

IN DIESER AUSGABE

Frühjahr 1999 • Ausgabe 2/99

Professionelles _____	2
Nachrichten aus der Branche	
Märkte _____	4
Kapitalanleger fallen nicht vom Himmel	
Bauträgerverkauf _____	7
Das Baustellenschild	
Networking _____	10
Das Kundenseminar	
Erfolgskonzepte _____	12
Eine Frage der Motivation?	
Softwareportrait _____	18
Alco-House	
So machen Sie Ihre erste Million (III) _____	20
Fonds	
Vermögensmanagement _____	24
Immobilienanlagen im Vergleich	
Finanzierung _____	26
40% Mehrumsatz	
Versicherungen _____	28
Berufsunfähigkeit	
Unternehmensportrait _____	30
Streßfrei bauen	
Tip der Woche _____	32
Kolumne _____	33
Das Exposé	
Medientips _____	34
Vorschau _____	36



Werner Berghaus
Herausgeber Immobilien-Profi

Miese Makler?

Vor kurzem wurde bei Ilona Christen (RTL) über "die miesen Tricks der Makler" diskutiert. Anwesend waren mehrere Studiogäste, die angeblich von Maklern betrogen, genötigt und hintergangen wurden – doch gemeint war eigentlich die gesamte Immobilienbranche.

So ließ sich etwa ein Paar bedauern, weil der Bauträger (im Laufe der Sendung fälschlicherweise immer als Makler bezeichnet) das Einfamilienhaus nicht rechtzeitig fertigstellte. Die nächsten Gäste hatten eine überbeuerte Steuerspar-Immobilie von einem Strukturvertrieb erworben, und eine Dame entrüstete sich darüber, daß ihr ein Makler ein 7-Familienhaus mit Gewerbeanteil in Dortmund für 220.000 DM (!) verkaufte, welches sich urplötzlich als Bruchbude entpuppte.

Schreckliches widerfuhr auch einem Ehepaar, welches angeblich beim Verkauf des Hauses "fast in den Ruin getrieben wurde". Ein Makler sollte zu einem überhöhten Preis einen Käufer finden, der aber, wie sich erst nach dem Notartermin herausstellte, den Verkaufspreis nicht zahlen konnte und dies wohl auch nie vorhatte.

Spätestens hier muß man sich fragen, wer Täter und wer Opfer ist?

So hatte das Veräußererpaar keine Hemmungen, einen Makler einzuspannen, damit dieser einen Dummen findet. Daß der Makler seine Provision auf den Kaufpreis aufsattelte, befand auch Frau Christen als sehr kundenfreundlich.

Es wurde nicht darüber gesprochen, daß der potentielle Käufer eigentlich das Opfer sein sollte. Auch nicht, warum die anderen "Geschädigten" sich ohne Not mit dubiosen Vertrieben und Billiganbietern einließen oder Immobilien zu einem Bruchteil des vermuteten Marktwerts erworben hatten.

Wer diese Sendung aufmerksam verfolgte, mußte feststellen, daß der Maklerzunft wenig anzulasten war, trotzdem wiederholte Ilona Christen penetrant: "Wir sprechen über die miesen Tricks der Makler!"

Werner Berghaus
berghaus@immobilien-profi.de



Immobilien-Index vorgestellt

Am 18. November 1998 wurde vor 120 Experten in Frankfurt der DIX® (Deutscher Immobilien Index) aus der Taufe gehoben. Die neugegründete Deutsche Immobilien Datenbank GmbH, Wiesbaden, bietet mit dem DIX® der Anlagebranche und der

Immobilienwirtschaft eine verlässliche, wirtschaftlich fundierte Meßgrundlage für Investitionsentscheidungen. Vier führende offene Immobilienfonds, zwei Versicherungsgesellschaften und ein ausländischer Pensionsfond beteiligen sich in der Startphase mit genauen

Daten über ihr Immobilienportfolio. Bei der Präsentation: v.l. Prof. Karl-Werner Schulte, ebs Immobilienakademie; Dr. Eberhard Walz, AXA-Colonia Immobilien, Dr. Mathias Thomas, DID, Tim Horsey, IPD London, Klaus Hohmann, DEGI, und Rupert Nabarro, IPD. ◀

Alles Müller

Mit Beginn des Jahres 1999 firmieren die Bau-Fachverlage "Verlagsgesellschaft Rudolf Müller Bau-Fachzeitschriften GmbH & Co. KG" und "Profil Bauzeitschriften Verlags GmbH", die beide zur Verlagsgruppe Rudolf Müller in Köln gehören, gemeinsam unter der "Verlagsgesell-

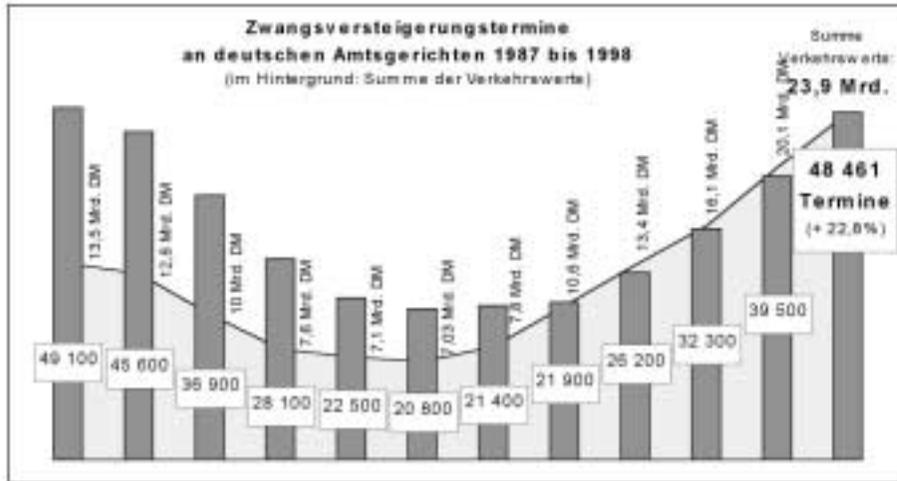
schaft Rudolf Müller GmbH & Co. KG", dem Kernunternehmen der Gruppe Rudolf Müller, die heute aus sechs Fachverlagen, einem Seminar- und Schulungsunternehmen, einem Laser-Druckhaus und einer Fachagentur besteht. Mit der Verschmelzung wird das gesamte Fachmedienangebot von insgesamt 160 Fachbüchern, 15 Loseblattwerken und elektronischen Medien mit den zehn in der Verlagsgesellschaft erscheinenden Architektur- und Fachzeitschriften zusammengeführt. ◀

Teures Mieten

Mieten ist auf Dauer teurer als der Erwerb von Eigentum. Wer eine monatliche Miete von DM 1.000 bezahlt, hat nach 30 Jahren bei einer durchschnittlichen Mietsteigerung von 4% p.a. DM 673.019 und nach 50 Jahren DM 1.832.005 an den Vermieter gezahlt. (Quelle: Grabener Verlag) ◀

Ratingen – Die Zahl der Zwangsversteigerungstermine ist 1998 um 26,1 Prozent auf 48.461 Termine gestiegen. Damit wurde das Allzeit-Hoch von 1987 – damals waren 49.100 Termine anberaumt worden – nahezu erreicht. Insgesamt hat der Markt für Immobilien in der Zwangsversteigerung ein Volumen von 23,9 Milliarden DM erreicht. Diese Zahl entspricht der Summe der amtlich festgesetzten Verkehrswerte aller

Objekte, die in diesem Jahre an den bundesdeutschen Amtsgerichten zur Zwangsversteigerung anstanden. Dies teilte Winfried Auferbeck, Sprecher der Rater ARGETRA mit, die die Immobilien-Zwangsversteigerungstermine monatlich in ihrem Versteigerungskalender "VIZ" veröffentlicht. Soeben ist der VIZ-Jahresbericht für das ablaufende Jahr 1998 erschienen. ▶



Cleverer Vermarktung



Die Scouts: Jürgen Böhm, Arndt Kwiatkowski und Joachim Schoss.

Seit dem 1. Oktober 1998 ist die Immobilien Scout GmbH bereits im Pilotmarkt Berlin präsent. Jetzt wird die Wohnungsbörse, die auf einer völlig neuen Geschäftsidee basiert, auch in weiteren Großstädten eingeführt: Wohnungsanbieter und Interessenten lassen ihre Miet- und Kaufobjekte sowie ihre Suchwünsche in einer Datenbank registrieren. Ein speziell entwickeltes Softwareprogramm wählt für jeden Wunsch die passenden Immobilien aus, und die Interessenten erhalten die entsprechenden Angebote kostenfrei per Post. "Der Service von Immobilien Scout steht allen privaten und gewerblichen Anbietern der Immobilienwirtschaft zur

Verfügung", erläutert Geschäftsführer Arndt Kwiatkowski.

Für einen Preis zwischen 7 und 20 Mark pro Sendung werden professionelle Objektbeschreibungen erstellt und nur an passende Interessenten verschickt. Der Vorteil für Makler oder Bauträger: Potentielle Kunden werden gezielt und ohne Streuverluste angesprochen, die Angebote sind sieben Tage pro Woche im Markt präsent, Vermarktungszeiten werden verkürzt und zusätzliche Interessenten vorqualifiziert eingeführt. Wohnungssuchende melden ihre Wünsche per Telefon-Hotline an, die täglich rund um die Uhr bundesweit zum Orts-tarif erreicht werden kann. In Berlin nutzen täglich bis zu 700 Interessenten die Hotline. Bis Ende des Jahres plant Scout mit mind. 200.000 Nachfragen bundesweit. Ab Mitte Mai 1999 folgt der Serviceauftritt mit aktiver Suchfunktion im Internet, Objekte können dann schon eingestellt werden. Ab 1.07. startet eine große Werbekampagne, dann wird der zentrale Marktplatz für Immobilien national in allen größeren Ballungsräumen aktiv sein. ▶



Kaufmann/Kauffrau in der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft

Arbeitsmappen zur Abschlussprüfung. Gezieltes Training zur Abschlussprüfung anhand von Aufgaben wie in der Prüfung: Das bieten insgesamt drei Arbeitsmappen des U-Form-Verlages, die auf die Abschlussprüfung für den Beruf Kaufmann/Kauffrau in der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft vorbereiten.

Prüfungsfach Grundstücks- und Wohnungswirtschaft, Teil 1

Gesamtumfang: 223 Seiten A4
Bestellnummer: 56.1
DM 38,80 inkl. MWSt.

Kaufmann/Kauffrau in der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft

Rechnungswesen, Datenverarbeitung, Organisation
Gesamtumfang: 270 Seiten A4
Bestellnummer: 55
DM 42,80 inkl. MWSt.

Prüfungsfach Grundstücks- und Wohnungswirtschaft, Teil 2

Gesamtumfang: 173 Seiten A4
Bestellnummer: 56.2
DM 34,80 inkl. MWSt.



U-FORM-VERLAG
S O L I N G E N
Telefon (02 12) 2 22 07-0
Telefax (02 12) 20 89 63
Internet: <http://www.u-form.de>
E-Mail: Uform@aol.com

Kapitalanleger fallen nicht vom Himmel

Die vermietete Eigentumswohnung im Altbau ist eine lohnende Investition für unterschiedliche Käufer. Viele Makler unterschätzen noch immer dieses Umsatzpotential.

Gerade in Zeiten, in denen sich die Zinsen auf niedrigem Niveau bewegen und die Presse goldene Zeiten für Immobilien-Käufer ausruft, können auch Kunden für Immobilien als Kapitalanlage gewonnen werden, die an eine solche Möglichkeit zuvor nicht gedacht haben.

Eine typische Situation im Büro einer Maklerin: Ein Ehepaar hat sein Interesse an einer Eigentumswohnung bekundet und wartet auf entsprechende Angebote. Zunächst fragt die Maklerin nach: "Gibt es einen Zeitpunkt, an dem Sie aus Ihrer Wohnung rausmüssen?"

"Überhaupt nicht! Wir müssen nicht ausziehen!", antwortet die Interessentin.

"Wir wollen uns bei Ihnen informieren, was es so gibt", ergänzt der Gatte und fügt hinzu: "Da wir ja Zeit haben, können wir in Ruhe auswählen."

In dieser Szene aus dem Film "Abschluß! ...immer öfter zum Notar." (inmedia 1996, ISBN 3-930676-17-6) spekuliert das Interessentenpaar auf eine günstige Einkaufsmöglichkeit. Sie fühlen sich im Vorteil, weil sie keinen Zeitdruck haben und in Ruhe wählen können.

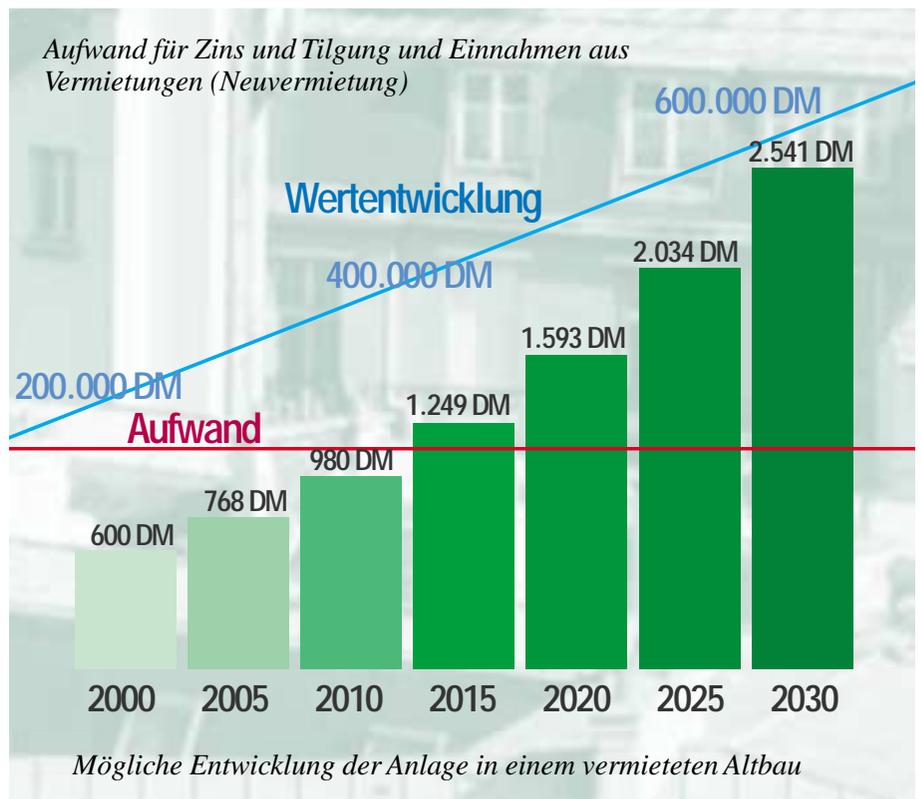
Für den Immobilien-Profi ist klar, daß diese Interessenten zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen wollen. Sie möchten nicht nur zum Schnäppchenpreis an eine Eigentumswohnung kommen, sondern gleichzeitig die eigene Immobilie mit großem Gewinn verkaufen. Der Makler soll das Unmögliche möglich machen.

Eine unerwartete Wendung

Die Situation ist typisch, nicht jedoch die weitere Vorgehensweise im Film, der nun zeigt, wie Immobilien-Profis aus dieser Situation einen unerwarteten Erfolg erzielen.

groß sein soll. Das muß sich doch im Preis auswirken, oder?"

"Das stimmt schon", entgegnet die Maklerin, "doch die Wohnung, die Sie sich vorstellen, kostet zwischen 450.000 und 600.000 Mark, je nach Ausstattung



"Was müßte denn passieren, damit Sie sich kurzfristig zum Kauf entscheiden?", fragt die Maklerin im Film weiter.

"Das muß eine Gelegenheit sein, ein besonders günstiger Preis", antwortet der Interessent. "Man hört doch überall, daß das Angebot im Moment besonders

und Größe. Auch bei der derzeitigen Marktlage werden diese Wohnungen nicht verschenkt. Im günstigsten Falle könnten Sie durch die aktuelle Marktlage zwischen 10.000 und 15.000 Mark sparen, wobei Sie natürlich beim Verkauf Ihrer jetzigen Wohnung ebenfalls Zugeständnisse machen müssen."

So haben sich das die Interessenten nun auch wieder nicht vorgestellt. Unter solchen Umständen warten sie lieber noch etwas ab.

Die Kundin spricht ihre Erwartung offen aus: "Dann bekommen wir mehr für unsere Wohnung und können immer noch auf eine gute Gelegenheit warten." Normalerweise beenden Makler hier das Gespräch und beerdigen die Adresse in ihrer Kartei.

Unsere Maklerin jedoch nickt verständnisvoll und hakt nach: "Das dürfte noch zwei, drei Jahre dauern?" Die Interessenten bestätigen dies, und die Maklerin erklärt ihnen, wie sie aus der gegebenen Situation den größtmöglichen Nutzen erzielen können. Die Interessenten erkennen den Vorteil einer Kapitalanlage auf Zeit und erwerben eine vermietete und deshalb preiswerte Eigentumswohnung in der gewünschten Lage. Dem Einzugsstermin in ein paar Jahren können sie in Ruhe entgegensehen, denn bis zu diesem Zeitpunkt bezahlt der Mieter die Wohnung. So wurden aus Selbstbezieher zunächst Kapitalanleger auf Zeit.

Typisierung der Anleger

Anleger fallen eben nicht vom Himmel – Kapitalanleger werden gemacht. Denn in den seltensten Fällen melden sich Investoren aus eigenem Antrieb bei einem Makler. Wir unterscheiden drei Gruppen von Kapitalanlegern:

- ◆ **Die passiven Anleger**
sind gut verdienende Angestellte oder Selbständige mit entsprechender Steuerprogression, die aber aus eigenem Antrieb keine Immobilie als Kapitalanlage kaufen. Diese Gruppe wird irgendwann von typischen Finanzvertrieben oder von Steuerberatern, die sich etwas dazuverdienen wollen, angesprochen und erwerben eine Neubau-Immobilie mit Steuerpareffekt.
- ◆ **Die aktiven Anleger**
bilden die zweite Gruppe. Diese Käufergruppe hat sich mit Immobilien beschäftigt und kennt die Bedingungen, die eine Immobilie zur lukrativen Anlage macht.
- ◆ **Die Selbstbezieher**
suchen zunächst für den eigenen Bedarf. Im obigen Beispiel wurde ein besonders kniffliger Fall für den Film konstruiert. Vergleichbare Fälle sind besonders in Zeiten niedriger Zinsen vorstellbar.

So sucht etwa ein Paar eine bestimmte Wohnung, stellt aber im Laufe des Gesprächs mit dem Immobilien-Profi fest, daß die "Traumimmobilie" (noch!) zu teuer ist. Wenn dann die bisherige Wohnung preiswert gemietet ist, so spricht einiges dafür, die neue Eigentumswohnung zunächst an andere zu vermieten. Dabei erhält man sich die günstige Miete, wird trotzdem Immobilieneigentümer und kann später in die Eigentumswohnung einziehen.

Diese drei unterschiedlichen Gruppen von Kapitalanlegern werden von Immobilienmaklern nur unzureichend betreut. Hier schlummert ein gewaltiges Umsatzpotential. Welche Möglichkeiten hat ein Makler, diese Käufergruppen für sich zu gewinnen?

Die Rahmenbedingungen

Viele Erwerber wären mit einem soliden Altbau in Innenstadtlage deutlich besser bedient, denn die Gebrauchtimmobilie weist gegenüber der Neubau-Immobilie zahlreiche Vorteile auf. Ein Neubau ist nur einmal neu. Nach dem Erstbezug wird es Jahre dauern, bis die Immobilie wieder den ursprünglichen Verkaufspreis erzielt. Bei der Gebrauchtimmobilie nimmt der Anleger dagegen sofort am Wertzuwachs teil.

Ist dieser Neubau in erster Linie als Steuersparmodell konzipiert, kann es oftmals lange dauern, bis aus einem Sparmodell eine Immobilie wird. Zwar blenden deren Verkäufer mit hohen Beträgen, die sich beim Erwerb unmittelbar steuermindernd auswirken, doch sollte sich jeder Erwerber darüber klar sein, daß er damit überwiegend Provisionen, Werbematerial und externe Steuerberatungsleistungen bezahlt. Gezielte Investitionen in den Altbau sind unter Berücksichtigung der steuerlichen Rahmenbedingungen ebenfalls abzugsfähig, fließen aber ungeschmälert, oftmals mit Hebelwirkung, dem Wert der Immobilie zu.

Eine Beispielrechnung:

Ein Angestellter erwirbt eine vermietete 3-Zimmer-Altbauwohnung für insgesamt DM 200.000 in begehrter Innenstadtlage. Das Eigenkapital beträgt DM 20.000, der Rest wird finanziert. Da die Miete bei nur DM 6/m² liegt, ergibt sich ein effektiver monatlicher Aufwand von ca. DM 220 nach Steuern. ▶

SPEZIALTRAINING

Immer öfter zum Notar!

Vorbei sind die Zeiten, in denen Verkäufer nervös darauf warten, daß die Zeit reif ist für die Abschlußfrage.

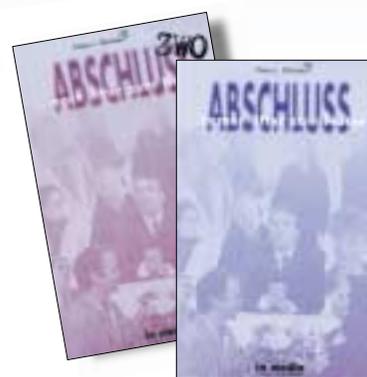
Das neue Spezial-Training von Hans J. Gärtner zeigt erstmals, warum professioneller Immobilienvertrieb eine Kette von kleineren und größeren Abschlüssen darstellt.

Der letzte endgültige Abschluß ist dann nur noch die Konsequenz eines perfekten Verkaufsgesprächs.

Erleben Sie zahlreiche Abschlußszenen in Situationen, die Sie täglich zu meistern haben.

„Dieser Film ist absolut empfehlenswert! (...) Er ist nicht nur zum einmaligen Sehen da, sondern wird immer besser, je öfter man ihn ansieht.“
(Immobilien-Wirtschaft heute)

**Einschalten, Anschauen,
– Abschließen!**



Teil 1/ Teil 2, je 1 VHS-Cass.
ca. 45 Min. DM 195,- zzgl. MWSt.

Paket: Teil 1 und Teil 2
DM 300,- zzgl. MWSt.

in media

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

Anzeige RIFA

Die Miete wird regelmäßig angepaßt, so daß sie nach etwa neun Jahren die Wohnung trägt. In dieser Zeit hat der Käufer effektiv ca. DM 23.000 zzgl. DM 20.000 Eigenkapital investiert.

Legt man für Innenstadtlagen einen jährlichen Wertzuwachs von ca. 4% pro Jahr zugrunde, so verdoppelt sich der Wert der Wohnung alle achtzehn Jahre.

Nach 30 Jahren ist die Wohnung bezahlt. Der Investor rechnet nach:

Kaufpreis: 200.000 DM

Wert: 650.000 DM

Aufwendung: 23.000 DM

(zzgl. Eigenkapital 20.000 DM)

Renovierungen innerhalb dieses Zeitraums wurden in diesem Modell mit weiteren Mieterhöhungen verrechnet. (siehe Grafik)

Damit kann kein "Sparmodell" konkurrieren. Der Makler von Bestandsimmobilien verfügt über ein konkurrenzloses Angebot. Doch leider wird dieses Potential meist nicht genutzt.

Die Erfolge der "Steuerspar-Branche" basieren auf folgendem Verkaufskonzept:

- ◆ Potentielle Käufer werden aktiv angesprochen.
- ◆ Es wird kein Informationsmaterial an Anrufer verschickt, damit persönliche Termine vereinbart werden können.
- ◆ Das Wesentliche eines Investments wird auf eine einfache griffige Formel reduziert.
- ◆ Die Erwerber erhalten einen "Rundum-Service" einschließlich Finanzierung und Berechnung der steuerlichen Auswirkungen.
- ◆ Die Provisionen liegen deutlich über den bei Maklern üblichen Sätzen.

Alle Kriterien können ohne weiteres von Maklern erfüllt werden, abgesehen vom letzten Punkt – und das spricht nur für ihn.

Aber warum geht dieser Umsatz an den Immobilien-Profis vorbei?

Kommunikationswege

Nur die aktiven Anleger finden alleine den Weg zum Makler. Doch hat sich diese Käufergruppe vorab schon intensiv mit Immobilien beschäftigt, glaubt sich auszukennen und empfindet den Makler eher als notwendiges Übel.

Hier ist zwingend notwendig, im persönlichen Gespräch mehr über die Motive und die Anlagestrategie zu erfahren, denn diese Käufer sind potentielle Stammkunden.

Die Selbstbezieher melden sich zwar beim Makler, haben aber ganz andere Motive, und es braucht Überzeugungsarbeit, bis sie als Kapitalanleger aktiv werden. Für Verkäufer, die den Exposéversand und mehrfache Besichtigungen forcieren, ist diese Käufergruppe nie zu erreichen. Diese Makler werden nur feststellen, daß das Angebot nicht paßt oder das Budget nicht ausreicht und potentielle Anleger werden vorschnell als "Dauerbesichtiger" abqualifiziert. Nur im intensiven Gespräch mit den Interessenten ergibt sich die Chance, wie im oben genannten Filmbeispiel, eine Wendung herbeizuführen.

Bei den passiven Anlegern muß der Wunsch nach einer Immobilie erst einmal geweckt werden. Diese Käufergruppe studiert keine Zeitungsannoncen und wird vom Makler deshalb auf den üblichen Kommunikationswegen nicht erreicht.

Wie auch die passiven Anleger für die Immobilie als Kapitalanlage interessiert werden können, ist Thema im nächsten Immobilien-Profi oder ab April unter www.immobilien-profi.de. ◀

(Siehe auch Seite 10)

in medias res

Das Klientel der Kapitalanleger ist weit größer als vermutet. Auch Anleger ohne konkretes Interesse oder Selbstbezieher können überzeugt werden, wenn die speziellen Vorteile einer Immobilie überzeugend dargestellt werden. Diese Umsätze werden aber nur Makler erzielen, die von den üblichen Kommunikationspfaden abweichen. Dazu mehr in der nächsten Ausgabe.

Info dazu:

Spezial-Seminar mit Hans J. Gärtner am 19.3.'99 in Düsseldorf
Video: Abschluß! ... immer öfter zum Notar.

Tel. 0221/95228-62



Beitrag zum Bauträger-Seminar von Hans J. Gärtner

Baustellenschilder

Beim Besuch vieler Baustellen stellen wir leider immer wieder fest, daß in den meisten Fällen die Möglichkeiten eines Baustellenschildes nicht genutzt werden. Wozu dient eigentlich ein Baustellenschild?

Scheinbar gesponsort von der örtlichen Handwerkerschaft werden diese Schilder gespickt mit Namen, Adressen und Telefonnummern von Architekturbüros, Heizungsinstallateuren und Elektrikern.

Dem folgt der aufregende Hinweis: "Hier entstehen, hier erstellen wir, usw....." und schließlich die "Speisekarte":

2-Zimmer-Wohnung, 50 m², DM 265.000

3-Zimmer-Wohnung, 70 m², DM 357.000

3 1/2-Zimmer-Wohnung, 80 m², DM 398.000.

Dies begleiten mehr oder weniger gelungene Gesamtansichten und schließlich die Namen des Bauträgers sowie der Vertriebsorganisation. Meist bleibt dieses Schild über Wochen und Monate, manchmal Jahre am Ort und wird erst wieder entfernt, wenn wirklich der letzte Käufer eingezogen ist. Geht es nicht anders?

Viele Bauträger wissen diese Schilder auch professionell zu nutzen und verkaufen einen Großteil ihrer Objekte über das Bauschild.

Welche Funktion hat ein Bauschild?

Im Rahmen der verschiedenen Werbemaßnahmen bietet das Bauschild die

Möglichkeit, mit Interessenten zu kommunizieren, die sich unmittelbar vor der Baustelle befinden. Es ist also eine Art "Zeitungsanzeige vor Ort" oder "Riesen-Exposé" im Schaukastendesign. Demzufolge gelten auch für Bauschilder die gleichen Regeln wie für die herkömmlichen Werbemedien: Genausowenig wie bei Anzeige und Exposé darf das Bau-

tig, ob die Käufer etwas nicht oder etwas falsch verstehen, in jedem Fall verkauft so nur Kollege Zufall. Professionell gestaltete Zeitungsanzeigen, Exposés oder Prospekte werden heute nach emotionalen Kaufkriterien erstellt. Warum wird eine so große Werbefläche wie das Baustellenschild nicht gleichermaßen dazu genutzt, Emotionen

aufzubauen und Kaufwünsche zu verstärken? Der mögliche Käufer steht doch schon am Ort des Geschehens. Was sonst sollte diese Interessenten motivieren, sich beim Bauträger oder der Vertriebsfirma zu melden?

Was gehört auf's Schild?

Name und Anschrift des Bauträgers bzw. der Vertriebsfirma sind natürlich wichtige Bestandteile des Bauschildes. Nackte Fakten wie Preise oder Quadratmeterangaben müs-

sen nicht sein oder treten in den Hintergrund. Nur so können Sie bei den Interessenten Emotionen wecken und dabei aber nur ein Minimum an Vor-Entscheidungsmöglichkeiten bieten. Gleichzeitig bietet das Bauschild gegenüber der Zeitungsanzeige die Möglichkeit, mehrfarbige Bilder im Großformat zu transportieren. ►

KOLPINGSTRASSE

Attraktive Reihenhäuser. In kleiner Wohnanlage. Zentral gelegen.

Ostseitenansicht

Westseitenansicht

Rachor R B I
Bauträger & Immobilien-gesellschaft mbH
schöner wohnen

www.rbi-net.de
info@rbi-net.de

Tel. 06182/26001
Fax 06182/26002
43533 Mainhausen

- Komfortable, familienfreundliche Architektur
- Solide Ziegelbauweise
- Gehobene Ausstattung

Günstiges Konzept 2. Bstkl. Baugesamtlageplanung / Fliesen, Badtücher

Abb.: Vögele

schild den Interessenten vollständige Information über das Objekt liefern. Denn wenn die Interessenten glauben, alles zu wissen, dann brauchen sie den Verkäufer nicht mehr. Nackte Fakten sind keine tauglichen Informationen (siehe IP 8), sondern müssen vom Interessenten erst gedeutet werden, um zur Information zu werden. Gleichgül-

Seminartermine 1999: Düsseldorf 16.04. ♦ Info: 0711/613059

Wie soll das Bauschild dem Interessenten beschreiben, daß hier sein neues Zuhause entsteht?

Wir unterscheiden innerhalb eines Bauprojekts unterschiedliche Phasen: das Bauvorhaben, die Zeit der Aus-

schachtungsarbeiten bis zur Fertigstellung des Rohbaus, die Fertigstellung der ersten Musterwohnung und Erstbezug.

jetzt das Aussehen des Projekts nach Fertigstellung, denn genau dies ist im Moment nicht zu erkennen. Der Text spricht die Käufer an, die als erste in ein neues Projekt einziehen, die Prestigekäufer (siehe IP 8).

Das nächste Bauschild zeigt jetzt mehr vom Leben in der Immobilie, denn wie es von außen aussieht, ist ja leicht festzustellen. Wie eine Kamera fährt der Blick näher heran und zeigt z.B. Kaffee trinkende Personen auf der Terrasse. Bewußt werden Menschen präsentiert, die scheinbar schon in der Immobilie leben, denn jetzt gilt es, die Sicherheits- und Bequemlichkeitskäufer anzusprechen, die sich erst entscheiden, wenn andere schon zugegriffen haben. Auch der Bauschildtext folgt dieser Strategie: "Nur noch wenige Wochen bis zum Erstbezug!"



Wenige Wochen vor dem Erstbezug entsteht Leben zunächst auf dem Bauschild
Abb.: Vögele

Fertigstellung

Nach Abschluß der Arbeiten, wenn nur noch wenige Wohnungen zum Verkauf stehen, müßte das Bauschild eigentlich entfernt werden.

Denn in kleineren Ortschaften oder Vororten, wo jeder jeden kennt und der Bau längst bekannt ist, droht die Gefahr, daß das Projekt "zu-Tode-geworben" wird, wenn das Bauschild nach Erstbezug immer noch steht. Interessenten, die den Bau schon längere Zeit beobachten, drängt sich leicht der Eindruck auf, daß irgendetwas "faul ist". ▶

schachtungsarbeiten bis zur Fertigstellung des Rohbaus, die Fertigstellung der ersten Musterwohnung und Erstbezug.

Grüne Wiese

Der Verkauf beginnt, aber mehr als die grüne Wiese ist noch nicht zu sehen. Zu diesem Zeitpunkt verzichten erfolgreiche Bauträger bewußt darauf, hektisch mit Ausschachtungsarbeiten loszulegen, um "Aktivität" zu demonstrieren. Solange es geht, sollte die unverbaute Natur (ggf. auch die Baulücke) belassen bleiben, denn der Anblick einer wasser-gefüllten Baugrube ist bestimmt kein Anreiz für Interessenten. Wenn es anschließend nach den Erdarbeiten zügig weitergeht, macht dies einen wesentlich verlässlicheren Eindruck.

Wir haben also eine Wiese und ein Bauvorhaben. Was sollen die Interessenten darüber hinaus erfahren? Oder anders gefragt: Was kann das Bauschild aussagen, was der Interessent jetzt wissen soll?

Hier muß das Bauschild über den voraussichtlichen Abschluß der Bauarbeiten informieren. Ein Bild zeigt

Textbeispiel: "Noch können Sie sich aussuchen, wann Sie die Sonne auf Ihrem Balkon genießen möchten."

Nach den Ausschachtungsarbeiten

Nun wird die Erde aufgerissen, die unberührte Natur verschwindet, in der Baulücke wird gearbeitet und der Interessent kann Stück für Stück erkennen, was in Kürze an dieser Stelle entsteht.

Das Bauschild wird deshalb verändert und gewährt nun einen ersten Blick in das Projekt, zeigt eine Musterwohnung oder einen repräsentativen Teil eines Hauses. Nun soll der Text die "Gewinnkäufer" aktivieren, etwa:

"Sichern Sie sich diese Lage mit vorprogrammierter Wertsteigerung!"

Musterwohnung

Wenn der Rohbau steht, muß zügig eine komplette Musterwohnung eingerichtet werden. Viele Bauträger verzichten darauf, weil betriebswirtschaftliche Gründe dem widersprechen. Doch für den Verkauf bietet eine komplette Musterwohnung unschätzbare Dienste.





In diesem Beispiel wird die Wirkung des Bauschilds Sachzwängen untergeordnet

Denn warum sonst steht immer noch das gleiche Werbeschild wie vor Beginn der Erdarbeiten?

Es entsteht schnell der falsche Eindruck, das Objekt leide unter zu wenig Zuspruch.

In größeren Ortschaften mit viel Besucherfrequenz von außerhalb kann von dieser Regel zwar abgewichen werden, doch gibt es eine bessere Möglichkeit:

Wechseln Sie das Bauschild komplett aus und werben Sie an dieser Stelle schon für Ihr nächstes Projekt. Im Arbeitsgespräch mit den neuen Interessenten haben Sie dann immer noch die Gelegenheit, eventuelle Käufer für das "alte Projekt" zu gewinnen.

Wahrscheinlich werden Sie sich wundern, wieviele Interessenten dann plötzlich anrufen und bedauern, daß sie bei dem letzten Projekt nicht zum Zuge gekommen sind – dann schlägt die Stunde des Verkäufers. ◀

in medias res

Viele Bauträger verkaufen mehr als die Hälfte ihrer Projekte über das Bauschild. Dies beweist, daß man mit dieser Werbefläche wesentlich mehr anfangen kann, als es über Monate unverändert zu belassen. Wie die Zeitungsannoncen muß auch das Bauschild dem dynamischen Verkaufen folgen und immer wieder variiert werden.

So zeigt das Schild den Interessenten: Hier ist was los, hier müssen wir uns schneller entscheiden!

Am 16.04. wird ein zusätzlicher Seminartermin in Düsseldorf angeboten. Info: 0711/613059

Immobilien Scout

Heinz Bosbach

Immobilienseminar für Kunden

Tagtäglich im Büro sitzen und auf Anrufe warten – ist für einen Makler nicht mehr drin? Für Immobilien-Profis, die bereit sind, eingefahrene Kommunikationswege zu verlassen, eröffnet Networking neue Chancen der Kundenakquisition.

In Deutschland ist die Eigentumsrate von 40 % im Vergleich mit anderen Ländern (USA 65 %, Frankreich 54 %, Spanien 78 %) äußerst gering. Woran liegt das?

Drei "Immobilien-Biographien" verdeutlichen den unterschiedlichen Umgang mit dem Objekt Immobilie in Deutschland:

Peter Klever hat sich 1971 im Alter von 40 einen Traum erfüllt und mit seiner Frau ein schickes Haus gebaut. In den darauffolgenden 25 Jahren hat er jede verfügbare Mark für die Entschuldung der Immobilie aufgebracht. Heute, im Alter von 65 Jahren, besitzt das Ehepaar ein bezahltes Haus mit ca. 180 m² Wohnfläche, doch die Kinder sind seit über 15 Jahren ausgezogen. Nun überlegen die Klevers, das Haus zu verkaufen, um mit dem Geld endlich reisen zu können und das zu tun, was sie sich immer gewünscht haben.

Ihr Sohn, Karsten Klever, wurde schon 1976 im Alter von 18 Jahren Eigentümer einer Garage, die er vermietete. Im Alter von 25 Jahren erwarb er seine erste kleine Eigentumswohnung, die er ebenfalls vermietete, solange er noch im Hause seiner Eltern wohnen bleiben konnte. Auch nach seinem Auszug blieb Karsten noch einige Zeit Mieter und kaufte weitere Eigentumswohnungen hinzu, die er durch seine Mieteinnahmen finanzierte.

Einer seiner Mieter ist Manfred. Er lebt bereits seit 10 Jahren in einer Wohnung, für die er monatlich DM 1.000 Kaltmiete aufbringen muß. Manfred traut

sich nicht zu, eine eigene Immobilie zu erwerben. Er kommt finanziell gerade so über die Runden und hat sich an den 90 m² Wohnraum gewöhnt. Es ist für ihn undenkbar, als Eigentümer in eine kleinere, aber finanzierbare Eigentumswohnung zu ziehen. Eher würde er, sobald es möglich ist, in eine noch größere Mietwohnung umziehen. So wird Manfred im Laufe seines Lebens etwa DM 1,8 Millionen an Miete überweisen. Gut für Karsten.

Diese drei Immobilienkarrieren zeigen, daß Immobilienbesitz zu völlig unterschiedlichen Ergebnissen führen kann. So stellte ich persönlich in Beratungsgesprächen mit Interessenten fest, daß immer wieder die gleichen Ängste mitspielen, wenn es um den Erwerb einer Immobilie geht:

- ◆ Was ist besser, die selbstgenutzte oder die Anlage-Immobilie?
- ◆ Wie entwickelt sich der Immobilienmarkt?
- ◆ Welche steuerlichen Rahmenbedingungen müssen bedacht werden?
- ◆ Wie finde ich die richtige Finanzierung?
- ◆ Was kann nach der Zinsfestschreibung passieren?
- ◆ Welche Risiken gibt es und wie lassen sie sich minimieren?

Die Klärung dieser Fragen half vielen Kunden, sich allen Varianten der Immobilieninvestition zu öffnen. Doch viele Menschen interessierten sich mangels dieser Kenntnisse nicht für eine Immo-

bilie und konnten deshalb nicht erreicht werden. So kam es zu der Idee, Seminare für Immobilien-Laien zu veranstalten:

Der Start

Die Seminare wurden ab Mitte 1996 für die Zielgruppe Junge Leute, Bauherren und generell Interessierte vorbereitet. Zunächst haben wir jede Adresse in der Kundenkartei angeschrieben und teilweise nachtelefoniert, mit Erfolg. Zur Premieren-Veranstaltung fanden sich ca. 70 Teilnehmer ein.

Für die nächsten Seminare konnten wir schon auf erste Empfehlungen bauen. Ferner schalteten wir Anzeigen im Immobilienenteil der Tageszeitung und in Anzeigenblättern, letztere brachten deutlich besseren Rücklauf. Im Schnitt waren etwa 50 Interessierte an zwei Tagen anwesend. An den Folgetagen nahmen oftmals mehr Menschen teil als am ersten Tag, was sicher für die Qualität des Seminars spricht. Insgesamt rechneten wir je Veranstaltung mit Kosten von DM 4000 bis 5000, diese Aufwendungen flossen aber mehrfach zurück.

Der Erfolg

Wir konnten an jeweils zwei Abenden insgesamt 8 Stunden lang hochkarätiges Fachwissen transferieren. An den 30 Veranstaltungen nahmen innerhalb von zwei Jahren etwa 1.500 Interessierte teil. Das Ergebnis bestätigte die vorliegenden Statistiken: Viele träumen von einer

Immobilie, sind aber verunsichert und verfügen über kein Konzept. 90% der Teilnehmer hörten zum ersten Mal von der Möglichkeit, die sonst herkömmliche 30-Jahre-Finanzierung zu halbieren.

Die Vorteile

Die Vorteile der Seminare sind schnell aufgezählt:

- ◆ Multiplikation: 50 Personen wurden gleichzeitig informiert.
- ◆ Einzeltermine: im Anschluß an die Seminare wurden auf Wunsch der Interessenten Einzeltermine vereinbart.
- ◆ Abschluß: 60% der Interessierten wurden zu Kunden. Das sind über 1.000 Abschlüsse in Immobilien, Kapitalanlagen oder Finanzierungen nur aus diesen Seminaren.
- ◆ Effiziente Gespräche: Einwände und Vorwände waren schon im Seminar und in Einzelgesprächen geklärt. Es machte schließlich richtig Spaß, mit Kunden zu arbeiten, die gut informiert sind.

- ◆ Networking: als Referent wurde ich als Immobilien-Experte anerkannt.
- ◆ Empfehlung: das Seminar entwickelte sich zum Selbstläufer.

Die Veranstaltung wurde zur Umsatzmaschine, deren Nutzen die Kosten um ein Vielfaches übertraf. ◀



Heinz Bosbach

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. Durch sein Elternhaus wurde er frühzeitig in die Kenntnisse der Immobilie eingeführt. In Zusammenarbeit mit verschiedenen Mentoren erweiterte er sein Wissen und konzipierte 1996 das Immobilien-Ratgeber-Seminar. Heute steht Heinz Bosbach namhaften Unternehmen der Immobilienbranche mit seinem Know-how zur Verfügung.

in medias res

Networking ist die Kunst, jenseits der üblichen Werbemaßnahmen Kontakte, Vertrauen, Bekanntheit und Autorität aufzubauen. Das Seminar für Kunden und Interessierte ist ein ideales Sprungbrett zur Anerkennung des Immobilien-Profis als Experten, dessen Rat man einholt und dem man vertraut.

Das A und einer langfristigen Kundenbindung

In der Immobilienwirtschaft

Die eigene Kundenzeitung

- Regelmäßig Kunden erreichen
- Inaktive Phasen überbrücken
- Aus Interessenten Kunden machen
- Fachlich umfassend informieren
- Vertrauen aufbauen
- Präsent sein
- Kompetenz beweisen
- Leistung zeigen

Daß professionelle Kundenzeitungen im Marketing-Mix der Immobilienwirtschaft ihren festen Platz verdienen, ist eindeutig! Machen Sie den Test – wir machen Ihnen ein Komplettangebot.

Das eigene Kunden-Buch*

Unter Ihrem Namen, Ihrer Firma als Herausgeber und mit uns als Verlag wird Ihr Fachbuch auf den Markt kommen.

Ein schnelles Fax genügt – und schon erhalten Sie von uns umfangreiches Info-Material
Fax: 0 43 08/14 74

Ein eigenes Buch vermittelt persönlich, direkt und kompetent Ihre Botschaft. Zum garantierten Festpreis!

* »Immobilien Fachwissen von A-Z« – ein Fachlexikon, das anschaulich auf 240 Seiten die wichtigsten Begriffe der Immobilienwirtschaft erklärt

Grabener Verlag, 24229 Schwedeneck

Werner Berghaus

Eine Frage der Motivation?

Ist beruflicher oder privater Erfolg nur eine Frage der Motivation?

EVersetzen Sie sich einmal in die Lage eines Immobilienverkäufers unmittelbar vor der Abschlußverhandlung zu einem lukrativen Projekt. Die finanzielle Situation des Verkäufers ist mehr als dramatisch, in der Schreibtischschublade stapeln sich die Mahnungen, die Telekom droht abzuschalten



und die Leasingraten für den Firmenwagen sind seit zwei Monaten im Rückstand.

Klappt der Abschluß im nächsten Kundengespräch, dann winken 50.000 DM

Provision und die Probleme sind fürs erste einmal außer Sicht.

Motivation dürfte also nicht das Problem dieses Verkäufers sein, denn nach geltender Definition ist Motivation die Spannung zwischen Vermeidung von Schmerz (Pleite zu sein) und der Aussicht auf Genuß (die Abschlußprovision zu erhalten).

Wie gut wird dieser Verkäufer sein? Voraussichtlich wird er verkrampfen und ängstlich um den Abschluß ringen – den er wahrscheinlich nicht erzielen wird.

In seinem Buch "Das Lol²a-Prinzip" beschreibt René Egli Beobachtungen aus seiner Zeit als Verkaufsleiter. Gelegentlich kam es vor, daß man sich von Verkäufern trennen mußte, weil diese zu wenig Umsätze machten. War die Kündigung ausgesprochen, wiederholte sich immer das gleiche Phänomen: Die Umsätze stiegen!

"Dieser Mitarbeiter hat plötzlich nicht mehr für sein Ziel gekämpft, er hat seine Umsatzsituation akzeptiert. (...) Er hat die letzten drei Monate einfach gearbeitet, ohne zu urteilen (...) und damit unabsichtlich die höchste Kunst des Zen-Buddismus angewendet: Gleichmut." (Egli).

Jeder Verkäufer kann diese Erfahrung bestätigen: Wirklich gut im Verkauf ist man dann, wenn einem das Ergebnis egal ist. Doch wie verträgt sich das mit der gängigen Motivations- und Erfolgslehre, mit Visionen, Zielen, Wochen- und Tageszielen?

Als vor 20 Jahren die heutigen Personalcomputer noch in den Kinderschuhen steckten, kämpften beispielsweise Microsoft, IBM, Intel, Apple um Marktanteile. ▶

inline

Zwei der Protagonisten hatten detaillierte Pläne – wer?

IBM hatte vor 20 Jahren bei Computern einen Marktanteil von weit über 50%. Ziel war es, diese Hegemonie zu erhalten und auf den Markt der Personalcomputer auszudehnen. Es fehlte nicht an den notwendigen Mitteln, um einen eigenen Standard ("IBM-oder Industriestandard") erfolgreich durchzusetzen. Bill Gates (Microsoft) hatte "nur" eine Vision: er wollte etwas entwickeln, daß auf jedem Schreibtisch in der Welt Anwendung findet und ihm regelmäßige Lizenz-einnahmen einbringt. Dies war kein Ziel, denn Gates konnte nicht voraussehen, daß ihm die Mitbewerber mehr oder minder ein Monopol zuspielten.

Alles nur Zufall?

Aus eigenen Beobachtungen bei Freunden und Bekannten habe ich den Eindruck gewonnen, daß jeder(!) das, was er oder sie sich bewußt oder unbewußt vorgenommen haben, auch verwirklicht hat.

Faktisch hat sich jeder das Leben entsprechend der selbstgewählten Grenzen erfolgreich eingerichtet. Man kann sagen: jeder ist erfolgreich, denn es erfolgt, was vorher als Vision, als Bild vom späteren Leben, vorlag.

Erstaunlich ist, daß trotzdem mit hoher Präzision Entscheidungen getroffen werden, die immer näher an die Wunsch-Situation herankommen und effektiver Erfolge zeitigen als die Abarbeitung konkreter Ziele.

Aber warum werden Ziele, für die man kämpft, oftmals (oder deshalb?) nicht erreicht und warum bestimmen Vision unser Leben?

"Wenn Du Gott zum Lachen bringen willst, dann erzähl' ihm von Deinen Plänen", sagt ein Sprichwort. Zielverfolgung setzt voraus, daß der Einzelne sich in einem geschlossenen System befindet, welches er frei von äußeren Einflüssen kontrollieren kann. Das ist sicherlich nicht der Fall, ganz im Gegenteil.

Nehmen wir uns ein Ziel vor, stellen wir uns an wie ein Bergsteiger, der versucht,

den Gipfel auf kürzestem Wege (der kürzeste Weg zwischen zwei Punkten ist nach mathematischer Definition die Gerade) zu erreichen.

Jedes Hindernis auf dem Weg nach oben muß dieser Bergsteiger mühsam



überwinden, ausweichen kann er nicht, denn das führt ihn von der kürzesten Strecke ab.

Anders verhält es sich mit der Vision, auch hier will der Bergsteiger zum Gipfel. Er kennt die Richtung, geht los und sucht sich den einfachsten Weg. Den Gipfel hat er stets vor Augen. Hindernisse werden ihn nicht stören, denn er weicht ihnen einfach aus. Jeder Schritt bringt ihn höher. Möglicherweise landet dieser Bergsteiger sogar auf einem anderen Gipfel, aber die Vision, einen Berg zu besteigen wird er verwirklichen.

Vielleicht ist das die bereits angesprochene "Absichtslosigkeit". Die Verbissenheit selbst gesteckte Ziele zu

erobern, weicht dem Wunsch, einen Zustand zu erreichen. Man geht los – und kommt an. Entweder auf dem einen oder dem anderen Gipfel.

Scheinbarer Themenwechsel

Jürgen Höller greift in seinem neuen Buch "Spreng Deine Grenzen" einen interessanten Aspekt auf. An der Universität Chicago wurde die Frage untersucht, wann Menschen Glück verspüren. Tausende von Probanden notierten die Zeitpunkte mit dem Ergebnis, daß Glück empfunden wird, wenn wir etwas tun, das Spaß macht. "Zu dieser Aufgabe kommen dann die erforderliche Konzentration und ein entsprechendes Ziel (Aufgabe) hinzu. Wenn diese drei Punkte zusammenkommen, dann erleben wir jenen Zustand des Flows, jenes herrlichen Glücksgefühls." (Höller)

Haben wir eine Aufgabe, die uns diesen Flow beschert, dann benötigen wir keine Motivation mehr, um diese Aufgabe zu erfüllen. Reinhard Sprenger ("Mythos Motivation") hat den Unterschied zwischen Motivierung als einen von außen bestimmten Anreiz und Motivation, dem selbstbestimmten Anreiz unterschieden.

Warum suchen viele Menschen nach Motivierung, nach Tricks, um Dinge zu tun, die sie aus eigenem Antrieb nicht machen würden, weil Ihnen die Motivation fehlt?

In "Spreng Deine Grenzen" stellt Jürgen Höller die Frage: "Soll das, was ich habe, bin oder tue in meinem Leben schon alles gewesen sein?"

Anders formuliert: Warum versuchen Sie in einer Disziplin besser zu werden, die Sie nicht beherrschen, weil sie Ihnen keinen Flow bietet?

Darin liegt der Schwerpunkt und das Verdienst dieses Buches. "Spreng Deine Grenzen" will aufzeigen, daß alles möglich ist, wenn man den Mut findet, aus den angeblichen Sachzwängen auszurechnen und sich der Frage zu stellen:

"Wenn es das Risiko eines Fehlschlags nicht gäbe – was würdest Du tun wollen, an welche Aufgabe würdest Du arbeiten?" (Höller) ◀

Hausverwaltung mit System

Die Einführung des Euro und der bevorstehende Jahrtausendwechsel machen viele Hausverwaltungsprogramme unbrauchbar.

Das hier kurz vorgestellte ALCO House '98 ist für das Jahr 2000 und den Euro gerüstet und erledigt unter anderem bis zu 95 % der Buchhaltungsarbeit automatisch.

Die Software ALCO House '98 für Windows wurde gemeinsam von Hausverwaltern und EDV-Fachleuten entwickelt. ALCO House '98 für Windows ist der Nachfolger des erfolgreichen ALCO-House für DOS, das vor ca. 8 Jahren entwickelt wurde.

ALCO House '98 ermöglicht nahezu das papierlose Büro, da alle eingehenden Rechnungen sofort erfaßt und abgelegt werden können. So kann beispielsweise der Endabrechnungsbetrag sowie die zukünftigen Abschläge einer Stromabrechnung gleich beim Eingang termingerecht erfaßt und die Abrechnung anschließend abgelegt werden.

Automatische Verbuchung

Ein weiterer entscheidender Vorteil von ALCO House '98 ist das Buchungssystem. Es ermöglicht eine vollautomatische Verbuchung von bis zu 95 % aller Geldbewegungen. Hierbei werden die Kontoauszüge auf elektronischem Wege von den Hausbanken übertragen, mit den Buchungsvorgaben des Programmes verglichen und können anschließend mit einem einzigen Befehl vollautomatisch gebucht werden. Das ist z.B. für alle Buchungen, wie Mieten, Wohngelder, wiederkehrende Zahlungen, Überweisungen, Gehälter, Sozialabgaben, Festgeldzinsen, Bankgebühren usw., möglich.

Alle wiederkehrenden Zahlungen werden erfaßt, termingerecht aktiviert und können, wenn erforderlich, auch mit

künftigen Änderungen verwaltet werden. Dadurch ist eine Verwaltung von eigenen Daueraufträgen problemlos möglich.

ALCO House '98 berücksichtigt die Mehrwertsteueraufteilung und erstellt Umsatzsteuervoranmeldungen auch für teilgewerbliche Objekte.

In der Stammdatenverwaltung können, neben Stammdaten der Mieter und Wohnungseigentümer, auch die Daten von Zinshauseigentümern, Lieferanten und Banken verwaltet werden.

Mieterhöhungen nach Mietenspiegel oder Index sowie Mahnungen können automatisch auch unter Berücksichtigung von Besonderheiten, wie z.B. in Berlin, erstellt werden.

Es steht ein leistungsfähiges Berechnungsprogramm mit Zugriff auf alle Felder des Mieterbildes zur Verfügung.

Reparatur-Erfassungssystem

Für die technische Verwaltung steht ein komplettes Reparaturersfassungssystem zur Verfügung, welches alle Abläufe von der Schadensmeldung des Mieters über die Auftragserstellung an den Handwerker bis zur Rechnungserfassung und Verbuchung abdeckt. Selbstverständlich ist es auch möglich, alle Reparaturen einzelner Wohnungen abzurufen.

Wichtig für die Abrechnung von Nebenkosten und Wohngeld ist die Möglichkeit der freien Definition der Abrechnungs- und Verbrauchsschlüssel. In die Abrechnung können automatisch die Zahlen der Buchhaltung übernommen werden.

Zur Vereinfachung der Heizkostenabrechnung ist ein elektronischer Daten-

austausch mit Heizkostenfirmen integriert. Für teilgewerbliche Objekte existiert die Möglichkeit, eine prozentuale Aufteilung der Abrechnung zwischen Wohnungen und Gewerbe vorzunehmen. Daneben besteht die Möglichkeit der Abrechnung von Zinshäusern unter steuerlichen Gesichtspunkten als Anlage zur Einkommenssteuererklärung des Eigentümers.

Datenträgeraustausch

Der integrierte elektronische Datenträgeraustausch ermöglicht neben dem Einzug von Mieten und Wohngeldern



auch den Einzug bzw. die Überweisung von Heiz- und Nebenkostenzahlungen und Sonderumlagen.

Zusätzlich bietet ALCO House '98 ein professionelles Textprogramm für die Erstellung von Serienbriefen und anderen Schriftstücken. Dieses bietet den Zugriff auf die Stammdaten sowie diverse Gestaltungsmöglichkeiten.

ALCO House '98 ist konzipiert für den Einsatz unter Windows 95/98 sowie Windows NT und kann selbstverständlich auch im Netzwerk (Novell/Windows etc.) eingesetzt werden.

Das Programm unterstützt alle Tätigkeiten, die in einer Hausverwaltung anfallen. Weitere Standard- oder Spezialprogramme sind nicht erforderlich. Durch eine leicht zu bedienende, einheitliche Benutzeroberfläche ermöglicht das Programm eine schnelle Einarbeitung und problemlose Nutzung. Auch Sonderfälle lassen sich einfach abrechnen.

Besonders die Möglichkeiten der vollautomatischen Verbuchung der Geldbewegungen führen zu einer erheblichen Entlastung der Hausverwaltung. ◀



Bodo Schäfer

Wenn andere für Sie Geld züchten

Besorgen Sie sich Reichtum, wenn möglich mit Anmut; und wenn nicht mit Anmut, so sehen Sie zu, daß Sie auf jeden Fall trotzdem reich werden (Alexander Pope)

Es mag spannend sein und dem Ego schmeicheln, wenn Sie Ihr Geld an der Börse verdienen. Der Börsenprofi scheint so etwas wie der moderne Held zu sein. Im Vergleich dazu erscheint es fast langweilig, sich der Fonds zu bedienen. Wenn Aktien das Flugzeug ist, das Sie zum Reichtum fliegt, so sind die Fonds der Autopilot. Sie sollten jede Anlage unter fünf Gesichtspunkten betrachten:

Sicherheit

Überlegen Sie einmal, welche Vorteile es für Sie hat, DM 100 in einen Aktienfonds zu investieren. Ein Fonds hält viele verschiedene Aktien (Firmenanteile). Mit diesen DM 100 sind Sie also gleich-

zeitig an mindestens 20, oft jedoch an über 100 verschiedenen Firmen beteiligt. Maximal zehn Prozent Ihres Kapitals gehen in eine einzelne Firma. Ihr Risiko und Ihre Chance sind demnach klug gestreut.

Bequemlichkeit

Darüber hinaus arbeitet ein Team von Profis für Sie, die die Firmen ständig untersuchen und analysieren. Sie sammeln Berge von Informationen, die sie auswerten, und treffen danach emotionslos ihre Investmententscheidungen. Das ganze kostet Sie einmalig zwischen null und fünf Prozent und eine geringe Verwaltungsgebühr von weniger als einem Prozent pro Jahr.

Verfügbarkeit

Sie können an jedem Börsentag sofort Ihr Geld zurückverlangen. Sie unterliegen keinen »Vertragslaufzeiten«, die einzig und allein darauf ausgerichtet sind, der anbietenden Gesellschaft Vorteile zu verschaffen.

Rendite

Die Renditen der letzten 50 Jahre liegen bei vielen Fonds über zwölf Prozent. Damit meine ich nicht in erster Linie die spekulativen Fonds, sondern große, traditionsreiche und recht konservativ geführte Aktienfonds. Selbst die fünf erfolgreichsten deutschen Aktienfonds liegen in den letzten 20 Jahren im Schnitt über zwölf Prozent. Mehrere

Fonds haben in den letzten sechs Jahren im Schnitt über 30 Prozent erwirtschaftet, das heißt, Sie hätten Ihr Geld innerhalb von 7,5 Jahren verachtfacht.

Steuern

Kursgewinne der Aktien sind steuerfrei, wenn sie einige Zeit gehalten werden. Folglich sind die meisten Gewinne aus Fonds steuerfrei. Lediglich ein relativ geringer Anteil der Gewinne, der sich aus Dividendenausschüttungen ergibt, ist zu versteuern. Eine begehrte Anlage?

Man müßte annehmen, daß eine solche Anlage ziemlich unumstritten ist und daß fast jeder in unserem Land darin investiert. Weit gefehlt! In Deutschland besaßen 1996 nur fünf Prozent aller Anleger Fondsanteile.

Ein Grund ist sicherlich, daß es auf die Vermittlung von Fondsanlagen vergleichsweise sehr geringe Provisionen gibt. Wenn Sie einen Fonds mit DM 200 monatlich besparen, so erhält der Vermittler etwa DM 6 pro Monat. Bei einer Versicherung bekommt ein Vermittler schon bei einer zwanzigjährigen Laufzeit DM 1800.

Der andere Grund ist bei unseren Banken zu suchen. Es ist nicht nur unwahrscheinlich, daß ein Banker Ihnen Fonds anbieten wird, er wird Ihnen sogar händeringend davon abraten. Wenn Sie beharrlich sind, bietet man Ihnen schließlich den hauseigenen Fonds an.

Was ist ein Aktienfonds?

Angenommen, Sie wollen DM 500 monatlich sparen, viele andere sparen dagegen nur zwischen DM 100 und DM 200 und irgend jemand hat eine Summe von DM 75000 investiert. All dieses Geld fließt in eine Depotbank, die es treuhänderisch verwaltet. Ein solches Depot ist von der Mutterbank streng getrennt in einem Sondervermögen zu verwalten und ist darum absolut sicher. Das Depot bleibt sogar bestehen, wenn eine Bank pleite gehen sollte. Als zum Beispiel die Herstadt Bank Konkurs anmeldete, blieb der von ihr verwaltete Gerling-Fonds völlig unberührt. Auch als die britische Bearingsbank pleite ging, blieben 30 Milliarden SMH-Fondsgelder unangetastet.

Diese Treuhand-Bank muß sich an feste Grundregeln halten. Sie unterliegt den Richtlinien des Kapitalanlagegesellschaftsgesetzes und des Ausländischen Investmentgesellschaftsgesetzes. Hier ist zum Beispiel geregelt, daß ein

Fondsvermögen nicht weniger als 20 verschiedene Papiere halten darf und daß nicht mehr als 10 Prozent des Vermögens in einen einzigen Wert investiert werden darf. Für eine genügend breite Streuung ist also immer gesorgt. Sagen Sie mir, wie Sie selber Ihren relativ kleinen monatlichen Betrag auf solch eine Weise streuen könnten. Darüber hinaus erfolgen regelmäßige Prüfungen durch das Bundesaufsichtsamt für das Kreditwesen.

Wie das Geld innerhalb der gesetzlichen Richtlinien an der Börse investiert wird, entscheidet das Fondsmanagement. Hier arbeiten Anlageprofis nach eigenen festen Anlagestrategien, die Sie einsehen können. Manche Fonds investieren ausschließlich in exotische Märkte, andere nur in gewisse Branchen, wieder andere nur in ein bestimmtes Land, während andere breit streuen. Es liegt an Ihnen, den Fonds herauszusuchen, der Ihrer Mentalität und vor allem Ihrer Anlagestrategie am besten entspricht.

Das Geld, das Sie in die Depotbank einzahlen, wird in sogenannte Fondsanteile eingetauscht. Die Depotbank errechnet börsentäglich den Preis, der dem Anteilswert entspricht. Der Preis eines Fondsanteils richtet sich also nicht nach Angebot und Nachfrage, sondern ausschließlich nach dem Wert der im Fondsvermögen enthaltenen Papiere. Der Ausgabepreis enthält den beim Kauf fälligen Ausgabeaufschlag und ist darum etwas höher als der Rücknahmepreis.

Sie können den Rücknahmepreis Ihres Fonds jeden Tag in den großen Finanzzeitungen einsehen. Und Sie können jederzeit verkaufen und bekommen Ihr Geld innerhalb von wenigen Tagen auf Ihr Konto überwiesen.

Können Sie Geld verlieren?

1992 und 1993 gab es zahlreiche Fonds, die zwischen 80 und 100 Prozent zugelegt hatten. Einige haben sogar 100 bis 250 Prozent zugelegt. 1994 haben die meisten dieser Fonds Kurseinbrüche von 10 bis 20 Prozent zu verzeichnen gehabt. 1995 und 1996 sind die meisten Fonds wieder kräftig gestiegen. Wenn Sie also Ende 1993 einen Geldbetrag investiert und Ihr Geld 1994 zurückverlangt hätten, so hätten Sie richtig verloren. Hätten Sie das Geld aber im Fonds belassen, so hätte der Aufschwung der beiden darauffolgenden

Jahre für einen sehr guten Jahresschnitt gesorgt.

Mit anderen Worten: Ja, Sie können mit Aktienfonds Geld verlieren, wenn Sie das Geld zu einem falschen Zeitpunkt zu schnell wieder entnehmen. Demnach gelten dieselben Regeln wie für den direkten Umgang mit der Börse. Sie werden zwar keine übergroßen Verluste machen. Denn ein Fonds ist wie ein Tausendfüßler. Wenn ein Fuß abbricht, fällt es im Gesamtverhältnis nur unwesentlich ins Gewicht. Aber wenn die gesamte Wirtschaft rückläufig ist, dann sind eben viele Füße krank. Also gelten die gleichen Grundsätze wie für Aktien: Lassen Sie Ihr Geld ruhig einige Zeit im Fonds, dann kann nichts passieren.

Die historischen Kurseinbrüche

Damit Sie selbst sehen, daß sich die Abläufe an der Börse immer wiederholen, habe ich Ihnen einige Beispiele aus der jüngsten Vergangenheit zusammengestellt. In jedem dieser Fälle sind die Aktien um 30 bis 50 Prozent abgestürzt, bevor sie sich zu neuen Höchstkursen aufgeschwungen haben.

- Berlin-Krise 1961
Kurssturz: – 45 Prozent
Kurserholung: + 60 Prozent
- Öl-Krise 1972:
Kurssturz: – 35 Prozent
Kurserholung: + 60 Prozent
- Tschernobyl-Krise 1986
Kurssturz: – 30 Prozent
Kurserholung: + 40 Prozent
- Börsenkrach 1987
Kurssturz: – 40 Prozent
Kurserholung: + 100 Prozent
- Mini-Crash 1989: der »Schwarze Freitag«, der 13. Oktober
Kurssturz: – 30 Prozent
Kurserholung: + 50 Prozent

Aktienfonds durchlaufen in etwa dieselben Höhen und Tiefen wie die Börse, allerdings meist in abgeschwächter Form. Denn aufgrund der breiten Streuung und der Möglichkeit der Profis, klug zu reagieren, bleiben die Kursrückgänge im Rahmen.

Aber wenn Sie die Krisenstatistik anschauen, dann erkennen Sie, daß es einfach zu wenig ist, Ihre Papiere in Krisenzeiten nur zu halten. Wenn Sie nicht verkaufen, haben Sie lediglich keine Torheit begangen. Aber Sie müssen aus solchen Situationen einfach 

mehr machen: Sie müssen die tiefen Kurse zum Aufstocken nutzen.

Ich weiß, daß es gerade in solchen Zeiten schwerfällt, gegen den Strom zu schwimmen. Schließlich müssen wir uns nicht nur gegen die Schlagzeilen der Wirtschaftspresse und gegen die täglichen Nachrichtensendungen durchsetzen, sondern oftmals auch noch gegen den Rat der »Profis«.

Selbst wenn es an den Wertpapiermärkten nicht immer aufwärts geht, können Sie dabei gut verdienen. Aber wenden wir uns noch einmal dem Autopiloten zu. Es gibt eine Möglichkeit, wie Sie die niedrigen Kurse »automatisch« nutzen. Und die geht so.

Der Cost-Average-Effekt

Hinter diesem Begriff verbirgt sich eine geniale Idee: Sie kaufen nämlich durch den Cost-Average-Effekt automatisch mehr, wenn der Kurs im Keller ist. Ihr Autopilot ist auf optimales Reagieren programmiert.

Angenommen, Sie sparen DM 300 monatlich in einen Aktienfonds. Sie fangen im März an und bekommen den Fondsanteil für DM 6. Demnach erwerben Sie also mit Ihren DM 300 ganze 50 Anteile (DM 300 geteilt durch DM 6 gleich 50 Anteile).

Im April sinken die Fondsanteile auf DM 3. Das heißt, mit den gleichen DM 300 kaufen Sie jetzt automatisch 100 Anteile (300 geteilt durch 3 gleich 100).

Im Mai sinken die Fondsanteile auf miserable DM 1. Mit Ihren DM 300 erwerben Sie nun ganze 300 Anteile. Viele Anleger würden jetzt panikartig verkaufen. Sie würden dann für Ihre gesamten 450 Anteile (März 50, April 100, Mai) lediglich je DM 1 bekommen. Da Sie aber bis jetzt DM 900 investiert haben, würden Sie die Hälfte Ihres Geldes verlieren.

Im Juni wird es langsam »Börsensommer«, und die Anteile steigen auf DM 5. Sie kaufen also automatisch 60 Anteile mit Ihren DM 300. Insgesamt besitzen Sie nun 510 Anteile, die Sie für DM 5 pro Stück verkaufen könnten. Sie würden also aus Ihren DM 1 200, die Sie bisher investiert haben, DM 2 550 machen. Dank des Cost-Average-Effekts kaufen Sie automatisch immer so viele Anteile, wie Ihre monatliche Sparrate es erlaubt.

Mit Kursschwankungen ist immer zu rechnen, man nennt sie Volatilität. Aufgrund dieser Volatilität machen Sie die höchsten Gewinne. Wenn Sie also die Börse nicht ständig beobachten wollen, sollten Sie monatlich einen festen Betrag investieren.

Sie müssen hohe Renditen erzielen

Wer sein Geld auf dem Sparbuch liegen läßt, »spart sich arm«. Sie haben DM 1000 auf Ihrem Sparbuch. Bei einer Inflation von 3 Prozent bedeutet das, daß Ihr Geld nach einem Jahr nur noch DM 965 wert ist. Auf der anderen Seite haben Sie 2 Prozent Zinsen bekommen, also DM 25. Sie haben also durch die Inflation mehr Geldwert verloren, als Sie durch die Verzinsung gewonnen haben. Aus diesem Grund sollten Investitionsmöglichkeiten, die nicht deutlich über der Inflation liegen, sofort für Sie ausscheiden.

Wir hören immer wieder, daß die wahre Inflation (Geldentwertung) im Moment etwa 3 Prozent pro Jahr beträgt. Wenn das stimmt und wir einmal davon ausgehen, daß dies in Zukunft so bleiben wird, dann bedeutet das, daß Ihre DM 1000 in Zukunft nur noch so viel wert sind:

- nach 5 Jahren: DM 858,70,
- nach 10 Jahren: DM 737,40,
- nach 15 Jahren: DM 633,20,
- nach 20 Jahren: DM 543,80 und
- nach 24 Jahren: ca. DM 500,00.

Das ist allerdings nicht sehr ermutigend.

Einige Beispiele großer Fonds

Abschließend möchte ich Ihnen noch einige Fonds namentlich nennen und ihre Performance aufzeigen. Zuvor möchte ich Ihnen jedoch eine wichtige Empfehlung aussprechen: Investieren Sie in den ersten Jahren ausschließlich mit großen und sehr bekannten Fondsgesellschaften, die mindestens schon 20 Jahre auf dem Markt sind.

Denken Sie immer daran, daß Sicherheit das wichtigste Kriterium bleiben muß. Große Fondsgesellschaften haben über Jahrzehnte hinweg bewiesen, daß sie gut und solide anlegen.

Der Templeton Growth Fund:

Wenn Sie 10000 Dollar bei Auflegung dieses Fonds am 29.11.1954 investiert hätten, so hätten Sie am 31.12.1994

stattliche 2 199 813 Dollar gehabt. Das entspricht in den letzten 35 Jahren einer durchschnittlichen Rendite von über 15 Prozent (1996 waren es 29,3 Prozent).

Der Pioneer II Fonds:

Dieser Fonds hat einen Entnahmeplan vorgestellt. Angenommen, Sie hätten 100000 Dollar für 15 Jahre investiert und dabei pro Jahr 10000 Dollar entnommen, so hätten Sie dennoch im Durchschnitt nach allen gerechneten 15-Jahres-Perioden 535746 Dollar erzielt. Das entspricht einer durchschnittlichen Verzinsung von 17,32 Prozent.

Der Fidelity Magellan Fonds:

Dieser Fonds zählt zu den größten der Welt. Seine Gewinne können sich ebenfalls sehen lassen. Für einen Zeitraum von 10 Jahren lag seine Performance im Durchschnitt pro Jahr bei 18,9 Prozent (zum 31.3.1994). Sie können diesen Fonds jedoch nur über ein Konto in den USA erwerben, was sich aber sehr schön mit einem netten Kurzurlaub verbinden läßt. Inzwischen wurde dieser Fonds aufgrund seiner Größe geschlossen. 



Bodo Schäfer

Bodo Schäfers Geschichte ist erstaunlich: Mit 16 Jahren ist er in die USA ausgewandert. Er studierte Jura in Deutschland und Mexiko. Unter anderem arbeitete er als Marketing-Direktor in einem US-Top-Konzern. Durch gute Mentoren lernte er die Prinzipien zum Aufbau von Wohlstand kennen. Bereits mit 30 Jahren hatte er finanzielle Freiheit erreicht, das heißt, er kann von den Zinsen seines Vermögens leben. Heute ist er mehrfacher Millionär und trainiert Führungskräfte in Persönlichkeitsentwicklung und Finanzfragen. Durch seine TV-Auftritte und Veröffentlichungen in zahlreichen internationalen Medien hat er sich einen Namen als Europas Money-Coach geschaffen.

Prof. Dr. Heinz Rehkugler

Risiken von Immobilienanlagen im Vergleich

Der Vergleich verschiedener Anlageformen wird oft auf den Renditevergleich verengt, doch ist dies, wie schon bei der Diskussion der Anlegerziele angesprochen, nicht sinnvoll.

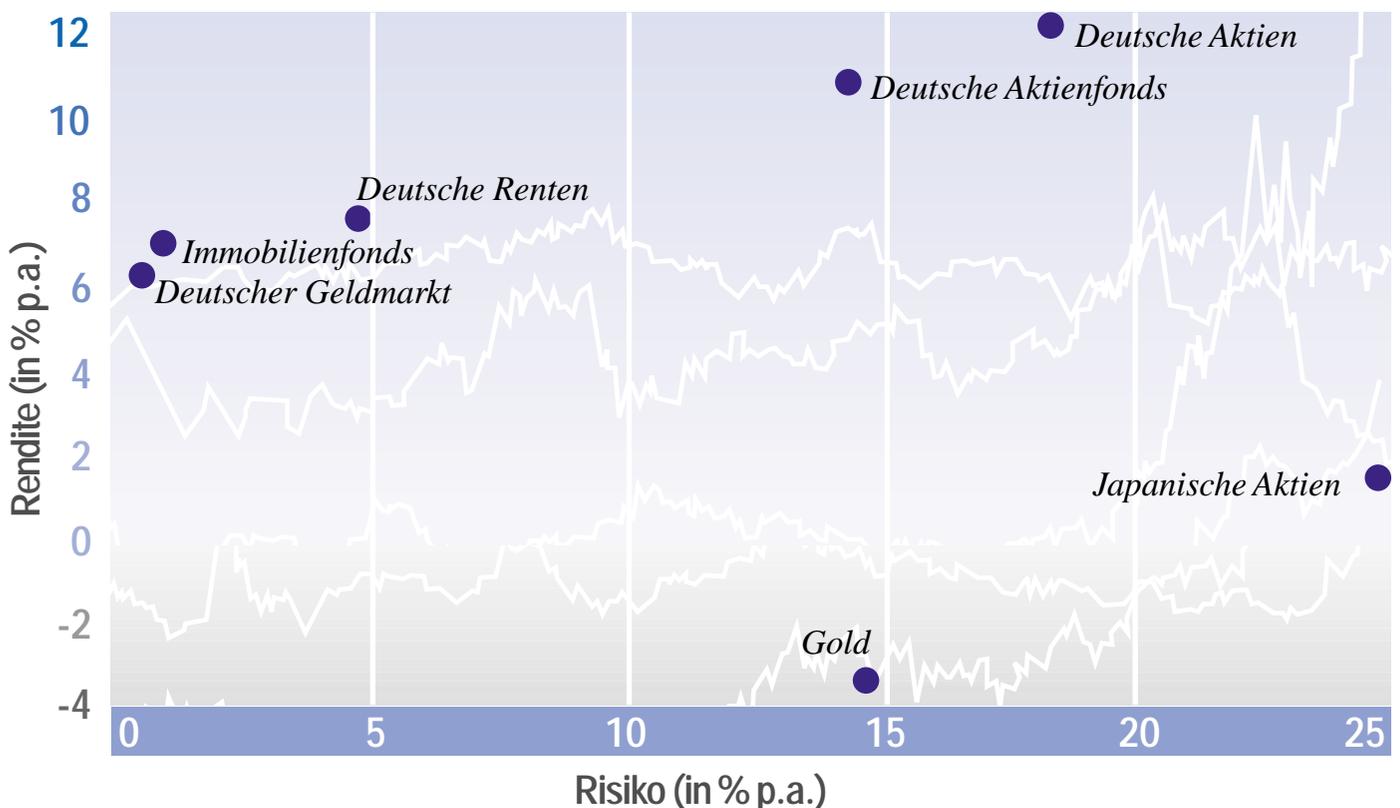
Vor allem das Risiko, die erwartete Rendite zu unterschreiten, will der Anleger durch höhere Renditen entgolten haben. Geringere Renditen sind also gerechtfertigt, wenn auch die Risiken geringer sind.

Bei Direktanlagen in Immobilien ist durchaus mit erheblichen Risiken zu rechnen. Nicht nur der Hinweis auf viele Gewerbeimmobilien in den neuen Bundesländern macht deutlich, daß sich optimistische Erwartungen über die

erzielbaren Mieten und Wiederveräußerungspreise schnell als Chimäre erweisen können. Auch in anderen Regionen mit strukturellen ökonomischen Schwierigkeiten ist (vorübergehender) Wertverfall zu beobachten. Dazu treten spezifische Einzelrisiken des jeweiligen Objekts, wie z.B. der Überschreitung vertraglich nicht fest fixierter Anschaffungs-/ Herstellungskosten, des Auftretens von Baumängeln ohne Regreßmöglichkeiten, des Leerstands bis zum Finden geeigneter Anfangs- und

Nachmieter, der Erzielung der kalkulierten Miete, der mangelnden Werthaltigkeit gegebener Mietgarantien, der Freimachung der Räume bei Zahlungsunfähigkeit des Mieters etc.. Ein besonderes Risiko stellt häufig die mangelnde Liquidierbarkeit dar. Eine schnelle Veräußerung ist oft, wiederum stark abhängig von den Spezifika des Objekts und der allgemeinen Lage am regionalen Immobilienmarkt, gar nicht oder nur unter Inkaufnahme deutlicher Preisabschläge möglich. Zudem erfolgt

Renditen und Risiken ausgewählter Anlageformen



keine laufende Wertfeststellung, so daß Unsicherheit über den realistisch erzielbaren Preis besteht. Wie für die Rendite gilt, daß diese Risiken nur schwer quantifizierbar sind und daß die Berechnung durchschnittlicher Risikomaße dem individuellen Anleger nur wenig hilft, um seine spezifische Situation abzuschätzen.

Ein Großteil der angesprochenen Probleme betrifft auch geschlossene Immobilienfonds. Wenn auch Initiatoren häufig durch Verträge, z.B. durch langfristige, an einen Preisindex gekoppelte Mietverträge mit solventen Nutzern, verschiedene Risiken auszuschließen versuchen, bleiben dem Anleger doch oft die Risiken der Stabilität der laufenden Fondserträge, der Erzielung des erwarteten Veräußerungserlöses und vor allem der Abfindung bei vorzeitigem Ausscheiden. Leider werden oft genug Fälle bekannt, wo Anleger enttäuscht, vielleicht gar getäuscht wurden und einen Großteil ihrer Einlage verloren haben. Ein Sekundärmarkt für die Fondsanteile existiert in der Regel nicht, so daß der ausscheidungswillige Anleger auf die Fairness des Initiators angewiesen ist, die Anteile zum angemessenen Preis zurückzunehmen. Bestrebungen, diesem Problem entgegenzuwirken, hat etwa die Hamburger Börse durch die Etablierung eines Zweitmarktes für Beteiligungen, dem sogenannten "Follow Up Market", an dem auch Anteile an geschlossenen Immobilienfonds gehandelt werden, unternommen.

Fonds und Immobilien-AGs

Wiederum unterscheidet sich die Situation bei offenen Immobilienfonds deutlich. Zwar werden auch sie sich einer allgemeinen Rezession auf dem Immobilienmarkt nicht entziehen können, spezifische Objekt Risiken verlieren aber aufgrund der Streuung der Anlage auf mehrere Objekte an Gewicht. Die BVI-Auswertungen zeigen, daß – dies war schon bei den Renditen erwähnt worden – von Jahr zu Jahr die Wertentwicklung kaum streut. Auch das bei der Anlage in einzelnen Aktien oder Immobilien gegebene "Fehlgriffisiko", trotz durchschnittlich guter Entwicklung mit der Wahl des falschen Fonds schlechte Renditen zu erzielen, ist bei offenen Immobilienfonds recht gering, da ihre Renditen nur wenig voneinander abweichen. Hinzu kommt die Möglichkeit

der leichten Trennung aufgrund der Rücknahmeverpflichtung des Fonds, unterstützt durch die börsentägliche Bekanntgabe des Rücknahmepreises.

Auch Immobilienaktiengesellschaften profitieren typischerweise vom Effekt



der Risikostreuung. Durch den Sekundärmarkt sind auch bei Ihnen Liquidierbarkeitsrisiken vernachlässigbar.

Generell läßt sich festhalten, daß der Investor bei Immobilienanlagen in verbriefter Form mit einem funktionierenden Sekundärmarkt erheblich geringere Risiken einzugehen hat als bei Direktanlagen und geschlossenen Fonds. Durch die verstärkt aufkommende internationale Streuung bei der Objektauswahl, steht den offenen Immobilienfonds sowie den Immobilienaktiengesellschaften darüber hinaus ein zusätzliches Instrument der Risikominderung zur Verfügung (vgl. Immobilien Manager 5/98).

Rendite-Risiko-Struktur

Um die einzelnen Anlageformen mit ihren Renditen und Risiken vergleichen zu können, bietet es sich an, ihre Rendite-Risiko-Charakteristik zusammenfassend in einem Schaubild darzustellen. Das für die Wertpapiere dabei üblicherweise verwendete Maß für das Risiko ist, wie oben angesprochen, die Schwankung der Renditen (ausgedrückt durch die Standardabweichung). Liquidierbarkeitsrisiken und andere für nicht börsengehandelte Immobilienanlagen hier angesprochene Risiken werden dadurch eigentlich nicht erfaßt. Hier öffnet sich der Forschung noch ein weites Feld zur Entwicklung von Modellen mit adäquater Berücksichtigung dieser Risiken. Für die folgenden Darstellungen seien sie vernachlässigt. Für deutsche Anlagewerte zeigt sich im

Durchschnitt der letzten 10 Jahre folgendes Bild der Rendite-Risikokombinationen einzelner ausgewählter Anlageformen (s. Abbildung).

Die höheren Risiken von Aktien gegenüber Rentenpapieren wurden, wie deutlich

sichtbar wird, also durch deutlich höhere Renditen abgegolten. Für die offenen Immobilienfonds ergibt sich aufgrund ihrer sehr geringen Streuungsrisiken eine durchaus vorteilhafte Rendite-Risikoposition. In Untersuchungen für die USA werden für Immobilienwerte ebenfalls jeweils niedrige Volatilitäten zwischen 5 und 8 % ausgewiesen. 



Prof. Dr. Heinz Rehkugler

Jahrgang 1943, seit 1994 Lehrstuhl für Finanzwirtschaft und Banken der Universität Freiburg

Hauptsächliche Forschungsgebiete: Finanzanalyse, Jahresabschlußanalyse/Insolvenzprognose, Neuronale Netze

Veröffentlichungen (Auszug): Handbuch Portfoliomanagement, Bad Soden 1998

Bilanzanalyse, 4. A., München 1997
Neuronale Netze in der Ökonomie - Grundlagen und finanzwirtschaftliche Anwendungen, München 1994

Zahlreiche Aufsätze zum Einsatz moderner Verfahren zur Finanzanalyse und -prognose

Hans-Jürgen Joswig

40 % Umsatzsteigerung

Ist eine Umsatzsteigerung um 40 % im Immobiliengeschäft in der heutigen Zeit möglich? Die Antwort ist ein deutliches: Ja!

Es gibt viele Möglichkeiten, Umsatz und Ertrag im Immobiliengeschäft zu steigern. So hat die Verkaufsschulung durch Herrn Gärtner bei einigen unserer Verkäufer Umsatzsteigerungen bis zu 100 % gebracht. Wie kann man aber den Umsatz von bereits gut geschulten Verkäufern noch weiter steigern? Es geht also nicht darum, den Verkäufer, der bisher 10 Häuser pro Jahr verkauft, auf 14 Häuser (+ 40 %) zu steigern, sondern gerade auch um die guten Verkäufer, die bereits jetzt 20, 30 oder gar 40 Häuser pro Jahr verkaufen. Hier bringt eine Umsatzsteigerung um 40 % für ein Unternehmen viel mehr Umsatz!!

Von 10 Häusern auf 14 Häuser erbringt eine Umsatzsteigerung um 40 % ein Plus von 4 Häusern.

Von 40 Häusern auf 56 Häuser erbringt eine Umsatzsteigerung um 40 % ein Plus von 16 Häusern.

Es lohnt sich also, zu untersuchen, wie eine solche zusätzliche Steigerung möglich ist. Die Lösung heißt: "Absatzfinanzierung". Alle Untersuchungen am Immobilienmarkt haben ergeben, daß über 90 % aller Immobilienkäufe durch Kredite finanziert werden. Wenn das aber so ist, dann ist eine Finanzierung für den Erfolg beim Verkauf von Immobilien keine Nebensache, sondern fast immer die Hauptsache. Die Finanzierung von Immobilien darf also nicht nebenher laufen, sondern sie muß von Profis als gezielte Verkaufsunterstützung gemanagt werden. Kurz: "Absatzfinanzierung".

In anderen Branchen, wie z. B. der Automobilindustrie, bei Telefonanlagen, bei Maschinen etc., wird dies viel professioneller betrieben als in der Immobilienbranche. Fast alle großen Autokonzerne haben die Wichtigkeit

der Absatzfinanzierung erkannt und haben sogar inzwischen eigene Banken gegründet. So wird z.B. der Lebenszyklus eines Automodells dadurch verlängert, daß zum Ende seiner normalen Laufzeit ein Sonderprogramm mit z.B. 1,9 % Zins aufgelegt wird. Allen sind solche Inserate sicherlich bekannt. Solche Aktionen erfolgen heute nicht mehr spontan, sondern sind langfristig geplante Aktionen im Rahmen einer gesamten Verkaufsstrategie. Hier haben bereits Profis die Amateure abgelöst. Ein anderes Beispiel ist Leasing. Leasing ist ebenfalls eine professionelle Absatzfinanzierung.

Und wie ist es in der Immobilienbranche? Meine Untersuchungen der letzten 20 Jahre haben ergeben, daß hier noch überwiegend nach den Regeln der Amateure gearbeitet wird. Kaum ein Maklerunternehmen oder Bauträger hat eine von Profis gemanagte Finanzierungsabteilung.

Wie ist die Praxis derzeit?

Möglichkeit 1: Man kümmert sich nicht um die Finanzierung. Der Hauskäufer geht selbst zu Banken, Bausparkassen oder Versicherern, um seine Finanzierung zu regeln.

Ergebnis: Mindestens 50 % Umsatzverlust, da fast alle Banken und Bausparkassen inzwischen eigene Immobilienabteilungen haben. Der vom Makler bereits gut vorbereitete Kaufinteressent wird der Immobilienabteilung quasi auf dem silbernen Tablett serviert.

Möglichkeit 2: Es wird ein Mitarbeiter des Maklers beauftragt, den Käufer dahingehend zu betreuen, daß sein Finanzierungsbedarf mit ein oder zwei Banken, mit denen das Maklerbüro befreundet ist, abgeklärt wird. Der offene

Kreditbedarf wird also beschafft, der Interessent wird vor fremden Immobilienabteilungen der Banken und Bausparkassen abgeschirmt.

Ergebnis: Schon wesentlich besser. Jedoch immer noch mindestens 40 % Umsatzverlust, da die Finanzierung nur passiv und nicht aktiv eingesetzt wird. Der befreundete Bankmitarbeiter und dessen verkäuferische und fachliche Qualifikation entscheiden über den Umsatz des Maklerbüros.

Möglichkeit 3: Das Maklerbüro oder der Bauträger gründet eine eigene Finanzierungsabteilung. Die Mitarbeiter dieser Abteilung werden durch Seminare und praktische Weiterbildung zu Finanzierungsprofis ausgebildet. Es wird ein EDV-Programm angeschafft, mit dem Finanzierungen vorwärts, aber besonders auch rückwärts, ausgehend vom monatlichen Aufwand, berechnet werden können. Die Mitarbeiter müssen alle steuerlichen Kenntnisse der Einkunftsarten Vermietung und Verpachtung und Einkünfte aus Kapitalanlagen beherrschen. Sie müssen Bilanzen analysieren können, wenn auch an Kapitalanleger oder Selbständige verkauft werden soll. Sie müssen verkäuferisch gut geschult sein und den Hausvertrieb aktiv unterstützen. Diese Abteilung erstellt für jedes zu verkaufende Objekt ein Finanzierungsbeispiel, abgestimmt auf die anzusprechende Zielgruppe. Sie wird spätestens beim zweiten Besuch des Interessenten eingeschaltet, um durch eine Finanzanalyse mit anschließender EDV-Rückrechnung festzulegen, wieviel Haus sich der jeweilige Interessent leisten kann. Dabei sind auch die staatliche Förderung und die unterschiedlichen Finanzierungsmöglichkeiten und Konditionen von Banken, Bausparkassen und Versicherungen zu berücksichtigen. Es wird aktive Ver-

kaufunterstützung der Verkaufsabteilung betrieben.

Ergebnis: Das Ziel kann zu 90 % erreicht werden. Der Makler oder Bau-träger entwickelt sich zum Dienstleister. Wenn die Mitarbeiter der Finanzierungsabteilung gut sind, wird der Verkauf um mindestens 30 % steigen. Es werden erhebliche Zusatzeinnahmen aus Finanzierungsprovisionen möglich, denen jedoch auch hohe Personalkosten, Sachkosten oder Provisionen gegenüberstehen. Achtung: Anlaufverluste möglich!

Möglichkeit 4: Es wird eine externe, unabhängige, auf Absatzfinanzierung spezialisierte Dienstleistungsgesellschaft beauftragt, die Arbeit einer eigenen Finanzierungsabteilung zu übernehmen.

Ergebnis: Das Ziel kann zu 100 % erreicht werden, wenn die beauftragte Firma gut geschulte Mitarbeiter hat. Der Hausumsatz kann um 40 % gesteigert werden. Die Firma sollte einen Jahresumsatz von mindestens 100 Mio. Neugeschäft jährlich haben, damit der Makler oder Bau-träger von den dadurch

möglichen Sonderkonditionen und Sonderregelungen mit Banken und Versicherungen profitiert. Bei dieser Lösung werden Know-how eingekauft und hohe Anlaufverluste einer eigenen Abteilung vermieden (Outsourcing).

Absatzfinanzierung ist Chefsache

Aus meinen Untersuchungen ergibt sich, daß die Möglichkeit 4 die erfolgreichste ist, wenn ein entsprechendes Unternehmen zur Verfügung steht. Es kommt sehr oft noch zu zusätzlichen Gegengeschäften aus der eigenen Kundenschaft der Finanzierungsgesellschaft. Der Makler muß kein teures, eigenes Personal vorhalten.

Will also ein Makler oder Bau-träger seinen Umsatz um 40 % steigern, muß er entweder eine eigene Finanzierungsabteilung gründen oder eine Spezialfirma für Finanzierungen beauftragen. Auf jeden Fall ist dieses Thema Chefsache und darf nicht auf untergeordnete Entscheidungsträger delegiert werden. Nur durch konsequenten Einsatz der Absatzfinanzierung werden die Vorteile der

staatlichen Förderung und der derzeit niedrigen Zinsen voll genutzt, um den Umsatz zu steigern. ▶



Hans-Jürgen Joswig,

Jahrgang 1950, ist Geschäftsführender Gesellschafter der Finanzierungsgesellschaft Haus & Wohnen GmbH.

Joswig gilt als der Baufinanzierungs-Spezialist in Deutschland. Er war jahrelang Schulungsreferent im VDM (LV Rheinland-Pfalz) und ist heute unter anderem auch als freier TV-Fachjournalist zum Thema "Finanzierung" tätig.

Wir suchen nicht die Nadel im Heuhaufen, aber für unsere nachstehenden Geschäftsbereiche...

DIG Immofonds II

Neubauobjekte bis zum 14-fachen der JM in guten Lagen mit überwiegend gewerblicher Nutzung ab 3 Mio. DM

Bestandsobjekte bis zum 13-fachen der JM in guten Lagen

Mittelzentren ab 30.000 Einwohner oder Ballungsgebiete. Endvolumen in Höhe von 40-60 Mio. DM sind optimal.

Erschließung

Baugebiete mit B-Plan oder VE-Plan ab 20.000 qm nahe Ballungsgebieten und Infrastruktur

Hausvertrieb

Einzelgrundstücke für unsere Grundstücksbörse in den Fertighausausstellungen Mülheim-Kärlich, Bad Vilbel, Berlin und Wuppertal

Projektentwicklung

Entwicklungsfähige Grundstücke ab 3.000 qm bis 15.000 qm für:

SB-Märkte / Baumärkte
Geschäftshäuser
Autowaschanlagen
Parkhäuser
Geschoßwohnungsbau ab 400 WE

Projekte bis zum 4-fachen der JM inkl. Mietverträge und Baugenehmigung. Mittelzentren ab 30.000 Einwohner o. Ballungsgebieten

Sozialimmobilien

- Bestandskliniken im Akutbereich
- Reha-Kliniken mit Spezialindikation
- Altenpflegeheime
- Stadt-/Kreiskrankenhäuser
- Tageskliniken
- betreutes Wohnen
- Projekte mit Verträgen nach § 108-111 SGB

DIG

Immobilienvertriebs GmbH
- Abteilung Großimmobilien -
Herrn Jörg Schulte
Schöne Aussicht 12 · 57520 Emmerzhausen
Tel. 02743 / 9200-22 · Fax 4208

Thomas Orthey

Wenn der Countdown schneller läuft!

Profikarriere nur bis 45 – und dann?

So war's bestimmt nicht geplant. Aber manchmal kommt es eben ganz, ganz anders, als man denkt!

Klar, im Bekanntenkreis hatte er bereits seit frühen Jahren immer wieder gesagt: "Bis 65 arbeiten, nicht mit mir – spätestens mit 50 laß' ich den Hammer fallen. Die Kinder sind dann aus dem Gröbsten raus – noch ein paar Jahre so richtig reinklotzen und dann ernten meine Frau und ich die Früchte, die wir all' die Jahre gesät haben!" Nun gut – den sehnlichen Wunsch hegen viele.

Doch jetzt hatte das Leben dem Verkaufspröfi den Hammer respektive den Füllfederhalter auf einmal 5 Jahre eher aus der Hand gerissen. Damit zerplatzte der langgehegte Lebensraum der beiden wie eine Seifenblase. Bis gestern noch Friede, Freude, Eierkuchen – jetzt warfen plötzlich die kommenden finanziellen Probleme ihre Schatten voraus.

Ein solches Schicksal ist jedoch kein Einzelfall!

Die Zahl derer, die bereits frühzeitig in Rente gehen, ist größer, als man glaubt. In mehr als 50 % der Fälle werden die Betroffenen durch Herz- und Gefäß-, sowie Rheuma- und Gelenk-Erkrankungen direkt vom eben noch so erfolgreichen Arbeitsalltag in eine Berufsunfähigkeit katapultiert.

Apropos Herzerkrankungen: Mal Hand aufs Herz. Haben Sie schon einmal dem Thema "Wenn nichts mehr geht – Absicherung für den Fall der Berufsunfähigkeit" einen Platz in ihrem Timer eingeräumt – oder war bislang kein



Platz zwischen den vielen motivations- und produktionssteigernden Terminen, zwischen Karriere, Wachstum und Gesundheit? Das eine ist aber mindestens ebenso wichtig wie das andere. Und man merkt's in beiden Fällen häufig erst dann, wenn es schon viel zu spät ist.

Was aber passiert mit der Baufinanzierung, wer zahlt zukünftig Ihre Miete,

woher kommen die Groschen für den nächsten Urlaub, Ihre Hobbies, den Zweitwagen Ihrer Frau, das Studium der Kinder – wenn sich Ihre Einnahmen von einem Monat auf den anderen um 70, 90 oder gar 100 % reduzieren? Eine wirklich düstere Perspektive, und für viele ist ein deutlich spürbarer sozialer Abstieg oft die unvermeidbare Konsequenz.

Berufsunfähigkeitszusatz- bzw. selbständige Berufsunfähigkeitsversicherungen sind daher insbesondere für den aktiv im Beruf stehenden Immobilienprofi ganz und gar kein Luxus. Vielmehr handelt es sich dabei um absolut vernünftige, existenzsichernde und dringend erforderliche Mindestsicherungsmaßnahmen. Wer den Abschluß einer derartigen Versorgung plant, steht wie so oft im Leben vor der Qual der Wahl.

Verfolgt man das Thema "Berufsunfähigkeit (BU)" in den Medien, scheint es fast so, als gelänge den Versicherern im Rausch einer Mehrleistungs-Euphorie der Sprung über den eigenen Schatten. Manches Leistungskriterium der BU-Anbieter kann man dabei durchaus als PR-wirksame Makulatur mit überwiegend kosmetischer Wirkung bezeichnen.

Woran erkennt man den tatsächlichen TOP-BU-Schutz für TOP-Verkäufer?

Davon abgesehen gibt es jedoch auch ganz deutliche und profunde Qualitätsunterschiede, die sich im Fall des Falles

in Mark und Pfennig bzw. in Euro und Cent auszahlen.

Der nachfolgende kleine Leistungscheck soll Ihnen helfen, die Spitzenprodukte unter den BU-Absicherungen zu finden – und nur diese sollten Sie in die engere Wahl nehmen:

- ◆ Der Versicherer verzichtet auf die Anwendung des § 41 Versicherungsvertragsgesetz (VVG). Ansonsten kann im Falle einer schuldlos unterbliebenen Anzeigepflichtverletzung die Prämie seitens des Versicherers erhöht bzw. der Vertrag gekündigt werden.
- ◆ Keine Anwendung des § 172 VVG, damit die bei Vertragsschluß vereinbarten Konditionen auch langfristig stabil bleiben.
- ◆ Alles eine Frage der Definition: Die Leistung wird durch die Prognose eines Arztes ausgelöst. Während TOP-Versicherer eine ärztliche BU-Definition von "voraussichtlich sechs Monaten" bereits als ausreichend erachten, heißt es manchmal auch "mindestens sechs Monate oder mehr". Aufgepaßt wenn es aber heißt: "Voraussichtlich dauernd!"

- ◆ Zahlt der Versicherer die BU-Rente auch rückwirkend, wenn zwischen Eintritt der Berufsunfähigkeit bis zu deren Anerkennung bereits einige Wochen und Monate vergangen sind?
- ◆ Innerhalb welcher Frist kann die Berufsunfähigkeit überhaupt angemeldet werden? Das Optimum wäre hier eine zeitlich unbefristete Meldung mit rückwirkender Leistungspflicht!
- ◆ Inwieweit macht der Versicherer von seinem Verweisungsrecht Gebrauch? Je nach Kundenorientierung wird er ganz bzw. für bestimmte Berufsgruppen oder aber ab einem bestimmten Lebensalter darauf verzichten.

Damit die Policen im Leistungsfall halten, was Sie sich zuvor davon versprochen haben, gilt beim Abschluß einer Berufsunfähigkeitsabsicherung die grundsätzliche Empfehlung:

"Drum prüfe, wer sich vertraglich bindet – wo er die bess'ren Bedingungen findet!"

Bleiben Sie gesund! 



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.

*Kontakt zum Autor:
Tel: 02662 / 50555
Fax: 02662 / 5215*

Ollig

Wir sind eine Spezialfirma für Absatzfinanzierung der Immobilienwirtschaft und suchen zur Verstärkung unseres Außendienstes:

REGIONALVERKAUFSLEITER

**VERKÄUFER VON
IMMOBILIENFINANZIERUNGEN**

Unser Angebot:

- ◆ Firmeneigene Ausbildung
- ◆ Hohes Einkommen
- ◆ Gute Kontakte zu Hausfirmen, Bauträgern, Maklern
- ◆ Sicheren Arbeitsplatz eines Marktführers
- ◆ Sehr günstige Zinskonditionen durch Großeinkauf

Wenn Sie verkaufsorientiert denken und kaufmännische Grundkenntnisse haben, können auch Branchenfremde über unsere eigene Ausbildung zum Erfolg geführt werden.

Senden Sie Ihre Kurzbewerbung mit tabellarischem Lebenslauf an unsere Personalabteilung, Herrn Nieß.

**Haus & Wohnen GmbH
Schöne Aussicht 12
57520 Emmerzhäusen**

DAS GROSSE DEUTSCHE MAKLERNETZ
**Selbständig als Generalagent oder mit
einer eigenen Agentur**



- ◆ Wir suchen flächendeckend bundesweit Damen und Herren zur Führung einer Schaeffer-Immobilien-Agentur und Generalagenten für Organisation / Schulung / Betreuung / Institutsleitung.
- ◆ Neben einer intensiven Einarbeitung, permanenter Betreuung und Weiterbildung verfügen Sie über den gesamten Bestand der Gruppe.
- ◆ Das einzigartige Schaeffer Know-how garantiert Ihren Erfolg als Volldienstleister in Immobilien.
- ◆ Entscheiden auch Sie sich für zwischenmenschliche und professionelle Kompetenz in Immobilien.

Institut für praxisorientierte Grundstücks- und Wohnungswirtschaft. Zertifiziert nach DIN ISO 9001

SCHAEFFER
wir finden Ihr Zuhause

Lerchenstraße 34 • 66424 Homburg
Tel: 06841/170271 Fax: 170279
Internet: <http://schaeffer.nu>

Tip der Woche

Tip der Woche 5/99

Folgende Situation kennen Makler und Hausverkäufer, die in Ladenlokalen oder Musterhäusern residieren. Interessenten kommen herein, stellen ein, zwei Fragen nach den aktuellen Angeboten, lassen sich vielleicht etwas zeigen und verschwinden, ohne eine Adresse hinterlassen zu haben. Fragt man dann am Ende des Gesprächs nach der Anschrift, wird diese oftmals verweigert. Was tun?

Ein spontaner Besuch im Musterhaus oder Maklerbüro ist zwar gewollt, denn dazu dient das Ladenlokal, ersetzt aber nicht den tatsächlichen "Arbeitstermin". Es ist der Kardinalfehler in Einkaufs- und Verkaufssituationen, daß der Verkäufer sich vom Interessenten drängen läßt.

Tip der Woche!

Diese oder ähnliche Tips aus der Verkaufspraxis erhalten Sie kostenlos wöchentlich per E-mail. Es reicht eine formlose Nachricht an: infowunsch@immobilien-profi.de

Warum muß der Makler immer Zeit haben und sofort mit Auskünften bereit sein?

Die professionelle Vorgehensweise ist nicht anders als im telefonischen Erstkontakt:

- ◆ Gesprächsführung übernehmen,
- ◆ die Adresse möglichst früh erfragen und notieren,
- ◆ Interessenten reden lassen, Wünsche und sachliche Bedingungen erfragen,
- ◆ möglichst wenig konkreten Informationen über das eigene Angebot preisgeben,
- ◆ die Suche nach der geeigneten Immobilie etwas komplizierter darstellen, als es ist,
- ◆ einen Arbeits-Termin (oder Beratungsgespräch) vereinbaren!

Tip der Woche 6/99

Natürlich gibt es Einwände zu Tip 5/99: Der Interessent will Informationen, und warum soll man dies vorenthalten? Wer z.B. in einen Schuhladen geht, erwartet zu Recht, daß er sofort bedient wird und man ihm eventuell passende Schuhe aus dem Lager holt. Ist der Verkauf von Immobilien damit vergleichbar? In einem Punkt schon: Wer den Schuhladen unverrichteter Dinge verläßt, sagt sich, daß dieser Laden kein vernünftiges Angebot

hat, und betritt das Geschäft vielleicht nie wieder.

Die Vermittlung einer Immobilie ist eine hochwertige Dienstleistung. Warum wird sie von den Anbietern selbst so wenig gewürdigt?

Tip der Woche 7/99

Ein Nachtrag zur Dienstleistung Tip 6/99: Warum vergleichen sich Makler und Hausverkäufer nicht mit den Kammerberufen Ärzte, Rechtsanwälte, Steuerberater? Wer kann schon beim Anwalt reinschneiden und sofort eine Beratung erwarten?

Weiter im Thema: Eile mit Weile. Im Gespräch ergeben sich wesentliche Übereinstimmung zwischen dem Immobilienwunsch der Interessenten und dem Angebot des Maklers. Ein Besichtigungstermin wäre sofort durchführbar, sollte man jetzt sofort ins Auto steigen?

Profis behalten die Nerven und lassen sich einen oder zwei Tage Zeit. Warum?

Innerhalb dieser Zeit werden sich die Interessenten kaum anders orientieren, aber die Neugier und die Spannung wächst in dieser Zeit bis zur Besichtigung. Die schnelle Besichtigung bringt nichts und macht die vorangegangene Arbeit kaputt, denn die Interessenten spüren schon, wenn es der Verkäufer eilig hat. ◀

Das Exposé

Vorher, nachher oder gar nicht?

Kann man darüber diskutieren, ob der Immobilienmakler einem Interessenten ein Exposé vor der Besichtigung zuschicken oder ob er es erst bei dem Termin aushändigen soll? Ja, soll er denn überhaupt ein Exposé zur Verfügung stellen, oder reicht es nicht völlig, dem Kunden alles zu zeigen, zu erklären und nur bei Bedarf Gegebenheiten schriftlich zu fixieren?

Letztlich geht es um die Frage, ob der Makler den Schwerpunkt auf seine verkäuferischen Fähigkeiten legen soll oder auf seine gute kaufmännische Vorbereitung. Zur Beantwortung dieser Frage lassen wir den juristischen Aspekt zur Provisionssicherung einmal außer Acht und konzentrieren uns auf die Kundenansprache einerseits – also Service und Dienstleistung – und betriebliche Abläufe andererseits.

Chronologisch: Ein Kauf- oder Mietinteressent reagiert auf die Samstags-Zeitungsanzeige eines Maklers. Er ruft voller Elan an und erreicht den Anrufbeantworter: „Am Wochenende ist unser Büro leider nicht besetzt, ab Montag um 10.00 Uhr stehen wir Ihnen zur Verfügung“ oder: „Sprechen Sie Ihren Namen und Ihre Anschrift auf Band, wir melden uns dann umgehend“. Doch: Jetzt hätte der Anrufer Zeit, nicht erst nächste Woche. Montag ist er erst abends zu erreichen und gar nicht mehr so offen und entscheidungsfreudig.

Anderes Beispiel: Der Interessent erreicht den Makler persönlich und erhält sofort am Telefon kompetent Auskunft auf Fragen zum Objekt. Was will der Kunde alles wissen? Eigentlich genau das, was der Makler selbst von der Immobilie wissen muß, um sie einem Dritten anbieten zu können:

Größe, Alter, Lage, Zustand, Besonderheiten, Preis, Termine und Übergabemodalitäten usw. – Adresse und Name des Verkäufers gehören eigentlich auch dazu. Jedoch muß der Makler die Provisionssicherung gegen den Kundenservice abwägen. Gibt der Makler sein Wissen am Te-

lefon preis, riskiert er u.U. die Provision – es soll ja Kunden geben, die bei Einsparungsmöglichkeiten sehr erfinderisch sind.

Ein Exposé könnte aus der Klemme helfen: Der Makler erklärt das Umfeld und die wichtigsten Punkte zum Objekt und verweist dann, ohne Adresse und Eigentümer zu nennen, auf das Exposé, das in allen Punkten die Verkaufsgrundlage aller Beteiligten ist. Doch der Kunde will das Objekt möglichst gleich, jedenfalls von außen, anschauen, und der Makler möchte diesen Anfangsschwung nutzen. Zwischen Anzeige und Realität gibt es oft deutliche Unterschiede – ein wahrer Besichtigungszirkus kann da ablaufen. Manche Interessenten steigen noch nicht einmal aus dem Auto aus und bringen damit den Zeitplan durcheinander. Bei jeder Besichtigung muß der Makler zunächst den Kunden kennenlernen und alles wieder und wieder erklären. Das verkaufsorientierte Gespräch, zielgerichtet auf den Abschluß hin ausgerichtet, kann dabei erst auf Umwegen erfolgen. Das ist auch für Kunden frustrierend. Wenn alles besprochen wurde, wird das Exposé überreicht. Es kann dann ledig-

lich noch als Gedächtnisstütze dienen, aber die Wirkung als vorbereitende Verkaufshilfe hat der Makler versäumt.

Makler, die grundsätzlich keine Exposés herausgeben, begründen ihre Arbeitsweise vielleicht etwas salopp damit, daß sie kein Papier, sondern Immobilien verkaufen. Diese Makler setzen voll und ganz auf ihr Verkaufstalent. Aber ist dieses Vorgehen noch zeitgemäß? Bei einem Immobilienkauf geht es um viel Geld und auch um die Möglichkeit, dieses schwungvoll verlieren zu können oder eine Reihe von Prozessen loszutreten. Es ist die Aufgabe des Maklers, Entscheidungen der Kunden an Hand von Fakten überhaupt zu ermöglichen. Schriftliches nicht herauszugeben, heißt doch, sich nicht festlegen zu wollen. Will der Makler dieses Bild wirklich vermitteln? Ist der reine Nachweismakler nicht Schnee von gestern? Wer ohne schriftliche Unterlage verkauft, der zwingt den Kunden, sich selbst zu informieren, denn blind wird keiner kaufen, zu verschenken hat auch niemand etwas. Die vom Kunden erforderliche Eigeninitiative wird dafür sorgen, daß der Interessent den Makler als Berater ablehnt und sich schließlich die Frage stellt, weshalb er für die Übermittlung einer Anschrift Tausende an Mark bezahlen muß. So wird aus Maklern dann genau das, was sie nicht sein wollen – Windhunde, Abschlußjäger ...

Eigentlich ist die eingangs gestellte Frage gar keine: Es geht nicht ohne Exposé. Wann es zum Einsatz kommt, hängt von betrieblichen und juristischen Aspekten ab. Das Exposé dient als Nachweis, Verkaufsvorbereitung und Gedächtnisstütze. Es belegt die Qualität der Dienstleistung und hilft, sich von Mitbewerbern abzusetzen. Auf der Grundlage eines Exposés als schriftliches Angebot kann der Makler sich den Kunden, die dann wirklich Interesse haben, ausführlich widmen und sein ganzes kaufmännisches Geschick entfalten. Ein solches zielgerichtetes und fachkundiges Handeln belegt, daß die Vermittlungsarbeit vom Können und nicht vom Zufall bestimmt wird.



Henning J. Grabener ist Wirtschaftsjournalist und Geschäftsführer des Grabener Verlags in Schwedeneck.



Masterplan Erfolg

Profi Tip von: Klaus J. Fink

Der Weg ist das Ziel – der Masterplan Erfolg von Alexander Christiani ist ein "Arbeitsbuch", in dem Sie sich den Weg zu Ihrem Erfolg erarbeiten können. Es zeigt, wie Sie in den wichtigsten Bereichen Ihres Lebens Balance finden.

Stellen Sie sich einen Jahresrückblick aus der Zukunft vor und Sie werden schnell feststellen, wo Sie in Übereinstimmung mit Ihren obersten Werten leben und wo Korrekturbedarf besteht. Diese Retrospektive erlaubt es, sich das Zukunftsszenario sehr viel konkreter vorzustellen und eine viel stärkere emotionale Beziehung herzustellen.

Dieser Masterplaner führt weg von der klassischen Zielplanungsmethodik; er führt Sie hin zu Disziplin und Zielplanungskompetenz.

Christiani gibt Ihnen eine praktische Anleitung, Ihre Fortschritte kontinuierlich zu protokollieren, Ihre Ziele immer im Auge zu behalten und zu justieren, um so Ihren Erfolg von Jahr zu Jahr zu steigern.

Wer die Welt durch das Fernglas des Tagesplans wahrnimmt, dem fehlt der Überblick der Woche. Der Masterplan gibt Ihnen nicht nur diesen Überblick der Woche, er führt Sie durch Motivation und modernes Zeitmanagement unweigerlich zum Erfolg.

A. Christiani: Masterplan Erfolg
ISBN 3-409-29409-0
DM 54,--
Lieferbar über den Buchhandel

**Klaus J. Fink, Erfolgstrainer für
Telefonmarketing in Bad Honnef**



Immobilien ohne Makler vermieten und verkaufen

Nur 46% der Wohnimmobilien und 21% der Vermietungen werden über Makler vermittelt. Damit ist der größte Wettbewerber eindeutig ausgemacht, es ist der private Veräußerer oder Vermieter.

"Immobilien ohne Makler vermieten und verkaufen" nimmt sich diesem Markt an. Autor Werner Siepe, nach Eigeneinschätzung versierter Immobilienfachmann und (Ver-)Käufer und Vermieter aus Leidenschaft, will nützliche Hilfe bieten für "Eigentümer, die nach der Do-It-Yourself-Methode vorgehen wollen".

Warum ohne Makler?

Der Erkrather Siepe stellt das so dar: Er zitiert Statistiken, nach denen ein Makler durchschnittlich 6 Monate zur Vermittlung braucht, präsentiert dann süffisant die Bewerbungsschreiben verschiedener Makler um einen Auftrag und behauptet dann, daß er selbst innerhalb von zwei Monaten alleine verkauft hat. Wozu also noch einen Makler beauftragen, der doch nur beiden Parteien Geld abnimmt?

Warum dieses Buch? Siepe entwickelt eine einfache Marketingstrategie für Anfänger und dies macht das Buch auch für den Profi wieder nützlich. Man erfährt zwar keine Geheimnisse, doch ist es nützlich, den Markt einmal aus dieser Sicht zu betrachten.

W. Siepe: Immobilien ohne Makler...
ISBN 3-612-21328-8
DM 19,90
Lieferbar über den Buchhandel



Erfolgsgeschichte

Profi Tip von: Erich Hildenbrandt

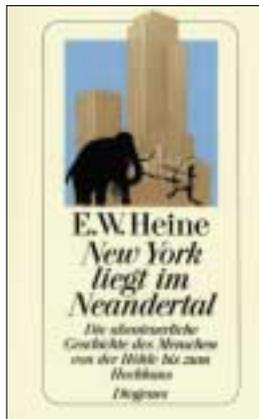
Erfolgsgeschichte, Der Schlüssel zum Glück" ist nur eines der vielen Bücher von K.O. Schmidt, die Erich Hildenbrandt in den letzten Jahren über all die schwierigen, oft demotivierenden Phasen seines Unternehmer-Verkäufer-Lebens gebracht haben.

Unternehmer, Verkäufer, generell Selbstständige, sind Leute, die in der Regel niemand aufbaut oder motiviert, sondern, egal in welchen Stimmungen sie sind, sich selbst motivieren und aufbauen müssen. Dies geht aber nur, wenn diese Kraft hierfür aus sich selbst geschöpft werden kann und man dafür sorgt, in positiver Harmonie mit sich selbst zu leben.

K.O. Schmidt bietet keine neuen Erkenntnisse, sondern größtenteils Weisheiten alter Philosophen und geistige Größen, egal ob aus dem alten Griechenland oder aber dem asiatischen Raum. Er bringt sie aber so, daß derjenige, der nicht die Zeit und das Können hat, sich in die Sprache dieser Philosophen einzuarbeiten, sie problemlos versteht, sie in sein Alltagsleben einarbeiten kann und dadurch schon mit wenigen Minuten Zeitaufwand am Tag sein Leben in die notwendige positive und zielorientierte Richtung zu lenken vermag.

K.O. Schmidt: Erfolgsgeschichte
ISBN 3-7699-0504-0
DM 22,90
Lieferbar über den Buchhandel

Erich Hildenbrandt ist Geschäftsführer der Hildenbrandt Immobilien GmbH, Vize-Präsident und Pressesprecher des VDM.



New York liegt im Neandertal

Die Geschichte der Menschheit ist die Geschichte der Bauwerke. Keine Aussage über die Vergangenheit ist so unmittelbar wie die Bauten einer Epoche. Der Mensch formt seine Umwelt so, wie er sich selbst in ihr erlebt. Er findet seine elementarste Darstellung in der Art, wie er baut. Denn keine andere schöpferische Disziplin ist so eng mit dem Raum und der Zeit verbunden wie die Architektur. Als einzige formt sie neue reale Räume, die der Mensch betreten kann.

Doch liegt hier keinesfalls ein Buch über Architektur vor: "E.W. Heine unternimmt den Versuch, die stille Sprache der Bauten verständlich zu machen. Seine Reise durch die Geschichte der Menschheit beginnt in den Höhlen der Eiszeit und führt über die Pyramide, die Gotteshäuser, das Grandhotel zu den heutigen Massenunterkünften." (FAZ)

"Außer Fernau haben nicht viele Deutsche so amüsant und spannend über unsere Geschichte geschrieben." (Südfunk Stuttgart).

Dem ist nichts hinzuzufügen: eines der interessantesten und spannendsten Bücher, die ich in den letzten Monaten gelesen habe. (Werner Berghaus)

E.W. Heine:
New York liegt im Neandertal
ISBN 3-257-21453-7
DM 18,90
Lieferbar über den Buchhandel



Praktische Immobilien-Bewertung

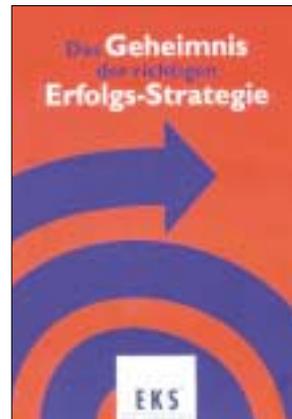
Profi-Tip von Jost Gödde

Wolfgang Usinger hat mit "Immobilien Recht und Steuern, Handbuch für die Immobilienwirtschaft" ein Nachschlagewerk herausgegeben, das weit über den Charakter eines Handbuches hinausgeht. Es verschafft sowohl textlich als auch mit 240 Abbildungen zu rechtlichen und steuerrechtlichen Themenbereichen Einblick und Überblick hinsichtlich aller immobilienbezogenen Aspekte.

Bei diesem Buch haben erfahrene Praktiker, u.a. Angehörige der Sozietät Pünder, Volhard, Weber und Axter mit langer Rechts- und Steuerpraxis rund um die Immobilie, eine Lücke zwischen Theorie und Praxis geschlossen, so daß Projektentwickler, Verwalter, Investoren, Vermittler, etc. ein komplexes Nachschlagewerk zur Verfügung gestellt bekommen haben, um sämtliche anstehenden Immobilienthemen erfolgreich vorbereiten, verhandeln und gegebenenfalls abwickeln zu können. Übersichtlichkeit sowie klarer und verständlicher Schreibstil sind neben der einmaligen Gesamtheitlichkeit der Themen hervorzuheben.

W. Usinger:
Praktische Immobilien Bewertung
ISBN 3-481-0098-5
DM 298,--
Lieferbar über den Buchhandel

Jost Gödde ist Geschäftsführer der Retail Broker GmbH in Düsseldorf



EKS® – Die richtige Erfolgs-Strategie

Die richtige Strategie entscheidet über Erfolg oder Mißerfolg! Gerade auf dem hart umkämpften Immobilienmarkt ist es wichtig, daß Sie sich auf das konzentrieren, was für Sie den meisten Erfolg verspricht.

Das Potential Ihrer Immobilien-Interessenten können Sie erst dann wirklich ausschöpfen, wenn Sie sich zuvor auf eine Zielgruppe konzentriert haben.

Im EKS-Strategie-Kurs lernen Sie, was Sie konkret tun müssen, um die für Sie erfolgversprechendste Zielgruppe zu finden. Und wie Sie Ihre vorhandenen Fähigkeiten, Kenntnisse und Stärken am wirkungsvollsten einsetzen. So wirkungsvoll, daß Sie nie wieder über Absatzprobleme klagen müssen.

Und das Besondere am EKS-Strategie-Kurs ist: Sie entwickeln bereits als Kursteilnehmer unter der Anleitung erfahrener EKS-Strategieberater Ihre ganz persönliche Erfolgs-Strategie.

In Zukunft brauchen nicht Sie den Aufträgen hinterherzujagen. Im Gegenteil: Ihre Kunden werden ganz von allein zu Ihnen finden. Weil Sie der beste Problemlöser Ihrer Zielgruppe sind. Man wird Sie suchen!

Ausführliche Informationen:

EKS Die Strategie Wolfgang Mewes GmbH, Abt.EA 626, Gutenbergstr. 2, 64319 Pfungstadt,
Tel.: 0 61 57/80 64 06
Fax: 0 61 57/80 64 02
E-mail: info@eks.de

**Impressum
IMMOBILIEN-
PROFI**

Herausgeber:
in-media Verlags GmbH,
50354 Hürth

Redaktion:
Werner Berghaus,
Birgitt Schippers,
Venloer Str. 13-15
50672 Köln
Tel.: 0221/95228-62
Fax: 0221/95228-63
E-mail: redaktion@immobilien-profi.de
www.immobilien-profi.de

Beiträge von:
Hans J. Gärtner, Hans-Jürgen Joswig, Prof. Dr. Heinz Rehkugler, Bodo Schäfer, Thomas Orthey, Heinz Bosbach, Werner Berghaus, Henning Grabener

Layout:
Ulrike Stausberg,
Britta Wilken

Auflage:
30.000 Exemplare

Anzeigenverkauf:
B&L Medien ConCept
Bonner Straße 328,
50968 Köln
Tel.: 0221/3400237
Fax: 0221/3400221

Vertrieb:
IPS Pressevertrieb GmbH
Postfach 14 60
50204 Frechen
Tel.: 02234/963650
Fax: 02234/96365-55

IMMOBILIEN-PROFI erscheint viermal jährlich. Der jährliche Bezugspreis beträgt DM 30,- (Inland) bzw. DM 50,- (Ausland).

Bildnachweis: S. 25: Verb. Privater Bauspark., Bonn Archiv, sofern nicht anders angegeben.

Druck:
A. Ollig GmbH & Co KG,
50827 Köln



Internet
Die erfolgreiche Web-Präsenz

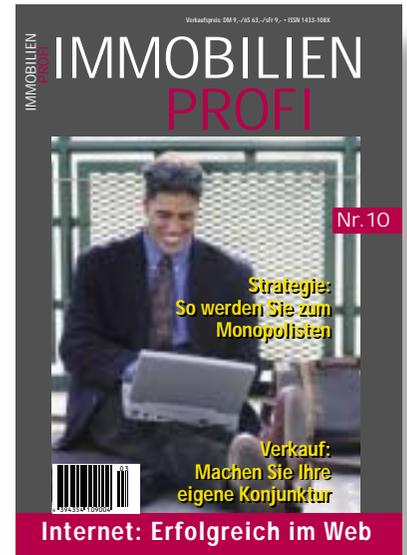
Hans J. Gärtner:
Kapitalanleger werden gemacht!

Strategie:
So werden Sie zum Monopolisten

Bodo Schäfer:
Finanzieller Schutz und finanzielle Freiheit

Verkauf und Maklerrecht:
Wie gelingt der Nachweis?

Erfolgs-Konzepte auf dem Prüfstand



Immobilien-Profi Nr.10 (3/99) erscheint am 8. Juni 1999



Mehr IMMOBILIEN-PROFI

Bestellung Einzelhefte

- ___ 180X-001 Heft 1 (1/97) vergriffen
- ___ 180X-002 Heft 2 (2/97) 7,-
- ___ 180X-003 Heft 3 (3/97) 9,-
- ___ 180X-004 Heft 4 (4/97) 9,-
- ___ 180X-005 Heft 5 (1/98) 9,-
- ___ 180X-006 Heft 6 (2/98) 9,-
- ___ 180X-007 Heft 7 (3+4/98) 9,-
- ___ 180X-008 Heft 8 (1/99) 9,-

Bestellung Jahresabo

- ___ 180X-200 Jahres-Abonnement Heft 10,11,12 und 13 30,-
- IMMOBILIEN-PROFI erscheint vierteljährlich. Der Preis dieses Magazins beträgt DM 9,-.
- Sie erhalten den IMMOBILIEN-PROFI im Abonnement (4 Ausgaben) für nur 30,- DM/Jahr. Das Abo ist jederzeit kündbar.

Bitte per Fax an: 02234/274698 oder per Post an: inmedia – Abo Service, Hasenweide 146, 50226 Frechen.

Den Rechnungsbetrag

ziehen Sie bitte per Lastschrift von meinem Konto ein.

Konto Nr.: _____

Bank: _____

BLZ: _____

habe ich per Scheck beigelegt.

Firma/Ansprechpartner/Stempel _____

Adresse: _____

Tel./Fax: _____

Unterschrift: _____

Name des Bestellers: _____



AUF SCHNELLSTEM WEG...

... ZUM INFORMATIONSVORSPRUNG IN PUNKTO ASSEKURANZ, BAUSPAREN UND INVESTMENT

Sichern Sie sich jetzt Ihren laufenden Infopack, bestehend aus

- AssCompact®,
- **AFS - Fax-Service,**
- **FDS - Fax-Direct-Service** und
- **AMF - eMail-Service!**

Kostenfrei für alle unabhängigen Vermittler und die im Vertrieb tätigen Mitarbeiter von Gesellschaften!

Alle weiteren Abonnenten zahlen lediglich den Selbstkostenpreis von jährlich 120,- DM/Inland bzw. 200,-DM/Ausland (inkl. MwSt. und Porto)!

Vorname, Name: _____

Firma, Funktion: _____

Straße: _____

PLZ, Ort: _____

Telefon, Telefax: _____

Email: _____

Internet: _____

Bitte Bestellung per Post oder Fax an bbg Betriebsberatungs GmbH in Bayreuth

