zimmerzahl und entsprechende Raumgrößen. Dieser Familie würden Sie nie ein 1-Zimmer-Appartement verkaufen.

Ein weiteres Kriterium wäre das Budget. Hier liefert die finanzielle Situation Ihres Kunden einen unveränderbaren Rahmen.

Fazit: Sachliche Bedingungen sind Mindest- und Maxi-

malwerte, die Sie nicht über- oder unterschreiten können. Diese sachlichen Bedingungen werden meist schnell entdeckt und auch entsprechend berücksichtigt.

Schwieriger wird es mit den Kaufbedingungen...

KAUFBEDINGUNGEN

Eine vierköpfige Familie beansprucht mindestens 1 Kinderzimmer (wenn die Kinder älter sind, schon zwei Zimmer), ein Elternschlafzimmer, Wohnzimmer, Küche und Bad. Das sind aber lediglich die sachlichen Bedingungen.

Mit dem Einkommen wachsen die Ansprüche. Zu

Theoretisch käme diese vierköpfige Familie mit hohem Haushaltseinkommen auch mit einer einfachen Vier-Zimmer-Wohnung zurecht. In der Praxis würden sie dies nie akzeptieren. Für den Profi geht es deshalb darum, diese Kaufbedingungen von den Wünschen zu isolieren.

WÜNSCHE

Wünsche sind die Dinge, die die Käufer zwar gerne hätten, von denen sie den Kauf aber nicht zwingend abhängig machen.

Meist scheitern Verkaufsgespräche daran, daß Makler und Kunden keine exakte

WANN VEREINBAREN PROFIS DIE BESICHTIGUNG?

Sie haben nun im Analysegespräch die kaufentscheidenden Motive der Interessenten gründlich erforscht. Steigen Sie jetzt sofort mit den Interessenten ins Auto und besichtigen die Immobilie, die Sie in der Zeitung angeboten hatten?

Die Interessenten müssen sich doch fragen, wozu dann dieses Analysegespräch geführt wurde. Denn das wäre doch alles auch ohne „Mühen“ eines persönlichen Gesprächs möglich gewesen.

Vorsicht vor Schnellschüssen! Bei „Schnellschüssen“, wenn Sie sofort nach dem

bei dieser bestimmten Immobilie XY kommt, ist ebenso wahrscheinlich, wie ein Abschluß bei einer anderen Immobilie, die ähnliche oder für den Käufer bessere Eigenschaften bietet.

Das Erstgespräch dient der genauen, möglichst perfekten Analyse der Wünsche und Bedürfnisse, der kaufentscheidenden Motive, des Käuferpaares. Dies muß auch für die Käufer so spürbar sein. Es kann erforderlich sein, daß Sie statt einem Erstgespräch zwei, oder manchmal auch drei Analysegespräche führen werden.

Profis unter den Maklern bitten sich nach der Analyse



Luftschlösser – meistens unbewohnbar

den sachlichen Bedingungen gesellen sich weitere „Wünsche“, wie:

- zwei Kinderzimmer
- Gästezimmer
- Arbeitszimmer
- zwei Bäder
- Balkon und Terrasse
- eine gehobene Ausstattung
- und noch viel mehr.

Obwohl diese „Wünsche“ für das Wohnen in der Immobilie nicht zwingend notwendig sind, sind diese aber aus Sicht der Interessenten fest mit den sachlichen Bedingungen verbunden und kaum zu trennen.

Wir nennen dies deshalb Kaufbedingung.

Trennung zwischen den Wünschen und den Bedingungen zustande bringen.

Niemand wird freiwillig eingestehen, daß dieses oder jenes Detail nur ein Wunsch und keinesfalls Bedingung ist. Hinzu kommt, daß viele Interessenten, wenn sie nach den positiven Merkmalen anderer Immobilien gefragt werden, ins Schwärmen geraten und den ungeübten Verkäufer mit ihren hohen Ansprüchen verwirren.

Der Profi weiß, wie die nächste Frage lautet: Warum haben Sie noch nichts gekauft?

Merke: **In der Trennung von Wünschen und Bedingungen liegt die Kunst der Spitzenmakler!**

Erstgespräch die geeignete Immobilie „aus dem Hut zaubern“, drängt sich beim Käufer folgende Erkenntnis auf:

Der Makler will unbedingt diese bestimmte Immobilie loswerden!

Profi-Makler arbeiten nach dem ersten Kundenkontakt kundenzentriert, also nicht von der vorhandenen Immobilie zum Kunden, sondern stets ausgehend von den Bedürfnissen der Interessenten zur passenden Immobilie.

Dies bedeutet, wenn sich ein Interessent auf eine Immobilie XY meldet und der Arbeitstermin zustande kommt, tritt das Haus/die Wohnung völlig in den Hintergrund. Ob es wirklich zu einem Abschluß

IN MEDIAS RES

Der Abschluß beginnt bei Profis schon beim ersten Kundenkontakt. Die Käufer wollen Stück für Stück an der Lösung mitarbeiten. Der Immobilien-Profi hilft als Neutraler und durch präzise Fragetechnik. Merke: 90 % der Immobilienkäufer kaufen eine andere Immobilie als die, für die man sich Woche für Woche durch den Immobilienanteil der Tageszeitung arbeitet.

Die Interessenten müssen auch selbst etwas leisten. Arbeitstermin, Analysegespräche oder der Verzicht auf den Exposé-Versand sind kleine Abschlüsse, vor die Profis die Aspiranten bewußt stellen.

Die besten Immobilienmakler verkaufen kundenzentriert, also von den Wünschen der Interessenten zu deren Wunschimmobilie hin. Nur schwache Makler suchen immer wieder neue Interessenten, vereinbaren eine Besichtigung nach der anderen und versuchen dann mit schwindligen „Argumenten“ die Einwände der Käufer zurechtzubiegen.

Medien zum Thema:

„Abschluß!

...immer öfter zum Notar“

Makler-Profi-Film

„Das Erbe der Meister“

für die Suche nach geeigneten Objekten Bedenkzeit aus und schicken die Interessenten einfach wieder nach Hause!

Allerdings vereinbaren Profis vorher einen festen Termin, der nicht später als drei Tage nach dem Vorgespräch stattfinden darf.

UNVERKÄUFLICH?

DIE VERMIETETE EIGENTUMSWOHNUNG

„Was muß denn passieren, damit Sie sich schnell zum Kauf einer Wohnung entscheiden?“, fragt Maklerin Schöneck im Spezial-Training „Abschluß... immer öfter zum Notar“ (Video: 1 VHS-Cass. ca. 40 Min. DM 195,- zzgl. MwSt.).

„Es muß eine besondere Gelegenheit sein, ein wirklich günstiges Angebot“, antwortet der Interessent Giese. „Wir haben ja Zeit, wir können in Ruhe das günstige Angebot abwarten.“

Es verlangt der Maklerin wenig Zeit ab, den Käufern mittels professioneller Fragetechnik dazulegen, daß es nicht möglich sein kann, in Zeiten angeblich niedriger Immobilienpreise die eigene Wohnung zum „besten Preis“ zu verkaufen, um eine neue Immobilie zum „Tiefstpreis“ zu erwerben. „Dann warten wir eben noch länger“, folgert der Interessent. „Wir haben ja Zeit“, assistiert die Gattin.

Das Seminar zum Thema:
Hans J. Gärtner –
Spezial-Seminar-ETWs
9. Oktober 1997, Düsseldorf
DM 1.450,- + MwSt./Person
Info unter 0711/613059

Eine ausweglose Situation? Doch zehn Minuten später sind die Käufer bereit, eine vermietete Eigentumswohnung zu erwerben. Geschickt hat die Maklerin mittels Fragetechnik die Situation skizziert.

Voraussetzung der Käufer:

- die Interessenten können kaufen
- die Interessenten wollen kaufen
- die Interessenten haben keinen Zeitdruck und sind auch bereit längere Zeit zu warten.

Marktsituation:

- die Immobilienpreise haben zwar leicht nachgegeben, aber



Unverkäuflich! Das ist die Antwort auf die Frage, warum eine vermietete Eigentumswohnung noch im Bestand bleibt, wo die leere Wohnung schon an Selbstbezieher verkauft werden konnte. Dabei ist eine vermietete Immobilie ebenso gut zu verkaufen wie eine freie, wenn man weiß wie.

- für Umsteiger bietet dies keine besseren Chancen.

In dieser Situation zeigt sich die vermietete, insbesondere die schlecht vermietete Eigentumswohnung als besondere Gelegenheit. Der kleine „Schönheitsfehler“ in Person des Mieters drückt nun einmal den Verkaufspreis.

Für das Ehepaar Giese paßt diese Situation deshalb, weil beide bereit sind für einen günstigen Kaufpreis auch eine Wartezeit von mehreren Jahren in Kauf zu nehmen.

Aber Maklerin Schöneck hat nicht zum ersten Mal eine schlecht vermietete Eigentumswohnung verkauft und kennt die Vorteile dieser Immobilien für Kapitalanleger.

Denn der Mietzins ist nur eine Größe, die für die Bewertung der Immobilie zählt. Für Kapitalanleger kann dieser Ertrag aus Vermietung, der zudem noch mit dem Finanzamt geteilt werden muß, völlig in den Hintergrund treten, wenn es gelingt, die tatsächlichen Vorteile professionell darzulegen.

Dies sind:

- der günstigere Kaufpreis
- die zu erwartende Preisentwicklung besonders für Immo-

bilien in zentraler Lage

- der Wertzuwachs durch Renovierungsmaßnahmen.
- die mögliche Mieterhöhung.

Außerdem spielen auch unterschiedliche Abschreibungssätze eine Rolle. Wer hier mehr weiß als andere Makler, ist im Geschäft.

Mehr zu diesem Thema im IMMOBILIEN-PROFI 4/97.

IN MEDIAS RES

Es gibt völlig andere Kriterien als die potentielle Miethöhe. Clevere Anleger kaufen seit Jahren nach anderen Gesichtspunkten. Für den professionellen Verkauf einer „schlecht vermieteten“ Eigentumswohnung gelten besondere Gesichtspunkte:

- der Mieter – Partner oder „Stolperstein“?
- Interessentenauswahl und gezielte Akquisition
- Steuerliche und kaufmännische Aspekte.
- Überzeugung von Käufer und Steuerberater.

IMMOBILIEN-PROFI-WORKSHOP:
 „JENSEITS DES VERKAUFENS“

IST DER IMMOBILIEN-VERKÄUFER AM ENDE?

Nur 10% der Interessenten kaufen die Immobilie, für die man ursprünglich den Makler angerufen hat. Doch unbeirrt rennt der Großteil der Immobilienmakler der Hoffnung hinterher, daß der Kunde das kauft, was „angeboten“ wird. Gleichzeitig schneidet sich eine stetig wachsende Zahl von Spitzenmaklern, Profis, die sich nicht an die „Regeln“ halten, immer größere Stücke aus dem Kuchen.

Immer klarer zeichnet sich ab: Der herkömmliche Immobilienverkauf über Anzeigen, Exposés und Besichtigungen ist am Ende.

Ist der Exposéversand an wildfremde Interessenten etwa Service oder klares Indiz für Käuferverachtung? Was geht wohl in einem Makler vor, der sich schult Käufereinwände zu „beherrschen“? Wieviel Mühen werden sinnlos darauf verwandt, Interessenten für die Immobilie passend zurecht zu bringen?

Wer sich aber als „Händler“ definiert, der das „gewünschte“ Produkt im Angebot hat, kann sich auf die oben genannte 10% Wahrscheinlichkeit verlassen, daß die Interessenten abschließen. Aber wozu brauchen diese dann einen Makler?

Mehr-Erfolge mit Methode

Echte „Vermittlungs-Makler“, die von Anfang an nicht für das „Produkt“, sondern für den Kunden arbeiten, erhalten die restlichen 90% Käufer – so verblüffend einfach ist die Situation!

Professioneller Immobilienverkauf bedeutet: Helfen bei der Entscheidung! Im Workshop „Jenseits des Verkaufens!“ werden wir intensiv mit dem Makler-Profi-Film „Das Erbe der Meister“ arbeiten, dem Klassiker von Hans J. Gärtner.

Vergessen Sie Argumente, Regeln, Sprüche, angebliche Verkaufstechniken und andere Versatzstücke über Immobilienvertrieb. Solange die strategische Basis nicht stimmt, nützt Ihnen Detailwissen nichts!

Nach Gärtners „Meister-Strategie“ die wir im Tages-Workshop vermitteln, erkennen Sie Ursache und Wirkung für Mehrerfolge:

1-mal konsequent – immer erfolgreich!

Termine:
 Hannover 11.11.97
 Berlin 18.11.97
 Dresden 25.11.97

Info: Tel. 0221/9522862

Warum müssen Makler aktiv an der Finanzierung teilhaben?

Die letzten Ausgaben des Immobilien-Profis konnten dazu bereits zwei Antworten geben:

- **Der Makler muß den Finanzierungsrahmen des Kunden kennen. (Immobilien-Profi 1/97)**
- **Absatz-Finanzierung steigert erheblich den Umsatz und verhindert Abwerbungsversuche durch die Banken. (Immobilien-Profi 2/97)**

Ein weiteres Beispiel ist die gesteigerte Flexibilität in der Beratung und die Möglichkeit durch kreative Finanzierung aktiv auf die Entscheidung des Käufers Einfluß zu nehmen.

Der Film „Das Erbe der Meister“ zeigt eine Szene aus der Praxis. Das Käuferpaar Wilken hatte sich entschlossen eine Wohnung zu erwerben. Der erste Weg führte zur Bank und dort wurde passend zu diesem Ziel eine Finanzierung angeboten. Dann erst gelangte man zum Büro von Jäger & Partner Immobilien. Schnell wurde der Maklerin Katja Meister klar, daß ein Haus besser geeignet ist. Doch der Weg da-

BAUFINANZIERUNG RÜCKWÄRTS

hin war durch die „maßgeschneiderte“ (nämlich für eine geplante Wohnung) Finanzierung versperrt.

Die Interessenten waren zwar vom Haus begeistert, trauten sich aber nicht zu die scheinbaren Zusatzbelastungen zu schultern. Was tun? Die Kunden wieder zur Hausbank zurückschicken?

Beim Abschlußgespräch im Büro der Maklerin kam eine spezielle Finanzierungssoftware zum Einsatz, die wir auf der Makler-CD-ROM erstmals einem größeren Nutzerkreis zur Verfügung stellen können

**Die CD-ROM:
„Das Erbe der Meister“
Die CD zum Film
Begleitsoftware zum Makler-
Profi-Film zusätzliche Software
für Makler.**

– Die Baufinanzierung Rückwärts.

Diese Software finden Sie als voll funktionsfähige Demoversion auf der CD-ROM „Das Erbe der Meister“. Dieses Programm wurde ausschließlich



für den professionellen Einsatz konzipiert. Das heißt auf der einen Seite, daß es an der Benutzerfreundlichkeit hapert, andererseits aber, daß diese Software aus der Sicht des Käufers entwickelt wurde.

Der Clou: Auf Wunsch errechnet das Programm anhand eines fixen monatlichen Aufwands das finanzierbare Budget des zukünftigen Immobilienbesitzers. Dabei werden Steuerersparnisse ebenso berücksichtigt wie Eigenleistungen an unterschiedlichen Gewerken.

Für den Immobilien-Profi bieten sich so völlig neue Möglichkeiten der Gestaltung. Schauen wir uns dazu das Filmbeispiel an:

In wenigen Minuten ermittelt Maklerin Katja Meister anhand des vorgegebenen Aufwands, der potentiellen Mieteinnahmen und der Steuerersparnis das neue Budget und flugs wird aus einer Eigentumswohnung ein Einfamilienhaus mit Einliegerwohnung.

Daß die Interessenten mit diesem Finanzierungsvorschlag wieder zur Hausbank zurückgehen ist dabei nicht ausgeschlossen (im Film hatte

die Hausbank tatsächlich nochmals dazwischen „gefunkt“).

Wer letztlich die Finanzierung macht ist nicht wichtig, entscheidend wirkt sich aus, daß die Maklerin hier den Verkauf aktive in allen Phasen in der Hand behalten konnte.

IN MEDIAS RES:

Die Finanzierung ist in vielen Abschlußsituationen der Schlüssel.

Wer bei der Finanzierung aktiv mitarbeitet, erweitert seinen Verhandlungsspielraum erheblich.

Eine Beschreibung des Programms finden Sie in Kürze im Internet unter www.immobilien-profi.de. Ferner bieten wir in Kürze Seminare zum Thema professionelle Finanzierung an, in denen wir auch auf Nutzung dieser Software eingehen.



INTERNET FÜR IMMOBILIEN-PROFIS

DAS EXPOSÉ IM INTERNET?



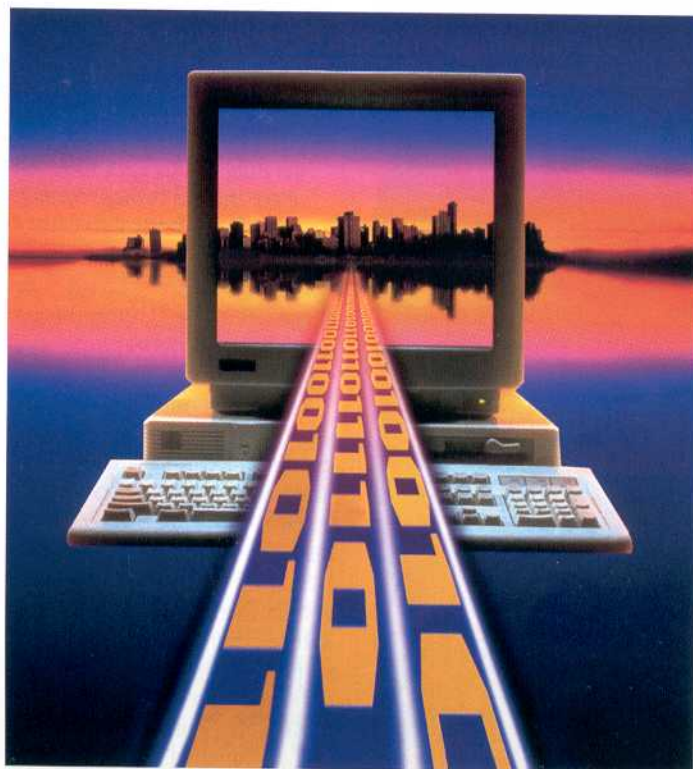
VON FRANK BITZER

In der letzten Ausgabe haben wir geschildert, welche technischen Möglichkeiten das Internet dem Immobilienmakler generell bietet. Schnell folgte Protest: wie man denn jetzt dazu übergehen könne, das Exposé nebst Daten zur Immobilie im Internet auszustellen, während es Profis doch seit Jahren tunlichst vermeiden, Interessenten ein Exposé auf dem Postwege zuzusenden.

Einerseits lockt die Möglichkeit, preiswert und weltweit das aktuelle Angebot mit Fotos und Plänen zu bewerben. Andererseits werden so nicht nur konkrete Daten zur Immobilie preisgegeben, auch das gesamte „verfügbare Angebot“ des Maklers ist dann jedermann zugänglich. Dies läuft allen modernen Marketingstrategien entgegen.

Der Pferdefuß liegt darin, daß sich bekanntlich Interessenten, die glauben alles zu wissen, schnell wieder abwenden und sich mit neuen Angeboten beschäftigen. Ziel eines professionellen Maklers ist es aber, einen persönlichen Kontakt herzustellen, statt Exposés zu versenden.

Auch der Versuch einen Arbeitstermin zu vereinbaren würde scheitern, wenn der Makler sein komplettes „Ange-



bot“ ausgestellt hat und der Kunde zu wissen glaubt, daß dieser Makler nichts Interessantes mehr zu bieten hat.

Besonders in ländlichen Gemeinden wäre es fatal, wenn Immobilien mit der Frontansicht präsentiert werden. Nun weiß jeder im Dorf, wer verkaufen will.

Wo ist die Lösung? Auch im Internet gilt: nur Immobili-

Filmtips:

- M@rktplatz Internet (Seite 27)
- Networking – Persönliches Marketing als Weg zum Kunden (Seite 27)

Seminartips:

Internet für Immobilien-Profis
Berlin 20.11./Köln 27.11.
Infos: 0221/95228-62

en herzeigen und die Interessenten selber kaufen lassen ist kein professioneller Verkauf. Informationen, die ins Web gestellt werden, sollen, wie auch Zeitungsanzeigen, nur einen Vorgeschmack auf einen Typ Immobilie geben. Darauf sollten sich die Internet-Exposés beschränken.

Die Vorteile des Internets liegen in der Möglichkeit preiswert zu publizieren. In diesem Bereich ist viel mehr zu tun als Immobilien anzupreisen.

Beantworten Sie einmal folgende Fragen:

- Wer ist meine Zielgruppe? Mieter, Wohnungssuchende, Hausbesitzer?

- Welche Region ist mein Einzugsgebiet?
- Welche Informationen würden meiner Zielgruppe nützen? Tips für Hausbesitzer? Pflege, Wartung, Renovierung? Finanzierungstips? Aktueller Preisspiegel für Kauf oder Miete?

Vermögensanlage allgemein? Wer hält Sie davon ab, in Ihrer Region eine regelmäßige Information über Immobilien und deren Werterhaltung, über Finanzierungen, Wohnungen und Hausverwaltung anzubieten? Wo sonst können Sie sich so preiswert als Fachmann profilieren? Gleichzeitig ist Ihnen eine wohlwollende Presseberichterstattung so gut wie sicher.

Noch mehr Ideen? Wie wäre es mit zwei Anschluß-Fragen?

- Wer kennt die Menschen, die ich kennenlernen möchte? Der Versicherungsspezialist? Die Bank? Der Baumarkt?
- Wie können wir zusammenarbeiten?
- Wofür interessiert sich meine Zielgruppe sonst noch?
- Wie ist mein Einzugsgebiet im Internet repräsentiert?
- Gibt es schon ein lokales Magazin?
- Besteht Bedarf, wer beteiligt sich daran?

IN MEDIAS RES

Das Internet ist keine Schautafel für Immobilien! Was für reale Exposés gilt, gilt auch für das Internet: Sie bleiben in der Schublade bis zur Besichtigung! Ein Makler ist kein Händler, der seine Waren ausstellt, sondern ein Dienstleister, der seine Angebote bestenfalls andeutet. Das Internet bietet den Immobilien-Profis unbeschränkte Möglichkeiten, preiswert nützliche Informationen für die eigene Zielgruppe zu präsentieren. Nutzen bieten ist die Devise!

Eintrittskarte zum Internet

Internet

- ▶ Informationsbeschaffung
- ▶ Kunden- und Lieferantkontakte
- ▶ Marketing, Werbung u.v.m.

Online-Dienste

- ▶ E-Mail (elektr. Post)
- ▶ Zahlungsverkehr (electronic banking)
- ▶ Bestellwesen (online shopping)

Tele-Services

- ▶ Telefax
- ▶ Anrufbeantwortung

ISDN

professionelle ISDN-PC-Karte

- ▶ macht den PC kommunikationsfähig
- ▶ nutzt die Vorteile des ISDN-Anschlusses
- ▶ stellt Internet, Online-Dienste und Tele-Services bereit

DAS RISIKO DES BAUHERREN

Ganz gleich ob Neubau-, Abbruch- oder Sanierungsvorhaben: die mit einem Bauvorhaben verbundenen Gefahrenquellen lassen sich selbst bei aller Vorsicht niemals ganz ausschließen. Daher kommt es Tag für Tag zu Unfällen, Verletzungen und Sachschäden auf Baustellen. Immer wieder stellt sich anschließend die Frage nach dem Verantwortlichen.

Eine weit verbreitete Meinung geht dahin, den Bauherren könne insbesondere dann keine Haftung treffen, wenn er das Bauvorhaben von sachverständigen Personen wie z.B. Architekten, Statikern, Bauleitern und Bauunternehmern ausführen lasse. Zwar kann im Einzelfall eventuell eine derartige Haftungsfreistellung für den Bauherrn eintreten, doch niemand kann sich darauf verlassen!

AUS DER PRAXIS

- Durch einen umstürzenden Bauzaun erlitt eine Passantin einen komplizierten Oberschenkelbruch und Verletzungen an der Wirbelsäule. Neben dem Zimmermeister, der den Bauzaun aufgestellt hatte, wurde der Bauherr wegen Vernachlässigung seiner Aufsichtspflicht für die Schadensersatzansprüche in Anspruch genommen!
- Ein PKW wurde durch einen herabfallenden Stein stark beschädigt. Der, der den Stein „ins Rollen gebracht“ hatte, konnte trotz Recherche nicht ermittelt werden. Auf der Baustelle befanden sich zum Schadenszeitpunkt etliche Installateure, Zimmerleute und Tischler und niemand wollte es gewesen sein. Verantwortlich blieb der, der die Bauarbeiten veranlaßt hatte – der Bauherr!

War eine Fehlleistung eines Unternehmers oder des

Architekten ausschlaggebend? Welcher Unternehmer war der Schadensverursacher? Oder lag vielleicht doch alles an der mangelhaft erbrachten Bauleitung? Wollte man dem Geschädigten einen Rat geben, so lautet die einfache und wirkungsvolle Devise: Halte dich zunächst an den Auftraggeber, den Initiator der Baumaßnahme – den Bauherrn!

DIE PFLICHTEN DES BAUHERREN

Aus diversen gesetzlichen Bestimmungen ergeben sich die dem Bauherrn abverlangten Pflichten. Dies sind insbesondere die...

- **Verkehrssicherungspflicht**
Der Bauherr muß dafür Sorge tragen, daß die Baustelle in ausreichendem Maße beleuchtet und abgesichert wird. An Balkonen, Kellerschächten und Treppen sollen Sturzsicherungen und Geländer angebracht werden. Vertiefungen, Löcher und Gräben sind durch Abdeckungen zu si-

IN MEDIAS RES

Ein Bauherr kann zu Recht oder zu Unrecht durch Schadensersatzansprüche belangt werden. Das Damoklesschwert der unbegrenzt hohen Haftung schwebt immer mit im Raum und das Ausmaß eines sich realisierenden Haftpflichtschadens kann das wirtschaftliche Vermögen des Bauherrn um ein Vielfaches übersteigen.

Im Interesse des Mandanten sollte daher im Rahmen einer seriösen Bauherrenberatung der Abschluß einer Bauherrenhaftpflichtversicherung als obligatorisch dargestellt werden, sozusagen als **Bauherren(haft)pflchtversicherung!**

FAIR-SICHERUNGS-STRATEGIEN

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. ServiceConcept entwickelt bundesweit für Top-Unternehmen und -Unternehmer Strategien, Texte, Trainings für den Dienst am Kunden. Als Fachautor publiziert Thomas Orthey regelmäßig Texte zu Themenbereichen des Versicherungswesens.



chern. Sperrige Güter dürfen nicht auf die Fahrbahn ragen!

- **Überwachungspflicht**
Auch wenn der Bauherr sogenannte „Dritte“ (z.B. Bauunternehmer) mit der Durchführung der Arbeiten beauftragt, muß er sich von Zeit zu Zeit von der ordnungsgemäßen Durchführung überzeugen. Da der Bauherr in der Regel selbst keinen bautechnischen Sachverstand mitbringen wird, ist dabei von der einem Laien zumutbaren erforderlichen Sorgfalt auszugehen.

- **Sorgfaltspflicht**
Bei der Auswahl der am Bau Beteiligten darf der Bauherr nicht auf x-beliebige Personen und Unternehmer zurückgreifen. Vielmehr sollen die mit den Arbeiten betrauten Fachleute sehr sorgfältig ausgewählt werden. Der Bauherr hat sich daher vor der Erteilung des Auftrages im Rahmen seiner Möglichkeiten und in zumutbarer Weise von der Tüchtigkeit und Zuverlässigkeit der beauftragten Firmen zu überzeugen!

Jegliche Mißachtung der vorgenannten Pflichten kann schnell mehrstellige Schadensersatzforderungen von Geschädigten auslösen.

DIE ABSICHERUNG DES BAUHERREN

Eine spezielle Bauherrenhaftpflichtversicherung bietet dem Bauherren eine finanzielle Absicherung für unvorhergesehene und nicht geplante Aufwendungen, die nicht im Bau-

kostenbereich begründet sind. Die Aufgabe der Bauherrenhaftpflichtversicherung besteht zunächst in einer Prüfung der Rechtslage. Sie prüft die Schadenersatzforderungen, welche von Geschädigten an den Bauherren gerichtet werden: für berechnete Ansprüche leistet sie bis zur Höhe der Versicherungssumme – unberechtigte Ansprüche wehrt sie im Interesse des Bauherren ab.

Versichert wird die gesetzliche Haftpflicht des Versicherungsnehmers in der Eigenschaft als Bauherr unter der Voraussetzung, daß die Bauplanung, die Bauleitung und die Bauausführung an einen Dritten (Bauunternehmer und Architekt) vergeben wurden. Die Haftpflicht aus Haus- und Grundbesitz für das zu bebauende Grundstück und das zu errichtende Bauwerk gilt mit-versichert.

SELBST IST DER MANN!

Ohne „Muskelhypothek“ geht es häufig nicht. Für die vom Versicherungsnehmer erbrachten Eigenleistungen erheben die Versicherer eine Zuschlagprämie.

Wer das Zepter selbst in die Hand nimmt und mit Hilfe von Nachbarn, Freunden und Verwandten im Alleingang baut, wird quasi selbst zum Bauunternehmer. Dieses „Bauen in eigener Regie“ muß man dem Versicherer ebenso wie den Wert der Eigenleistungen bei Vertragsabschluß angeben und eine etwas höhere Prämie zahlen!

EVENTS MIT MAGNETWIRKUNG!

Wollten Sie es nicht auch schon einmal machen wie die ganz „Großen“?

Mit einer Gewinnspiel-Ausschreibung eines sportlichen Autos oder einer kostbaren Weltreise dürfen Sie sich eines großen Publikumsinteresses für Ihre nächste Unternehmenspräsentation sicher sein! Aber wie heißt es so schön: „Wer soll das bezahlen?“

Doch diese Marketing-Attraktion ist günstiger als Sie glauben. Eine sogenannte „Price Indemnity-Versicherung“ nimmt Ihnen das Risiko eines gewonnenen bzw. für Sie verlorenen Preises ab.

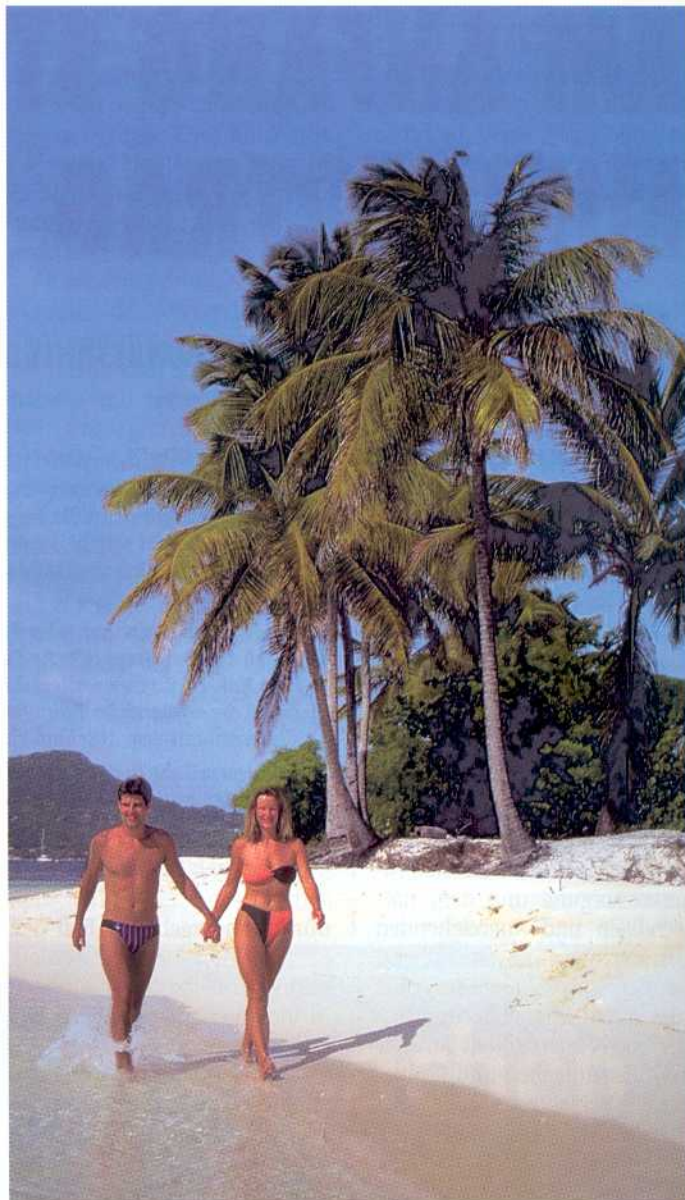
Je nach Spielform – vom klassischen „Sportstudio-Torwand-Schießen“ übers Basketball-Werfen bis hin zum Tresor-Spiel – liegt der fest kalkulierbare Versicherungsbeitrag für einen ausgelobten Preis (PKW im Wert von 30.000,- DM) nur bei ca. 500,- DM. Das Werbekosten-Budget wird geschont und egal wie es kommt – Sie bleiben der Gewinner!

Auch eigene Gewinnspielformen können zum Teil durch die Versicherer rückgedeckt werden. Wenden Sie sich bei Interesse an:

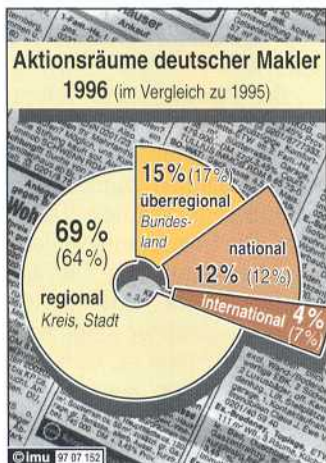
Thomas Orthey, Versicherungsbetriebswirt DVA, Fax 02662/95 55 33.

IN MEDIAS RES

Ein Beispiel: beim nächsten Stadtteilstadtteilfest oder der Dorfkirmes veranstaltet der lokale Immobilien-Profi ein Torwand-schießen. Als Preis winkt eine 2-wöchige Urlaubsreise, bestenfalls ein Kleinwagen (nicht übertreiben!). Der Erlös der Veranstaltung wird für eine wohltätige oder eine lokale gemeinnützige Sache eingesetzt. Gewinnt jemand, weil er tatsächlich sechsmal die Torwand getroffen hat, springt die Price-Indemnity-Versicherung ein. Der Makler zahlt in jedem Falle nur den Versicherungsbeitrag und kann sich der Popularität sicher sein. Viel Aufmerksamkeit zu minimalen Kosten. Eine neue Idee, die hervorragend zum Thema lokales und persönliches Marketing paßt.



MAKLER VERSTÄRKT REGIONAL AKTIV



Die deutschen Makler konzentrieren sich zunehmend auf ihre regionalen Märkte. 1996 wickelten sie knapp 70 Prozent (Vorjahr 64 Prozent) ihrer Geschäfte innerhalb der Region (Stadt, Kreis) ab, in der sie niedergelassen waren. Die Vorteile liegen auf der Hand: kurze Wege, geringere Kosten.

Basisinformationen: Grabener-Verlag

TELEFONIEREN FÜR DIE HÄLFTE!

City-Plus heißt ein neuer Tarif, den die Telekom schon seit Monaten anbietet und der das Telefonieren um die Hälfte billiger macht. Das ganze funktioniert so: für fünf Rufnummern im Nah- oder Citybereich, die vorher individuell festgelegt werden, erwirbt der Telefonnutzer 400 Tarifeinheiten im Monat (Normalpreis: 48,- DM) für nur 23,99 DM.

Diese 400 Einheiten können nur mit diesen fünf Teilnehmern verbraucht werden. Dies könnten sein: der Privatanschluß, ein Online-Dienst (Internet), der Notar und noch

zwei Unternehmen, mit denen man eng zusammenarbeitet.

Werden diese Einheiten nicht verbraucht, verfallen sie, aber schon ab fünf Gesprächsstunden monatlich rechnet sich City-Plus.

Daß dieses Angebot nicht beworben wird, liegt daran, daß die Telekom diesen Service nicht freiwillig eingerichtet hat. Ursprünglich wollte man nur Großkunden Rabatte einräumen und sich bei Normalkunden schadlos halten. Doch da hat der Postminister nicht eingewilligt.

AM ANFANG STEHT DER MIETVERTRAG

VON DIPL. KFM. VOLKER WEHRUM,
BUNDESAUSBILDUNGSREFERENT DES VERBAND DEUTSCHER MAKLER

Der Makler, der mit einer Verwaltertätigkeit ein zweites Standbein aufbauen will, stellt sich natürlich zunächst die Frage: Wie finde ich den Einstieg in diese Tätigkeit?

Da gibt es eine ganze Reihe von Möglichkeiten. Eine davon ergibt sich oft aus der Tatsache, daß der Makler ein Renditeobjekt hereinbekommt, bei dem so ziemlich alles stimmt: Lage, Zuschnitt der Wohnungen und sogar der Preis. Aus dem Gedanken der eigenen Altersversorgung und dem notwendigen und ausreichenden Finanzierungshintergrund wird er selbst schnell Eigentümer dieser Immobilie und findet sich unvermittelt in der Welt der Aufgaben und Probleme des Verwalters wieder.

Mit dem Kauf des Hauses hat er nämlich auch die Mietverträge miterworben. Die gilt es (allerdings nicht erst jetzt) genau zu betrachten.

Sind keine schriftlichen Mietverträge vorhanden, so gelten die Mietverträge auf unbestimmte Zeit geschlossen, und es gelten grundsätzlich die gesetzlichen Bestimmungen zum Mietvertrag. Das heißt z.B., daß die Mietzahlung erst zum Ende des laufenden Monats erfolgen muß, oder daß der Vermieter die Schönheitsreparaturen nach dem Fristenplan auf Verlangen des Mieters durchzuführen hat. Auch sogenannte Bagatellschäden sind in diesem Fall vom Vermieter zu tragen. Ist anderes mündlich vereinbart worden, so muß diese Regelung natürlich bewiesen werden können.

Die Nebenkosten, die in der Fachsprache des Verwalters Betriebskosten heißen,

Volker Wehrum, Diplomkaufmann, Uni Saarbrücken, Bundesausbildungsreferent des VDM (Verband Deutscher Makler), gründete 1993 für den VDM die verbandseigene Europäische Immobilien Akademie, betreibt seit 30 Jahren Hausverwaltung und ist seit mehr als 20 Jahren als Wirtschaftspädagoge in der immobilienwirtschaftlichen Aus- und Weiterbildung tätig.

Seine Konzeption der Europäischen Immobilien Akademie, Saarbrücken, ist durch eine berufsspezifische Aufgliederung in Module gekennzeichnet, wie Makler, Hausverwalter, Projektentwickler, Facility Manager usw., wobei die erfolgreiche Teilnahme an allen berufsbegleitenden Modulen derzeit mit dem Abschluß zum Immobilienbetriebswirt (E.I.A.) endet.

In diesem Jahr findet erstmalig das Modul Auslandsimmobilien statt. Dabei werden praktische Studienteile in Frankreich und Spanien angeboten. Weitere Länder werden folgen.



dürfen im gegebenen Fall den Mietern nur belastet werden, wenn es solche Abrechnungen in der Vergangenheit bereits gegeben hat.

Als besonderes Problem stellt sich hier dem Erwerber der Immobilie dar, daß es während der Laufzeit des Mietvertrags in gegenseitigem Einverständnis Regelungen gegeben haben kann. Da der Verkäufer die Mieterkorrespondenz zumeist behält, ist der neue Verwalter in diesem Fall vor Überraschungen nicht sicher.

Es ist auf jeden Fall zu empfehlen, mit den Mietern im Einvernehmen schriftliche Mietverträge zu schließen. Zum einen werden sie dann bei Vertragsverhandlungen frühere Vereinbarungen herausrücken, damit diese berücksichtigt werden können, zum anderen dient eine schriftliche Fixierung des Mietvertrages ja auch der Rechtssicherheit des Mieters. Mit einem Blick in den Vertrag weiß er nun was vereinbart worden ist.

Sind schriftliche Mietverträge vorhanden, so ist zunächst zu prüfen, um wel-

che Verträge es sich handelt. Wurden Formularverträge verwendet, so ist keineswegs sicher, daß die vereinbarten Klauseln bei älteren Verträgen heute noch Geltung haben. Die laufende Rechtsprechung hat in vielen Fällen früher geltende Regelungen, z.B. zur Kautions, überholt.

Was tun? Sie müssen es nur wissen, welche Vereinbarungen nicht mehr durchgesetzt werden können. Hält sich der Mieter daran, dann ist es gut, hält er sich nicht daran, dann sollten Sie nicht unnötige Kraft vergeuden, etwas durchzusetzen, was nicht mehr durchgesetzt werden kann.

Man sollte wissen, daß individuelle Vereinbarungen immer vor formularmäßigen vorgehen. Wurden also in den Formularverträgen anderslautende Zusatzvereinbarungen getroffen, die den Regelungen im Formular widersprechen, dann gilt das zusätzlich vereinbarte, es sei denn, die getroffene Vereinbarung wäre nicht abdingbar.

Nachdem der Vertrag als solches begutachtet ist, müssen wir wissen, wer eigentlich

unsere Mieter, unsere Vertragspartner sind. Dies können Einzelpersonen wie auch mehrere Personen sein.

Ist der Vertrag mit mehreren Mietern, z.B. einem Ehepaar, geschlossen, so immer darauf zu achten, daß Informationen zum Vertragsverhältnis auch allen Personen zugehen. Bestehen Zweifel, daß ein Schreiben nicht alle erreicht, dann müssen die verschiedenen Personen einzeln angeschrieben werden.

Neben den Angaben zu den Mietparteien enthält der Mietvertrag natürlich auch Angaben zur Mietsache. Hier sind die Räumlichkeiten benannt, die zur Mietsache gehören oder die mitbenutzt werden können.

Den Zustand dieser Räumlichkeiten sollte man aus dem Übergangsprotokoll an den Mieter erkennen können – einem überaus wichtigen Dokument. Die Überlassungspflicht, eine der wichtigsten Pflichten des Vermieters, fordert nämlich vom Vermieter, daß er die Mietsache stets in dem Zustand erhält, in dem sie der Mieter übernommen hat. Neben einem Schutz gegen Miet-

DIE REVOLUTION IN DER AKQUISITION

WARUM VERÄUSSERER SICH WEIGERN SELBST ZU VERKAUFEN

Die Mehrzahl der Wohn-Immobilien wird immer noch ohne Makler verkauft. Dafür gibt es eine Begründung: Die Mehrheit der Immobilien-Besitzer weiß nicht, was ein Makler kann und leistet.

Die Anbieter sind über die detaillierte Fähigkeiten und Kenntnisse des Maklers genauso wenig informiert, wie über die Risiken und Schwierigkeiten beim Verkauf einer Immobilie. Wer vor einem Halben Jahr sein Auto „gut verkauft“ hat, glaubt, eben dies mit seinem Haus oder seiner Wohnung gleichermaßen zu können.

Hier lohnt es sich einmal die Motive des verkaufswilligen Immobilienbesitzers zu betrachten:

Erwischt Sie ein harmloser Schnupfen, so werden Sie dies erst einmal ignorieren, dann mit Omas Rezepten bekämpfen, alsdann das stärkere Mittel aus der Apotheke auffahren und irgendwann, wenn dies alles nicht geholfen hat, dann erst bemühen Sie sich doch zum Fachmann – zum Arzt. Und wenn dieser dann sofort hilft, ärgern Sie sich, daß Sie nicht sofort so konsequent gewesen sind.

SIE ERKENNEN DIE PARALLELE ZUM IMMOBILIENBESITZER?

Auch dieser versucht es erst einmal auf eigene Faust. Er schaut sich wochenlang die Verkaufsanzeigen in den Zeitungen an, um Indizien für die persönliche Wertschätzung der Immobilie zu finden.

Dann versucht er es mit eigenen Verkaufsanzeigen und stellt nach der 20. Besichtigung fest, daß die Interessen-

ten das Haus frecherweise als „zu teuer“ empfinden.

Irgendwann kommt der Gedanke auf, daß man weitere Hilfe benötigt. Aber professionelle Unterstützung kostet Geld. Also wird überlegt, wie man die Dienstleistungen „Vermittlung“ kostenlos in Anspruch nehmen kann.

Nun spielt der Verkäufer alle privaten Informationskanäle aus. Zuerst werden die

Arbeitskollegen informiert, dann die zusätzlichen „Nachrichtenvermittler“ wie: Bäcker, Metzger, Friseur, Tankwart, Gemeindeamt, Bank, etc.

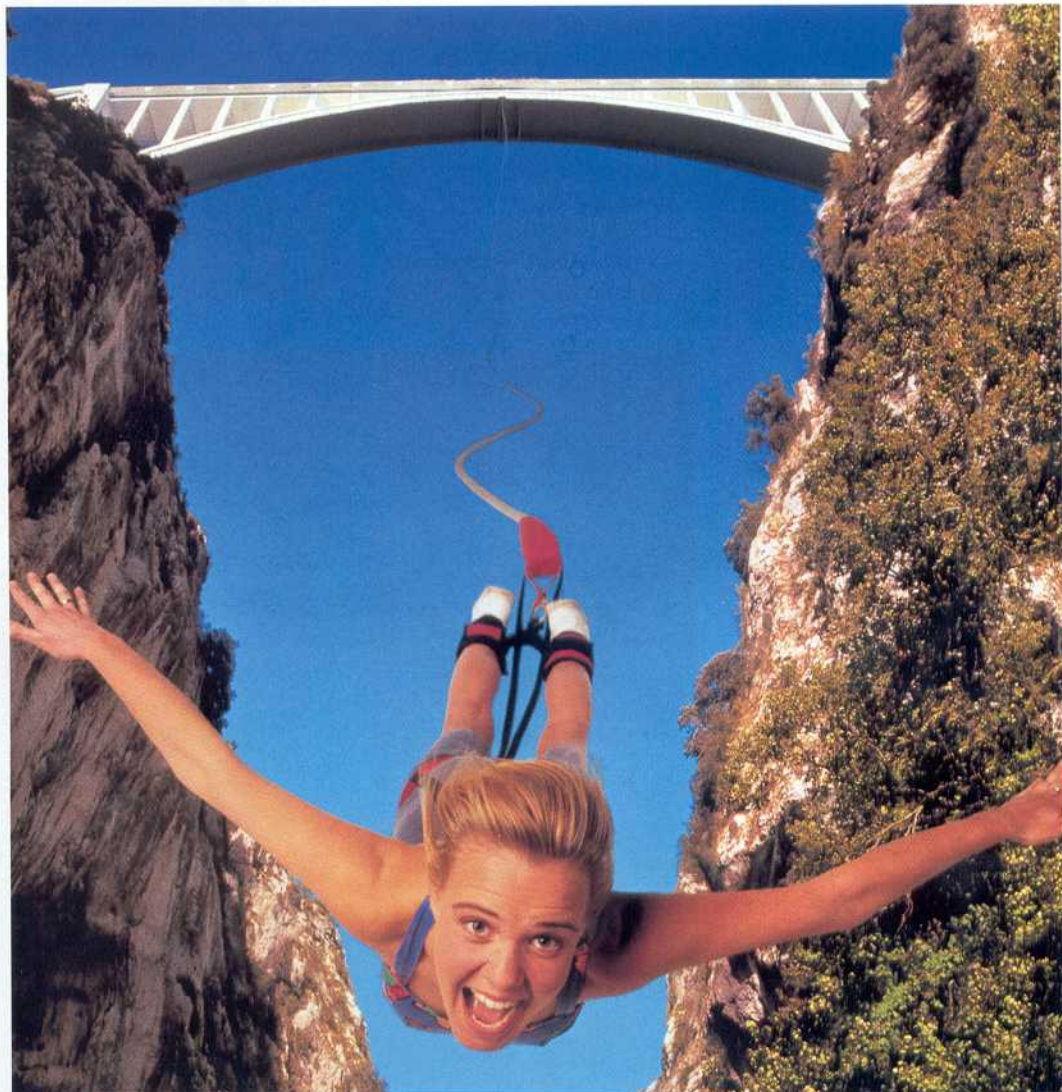
Erst wenn diese Bemühungen nicht gefruchtet haben, kommt der Makler an die Reihe. Dann aber ist das Haus oder die Wohnung in der näheren Umgebung schon als „unverkäuflich“ geoutet.

Dem Makler winken also in

der Praxis zwei Alternativen: Entweder gegen den Widerstand des Immobilienbesitzers, der es selbst versuchen will, keinen Auftrag zu erhalten oder die Aufträge angetragen zu bekommen, die man nicht mehr haben will, weil die Immobilie „zu-Tode-angeboten“ wurde.

Solange Makler keine anerkannte Berufsausbildung besitzen, die dem Privatmann Kompetenz und Verantwortung vermitteln, so lange werden die Veräußerer zuerst versuchen, ohne Makler zu verkaufen.

Die langfristige Perspektive der Immobilien-Makler muß sein, im Kreis der hochqualifizierten Dienstleister wie Arzt, Rechtsanwalt oder Steuerberater vertreten zu sein. Kein vernünftiger Mensch vertritt sich selbst vor Gericht, niemand wird ernsthafte Krankheiten selber kurieren und kaum jemand versucht sich noch



DIE GÄRTNER-STRATEGIE

wurde 1992 erstmals im Film „Das Erbe der Meister“ veröffentlicht und war bis dahin nur den Teilnehmern aus Gärtners Seminaren bekannt. Alles, was danach zu diesem Thema publiziert wurde, basiert mehr oder minder auf dem Makler-Profi-Film.

Das klare Ziel der Gärtner-Strategie heißt: die richtigen Immobilien im Alleinauftrag bei voller Courtage und zum marktgerechten Preis zu akquirieren.

Wer nach dieser Strategie vorgegangen ist, war in allen oben genannten Punkten erfolgreich, wer meinte, Teile dieses Konzepts zu überspringen oder nicht mit der erforderlichen Gewissenhaftigkeit auszuführen, scheiterte.

Eine Strategie ist ein System. Dies wird vielfach nicht berücksichtigt. Selbst in Fachbüchern, die sich eng an die Gärtner-Strategie anlehnen, fehlt das Kernstück dieses System völlig. Statt dessen wird an den Symptomen laboriert und Argumente in kniffligen Einkaufs-Situationen angeboten. Der Verdacht kam auf, daß dies vielfach auch in der Praxis mißverstanden wird.

Der entscheidende Response kam dann über die Einkaufs-Seminare. Vielfach fiel es Teilnehmern wie Schuppen von den Augen, wenn sie die Strategie verstanden hatten. Anderen wurde plötzlich klar, warum ihre Einkaufsgespräche „wie am Schnürchen liefen“.

Das neue Spezial-Training „Immobilien-Einkauf – Die Gärtner-Strategie“ wird Ihnen völlig neue Perspektiven in der Akquisition von Vermittlungsaufträgen aufzeigen. Sie werden mit ungeahnter Sicherheit die Immobilien akquirieren, die Sie mit der wirtschaftlich notwendigen Umlaufgeschwindigkeit vermarkten können. Das richtige Makler-Doping zur richtigen Zeit!

selbst an seiner Steuererklärung oder Bilanz.

Bedenkt man ferner, mit welchen Risiken das „größte Geschäft des Lebens“ vieler Familien behaftet ist, fragt man sich warum nicht selbstverständlich der Immobilien Profi für den Verkauf einer Immobilie gefordert wird.

Würde es also gelingen, das Bild eines professionellen Makler beim Veräußerer zu etablieren, ist die weitere Ein-

von Vermittlungsaufträgen.

Denn nach ca. 90 Minuten überzeugen Profis einen Veräußerer, der wild entschlossen ist seine unrealistische Preisvorstellung ohne Makler durchzusetzen davon, mit einem Makler zusammen zu arbeiten.

VOR DER EINKAUFVERHANDLUNG

Vor der eigentlichen Einkaufsverhandlung sind bestimmte Dinge vorab zu

Grundbuch, Plan, Grund des Verkaufs, Hypothekenbelastung, etc. sind für den Profi nichts Neues.

Die unterschiedlichen Aussagen werden vom Makler mittels professioneller Fragetechnik gründlich überprüft, um den Grad der Authentizität dieser Vorgaben einzuschätzen.

DIE AMPELFRAGE

Die nächsten Fragen des Profis erforschen wie der Preis ermittelt wurde und wie der Veräußerer seinen Verhandlungsspielraum definiert.

Hier entscheidet der Profi wie das weitere Einkaufsgespräch verläuft. Diese „Ampelfrage“ signalisiert, ob dieser Auftrag nun akquiriert werden kann (Gelb oder Grün) oder ob die Verhandlung auf einen späteren Zeitpunkt vertagt werden muß (Rot), weil der Veräußerer einfach noch nicht reif für den Makler ist.

Diese Grundvoraussetzungen klärt der Profi mit nur einer gezielten Frage.

Der „Einkäufer“ weiß nun daß er den Allein-Auftrag mit voller Courtage zum marktgerechten Preis erhalten wird. Keine Sekunde wird dieser Profi seine Zeit bei Veräußerern opfern, deren Widerstand gegen den Makler noch zu groß ist. Der Profi führt solche Veräußerer auf seiner Einkaufs-Nachfaßliste und weiß, daß er in absehbarer Zeit zum Zuge kommen wird.

Signalisiert der Veräußerer GRÜN oder GELB ist der Auftrag in Reichweite. Nun greifen alle Einzelschritte der Gärtner-Strategie. Wie an der Schnur gezogen werden alle Teilziele Schritt für Schritt erreicht.

Mehr dazu in den nächsten Ausgaben des Immobilien-Profis



kaufsverhandlung keine Schwierigkeit mehr, denn dann ist der Makler anerkannter Fachmann, auf dessen Urteil man vertraut.

Rückschluß: Gelingt dies nicht, erkennt der Veräußerer nicht, daß er einen Makler braucht, gelingt der Akquisitionsversuch bestenfalls unter Zugeständnissen (Preis bzw. Alleinauftrag), die einer erfolgreichen Vermarktung im Wege stehen.

Tatsache bleibt, daß es wohl kaum eine anspruchsvollere Tätigkeit im Verkauf gibt, als die professionelle Akquisiti-

klären. Dazu gehört unbedingt, daß alle im Grundbuch eingetragenen Eigentümer auch zur Verhandlung anwesend sind.

Wesentliche Kriterien wie

IN MEDIAS RES

Die Gärtner-Strategie ist aktueller denn je: der Erfolg im Immobilien-Einkauf hängt ausschließlich an einer Maßnahme. Ziel: der Veräußerer erkennt, daß er grundsätzlich einen Makler braucht.

Hier gehen Profis mit einem exakt ausgearbeiteten System unterschiedlicher Fragen vor und vermitteln innerhalb kürzester Zeit diese Erkenntnis.

Alles weitere – Erfolgshonorar, Alleinauftrag und marktgerechter Preis – hängen davon ab.

**Der Film zum Thema: Immobilien-Einkauf – Die Gärtner-Strategie
Video: ca. 45 Min. DM 195,- (Bestellungen siehe Seite 29)**

Alfred F. Esser

Immobilienkauf und -verkauf ohne Haken und Ösen



Immobilien-Ratgeber-Handbuch für:

Hauskäufer, Hausverkäufer,
Bauherren, Baufinanzierer,
Baufachleute, Kapitalanleger,
Makler...

...mit wertvollen Tips, Anregungen,
Wegweisungen sowie einem
umfangreichen Sachwortsverzeichnis

DAS GIBT DER MAKLER SEINEM KUNDEN

Immobilienmakler Alfred F. Esser stellt mit „Immobilienkauf und Verkauf ohne Haken und Ösen“ ein Buch vor, daß sich gleichermaßen an den Profi wie auch an den interessierten Laien richtet. Ein Zielgruppenspagat, der nachdenklich macht. Braucht der Laie noch einen Makler, wenn er sich nun selber schlau machen kann? Unbedingt! Mit dieser Fülle an Informationen über alle Aspekte der Immobilien-Bewertung, der Veräußerung und Vertragsgestaltung führt Esser den Laien geradezu dahin, daß man das „wichtigste Geschäft des Lebens“ nicht ohne professionelle Unterstützung durchführen sollte.

Besonders im sensiblen Bereich der Beauftragung von

Maklern liefert Esser dem Laien wertvolle Erkenntnisse. Sei es der marktgerechte Preis, die Courtage oder der Alleinauftrag, mancher Makler wird sich wünschen, sein nächster Gesprächspartner hätte dieses Buch schon studiert. Zudem räumt Esser mit dem Mißverständnis auf, Immobilien ließen sich von Privat günstiger erwerben.

WAS HAT DER PROFI DAVON?

„Dieses Buch wird einen festen Platz auf meinem Schreibtisch finden!“, war die durchgehende Resonanz bei Maklern, die wir zur Test-Lektüre einluden. In geschlossenen Themenkapiteln erläutert Esser unter anderem:

– wie Grundstücke, Wohnungen und Einfamilienhäu-

ser hinreichend bewertet,

– wie Grundbücher richtig gelesen und beurteilt werden

– notarielle Kaufverträge zu verstehen, worauf zu achten ist und wo man Einfluß nehmen kann

– woran seriöse, zuverlässige, korrekt arbeitende und erfolgsorientierte Makler zu erkennen sind.

Wie schon beschrieben: aus der Sicht des Profis ist dieses Buch für den Laien verständlich aufbereitet – und der Immobilienmakler kommt nicht schlecht weg dabei. Ein Buch, daß Sie und Ihre Kunden kennen sollten.

Hierzu erfolgt im Anschluß ein erster Auszug aus dem Werk.

»PRIVATKÄUFER/PRIVAT-VERKÄUFER«

Privatkäufern ist erhöhte Aufmerksamkeit anzuraten, wenn Veräußerer in ihren Insertionen dem Kaufinteressenten suggerieren (wollen), daß das Objekt besonders preiswert zu erwerben ist. Zumeist ist das Gegenteil der Fall, was anhand der Preisforderungen ablesbar ist, die in den Insertionen der Privatanbieter in den Immobilienanzeigen benannt sind.

So ist immer wieder zu lesen:

„Privatverkauf – keine Maklergebühren“ soll wohl heißen: „der Kunde kann sich die Maklerprovision sparen, er bekommt das Anwesen also viel preiswerter“ (bezüglich der Makler-Gebühr sei nochmals angemerkt: Gebühren erheben Behörden, Makler erhalten Provisionen);

„Provisionsfrei“, – „Maklerfrei“ soll suggerieren: „Bei mir ist das Objekt ohne unnötigen Preis-Aufschlag zu kaufen“;

„Privat an Privat“; – „nur an Privatverkäufer“: damit soll dem Kaufinteressenten übermittelt werden, „ich, der Veräußerer, handle im Kaufinteresse, bei mir bekommt der Käufer den realen Gegenwert, also: ohne daß sich Makler auch noch daran bereichern“.

„Preis: Verhandlungssache“: damit soll suggeriert werden, „ich bin auch nur Mensch, mit mir kann über alles geredet werden, hier hat auch der Verkäufer ein ‚Mitspracherecht‘“.

„Festpreis“: bezweckt, dem Kaufinteressenten zu vermitteln, „ich bin überaus korrekt,

der verlangte Kaufpreis steht außer Frage, also: verkaufen muß ich nicht, es sei denn, der verlangte Preis wird gezahlt“;

„Ringeltäubchen“, – „Schnäppchen“ usw.: nun, was die Ringeltäubchen angeht, so sind auch die heutzutage vielfach gedopt, und an vielen Schnäppchen hat sich schon so mancher verschnappt;

„Notverkauf“: hierbei ist generell erhöhte Aufmerksamkeit anzuraten!

Daß viele privat verkaufen wollen, ist in der Tat deren Privatsache. Daß viele erst nach negativen Erfahrungen mit Maklern privat verkaufen wollen, ist für den Berufsstand nicht nur wegen des damit verbundenen Verdienstaufalles unerfreulich, sondern auch wegen des damit verbundenen weniger erfreulichen Rufes. Alle Makler-Kollegen sind aufzurufen, alles daranzusetzen, daß der Berufsstand das Ansehen erlangt, das ihm von seiner für die Marktwirtschaft wirklich wichtigen Arbeit her unbestreitbar zusteht.

Die Funktion von Immobilienmaklern im Überblick

Die Arbeit der Immobilienmakler ist wahrhaftig nicht allein unter dem Gesichtspunkt der den Verkäufern und/oder Käufern entstehenden Maklerprovisionen zu betrachten, vielmehr unter dem Kosten-Nutzen-Aspekt. Und da machen sich gute Immobilienmakler allemal bezahlt – für Veräußerer wie auch Erwer-

ber. Nachfolgend sind nochmals alle wichtigen Maklertätigkeiten in knapper Form aufgeführt.

- die Durchführung einer Wertermittlung vor Auftragsannahme, wozu alle wertbestimmenden Faktoren gehören und auszuwerten sind und wozu auch die Einsichtnahme ins Grundbuch gehört, damit auch die Grundstücksgröße, gleich ob es sich um ein bebautes oder unbebautes Grundstück handelt (Bestandsverzeichnis), richtig erfaßt und dem Kaufinteressenten demgemäß mitgeteilt werden kann;

- wer ist Grundstückseigentümer (Grundbuch: Abt. I);

- sind Dienstbarkeiten, Wegerechte, Wohnrechte oder sonstige Rechte eingetragen (Grundbuch: Abt. II);

- wer sind die Gläubiger-Banken, und wie hoch sind die eingetragenen Kredite, insbesondere: übersteigen diese den erzielbaren Kaufpreis (Vorsicht!) oder valutieren diese in niedrigerer Höhe (Grundbuch: Abt. III);

- bei Grundstücken ist nicht nur zu klären, ob es sich um Bauerwartungsland, Roh-

bauland oder Bauland handelt, gleichfalls ist die Größe und Bebaubarkeit (GFZ, GRZ) exakt festzustellen, weil sich nicht allein, was generell gilt, auf die Angaben der Veräußerer verlassen werden kann;

- der ermittelte Verkaufspreis wird mit den Vorstellungen der Veräußerer verglichen, sodann der anzustrebende Verkaufspreis (im Maklervertrag) festgelegt;

- nach Auftragserhalt (zum Nachweis oder zur Vermittlung eines Kaufvertrages) werden neben den ermittelten, wertbestimmenden Faktoren ermittelt, so:

- ist die Immobilie ganz oder teilweise vermietet;

- kann die Immobilie in der vom Erwerber angestrebten Form überhaupt genutzt werden, z.B. gewerblich, teilgewerblich?;

- dann die Erstellung eines Exposé, worin enthalten sein soll:

- alle verkaufsfördernde Daten;

- allgemeine Objektbeschreibung, insbesondere hinsichtlich dessen Lage und Infrastruktur;

- bei Investitionsobjekten

(Mehrfamilienhäuser/Miets-häuser beispielsweise) ist unter Berücksichtigung steuerlicher Aspekte eine Kosten- und Ertragsanalyse durchzuführen;

- bei der Kosten- und Ertragsanalyse wie auch bei der Finanzierung sind, neben den vom Makler gemachten Vorschlägen, eventuell die Meinung und Vorschläge weiterer Fachleute einzuholen.

Quintessenz: Makler investieren erhebliche Zeit und Mühe wie auch Kosten, um den erteilten Auftrag sach- und fachgerecht abzuwickeln. Nicht nur, daß Makler richtig zu informieren haben, sie haften auch im gewissen Umfang für die von ihnen erteilten Auskünfte. Die Zeit, Arbeit, wie auch die hohe Verantwortung, die dabei den Veräußern abgenommen wird, ist beträchtlich. Und deren Vorteile sind erheblich, aber auch die der Erwerber, denn diese werden durch die Arbeit der Makler besser, umfassender und wahrhafter informiert, was auch beinhaltet, daß das ihnen offerierte Objekt zum akzeptablen Preis-Leistungs-Verhältnis angeboten wird! Daher



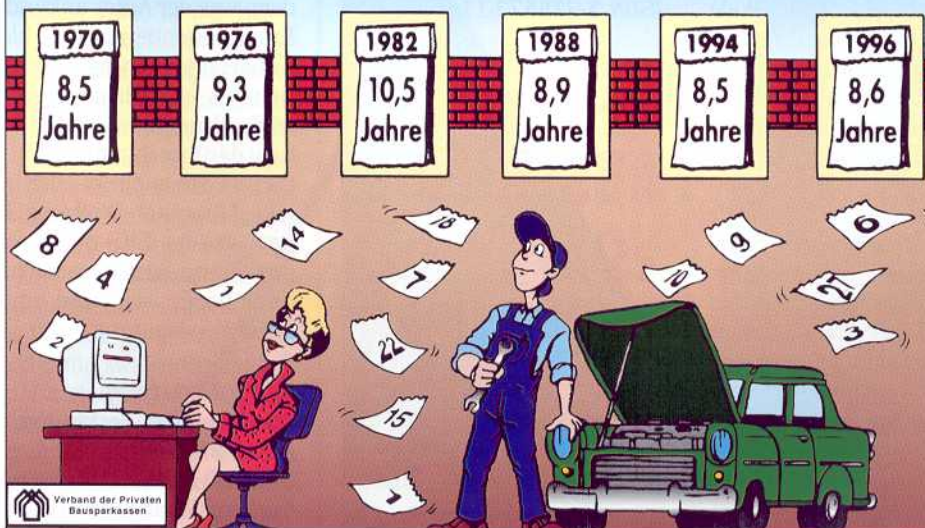
Alfred F. Esser, Jahrgang 1945, Stahl- und Maschinenbauer, Elektrotechniker, Vertriebsingenieur, zuletzt verkaufs- und planungstechnisch selbständig arbeitend, ist seit nunmehr 5 Jahren als Immobilienkaufmann tätig. Schwerpunkte seiner Objektvermittlung sind: Denkmalschutzobjekte, Bauerngehöfte, Villen.

ohne Wenn und Aber: Gleich, ob eine Immobilie verkauft oder gekauft werden soll, alles Erdenkliche spricht dafür, einen sach- und fachkundigen Makler damit zu beauftragen!
(Bestellung: Seite 29)

DER WEG ZUM EIGENEN HEIM

Der Weg zum eigenen Heim

Ein Einfamilienhaus einschließlich Grundstück kostete so viele Jahresverdienste (brutto) – Durchschnittseinkommen –



Der Preis für ein Eigenheim entsprach 1976 rund 9,3 Jahresverdiensten (Durchschnittspreis für den Neubau eines Einfamilienhauses einschließlich Grundstück geteilt durch den durchschnittlichen Jahresverdienst der Arbeitnehmer). Diese statistische Größe zeigt, ob im Laufe der Zeit die Baupreise den Löhnen davongelaufen sind oder nicht.

Bis Anfang der 80er Jahre hatten die Bau- und Grundstückspreise meist das größere Tempo; im Jahre 1988 waren 8,9 Jahresverdienste erforderlich, gegenüber 10,5 Jahresverdiensten 1982. Danach verkürzte sich der Weg zum Eigenheim auf 8,5 Jahresverdienste im Jahre 1994. Heute liegt der Wert bei 8,6, also nahezu auf dem gleichen Niveau wie 1970.

Mit der verbesserten Förderung des Vorsparens ist das ein vielversprechender Anreiz zum Erwerb von Wohneigentum. Dazu hat mietfreies Wohnen im Alter die Funktion einer privaten Zusatzrente und ergänzt so das staatliche Rentensystem.

Verband der Privaten Bausparkassen

VON ALEXANDER CHRISTIANI,
BAD MÜNSTEREifel

- **Was unterscheidet Starverkäufer von Statisten im Bereich der Motivation?**
- **Warum geben viele auf dem Weg zum Ziel auf und wieso entwickeln einige wenige ein nahezu übermenschliches Durchhaltevermögen?**
- **Warum schultern manche jeden Morgen voller Freude eine riesige Arbeitslast, während andere frustriert versuchen, mit möglichst wenig Aufwand durch den Tag zu kommen?**
- **Hier nun der zweite Teil**



IST DER SCHLÜSSEL

ÜBUNG 2: DIE PERSÖNLICHE „UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE“

Diese Übung erlaubt Ihnen, die Erkenntnisse der ersten Übung in einen obersten Werte- und Verhaltenskodex umzuformulieren, an dem Sie in Zukunft Ihre Einstellung, Ihre Entscheidungen und Ihr Verhalten ausrichten können: Nachdem Sie nun erkannt haben, wo Sie am Ende Ihres Lebens sein wollen, wo für Sie also der „wahre Nordpol“ ist, geht es jetzt darum, den Kompaß zu formulieren, der uns in jeder Lage den richtigen Weg weist. Unternehmen entwickeln dazu ihre Unternehmensphilosophie, Staaten haben ihre Staatsverfassung.

Beide haben dabei jedoch ein Problem, daß wir zum Glück nicht haben. Nach dem Grundsatz: „Identifikation setzt Beteiligung voraus“ identifizieren sich nur die Mitarbeiter mit den Unternehmensgrundsätzen, die an ihrer Entwicklung beteiligt waren. Das bedeutet für Sie und mich:

Je intensiver wir uns mit unserer persönlichen „Unternehmens“-philosophie beschäftigen, um so größer ist die Identifikation und um so einfacher ist es, dieses „Mission-Statement“, wie es die Amerikaner nennen, zu befolgen. Ob Sie Ihren persönlichen Wertekodex der Form nach an den zehn Geboten orientieren, sich als Vorlage einige Unternehmensphilosophien anschauen oder das Ganze zu einem Satz verdichten, der als Ihr Lebensmotto Ihren Grabstein zieren könnte, ist dabei eher Geschmackssache. Entscheidend ist, daß diese Prinzipien und Wertmaßstäbe die Basis sind, mit der wir uns voll identifizieren. Darauf läßt sich jetzt trefflich eine Perspektive, ein Lebensentwurf aufbauen, der so herausfordernd und anspruchsvoll ist, daß er uns zwingt, unsere Talente und Begabungen immer weiter zu entfalten: Dieser persönliche Lebensplan läßt sich optimal in zwei Schritten entwickeln:

ÜBUNG 3: DIE PERSÖNLICHE 10-JAHRES-CHRONIK: 1987-1997

Fragen Sie sich einmal: Wo war ich 1987?

Wie waren meine materiellen Verhältnisse damals?

Was habe ich verdient? Was gewußt? Was gekonnt?

Und anschließend: Und wo bin ich in all diesen Bereichen heute?

Die meisten von uns sind sehr überrascht, wenn sie feststellen, wieviel sich in den letzten Jahren geändert hat und wieviel stärker sie in ihrer Persönlichkeit gewachsen sind als sie gedacht haben. Diese Übung gibt uns den berühmten: „Donnerwetter-seid-ihr-groß-geworden-Effekt“, den unsere Verwandten haben, wenn Sie im Jahresabstand unsere Kinder sehen: Wir, die wir diesen dynamischen Wachstumsprozess ständig begleiten, bemerken die Veränderungen viel weniger als die, die den Kontrast erleben. Wenn Sie über Ihre Fortschritte in den letzten zehn Jahren selber erstaunt sind, bestätigt dies übrigens einen wichtigen Grundsatz der Arbeitswissenschaft: Die meisten von uns überschätzen, was wir in einem Jahr schaffen können und unterschätzen beträchtlich, was in zehn Jahren alles möglich ist.

Daß Sie in den nächsten

zehn Jahren nochmals erheblich mehr schaffen als in der letzten Dekade, ergibt sich schon daraus, daß Sie in den letzten Jahren mit Sicherheit viel Lehrgeld gezahlt und einige Fehler gemacht haben, die Sie bestimmt nicht wiederholen werden. Deshalb ist es ganz hilfreich, sich einmal die Frage zu stellen: Wieviel mehr hätte ich in den letzten 10 Jahren eigentlich schaffen können, wenn ich damals schon das Know-How gehabt hätte, über das ich jetzt verfü-

Fortsetzung Seite 24



Alexander Christiani ist ein gefragter Verkaufstrainer, der mit seinem Team mehr als 200 Veranstaltungen pro Jahr durchführt. Er trainiert Unternehmer, Top-Manager, Vertriebsmitarbeiter aller Ebenen sowie Weltklasse-Athleten.

Fortsetzung von Seite 22

ge? Wenn Sie – wie viele unserer Teilnehmer – zu dem Schluß kommen, mit Ihrem heutigem Know-How seien 150 – 200 % drin gewesen, haben Sie jetzt ein realistisches Gefühl dafür, was Sie sich für die nächsten zehn Jahre mindestens zutrauen sollten (denn mit unserem heutigem Know-How ist ja noch keineswegs das Ende der Fahnenstange erreicht, oder?).

Mit dieser Vorbereitung sind Sie jetzt fit für

ÜBUNG 4: DIE 10-JAHRES-CHRONIK 1997-2007

Die wichtigste Hilfe für diese Übung:

Stellen Sie sich vor, Sie seien bereits im Jahre 2005 und listen aus dieser Perspektive alles auf, was Sie in den letzten zehn Jahren erreicht haben.

Diese Empfehlung erlaubt unserem Unterbewußtsein, sich das Zukunftsszenario sehr viel konkreter vorzustellen und eine viel stärkere emotionale Beziehung herzustellen:

Es ist eine Sache, ob ich als 55-jährige Führungskraft weiß: „In zehn Jahren werde ich pensioniert“ oder ob ich mir sage: „Ich bin jetzt 65 Jahre alt und vor 3 Jahren pensioniert worden.“ Es passiert im Seminar nicht selten, daß Menschen, die bei diesem „10-Jahres-Rückblick aus der Zukunft“ eine Schallmauer durchbrechen (Oh Gott, ich bin schon 40!), sich viel realistischer mit ihrer Zukunft beschäftigen als wenn sie sich ihren üblichen Wunschträumen hingeben.

Um für dieses „Rückwärts-träumen von 2005“ genügend Material zu haben, gibt es noch zwei „Vorwärtstraum-übungen“.

ÜBUNG 5: STOFFSAMMLUNG ZUKUNFT I

Fragen Sie sich: Was würde ich in den nächsten Jahren alles in Angriff nehmen, wenn ich sicher wüßte, daß ein Mißerfolg ausgeschlossen ist?

Die 5te Übung ist ein Brainstorming, daß bewußt

auch fernliegende und „unrealistische“ Antworten provozieren will, denn: „Wünsche sind oft Vorboten unserer Fähigkeiten“. Und wenn aus der Brainstorming-Idee: „Starfighter-Pilot werden“ in der Chronik 1997-2007 wird: „Vor fünf Jahren meinen Privatpilotenschein gemacht“ dann hat die „spinnerte Anfangsidee“ vielleicht den Weg zu dem Traumhobby gewiesen, daß Sie schon immer gesucht haben.

ÜBUNG 6: STOFFSAMMLUNG ZUKUNFT II

Viele Menschen sind davon überzeugt, daß sie mit anderer Schulbildung, anderen Verbindungen, besserer Technik usw. zu ganz anderen Taten fähig wären: Wenn ich nur XYZ hätte, dann könnte ich IJK tun und wäre dann ein ganz anderer Mensch. Bei diesem Denken wird das Pferd vom Schwanz her aufgezäumt. Die entscheidende Frage ist: Wie muß ich sein (charakterlich, persönlich etc. – siehe Mission Statement), um die Dinge tun zu können, die ich tun muß, um schließlich das zu erreichen, was ich haben möchte.

Machen Sie deshalb mal ein Brainstorming zu folgenden Fragen:

- 1.) **Wie möchte ich sein?**
- 2.) **Was möchte ich tun?**
- 3.) **Was möchte ich haben?**

Viele fragen sich: Wie sieht mein Traumpartner aus (haben)? Wie finde ich ihn/sie (tun)? Nur wenige fragen sich: Wie muß ich sein, um einem solchen Menschen langfristig zu gefallen?

Diese Übungen gehören mit zu den wichtigsten, eindrucklichsten und besten, die ich in 13 Jahren Verkaufsmotivationstraining gefunden habe, um Verkäufer in der Entwicklung einer persönlichen Lebensvision zu unterstützen. Wie Sie aus dieser Vision dann persönliche Ziele ableiten, die Ihnen helfen, sich motivierend für die Ziele Ihres Unternehmens einzusetzen, diskutieren wir dann in der nächsten Folge dieser Aufsatzserie.

Für heute möchte ich mich von Ihnen verabschieden mit der Geschichte von den drei

Steinmetzen: Stellen Sie sich vor, Sie kämen bei einer Wanderung im Urlaub an einem Steinbruch vorbei. Als Sie den Arbeitern ein wenig zuschauen, fallen Ihnen spontan drei Steinmetze wegen ihres sehr unterschiedlichen Arbeitsstils auf. Sie beschließen, der Sache auf den Grund zu gehen, und sprechen den ersten auf seine Tätigkeit an: Er ist von den Dreien der lethargischste, schaut griesgrämig und lustlos drein und meißelt an einem großen Stein nach dem Prinzip: „Pro Minute ein Schlag – aber nur, wenn der Chef hinschaut!“ Auf Ihre Frage, was er da mache, antwortet er: „Sehen sie doch. Steine klopfen.“ Auf Ihre Nachfrage, ob ihm das Spaß mache, hören Sie: „Steine klopfen ist Sträflingsarbeit. Wem soll sowas Spaß machen. Nur irgendwas muß ich ja tun, um Geld zu verdienen.“

Sie interviewen den zweiten Steinmetz. Der meißelt routiniert und beschwingt. Er sagt: „Ich bin Steinmetz von Beruf. Habe letztes Jahr die Meisterprüfung gemacht. Wenn das Wetter gut ist, macht es Spaß, mies ist es nur im Winter und wenn's regnet.“

Sie sprechen den dritten an: Er arbeitet höchst konzentriert, mit leuchtenden Augen, einer Präzision und einem Tempo, das sogar Michelangelo Bewunderung abgenötigt hätte. Von Ihnen angesprochen hält er kurz inne, zeigt nach oben, schaut zum Himmel und sagt voller Stolz: „Ich baue hier den Kölner Dom – und das ist der Schlußstein des Deckengewölbes.“

Lieber Leser, die Routinearbeiten unseres Alltags werden Ihnen und mir immer wieder wie Steine klopfen vorkommen. Ob wir dieses Steine klopfen als Sträflingsarbeit erleben oder damit an unserem Kölner Dom bauen, liegt alleine an uns. Das Geheimnis dauerhafter Motivation ist einfach:

- 1.) Habe einen Dom.
- 2.) Wisse, daß es Dein Dom ist und
- 3.) mach Dir bewußt, daß das Steine klopfen von heute die Arbeit am Dom von morgen ist.

(Fortsetzung im IMMOBILIEN-PROFI 4/97)



Verkauf vor dem Verkauf

Networking als Weg zum Kunden!

Durchschnittliche Verkäufer investieren nur in den Abschluß und beginnen deshalb immer wieder von vorne. Überdurchschnittliche Vertriebs-Profis investieren in langfristige Kundenbeziehungen und bauen sich ein dauerhaftes Stammkundenkontingent auf, das sie auf lange Sicht wirtschaftlich unabhängig macht.

Die Besten der Besten bauen Kontakte auf zu den Meinungsmachern, Rollenvorbildern und Ratgebern der Reichen und Einflußreichen.

Networking: Verkauf vor dem Verkauf – vom unbeschriebenen Blatt oder unerwünschten Eindringling zum Immobilien-Experten, der von seiner Zielgruppe gesucht wird!

Zu diesem Thema steht Ihnen auch das Video „Networking als Weg zum Kunden“ zur Verfügung, welches einen ersten Einblick in die verblüffenden Möglichkeiten des Networking liefert. (Seite 27)

Seminartermin:
Dienstag, den 1.12.1997
Uhrzeit: 9:30 Uhr bis 18.00 Uhr
Ort: Frankfurt/M.
Preis: DM 780,-
pro Person zzgl. MwSt.
Info: Tel. 0221/9522862

WARUM SIE MIT BÜCHERN KAUM IHRE VERKAUFSTECHNIKEN VERBESSERN WERDEN

Wer es sich zum Ziel macht, seine Verkaufstechniken zu verfeinern, dem stehen unterschiedliche Wege offen. Welche Alternativen gibt es? Der chinesische Weise Konfuzius beantwortet diese Frage so: „Es gibt drei Wege des Lernens:

- Lernen durch Erfahrung - das ist der bitterste Weg oder
- Lernen durch Nachdenken - das ist der edelste Pfad und
- Lernen durch Nachahmung - das ist der leichteste Weg!“

Wenn Sie sich um Ihre persönliche Aus- und Weiterbildung nicht weiter bemühen, so werden Sie zwangsläufig die erste Möglichkeit (Erfahrung) durchlaufen. Im günstigsten Fall werden Sie sich nach jedem nicht geglückten Abschluß in Ruhe hinsetzen und die Situation überdenken, um daraus konstruktiv neue Erkenntnisse zu gewinnen. Sollte Ihnen dies tatsächlich gelingen, dann hat Ihnen dies eine Menge Durchhaltevermögen, Beharrlichkeit und Selbstvertrauen abverlangt. Nicht nur für Konfuzius ein bitterer Weg.

Testen Sie also die zweite Alternative. Kaufen Sie sich einen Stoß Bücher über professionelles Verkaufen und beginnen Sie ihre Studien. Das ist laut Konfuzius der edelste Weg, denn nun sind Sie mit sich und Ihren Büchern alleine. Sie wissen zwar nun, wie es theoretisch geht, aber Sie erleben es nicht wirklich. Was das Verkaufen angeht, bleiben Sie ein Eunuch.

Die Wahrscheinlichkeit, daß Sie irgendwann nach langen, zähen Studien selber ein gutes Buch verfassen könnten, ist wesentlich größer als die Möglichkeit, daß sich Ihre Verkaufstechniken deutlich verbessert haben. Woran liegt das? Der weise Konfuzius ahnte bereits, was erst in den letzten Jahren wissenschaftlich bewiesen werden konnte.

Wenn Sie eindimensionale Informationen angeboten bekommen - dies ist Lesen - verarbeiten Sie dies mit Ihrer linken Gehirnhälfte. Dies ist der Teil des Gehirns, der logisch-analytisch vorgeht und einfache Programme steuert. Im linken Bereich Ihres Kopfes verstehen Sie das, was sie lesen. Um es praktisch zu beherrschen, brauchen Sie aber die rechte Gehirnhälfte. Alle komplexen, koordinierenden Tätig-

keiten, insbesondere Verkaufs- und Verhaltensmuster, werden von der rechten Gehirnhälfte gesteuert.

„Die Vermutung, zum Erlernen komplexer Tätigkeiten sei es notwendig, zunächst viel über die zu erlernenden Prozesse zu wissen, ist unzutreffend.“ (Alexander Christiani) Noch deutlicher: „Solange unsere linke Gehirnhälfte der rechten dreinredet, wenn diese koordinieren (verkaufen und verhandeln) soll, beeinträchtigt dieses Sperrfeuer unsere Leistung!“

Wenn Sie im Verkaufsgespräch nach den Informationen

VIDEOS WIRKEN!

aus Ihren „Verkaufsbüchern“ in der linken Gehirnhälfte stöbern, werden Sie dadurch fataalerweise sogar behindert! Einzige Lösung: Sie müssen das, was Sie sich angelesen haben, in mehrdimensionale Informationen umsetzen, also in Bilder, Töne oder Gefühle. „Dies bedeutet, daß die Übersetzung unserer linkshirnigen Zieltexte in rechtshirnige Zielfilme notwendige Voraussetzung ist.“

Dies ist mühsam und vom Standpunkt eines Konfuzius zwar als edel einzustufen, nur ahnte Konfuzius damals auch noch nichts von Büromieten, Mitarbeitergehältern und KFZ-Leasingraten.

Bleibt noch die dritte Variante auf dem Weg zum Immobilien-Profi: die Nachahmung. „Wann immer uns Informationen mehrdimensional angeboten werden, so daß unsere rechte Gehirnhälfte sie intuitiv-ganzheitlich aufnehmen und zu Strukturen und Mustern verarbeiten kann, arbeitet unser Gehirn mit dem „Lernturbo“ der rechten Hirn-Hemisphäre. Lernen durch Nachahmung ist deshalb der schnellste, sicherste Weg, um komplexe Fertigkeiten und Verhaltensweisen zu erwerben, zu verinnerlichen und situationsangemessen umzusetzen.“ (Christiani)

Denken Sie daran, als Sie vielleicht mit einem erfahrenen Kollegen Kunden besuchten, diesen beobachten, an den Gesprächen teilnehmen und ggf. später darüber diskutieren können (linke Gehirnhälfte). Wie leicht ist es Ihnen gefallen Verkaufstechniken zu erlernen, zu beherrschen, und wie schnell konnten Sie das Können Ihres Mentors erreichen?

Wie läßt sich diese Situation wiederholen, woher nehmen Sie ein neues Vorbild? Je anspruchsvoller Sie werden, je mehr Sie lernen wollen, desto besser müssen Ihre Vorbilder Ihre Mentoren sein, denen Sie nacheifern können.

Nun zeigt sich, warum Videos verblüffende Erfolge in der verkäuferischen Weiterbildung bieten. Die besten Verkaufsexperten zeigen nicht nur, wie es geht, sondern Drehbuchautoren, Schauspieler und Regisseure bemühen sich, alltägliche Verkaufssituationen so perfekt aufzubereiten, daß ein Optimum an Information gehirnkonzentriert transportiert wird.

Das Optimum an Lernerfolg erzielen Sie aber nur dann, wenn beide Gehirnhälften sich ergänzen. Dies ist der Fall, wenn das, was Sie zuvor in den Videofilmen erlebt haben, logisch-analytisch verarbeiten.

