

# IMMOBILIEN PROFI

DSGVO – 5 NACH 12

Nr. 95



## Schritt 1

**So schützen Sie Ihre  
Homepage**

## Schritt 2

**Diese Unterlagen  
sollten Sie erstellen**



**FLOWFACT**

Relations. Apps.

**Deine Kollegen lieben dich.**

Denn dein professionelles Vorgehen verbessert das Ansehen aller Makler.

Die neue Welt des Real Estate Marketing ist da.  
Heiße Leads entwickeln sich automatisch zu begeisterten Kunden.  
Information trifft Anfrage. Direkt, detailliert und ohne Wartezeiten.  
Gewinne die Herzen -- mit FLOWFACT.

+ 49 221 995 90 387

[www.flowfact.de](http://www.flowfact.de)

# Datenschutz

Am 25. Mai 2018 ist die neue Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) EU-einheitlich in Kraft getreten. Die Verordnung wurde schon am 14. April 2016 vom europäischen Parlament mit einer zweijährigen Übergangsfrist verabschiedet, die nun abgelaufen ist. Nur wenige Unternehmen haben diese Zeit genutzt und sind darauf vorbereitet. Die meisten haben wohl erst vor wenigen Wochen von dieser Verordnung erfahren.

Was will die Datenschutz-Grundverordnung?

Die DSGVO ruht auf fünf einfachen Prinzipien, die schnell erklärt und verstanden sind:

1. Jede Verarbeitung (Speicherung) personenbezogener Daten ist verboten – es sein denn, es liegt dafür eine Einwilligung oder ein „berechtigtes Interesse“ vor.
2. Die Daten-Sparsamkeit verlangt, dass die Verarbeitung auf den notwendigen Umfang beschränkt bleibt. Das wahllose Sammeln von Daten, nur weil man später einmal irgendetwas auswerten möchte, scheidet künftig aus. Beispielsweise wird bei einer Warenbestellung keine Telefonnummer benötigt. Für den Makler stellt sich entsprechend die Frage, ob man für einen Besichtigungstermin die Telefonnummer des Interessenten speichern darf.
3. Mit der Zweckbindung der erhobenen Daten ist gemeint, dass Daten nur für den Zweck verarbeitet werden dürfen, für den sie erhoben wurden. Wenn dieser Zweck erreicht wurde, sind die Daten zu löschen oder zu sperren. Was passiert also mit den Daten von Interessenten, wenn die Immobilie einen Käufer gefunden hat? In keinem Fall ist es erlaubt, diesen Interessenten laufend neue Angebote zu unterbreiten – es sein denn, es liegt eine eindeutige Einwilligung hierzu vor.
4. Die Datensicherheit verlangt, dass die erhobenen Daten vor Missbrauch zu schützen sind. Unberechtigte Personen dürfen keinen Zugang zu persönlichen Daten erhalten.
5. Die fünfte Säule, Transparenz, verlangt, dass Betroffene wissen sollen, dass und welche Daten von ihnen erhoben werden. Das beginnt bereits bei der Makler-Homepage, die unbedingt eine entsprechende Datenschutzerklärung aufweisen muss. Dies wird nach herrschender Meinung bereits bei so genannten „Baustellen-Seiten“ verlangt.

Nichts von alledem würden wir als Betroffene nicht auch unterschreiben. Denn jedes Unternehmen sammelt unsere Daten, und

meistens deutlich mehr davon, als wirklich benötigt wird. Deren Speicherung verursacht heute quasi keine Kosten und bietet dafür jetzt und in Zukunft die Gelegenheit zu den unterschiedlichsten Auswertungen. Im Zweifelsfalle wird alles protokolliert, was anfällt, denn wer weiß schon, was morgen von Interesse sein könnte. Das Löschen von Daten dagegen verursacht Kosten und macht Arbeit.

Doch damit soll nun Schluss sein – so zumindest sind die oben aufgeführten Punkte Erlaubnis-Vorbehalt, Sparsamkeit und Zweckbindung zu interpretieren. Und damit die Grundverordnung ernst genommen wird, hat die EU empfindlich hohe Strafen angedroht. Damit sollen zwar in erster Linie die international operierenden Unternehmen beeindruckt werden, aber auch die Immobilienmakler-Branche ist aufgeschreckt. Denn Makler häufen aus unterschiedlichen Gründen zahlreiche Daten an. Darunter befindet sich oft auch durchaus „sensibles“ Material wie Einkommensnachweise, Finanzierungsbestätigungen, Mieter-Selbstauskünfte oder WEG-Protokolle.

Das allein könnte schon offizielle und selbsternannte Datenschützer auf den Plan rufen, dort einmal nach dem Rechten zu sehen. Der andere Grund wäre, dass Makler mit diesen Daten nicht wirklich umgehen können.

Denn immer wieder erhalten wir ungefragt Immobilienangebote oder werden zu Info-Veranstaltungen eingeladen. Diese Nachrichten werden schlicht an alle Adressen im CRM gesendet, eine Unterscheidung (Kategorisierung) von Empfängergruppen wurde wohl nicht bedacht oder ist zu mühsam. Entsprechend häuften sich in den letzten Tagen und Stunden vor dem DSGVO-Start die Anfragen, ob wir weiterhin im Verteiler der Maklerkollegen verbleiben möchten.

Wir werden beobachten, wie es nun weitergeht. Interessenten-Adressen im sechsstelligen Bereich sind bei einigen Kollegen auf wenige hundert Kontaktdaten inklusive Einwilligung geschrumpft. Die Prüfung und Löschung der Kontakt-Verweigerer wird dauern und viel Zeit verschlingen. Wer frühzeitig auf Adress-Hygiene geachtet hat, der wird nun nachträglich für seine Mühen belohnt!

*W. Berghaus*

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



## Impressum

### IMMOBILIEN-PROFI

**Herausgeber:**

in-media Verlags GmbH, 50670 Köln

**Redaktion:**

Werner Berghaus, Harald Henkel

Mohrenstraße 1-3, 50670 Köln

Tel. 0221 / 16 80 71-0

Fax 0221 / 16 80 71-29

E-Mail: redaktion@immobilien-profi.de

www.immobilien-profi.com

**Beiträge von:**

Werner Berghaus, Bernhard Hoffmann,

Filippo Mannella, Jan Mettenbrink,

Ralf Schwarzhof

Namentlich gekennzeichnete Beiträge

entsprechen nicht unbedingt der

Meinung der Redaktion.

**Layout/Herstellung:**

Britta Wilken

**Auflage:**

10.000 Exemplare

**Vertrieb/Anzeigen:**

in-media Verlag

Tel. 0221 / 16 80 71-20

Fax 0221 / 16 80 71-29

**Erscheinungsweise:**

Immobilien-Profi erscheint sechsmal

jährlich. Der Bezugspreis – inklusive

der Nutzung des Onlinebereichs – für

ein Jahr beträgt 95,- Euro zzgl. Mwst.

**Bildnachweis:**

Titel © by-studio – Fotolia.com; S. 10 © Aleksandr

– Fotolia.com; S. 12 © Konstantin Herrmann –

Fotolia.com; S. 16 © adiruch na chiangmai –

Fotolia.com; S. 25 © kartoxjm – Fotolia.com;

S. 29 © Maxim\_Kazmin – Fotolia.com; S. 33 ©

olezzo – Fotolia.com; Weitere Bilder: Archiv

**Druck:**

Silber Druck oHG, 34266 Niestetal

## Bitte vorher lesen!

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

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

Die Akquise spielt sich in den grün gekennzeichneten Bereichen EGW (Eigentümergeinnung) und AGW (Auftragsgewinnung) ab. Dem folgt die Vermarktung der Immobilie in der LEB (Leistungserbringung). Die weiteren Unternehmensbereiche MGM (Management), FHG (Führung), MKT (Marketing) und FIN (Finanzen) sind selbsterklärend. Jedem Unternehmensbereich sind weiterhin noch Strategien, Prozesse, Tools / Vorlagen, Kennziffern und Definitionen untergeordnet. Auf die einzelnen Unternehmensbereiche wird in jedem Kapitel gesondert eingegangen.

**EGW – Eigentümergeinnung**

Um Kunden zu gewinnen, muss jedes Unternehmen zunächst Interessenten aufbauen. Auch die Akquise eines Maklers ist ein zweistufiger Ablauf, bei dem zunächst Kontakte zu Eigentümern aufgebaut werden, dies ist die Eigentümer-Gewinnung. In der EGW geschieht dies über unterschiedliche Medien wie z.B. Flyer, Imagebrochüren, Veranstaltungen oder das Internet. Wenn es zum ersten persönlichen Kontakt kommt, aktiv oder passiv aus Maklersicht, startet die Auftragsgewinnung (AGW).

**LEB – Leistungserbringung**

Die erfolgreiche Vermarktung oder Vermietung der Immobilie ist das Versprechen des Maklers an den Eigentümer. Der Verkauf heißt deshalb Leistungserbringung, auch um eindeutig festzulegen, dass nur der Eigentümer der Kunde des Maklers ist.

**MGM – Management**

Aufgaben des Managements sind die positive Entwicklung des Unternehmens sowie die Systematisierung des Unternehmens über Arbeitsanweisungen und Prozessdokumentationen.

**FHG – Führung**

Die Mitarbeiter eines Unternehmens, ihre fachlichen und kommunikativen Fähigkeiten, entscheiden maßgeblich über den Erfolg eines Unternehmens. Da Mitarbeiter i.d.R. die höchsten Kosten verursachen, ist es von entscheidender Bedeutung, dass die richtigen Mitarbeiter eingestellt und ihre Fähigkeiten optimal genutzt werden. Die Systematisierung der Führung bedarf der schriftlichen Dokumentation von Führungsgrundsätzen, Rollenbeschreibungen und eines Prozesses für die Rekrutierung von Mitarbeitern.

**MKT – Marketing**

Neben der richtigen Positionierung des Unternehmens im Markt und der Kommunikation zum Kunden gestaltet das Marketing die richtige Wahrnehmung des Unternehmens durch den Kunden. MakeIn21 versteht das Marketing als Strategie, die Zielkunden klar definiert, deren Vorlieben und Entscheidungsstrategien berücksichtigt und eine klare und einheitliche Botschaft nach außen kommuniziert. Die Umsetzung der Marketingstrategie erfolgt schwerpunktmäßig in der Eigentümergeinnung.

**EGW – Eigentümergeinnung**

**Bayreuther Festspiele der anderen Art**

Kollege Peter Vogt, Geschäftsführer der artus Immobilien GmbH aus Bayreuth, konnte im letzten November eine Informationsveranstaltung rund um das Thema Vermietung, Verkauf und Verwaltung durchführen. Von Harald Henkel ..... 8

**Content-XL: Die Roadmap der nächsten 6 Monate**

Wie geht es weiter mit dem Content-System von IMMOBILIEN-PROFI in Kooperation mit Wordliner? ..... 10



**MGM – Management**

**Die Zähmung der Datenmonster**

Datenschutzexperten haben derzeit alle Hände voll zu tun, um ihren Kunden bei der Umsetzung der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) zu helfen. Aber einige Makler waren schon Mitte April recht weit. Von Bernhard Hoffmann ..... 13

**DSGVO Schritt 1: So sichern Sie Ihre Website ab**

Wie es der Makler mit dem Datenschutz hält ist zuerst auf der Website zu erkennen. Damit droht unangenehme Korrespondenz mit Abmahnern. Hier gilt es keine Zeit zu verlieren. Von Werner Berghaus ..... 18



**DSGVO Schritt 2: Welche Abläufe und Unterlagen Sie sich jetzt vornehmen müssen**

Der wichtigste Schritt ist geschafft: Die Website ist in trockenen Tüchern und von außen ist nicht ersichtlich, wie und ob der Makler den Datenschutz beachtet. Von Werner Berghaus ..... 22



**Was passiert mit Newsletter-Verteilern?**

Und wer löscht eigentlich den Speicherchip des Kopierers? Von Bernhard Hoffmann ..... 28

**Einführung des Prozessmanagers (3): Nach der Erprobungsphase laufen die Prozesse rund**

Viele Makler haben mit dem Prozessmanager ihre Arbeitsschritte vereinfacht und standardisiert. Er reduziert die Fehleranfälligkeit, garantiert mehr Dienstleistungsqualität und ein leichtes Einarbeiten der Mitarbeiter. Von Jan Mettenbrink ..... 30



**Rubriken**

**Editorial**

Datenschutz ..... 3

**Professionals**

Expedition Nr. 38: Athen ..... 4

**Branchenbuch**

20/21

**Immobilienverrentung (11): Das Leibrenten-Portal**

Ein Portal, wo Immobilienverrentungen generiert, berechnet und abgewickelt werden können. Von Ralf Schwarzhof ..... 34

**„Wir arbeiten kostenlos für Sie!“**

Warum verschenken Immobilienmakler eine Dienstleistung, die so wertvoll ist? Von Filippo Mannella ..... 38





# Expedition Nr. 38: Athen

Der erste Ausflug des Jahres führte den CompetenceClub vom 19. bis 21. April nach Athen. Nach dem Meet & Greet am Donnerstagmittag ging es schon los zur Besichtigung unterschiedlicher Objekte.

Maklerkollege Dimitri Dimitriakis (Bild unten rechts: Mitte) stellte uns unterschiedliche Investment-Projekte in der Stadt vor.



■ Die meisten Objekte werden zu Freizeit-Immobilien umgewidmet. Bei Investitionen ab 250.000 Euro winken nicht nur beste Renditen, sondern auch eine EU-Aufenthaltsgenehmigung.



■ Natürlich kann man in einer Stadt wie Athen auch ganz besondere Immobilien besichtigen. Die touristischen Aspekte dürfen bei einem Besuch natürlich nicht zu kurz kommen.



Fotos von Robert Hensky und Werner Berghaus

# Bayreuther Festspiele der anderen Art



Erfolgselement: Ansprechende Slogans im gelungenen Design.

Links: Wolfgang Judas (Designhouse), rechts: Sarah Busch (artus Immobilien)

Kollege Peter Vogt, Geschäftsführer der artus Immobilien GmbH aus Bayreuth, konnte im letzten November eine Informationsveranstaltung rund um das Thema Vermietung, Verkauf und Verwaltung durchführen. Der Erfolg ließ nicht lange auf sich warten: Sowohl medial als auch bei seinen Interessenten und Kunden fand die Veranstaltung in der angesagten Location Liebesbier regen Anklang – und die ersten Aufträge flatterten dem Unternehmen noch am selben Abend ins Haus.

„Die Wahl der Location ist ganz entscheidend und wichtig“, betont Vogt gleich zu Beginn des Gesprächs: „5 bis 10 Prozent der Leute kommen nur deswegen, und eine solche Location macht dann schon die ganze Grundstimmung aus, es ist einfach ein tolles Gefühl, wenn man in einer geilen Location ansässig ist. Das Liebesbier ist ein altes Brauereigebäude der Maiselbrauerei mit extrem viel Charme und einem einmaligen Flair“, schwärmt er vom Veranstaltungsort. Damit war der Grundstein gelegt für den „Bayreuther Immobilienstag“, der am 22. November vergangenen Jahres als Informationsveranstaltung für Verkäufer, Vermieter und Verwalter stattfand. Vogt ist also in allen drei Sparten unterwegs und wurde durch einige Kollegen, die seit ein paar Jahren sogenannte Beiratstage im Bereich der Haus- und Grundstücksverwaltung veranstalten, zu seiner Idee, etwas Eigenes auf die Beine zu stellen, angespornt.

**Das Konzept war schnell entworfen:** Drei Vorträge sollten es sein, nach dem zweiten eine Pause, im Foyer Info-Stände seiner Partnerfirmen, und schließlich wollte er auch mit seinem eigenen Team, das an jenem Abend komplett vertreten war, Präsenz zeigen. Neben den Vorträgen organisierte Vogt zusätzlich noch die Einbindung von drei Geschäftspartnern aus dem Immobilienbereich: Zum einen die Interhyp, ihres Zeichens Spezialistin für Baufinanzierung, MFK, ein Hoch- und Tiefbauunternehmen, das auch Renovierungen durchführt und schließlich der Ablese- und Messtechnikspezialist Brunata Metrona. Alle drei Unternehmen hatten, ebenso wie die Kommunikationsagentur von artus Immobilien, einen schicken Stand und kamen in einer exklusiven und lockeren Atmosphäre mit zahlreichen Interessenten ins Gespräch. „Da ging es beispiels-

weise um Themen wie barrierefreier Umbau oder Sanierung, da hatten die Leute relativ viel Interesse. Bei Interhyp und Brunata war dagegen nicht so viel los. Deren Präsenz sollte eher dazu dienen, das Netzwerk zu zeigen und sich als Partner zu präsentieren“, stellt Vogt fest.

**Als Highlight des Vortragsabends** galt schließlich der Vortrag von Mietnomaden-Experte Peter Arndt, der ja auch schon eine IMPULS-Broschüre zum Thema verfasst hat und daher ein gefragter Vortragsredner bei solchen Veranstaltungen ist. Seine Präsentation wurde folgerichtig dann auch erst am Schluss präsentiert, denn, so Vogt: „Wir haben die Erfahrung gemacht, dass, wenn ein Thema am Schluss nicht so spannend ist, die Leute nach der Pause abhauen. Daher haben wir Brunata in die Mitte gepackt und Herrn Arndt zum Schluss auftreten lassen.“ Auch er war über den IMMOBILIEN-PROFI auf den Mietexperten aufmerksam geworden und hatte einen Artikel zum Thema Mietnomaden gelesen. Die besagte Broschüre wurde bei der Info-Veranstaltung dann auch unter den Teilnehmern ausgegeben und fand regen Absatz.

**Überhaupt waren die Teilnehmerzahlen** dafür, dass es Vogts erste Veranstaltung in jenem Jahr war, ziemlich beeindruckend: Auf die 200 Plätze, die insgesamt zur Verfügung standen, kamen schließlich 175 Anmeldungen. Dafür hat Vogt vorher auch kräftig die Werbetrommel gerührt: „Wir haben die Leute gezielt aus dem Bestand eingeladen, mit einer Werbeagentur Flyer entwickelt und auch einen Videotrailer konzipiert. Der Versand erfolgte dann zum einen klassisch per Post, aber wir haben auch selbst in die Briefkästen der Region verteilt. Insgesamt beanspruchen wir als artus drei Farminggebiete in der Region Bayreuth“, so Vogt. Auch in den örtlichen Medien bewarb er den 1. Bayreuther Immobilienstag nach Kräften: Mit großformatigen Anzeigen in Verbindung mit einem redaktionellen Bericht war er unter anderem in der Sonntagszeitung sowie dem Bayreuth-Journal medial gut präsent. Die örtlichen Medien berichteten schließlich auch im Nachgang über die gelungene Veranstaltung, und zwar nicht nur auf den klassischen Printkanälen, sondern teilweise auch auf ihrer Facebook-Seite, so wie das Bayreuth-Journal. Und schließlich holte sich Vogt auch für die Abendmoderation professionelle Unterstützung: Dank guter Ge-





Wir haben von einigen  
Mitbewerbern sogar  
ein Lob bekommen.  
Wenn das kein Zeichen  
dafür war, dass es gut  
gewesen sein muss.



Geschäftsführer Peter Vogt im regen Austausch mit einem Besucher.

schaftsbeziehungen durch Radiowerbung konnte er einen Moderator des Senders für den Abend gewinnen.

**Und wie war die Resonanz der Teilnehmer?** „Wir haben unglaublich viel positives Feedback erhalten, nicht nur am Abend der Veranstaltung direkt, sondern vielfach auch danach. Vor allem der Vortrag zu Mietnomaden kam gut an. Die wenigsten hatten im Vorfeld eine Ahnung davon, dass es wirklich so viele Probleme geben könnte am Mietermarkt“, resümiert Vogt. Bereits während der Veranstaltung konnte er schon mit vielen potenziellen Verkäufern und Vermietern sprechen, da die Leute in einer solchen Atmosphäre sehr offen seien. So offen, dass sie Vogt mittlerweile schon fünf Aufträge im Bereich Verkauf gegeben haben. Ein Grund mehr für ihn, eine solche Veranstaltung auch in der Zukunft durchzuführen. Das Feedback war so positiv, dass er den Bayreuther Immobilientag wohl jährlich als festen Termin durchfüh-

ren wird, z.B. mit dem Thema Barrierefreiheit. Auch dann soll die Anmeldeschwelle bewusst niedrig gehalten werden: Keine Adresse oder E-Mail, der Name allein genügt für die Anmeldung. „Wir wollen unsere Veranstaltung als reine Info-Veranstaltung etablieren, ohne die Teilnehmer im Vorfeld oder Nachgang mit Spam-Mails oder ungewollter Kontaktaufnahme zu belästigen bzw. sie mit Newslettern zu bombardieren. Wir wollen nicht, dass der Kunde denkt, er muss nun ausschließlich über uns vermitteln“, stellt Vogt klar.

**Diese Strategie scheint aufzugehen.** Und zwar so gut, dass neben den zahlreichen Interessenten auch vier oder fünf interessierte Maklerkollegen anwesend waren oder ihre Angestellten zur Veranstaltung geschickt hatten. „Wir haben von einigen Mitbewerbern sogar ein Lob bekommen. Wenn das kein Zeichen dafür war, dass es gut gewesen sein muss“, meint er augenzwinkernd. ■ Harald Henkel



Fast bis auf den letzten Platz gefüllt waren die Stuhlreihen in der angesagten Bayreuther Location „Liebesbier“.

# Content-XL: Die Roadmap der nächsten 6 Monate

Wie geht es weiter mit dem Content-System von IMMOBILIEN-PROFI in Kooperation mit Wordliner?

Seit Frühjahr 2017 liefert das Content-XL Paket engagierten Immobilienmaklern wöchentlich abwechslungsreiche Inhalte für jeweilige Website

## Das Content-XL Paket bietet

- wöchentlich einen aktuellen Beitrag zu Themen rund um die Immobilie. Der Beitrag kann sowohl auf der eigenen Website als auch in den sozialen Medien veröffentlicht werden.
- Monatlich erscheint ein aktuelles Video zu Immobilien-Themen.
- Einmal im Quartal entsteht eine Vorlage für ein Kundenmagazin, erstellt aus den wöchentlichen Beiträgen und ideal als Print-Ausgabe nutzbar.

Geschickt eingesetzt, steigert das Content-Paket die Relevanz Ihrer Webseite. Einerseits durch vermehrte Zugriffe: ein Makler

in Aachen bindet den aktuellen Beitrag stets in seinen wöchentlichen Newsletter ein und verzeichnet seitdem steigende Nutzerzahlen auf der Homepage. Andererseits erhöht die Veröffentlichung zu immobilien-relevanten Themen auch die Aufenthaltsdauer von Nutzern der Webseite, was an Google ein durchaus positives Signal sendet. Zudem können die aktuellen Beiträge über die sozialen Medien beworben werden, was zusätzlich die Zugriffe auf die Maklerhomepage erhöht. Kosten: Monatlich 250 Euro bzw. 165 Euro für Mitglieder

**Schwierigkeiten und die Lösung** Doch bald zeigten sich erste Schwierigkeiten bei der Nutzung des Content-Angebots. Vielen Maklern fehlte die Möglichkeit, die Inhalte regelmäßig zu veröffentlichen. Dafür gab es unterschiedliche Gründe, in einigen Fällen fehlte die technische Kompetenz oder die Zeit, um eigene Inhalte regelmäßig auf der Maklerwebsite zu platzieren, in anderen Fällen ließen die Maklerwebsites das Einbinden aktueller Inhalte nicht zu.

## Neu: Content-Sync

Seit April 2018 steht nun optional das Tool „Content-Sync“ zur Verfügung. Hier werden aktuelle Inhalte automatisch in die Makler-Webseite überspielt. Dieser Service ist kostenlos und kann von allen Nutzern angefordert werden. Weitere Infos finden Sie unten.

Damit ist ein wichtiger Schritt in der Weiterentwicklung des Content-XL Pakets bereits erfolgt. Doch es geht weiter:

## Wie kommt der Content-Sync auf Ihre Homepage?

Die Einbindung des Content-Sync ist für Sie kostenlos. Melden Sie sich einfach per Mail oder telefonisch an 0221 / 168071-10

## Roadmap Content-XL

MASSNAHME	geplant	Status
Konzeption, Programmierung und Test des Content-Sync	März–April 2018	erledigt
Einbindung auf diversen Nutzer-Seiten	Ab Mai 2018	Läuft
Diverse Fachartikel zum privaten Immobilien-Verkauf	Ab April 2018	Läuft
On-Page-Marktpreisschätzung als „DSGVO-Buster“ (s.u.)	Mai 2018	Beta
E-Book: „Privater Immobilien-Verkauf“	Juni 2018	Läuft
On-Page-Exposé als „DSGVO-Buster“ (s.u.)	Juni 2018	Beta
Online-Page „Privater Immobilien-Verkauf“	August 2018	
E-Book: „Wohnen im Alter“	Sept. 2018	
E-Book: „Immobilien-Investment“	Dez. 2018	



### E-Books

E-Books sind eine gute Gelegenheit, um Privatverkäufer zur Kontaktaufnahme zu animieren. Dabei bietet der Makler Unterstützung beim privaten Immobilienverkauf auf seiner Webseite an. Hierzu genügt ein knackiger Werbetext (Teaser), der den Nutzen des kostenlosen E-Books beschreibt. Der Eigentümer muss nun nur noch seine Adresse eingeben (inkl. Zustimmung zur Speicherung seiner Adresse, Newsletter-Empfang und / oder Einwilligung zur Kontaktaufnahme) und schon nach wenigen Minuten kann er das E-Book herunterladen.

### On-Page-Marktpreiseinschätzung

Viele Kollegen nutzen bereits die „kostenlose Wertermittlung“

als Lead-Generator. Jedoch erhält der Eigentümer diese Informationen per PDF und flüchtet damit von der Website. Bei On-Page-Diensten werden Informationen ausschließlich auf Ihrer Website präsentiert.

### On-Page-Exposé

Mit Exposés verhält es sich wie mit der Marktwerteinschätzung – Sie verlieren mit einem PDF die Nutzer auf der Homepage. Beim On-Page-Exposé erhält der Interessent einen Link auf die Website, und zwar nur dann, wenn dem Widerruf, dem Datenschutz und weiteren Informationslieferungen zugestimmt wurde. ■

Weitere Infos unter: [www.Extra.IMMOBILIEN-PROFI.de](http://www.Extra.IMMOBILIEN-PROFI.de)



## Marktbeobachtung Immobilien-Akquise

[www.immobilien-marktdaten.de](http://www.immobilien-marktdaten.de)

## Objektmangel? Schauen Sie mal ins IMV!

- Gewerbliche und private Angebote aus Zeitungen und Internet
- Einfache und effiziente Workflows für die Objektakquise
- Marktbericht mit Auswertungen und Charts
- Zugriff auf rückwärtige/historische Daten
- Benachrichtigung bei neuen Objekten

Sofort kostenfrei testen mit Daten aus Ihrer Region:  
[www.imv-online.de/jetzttesten](http://www.imv-online.de/jetzttesten)

IMV GmbH  
Grafinger Ring 8 • 85293 Reichertshausen  
Telefon 0 84 41 - 80 54 83





# 5 nach 12

## Special DSGVO

# Die Zähmung der Datenmonster

Bernhard Hoffmann

Datenschutzexperten haben derzeit alle Hände voll zu tun, um ihren Kunden bei der Umsetzung der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) zu helfen. Aber einige Makler waren schon Mitte April recht weit. Welche Erfahrungen sie gesammelt haben und welche Ratschläge sie für diejenigen haben, die sich gerade mit der Umsetzung befassen, ist Gegenstand des nachfolgenden Beitrags.

Makler sind ausgeprägte Datensammler und somit besonders stark von der DSGVO betroffen, die am 25. Mai in Kraft getreten ist. Bereits beim Erstkontakt, wenn ein Interessent über ein Portal ein ausführliches Exposé erfragt, häufen sie personenbezogene Daten an. Dies ist sinnvoll, weil die Anfrager über den Widerruf belehrt werden können. Außerdem ist es für den Objektnachweis wichtig, falls es zu Provisionsstreitigkeiten mit dem Erwerber kommt. Bei beliebten Objekten werden innerhalb weniger Stunden häufig Personendaten von über einhundert Interessenten in der Software erfasst, auch wenn nur einer von ihnen die Immobilie erwerben kann. Die unnötig erfassten Daten müssen in der Regel im Anschluss gelöscht werden.

Eine harte Nuss war es für  
die befragten Makler ferner, Löschregeln  
für ihre Kundengruppen zu finden.

Nun gelten aber für die einzelnen Daten unterschiedliche Löschzeiträume und jeder Makler hat in seinem Büro andere Arbeitsweisen. Entsprechend wirkt sich die Datenschutzverordnung auf seine Organisation und seine Arbeitsabläufe aus. Außerdem muss er technische Maßnahmen ergreifen.

**Essentiell wichtig: Das „Äußere“ absichern.** Selbst systematisch organisierte Makler wie Matthias Thater aus Paderborn holen sich Unterstützung bei einem IT-Experten, in diesem Fall bei Lars Loppe, Geschäftsführer der Maklerwerft. Die Herausforderung bestand für Thater darin, die Kontaktdaten, die er in seiner Software hat, besser zu strukturieren. Bis Mitte April hatte er etwa drei Arbeitstage in die Umsetzung der DSGVO-Vorgaben gesteckt und etwa 85 Prozent der Aufgaben abgearbeitet. Nun weiß er, welcher Status hinter jedem Kontakt steht: ist es ein Interessent oder ein Käufer, der vor sechs Monaten eine Provisionsrechnung erhalten hat, oder

ein Newsletter-Abonnent. Dies sieht er als großen Vorteil, der mit der DSGVO einhergeht.

Wer sich erst jetzt um die Umsetzung der Datenschutzanforderungen kümmert, sollte zwei Dinge befolgen, rät Datenschutzexperte Eric Drissler. Er sollte erstens mit denjenigen Arbeiten beginnen, die mit wenig Expertise und überschaubarem Aufwand verbunden sind. Dazu zählen Vertraulichkeitserklärungen der Mitarbeiter und Auftragsverarbeitungsverträge mit freien Mitarbeitern und Dienstleistern (siehe Kasten S. 14). Zweitens müssen diejenigen Bereiche möglichst bald datenschutzkonform gestaltet werden, die von außen erkennbar sind. So sollte man schnell die Datenschutzerklärung auf der Webseite auf Vordermann bringen. „Bei vielen Erklärungen handelt es sich nämlich um Standardtexte. Die neuen Regelwerke müssen aber auf die konkrete Datenverwendung des Maklers eingehen. Wenn er zum Beispiel kein Plug-In für Facebook auf seiner Webseite hat, sollte hierzu auch nichts in seiner Erklärung stehen“, so Drissler, der Geschäftsführer von ED Computer & Design ist und ebenfalls Makler bei der Umsetzung der DSGVO-Richtlinien unterstützt. Ferner zählt der datenschutzkonforme Umgang bei Exposé-Anfragen dazu. Fragt der Kunde über ein Portal weitere Objektinformationen an, muss er transparent über den Umgang seiner Daten im Maklerbüro informiert werden. (Er muss sie jedoch nicht als gelesen abhaken.) Diese Einfallstore, bei denen Fehler mit wenigen Klicks ersichtlich werden, rechtssicher zu gestalten, sei wichtig, so Drissler. Denn ein Abmahner oder Konkurrent könnte Fehler leicht finden und gegen den Makler vorgehen.

**Innerbetriebliche Maßnahmen auch später noch möglich.** Den innerbetrieblichen Umgang mit sensiblen Daten werden hingegen nur die Aufsichtsbehörden prüfen. Daher kann, zum jetzigen Zeitdruck, dessen Anpassung danach erfolgen. Wie sehr die Prüfer ihrer Pflicht nachkommen können, wird die Zukunft zeigen. Derzeit sind bundesweit tausend Personen mit der Kontrolle der rund 3,5 Millionen Unternehmen beschäftigt.

Zu diesen innerbetrieblichen, dokumentarischen Maßnahmen zählen, laut Drissler, die Verzeichnisse der Verarbeitungstätigkeiten. Sie dienen dem Nachweis einer DSGVO-konformen Datenverarbeitung, etwa beim Anlegen von Neukunden wie Miet- und Kaufinteressenten oder dem Datenaustausch mit einem Dienstleister, der After-Sales-Postkarten im Auftrag des Maklers adressiert und verschickt. Ferner fällt darunter die Maklerwebseite, die in der Regel Personendaten

über Kontaktformulare, Newsletter-Abos etc. abgreift und automatisch in der Software speichert. Das Erstellen dieser Verzeichnisse klingt komplizierter als es ist. Hierbei kann, z.B. tabellarisch, festgelegt werden, an welchen Stellen der Arbeitsprozesse von welchem Mitarbeiter welche personenbezogenen Daten verwendet und wann diese gelöscht werden. Der Gesetzgeber schreibt bei diesen Verzeichnissen nur vor, was Datenverwender angeben müssen, die Form kann

## EINFÜHRUNG DER DSGVO: CHECKLISTE

### Kaum Aufwand verursacht:

- Verpflichtung der Mitarbeiter auf Vertraulichkeit.
- Ggf. Datenschutzbeauftragten benennen und an Datenschutzbehörde mit Kontaktdaten melden, falls das Unternehmen aus mindestens zehn Personen besteht, die mit Personendaten arbeiten.
- Mit Dienstleistern wie Layoutern, Messdienstleistern etc. Auftragsverarbeitungsverträge abschließen. Darin wird u.a. vereinbart, dass sie gemäß den DSGVO-Richtlinien professionell mit den vom Makler zur Verfügung gestellten Daten umgehen.
- Datenschutzerklärung auf der Website anpassen (z.B. mit Generator auf [www.anwalt.de](http://www.anwalt.de) oder [www.e-recht24.de](http://www.e-recht24.de)). Hinweis/Link darauf in Exposés, Alleinaufträgen, etc.
- PC, Firmen-Smartphones und -Tablets mit Passwörtern versehen, ggf. Datenübertragung verschlüsseln; Qualität von Virenschutz, Backups prüfen.

### Mit mehr Aufwand verbunden:

- Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten erstellen. Makler, die mit Prozessen arbeiten, wird dies leichter fallen, weil Inhalte zum Großteil vorliegen.
- Schulung der Mitarbeiter.
- Datenschutz-Lückensuche: Nach der Deadline prüfen, ob im Tagesgeschäft tatsächlich mit sensiblen Daten sparsam umgegangen wird, die Daten rechtmäßig verarbeitet und zu gegebener Zeit gelöscht werden. Wie steht es um Zugriffskontrolle und -berechtigung sowie Datensicherheit?
- Erfüllen die Technik von Software und Webseite die DSGVO-Vorgaben? So muss der Verbraucher z.B. einen Haken setzen, wenn er einen Newsletter abonnieren will. Daten von Personen, die Immobilien-Suchaufträge online einpflegen, müssen per SSL-Verschlüsselung vom Browser auf den Rechner übertragen werden.



**Wer beispielsweise nur ein Exposé aufruft und sonst keinen Kontakt zu uns per Mail oder Telefon sucht, wird nach sechs Monaten automatisch gelöscht.**

jeder selbst festlegen. (Hierfür gibt es kostenlose Vorlagen bei der Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit, [www.gdd.de](http://www.gdd.de) bzw. bei den Datenschutzaufsichtsbehörden der Länder.)

„**Makler, die seit Jahren mit Prozessmanagern arbeiten**, haben beim Erstellen ihrer Verarbeitungstätigkeiten klare Vorteile“, so die Erfahrung von Lars Loppe. Sie haben die Abläufe ihrer Firma in der Software beziehungsweise in Handbüchern dokumentiert und müssen diese lediglich um die geforderten Datenangaben ergänzen. So mussten bei der Volksbank Trier Immobilien GmbH, die seit acht Jahren mit dem Prozessmanager in Flowfact arbeitet, Geschäftsführer und Assistentin etwa drei Arbeitstage für das Implementieren der Datenschutzrichtlinien investieren. Geschäftsführer Arthur Rosch rät Kollegen, einen Experten bei der Umsetzung hinzuzuziehen.

### Moment mal: Was wird eigentlich wie und wann gelöscht?

Eine harte Nuss war es für die befragten Makler ferner, Löschregeln für ihre Kundengruppen zu finden. Bei Thater Immobilien wurden 16 Gruppen herausgearbeitet, bei denen sich das Unternehmen die Frage stellt, was mit den Personendaten passiert. „Dies ist bei jedem Unternehmen anders, weil jedes anders arbeitet, teils mehrere Softwareprodukte verwendet, Filialen hat oder mit einem Finanzierer oder Hausverwalter kooperiert und somit viele Personendaten austauscht“, erläutert Loppe. Bei Thater gibt es als Kundengruppe u.a. verkaufswillige Eigentümer, Eigentümer im Vormarkt, Investoren, Kunden mit Suchaufträgen, Newsletter-Abonnenten und Finanzierungsinteressenten. Für jede Einheit erarbeitete er zusammen mit den Maklerwerft-Experten Datenschutzvorsorgeweisen aus.

„Unseren Adressbestand haben wir von 25.000 auf 10.000 Daten reduziert; alle Karteileichen fielen raus.“

Bei der Volksbank Trier Immobilien GmbH verursachten ebenfalls die Löschregeln den größten Aufwand. „Wer beispielsweise nur ein Exposé aufruft und sonst keinen Kontakt zu uns per Mail oder Telefon sucht, wird nach sechs Monaten automatisch gelöscht. Wir mussten aber auch in der Software Vorkehrungen treffen, dass auf Rechnungen, die wir aus steuerlichen Gründen zehn Jahre aufbewahren müssen, nur Be-



**immoGrafik®**  
for better sellings

# Preiswert und schnell. RUCKZUCK!

## Der immoGrafik-Druckdienst.

Vervollständigen Sie an Ihrem Rechner Drucksachen-Vorlagen für Ihren Vertrieb wie Prospekte, Einkaufsbroschüren, Immobilienzeitung und vieles mehr. Sie gestalten. Wir drucken. Hochwertig ab 1 Stück.



Jetzt einfach ausprobieren:

[immografik.de](http://immografik.de)



”

Wie bei jeder Umstellung, ... , führt dies dazu, dass Makler, die als Solounternehmer tätig waren, keine Lust haben, sich um diese technischen und organisatorischen Änderungen zu kümmern.

rechtigte wie die Buchhaltung Zugriff haben“, so Geschäftsführer Arthur Rosch. Ähnliches gilt für die Daten, die auf Basis des Geldwäsche-Gesetzes fünf Jahre zu archivieren sind. Dabei muss gewährleistet werden, dass diese ebenfalls gesperrt und nicht für jeden Mitarbeiter zugänglich sind.

Roschs Team, das aus 14 Personen besteht, arbeitet nach vier Wochen Vorbereitungszeit seit Anfang April in weiten Teilen gemäß den Datenschutzvorgaben. Seitdem werden alle Neukunden über die Datenschutzregeln informiert und ihre Daten mit entsprechenden Löschregeln versehen.

Kollege Thater glaubt: „Wenn unser System spätestens Ende Mai läuft, dann bin ich überzeugt, dass der Großteil der Arbeiten automatisch von der Softwaretechnik erledigt wird. Das System erkennt, welche Kundengruppe welche Speicherfristen auslöst und setzt dies entsprechend um.“

**Auch Softwareanbieter arbeiten an Lösungen.** In der Software von onOffice können mit einem neuen „Speichern-bis“-Feld

bei den Kundendaten Löschfristen und -gründe hinterlegt werden, die zu gegebener Zeit weitestgehend automatisiert Daten eliminieren.

„Bei Aigner Immobilien in München sind die meisten Interaktionen mit Kunden nicht älter als sechs Monate, sofern nicht bereits langfristig andauernde Geschäftsbeziehungen bestehen beziehungsweise der Kunde nicht ohnehin seine Einwilligung zur Speicherung bis auf Widerruf gegeben hat, weil er weitere Angebote möchte“, erläutert Geschäftsführer Thomas Aigner.

Maklerin Sabine Knabe-Vieler fand die Regelungen zur Weitergabe personenbezogener Daten an Dritte kompliziert. Da sie mit einem Finanzierungsberater zusammenarbeitet sowie freie Mitarbeiter beschäftigt und ihre Angestellten teils im Homeoffice tätig sind, mussten hier klare Regeln für die Übermittlung der Kundendaten erarbeitet werden. „Beschäftigte im Homeoffice müssen beispielsweise ihre Rechner mit einem Passwort schützen, außerdem muss sichergestellt sein, dass Dritte nicht einfach Zugang zu ihrem Arbeitsplatz haben“, so die Maklerin aus Melle.

Sie ließ sich von Drisslers Unternehmen beraten. Dieses erstellte im Rahmen eines Audits einen 35-seitigen Fragenkatalog mit 571 Punkten, die entweder grün, also bereits bei Knabe Immobilien umgesetzt waren, oder gelb und rot waren, was bedeutet, dass das Maklerunternehmen diese noch abarbeiten musste. Dabei hat die Maklerin bereits im Februar 2017 begonnen, sich mit der DSGVO-Umsetzung zu befassen. Das frühzeitige Beschäftigen mit der Materie wurde allerdings nicht immer belohnt. Sie hatte bereits mit Dienstleistern auf Basis eines offiziellen Musters Auftragsverarbei-



tungsverträge abgeschlossen, als nach einigen Wochen der Hinweis kam, dass das Muster nicht mehr auf dem rechtlich aktuellen Stand war. Daraufhin musste sie mit den Betroffenen neue Verträge abschließen. Nicht weniger herausfordernd waren die Erarbeitung der Verfahrensdokumentationen und die Risikobewertungen.

**Auch das gibt's: Vorteile der DSGVO für das Kundendatenmanagement.** Knabe-Vieler kann den neuen Regeln auch Positives abgewinnen. Sie dampfte ihren Adressbestand von 25.000 auf 11.000 Personen und Unternehmen ein. „Wir gehen nun bewusster mit Daten um und haben außerdem unsere Kunden und Geschäftspartner mit einer separaten Mail angeschrieben und gefragt, ob wir ihre Kontaktdaten weiterhin speichern dürfen. Das finden viele gut und merken, dass wir Datenschutz ernst nehmen.“

Rosch von der Volksbank Trier Immobilien stößt ins gleiche Horn: „Unseren Adressbestand haben wir von 25.000 auf

10.000 Daten reduziert; alle Karteileichen fielen raus. Von den verbliebenen Personen wissen wir genau, was sie wollen, mit ihnen können wir arbeiten. Das verbessert die Kundenbeziehung.“ Einen Vorteil sieht er auch im Vertrieb: „Wir erhalten über das Tool Imtect automatisch Akquise-Chancen bei Privatverkäufern. Wenn wir diese Kontakte nicht innerhalb von sechs Monaten bearbeiten, müssen sie gelöscht werden. So sind wir angehalten, zeitnah zu agieren. Eine Wiedervorlage in unserer Software unterstützt uns dabei.“

Makler Thomas Aigner geht davon aus, auf diesem Weg sogar neue Mitarbeiter zu finden. „Wie bei jeder Umstellung, egal ob bei der Einführung des Bestellerprinzips oder der Widerrufsbelehrung, führt dies dazu, dass Makler, die als Solounternehmer tätig waren, keine Lust haben, sich um diese technischen und organisatorischen Änderungen zu kümmern. Stattdessen schließen sie sich als Mitarbeiter größeren Maklerunternehmen an, wie unserer Firma mit sieben Standorten und über 100 Mitarbeitern.“ ■

Immobilien.  
Einfach. Sicher. Bewerten.

SPRENGNETTER

**Immobilienbewertung  
einfach, sicher & überzeugend**

Mit der professionellen Bewertungssoftware  
SprengnetterONE MaklerEdition

Jetzt  
Testbewertung  
anfordern

#### Weitere Informationen

🌐 [www.sprengnetter.de/makleredition](http://www.sprengnetter.de/makleredition)

☎ 02641 91 304441

- › **Einfach:** Dank der intuitiven Bedienoberfläche und mit nur wenigen Eingaben erstellen Sie in kürzester Zeit fundierte Immobilienbewertungen.
- › **Sicher:** Auf Basis von einer der größten deutschen Datenbanken mit regionalisierten, adress- und objektbezogenen Marktdaten ermittelt die Software einen stichtaggenauen, marktkonformen Verkehrswert.
- › **Überzeugend:** Gewinnen Sie Kunden mit aussagekräftigen und nachvollziehbaren Kurzgutachten in Ihrem Design.

## DSGVO Schritt 1

# So sichern Sie Ihre Website ab

Werner Berghaus

Wie es der Makler mit dem Datenschutz hält, ist zuerst auf der Website zu erkennen. Damit droht unangenehme Korrespondenz mit Abmahnern. Hier gilt es keine Zeit zu verlieren.

Jede Website erhebt und speichert Daten. Das ergibt sich allein dadurch, weil auf dem Web-Server entsprechende „Log-Dateien“ gespeichert werden. In diesen Logdaten wird unter anderem die jeweilige IP-Adresse des Besuchers sowie Datum und Uhrzeit des Besuchs gespeichert. Aus diesen Daten lässt sich – wenn auch mit entsprechendem Aufwand – die Person des „Users“ ermitteln, also ein klarer Fall für den Datenschützer. Somit ist sogar eine minimalisierte Website (Visitenkarte) und selbst eine klar erkennbare „Baustellen-Seite“ für den Datenschutz relevant. Es gibt keine Internet-Präsenz, die nicht Daten erhebt, auch wenn eine Interaktion nicht möglich ist.

**Daraus folgt, dass jede Website** nach der Datenschutz-Grundverordnung eine entsprechende „Datenschutzerklärung“ (DSE) braucht. Diese DSE gab es zwar schon nach dem Bundesdatenschutz-Gesetz, aber seit dem 25. Mai werden zahlreiche weitere Angaben benötigt. Somit ist es für jeden Sachkundigen mühelos erkennbar, ob der Datenschutz auf dem aktuellen Stand ist.

Zunächst sollte die DSE auf der Website schnell auffindbar sein. Diese Erklärung irgendwo im Impressum oder bei „Über uns“ zu verstecken, bedeutet, sich dadurch angreifbar zu machen. Es empfiehlt sich, den Link zur Erklärung im unteren Teil der Seite gut sichtbar zu platzieren.

Nun muss der Datenschutz aber noch explizit beschrieben werden, dazu stehen entsprechende Text-Automaten (Generatoren) oder Vorlagen zur Verfügung. Da sich die Anforderungen daran in den letzten Wochen vor dem Stichtag immer wieder geändert haben, ist es zweckmäßig, aktuelle Empfehlungen mit dem vorhandenen Datenschutz-Hinweis zu vergleichen.

Hier empfehlen wir die Vorlage des IDO-Verbandes zu nutzen (siehe: [www.Extra.IMMOBILIEN-PROFI.de](http://www.Extra.IMMOBILIEN-PROFI.de)), denn einerseits stehen Mitgliedern des IMMOBILIEN-PROFIs auch alle Angebote und Vorteile dieses Verbandes zur Verfügung und andererseits



Cookies speichern Daten im Browser der Nutzer und werden dort wieder ausgelesen und so geraten sie natürlich ins Visier der Datenschützer.

erseits können Makler so schnell die kommenden Updates der Vorlage integrieren.

**Es reicht nicht, andere Vorlagen einfach zu kopieren**, stattdessen muss der Website-Betreiber genau beschreiben, welche Daten auf der Homepage erfasst werden und was damit passiert. In der IDO-Vorlage wird angezeigt, wo welche Angaben erforderlich sind aber auch, welche Angaben gestrichen werden müssen (!). Denn die DS-Erklärung muss mit der Realität übereinstimmen. Wenn die Website beispielsweise keine „Cookies“ auf den Rechnern der Nutzer speichert, dann muss dieser Hinweis in der Erklärung auch entfernt werden. Gleiches gilt für Analyse-Tools wie Google-Analytics, wer es nicht verwendet, der streicht den Absatz aus der DSE. Gleiches gilt auch für die Einbindung von Social-Media-Widgets. Da diese Ableger der großen Plattformen Daten auf der Makler-Website sammeln, gehört auch das in die Erklärung.

**Beliebt sind die Plug-Ins von Facebook & Co** zum Teilen und Liken von Inhalten unmittelbar auf der Website. Schon 2016 wurde dazu ein Urteil des Landgerichts Düsseldorf gesprochen, weil diese Plug-Ins Daten der User an fremde Webseiten in den USA (hier Facebook) übermitteln. Passiert ist zwar seit dem Urteil nicht viel, aber es steht zu befürchten, dass dies im Rahmen der DSGVO-Hysterie an- bzw. abgemahnt wird.

**Aufräumen ist angesagt.** Auf den Webseiten haben sich viele Spielsachen angesammelt, die irgendwann einmal nützlich erschienen oder „schick“ waren. Hier sollte man prüfen, was wirklich gebraucht wird. Ein Beispiel sind so genannte „Web-Fonts“, das sind Schriftarten, die Google kostenlos, aber online bereitstellt. Doch wenn kein Geld fließt, heißt das bei Google noch lange nicht, dass es wirklich nichts kostet. Die Währung ist eine andere, und tatsächlich werden über diese Webfonts nur wieder Daten über den großen Teich übermittelt. Ein ähnlicher Fall stellt sich mit Analyse-Tools, allen voran Google Analytics. Hier werden die Daten der Besucher zu Google übermittelt und dort aufbereitet. Der Webseiten-Betrei-

## Virtuelle 360°-Besichtigungen

einfach, effizient & preiswert

inkl.  
Passwort-  
schutz

zur besseren Orientierung wird  
eine animierte Vorschau vom  
Standpunkt angezeigt, in den  
man sofortigen möchte

Individualisierung durch die Einarbeit-  
ung von Logos und Portraits des  
Ansprechpartners

umweltfreundliche  
Kontaktübernahme  
auf der 360° Tour

inkl.  
Navigation über  
den Grundriss



inkl. Ogulo | Meeting

Alle geliebten Ogulo-Funktionen inklusive:

- Ogulo | Meeting - Fernwartung inkl. Chat- & Telefonkonferenz
- Statistische Auswertung - Erfahren Sie wer, wie lange & wie oft sich die Immobilie in welchem Raum & zu welcher Uhrzeit virtuell angeschaut hat
- Ogulo-App - für iOS- & Android-Endgeräte
- Widerrufs-Funktion & Individuelle Email-Vorlagen
- Nahtlose Integration in Ihre CRM-Software & in Ihre Homepage

Mehr Infos unter:

[www.ogulo.de](http://www.ogulo.de)



Mit dem Ogulo | Meeting führen Sie einen oder mehrere Interessenten gleichzeitig durch die 360°-Tour via Fernwartung inkl. Chat- & Telefonkonferenz.

## Spezielle Dienstleistungen



**multiphone**

**365 Tage**  
telefonisch erreichbar sein

multiphone communications center  
GmbH & Co. KG

Altenberger Str. 180/0  
90461 Nürnberg

Telefon: 6900 / 74 66 324  
www.multiphone.de

## Spezial Software



**Immobilien-Marktbeobachtung**

IMV GmbH  
0 84 41 - 80 54 83  
www.immobilien-marktdaten.de

**IMV**  
MARKTDATEN

WARUM  
LANGE VERMARKTEN  
WENN ES AUCH  
SCHNELL GEHT?  
AM SCHNELLSTEN  
MIT HOME STAGING

www.dghr-info.de




**ogulo**

www.ogulo.de



Beschleunigter Verkauf  
zum maximalen Preis.

Wir inszenieren Ihre Immobilie!

www.cosi-home.de

### Sie gehören auch in unser Branchenbuch für IMMOBILIEN-PROFIS?

Ihre Textanzeige im Format 90 x 25 mm für nur 100 Euro/Ausgabe  
oder Ihre gestaltete Anzeige im Format 90 x 55 mm  
für nur 200 Euro/Ausgabe

Tel. 0221/168071-10 oder [www.immobilien-profi.com](http://www.immobilien-profi.com)

ber kann nun interessante Analysen über das Verhalten seiner Besucher anstellen. Aber macht man das oder kann man darauf verzichten?

Falls ja, raus damit! Es gibt andere Analyse-Tools, beispielsweise als Plug-In für Wordpress-Seiten, die Daten lokal auswerten und keinen Dritten mitversorgen.

Falls nein, muss die IP-Adresse der Nutzer anonymisiert werden (siehe [www.Extra.IMMOBILIEN-PROFI.de](http://www.Extra.IMMOBILIEN-PROFI.de)), doch das reicht den Datenschützern noch nicht, denn es wird eine Opt-In bzw. Opt-Out Möglichkeit verlangt. Das heißt, der Nutzer muss der Verarbeitung seiner Daten durch Google Analytics ausdrücklich zustimmen, so jedenfalls will es derzeit der Datenschutz in NRW. Dann aber kann man als Maklerunternehmen auch gänzlich auf Analysetools verzichten.

„Cookies“ sind kleine Text-Dateien, die von einer Website auf den Rechnern der Besucher gespeichert werden. Ohne ins Detail zu gehen, sind viele nützliche Funktionen einer modernen Website ohne diese kleinen Datenpakete nicht möglich. Zum Beispiel kann eine Webseite damit die Anmeldedaten des Nutzers speichern, damit man nicht immer wieder das Passwort eintippen muss.

Cookies speichern Daten im Browser der Nutzer und werden dort wieder ausgelesen und so geraten sie natürlich ins Visier der Datenschützer. Bislang, nach altem Bundesdatenschutz-Gesetz, reichte es, auf der Seite anzuzeigen, dass Cookies eingesetzt werden. Schließlich hat Besucher über die Einstellungen seines Browsers stets die Möglichkeit, die Verwendung von Cookies zu sperren oder diese automatisch zu löschen. Doch

## Makler Software



## Software Service

**HASIVAR FLOWFACT Services**

25 Jahre FLOWFACT KnowHow – alle Standards  
Installationen, Updates, Vorlagen, Prozesse, Schulung  
[www.hasivar.net](http://www.hasivar.net)

## Weiterbildung

[www.sprengnetter.de](http://www.sprengnetter.de) **SPRENGNETTER**  
treuhanddienstleistungen

**Mit Wertermittlung zu mehr Makler-Erfolg!**

- Preisdiskussionen vermeiden
- Effizienter akquirieren
- Schneller und höher verkaufen

[www.sprengnetter.de/makler](http://www.sprengnetter.de/makler)

**AUSBILDUNGSBUCH IMMOBILIENMAKLER/-IN  
MIT ÜBUNGEN, PRÜFUNGSFRAGEN, LÖSUNGEN.**  
Preiswerte fachliche Qualifizierung und weitere  
Immobilienbücher: [www.immobilien-ausbildung.de](http://www.immobilien-ausbildung.de)

**WIR BRINGEN  
SIE AUF KURS**

[www.maklerwerft.de](http://www.maklerwerft.de)

**Sie gehören auch in unser Branchenbuch  
für IMMOBILIEN-PROFIS?**

Ihre Textanzeige im Format 90 x 25 mm für nur 100 Euro/Ausgabe  
oder Ihre gestaltete Anzeige im Format 90 x 55 mm  
für nur 200 Euro/Ausgabe  
Tel. 0221/168071-10 oder [www.immobilien-profi.com](http://www.immobilien-profi.com)

die neue EU-Regelung will mehr. Ab 25. Mai soll der User nun auf jeder Seite entscheiden können, ob er Cookies annehmen will und muss auch der Verwendung von Analyse-Tools ausdrücklich zustimmen. Damit Surfen im Internet weiterhin erträglich bleibt, packen viele Anbieter alle Warnhinweise zusammen. Ob es dabei bleiben kann, werden sicher noch die Gerichte entscheiden.

**Last but not least müssen Makler noch die Kontaktformulare** auf den Webseiten unter die Lupe nehmen. Denn über diese Formulare übertragen die Besucher schließlich persönliche Daten an das Unternehmen. Deshalb verlangt der Datenschützer eine sichere Übertragung, bei der kein anderer „mitlauschen“ oder diese Daten verändern kann. Auf den meisten Webseiten ist

dies gewährleistet, man erkennt es am „https“ statt „http“ in der Adresszeile des Browsers.

**Damit wären die wichtigsten Anforderungen** der EU-Datenschutz-Grundverordnung abgearbeitet und der Homepage-Betreiber ist von außen kaum noch angreifbar. Wer es genauer wissen will, kann einen Website-Check buchen, der von den Anwälten des IDO-Verbands durchgeführt wird. Mitglieder des IMMOBILIEN-PROFI erhalten diese Prüfung für 49 Euro, geprüft werden die Datenschutz-Erklärung, das Impressum und weitere juristische Anforderungen. Weitere Infos dazu unter [www.Extra.IMMOBILIEN-PROFI.de](http://www.Extra.IMMOBILIEN-PROFI.de). Weiter geht es auf Seite 22 mit der Checkliste der internen DSGVO-Maßnahmen. ■

## DSGVO Schritt 2

# Welche Abläufe und Unterlagen Sie sich jetzt vornehmen müssen

Werner Berghaus

Der wichtigste Schritt ist geschafft: Die Website ist in trockenen Tüchern und von außen ist nicht ersichtlich, wie und ob der Makler den Datenschutz beachtet. Nun besteht „nur“ noch die Gefahr einer Prüfung durch die Datenschutzbehörde, damit ist aber ohne konkreten Anlass kaum zu rechnen.

Er darf davon ausgegangen werden, dass die Behörden entsprechende Fragebögen an die Unternehmen versenden, wie es die Bayerische Datenschutzbehörde bereits vor einigen Jahren unternommen hat. Dann sollten die Maklerunternehmen in der Lage sein, die Prozesse zu beschreiben und diese auch mit den entsprechenden Unterlagen belegen zu können.

Die wichtigsten Unterlagen sind:

- Verarbeitungsverzeichnis
- Technische und organisatorische Maßnahmen (TOM)
- Vertraulichkeitserklärung der Mitarbeiter
- Risikobewertung, Datenschutz-Folgeabschätzung

Wie geht man nun en détail vor?

### Das Verarbeitungsverzeichnis

Im Verarbeitungsverzeichnis wird geregelt, wie das Unternehmen die personenbezogenen Daten der Betroffenen behandelt. Betroffene sind alle natürlichen Personen, deren Daten erhoben (gespeichert und/oder verarbeitet) werden.

Für das Verarbeitungsverzeichnis gibt es keine vorgeschriebenen Muster. Es stehen zwar unterschiedliche Vorlagen zur Verfügung, die Frage ist nur, ob es besser ist, stur eine Vorlage auszufüllen oder ein Verarbeitungsverzeichnis selbst zu erstellen, um sich bei dieser Gelegenheit mehr Klarheit über die eigenen Vorgänge zu verschaffen.

### Beispiel: Verarbeitungsverzeichnis im DIY-Verfahren

Der Ausgangspunkt sind die o.g. Betroffenen. Dazu müssen zunächst einmal alle Personengruppen erfasst werden, deren Daten gespeichert werden. Beim Makler kommen hierfür folgende Gruppierungen in Frage:

- Käufer
- Mieter, beides ist selbsterklärend und eindeutig ebenso wie
- Interessenten, Miete und
- Interessenten, Kauf. In der letzten Zielgruppe befinden sich auch

- Interessenten, Kauf mit konkretem Interesse. Diese Unterscheidung wird später noch wichtig. Daneben erheben Sie auch die persönlichen Daten von
- Mitarbeitern
- Bewerbern um eine Stelle
- Lieferanten und anderen Dienstleistern oder
- Partnern. Bei Letzteren gibt es noch weitere Unterscheidungen, beispielsweise die zwischen freien Mitarbeitern, Kollegen, Handwerkern vor Ort usw.

### Welche Fristen zur Archivierung gelten?

Geht es nach dem Datenschutz, gelten scheinbar einfache Regeln:

- Ohne Einwilligung keine Datenerhebung!
- Nur notwendige Daten dürfen erhoben werden.
- Löschung der Daten, wenn der Zweck erfüllt ist, für den sie erhoben wurden.

Dem stehen aber andere Pflichten zur Aufbewahrung und Archivierung geschäftlicher Vorgänge gegenüber.

- Rechnungen und Belege müssen zehn Jahre lang aufbewahrt werden.
- Geschäftliche Korrespondenz einschließlich E-Mail-Verkehr soll sechs Jahre erhalten bleiben.
- Das Geldwäsche-Gesetz verlangt die Aufbewahrung persönlicher Daten über fünf Jahre. Da die Grenze, ab wann Interessenten vom Makler identifiziert werden müssen, nach hinten verlegt worden ist, müssen nun Interessenten mit ernsthafter Kaufabsicht anders behandelt werden. Deshalb wurde auch die entsprechende Unterscheidung bei den Betroffenen vorgenommen.
- Bei der Vermietung kennen wir zudem noch Fristen aus dem Anti-Diskriminierungs-Gesetz.
- Last but not least: Die Makler- und Bauträger-Verordnung (MaBV).

und alle diese konkurrierenden Vorschriften übertrumpfen den Datenschutz.

### Schritt für Schritt: Welche Daten werden erhoben?

Nun wird das Verarbeitungsverzeichnis erstellt, in dem für jeden Betroffenen folgende Fragen beantwortet werden: Welche Daten werden erhoben?

Dies wären bei Interessenten Name, E-Mail, Rufnummer, Adresse und so weiter. Diese Daten werden benötigt, um den



Beispielsweise müssen die Personalien von Interessenten mit ernsthafter Kaufabsicht genauer überprüft werden und dies gilt es zu belegen.

Zweck (Vermietung / Verkauf) zu erfüllen. Im Interesse der „Datensparsamkeit“ sollte das reichen. Zusätzlich könnten trotzdem weitere Daten erfasst worden sein, entweder weil es bequemer ist, weil sie vom Interessenten übermittelt wurden oder eben, weil eine andere Vorschrift dies verlangt. Beispielsweise müssen die Personalien von Interessenten mit ernsthafter Kaufabsicht genauer überprüft werden und dies gilt es zu belegen, entweder durch eine Kopie des Personalausweises oder besser, indem man dessen Nummer notiert.

#### Schritt für Schritt: Welche Erlaubnis liegt vor?

Liegt eine Einwilligung der Betroffenen vor? Wurden die Daten im Rahmen gesetzlicher Vorschriften erhoben? Oder dienen sie „der Erfüllung eines Vertrags oder einer vorvertraglichen Maßnahme“ (Exposé-Versand) oder liegt ein „berechtigtes Interesse“ vor?

#### Schritt für Schritt: Woher stammen die Daten?

Meistens werden diese Daten von den Betroffenen (selbst) zur Verfügung gestellt. Beim Makler gibt es aber viele Ausnahmefälle, so können personenbezogene Daten im Rahmen einer Kooperation von Makler zu Makler oder von Makler zu Finanzierer übermittelt werden. Dann sollte die Erlaubnis der Person vorliegen. Wenn freie Mitarbeiter tätig sind, wird es haarig. Wer hat die Daten erhoben, das Unternehmen oder der Makler?

#### Schritt für Schritt: Wo werden die Daten gespeichert? Wer hat Zugang?

Beschreiben Sie einfach, in welcher Form bzw. in welcher Software die Daten lagern und in einer separaten Spalte, welche Personen, Rollen oder Gruppen darauf Zugang haben. Wie ist eigentlich die rechtliche Konstruktion, wenn das Unternehmen selbstständigen Maklern Adressdaten zwecks Bearbeitung überlässt und wenn der Handelsvertreter wiederum die EDV des Unternehmens nutzt? Der freie Mitarbeiter wird dann zum „Auftragsverarbeiter“.

Beim Makler sind personenbezogene Daten meist nur im CRM des Unternehmens gespeichert. In anderen Branchen kommen weitere Systeme zum Einsatz, beispielsweise die Buchhaltungssoftware oder Banking-Programme. Hier empfiehlt es sich, eine Liste der Speicher-Medien und Systeme anzufertigen und jeweils zu vermerken, welcher Personenkreis Zugang dazu hat.

#### Schritt für Schritt: An wen werden die Daten weitergegeben?

Dieser Punkt wurde bereits oben angesprochen. Jetzt wird die andere Richtung des Datenverkehrs betrachtet. An wen werden diese Daten weitergegeben? In Frage kommen auch hier wieder Kooperationspartner, freie Mitarbeiter und auch der Notar im Zuge der Vertragsvorbereitung.

#### Schritt für Schritt: Wann werden die Daten gelöscht?

Der Datenschutz verlangt die Löschung der Daten, wenn sie nicht mehr benötigt werden. Aber dem stehen viele andere Vorschriften entgegen.

Kauf-Interessenten müssen gelöscht werden, wenn das Objekt vermittelt wurde und es keine explizite Einwilligung gibt, weiterhin mit aktuellen Angeboten versorgt zu werden. Was passiert aber, wenn der Vermittlungsauftrag nicht erfolgreich ►

Vieles im Leben entscheidet sich auf den ersten Blick



LED-Displays von  
**VITRINEMEDIA**  
BE REMARKABLE



**MAKLERSHOP**

abgeschlossen wurde? Dann werden die Daten sehr wohl noch drei Jahre benötigt, nämlich aus dem „berechtigten Interesse“ des Maklers, eventuell noch einen Nachweis seiner Tätigkeiten zu belegen.

Eine Pflicht zur Aufbewahrung der Korrespondenz liegt bei Angeboten (Exposés), bei denen kein Geschäftsabschluss zustande kommt, eigentlich nicht vor. Zweifelhaft ist aber, wie man unterschiedliche Aktivitäten filtert. Beispielsweise dient die Anzahl der Anfragen pro Objekt durchaus als relevante Kennziffer für den Makler.

Die Daten von Käufern und Verkäufern müssen fünf Jahre (Geldwäsche-Prävention), alternativ sechs Jahre bei geschäftlicher Korrespondenz und zehn Jahre, je nachdem, wer die Rechnung erhalten hat, archiviert werden. Dies gilt dann entsprechend auch für den Vermieter.

Neben den Käufern sind auch die Interessenten mit Kaufabsicht für die Geldwäsche-Prävention interessant. Auch deren Daten müssen Sie fünf Jahre aufbewahren.

Die Daten eines Mieters bzw. dessen Korrespondenz unterliegen den „Grundsätzen zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff (GoBD)“, weil dies Teil eines erfolgreichen Vermittlungsauftrags ist. Und nicht vergessen: die MaBV gibt es auch noch!

Miet-Interessenten sollten etwa zehn Wochen (Zwei Monate plus zwei Wochen Karenz) in der Datenbank verbleiben. Diese Frist sollte eingehalten werden, um Vorwürfe hinsichtlich möglicher Diskriminierung abwehren zu können.

Es folgen in dieser Art und Weise die weiteren Betroffenen wie Mitarbeiter, Bewerber um eine Stelle und andere Personen. Jedes Mal werden die o.a. Fragen ausführlich beantwortet, und so verschafft sich das Unternehmen Klarheit über den Weg der Daten ins Haus und wie sie anschließend verarbeitet und auch wieder vernichtet werden.

Ein wichtiger Punkt darf aber nicht unbeachtet bleiben: Nur weil man Daten archivieren muss, heißt das noch lange nicht, dass man sie auch benutzen darf (Mails, Newsletter, o.ä.)!

### Technische und organisatorische Maßnahmen

Wunsch und Wirklichkeit klaffen öfters auseinander. In den technischen und organisatorischen Maßnahmen (TOM) wird deshalb beschrieben, wie die o.g. Ziele der DSGVO verwirklicht werden.

Hierbei sind technische Maßnahmen stets den organisatorischen vorzuziehen. Ein Beispiel macht dies deutlich. Wenn es verlangt wird, dass Mitarbeiter regelmäßig ihr Kennwort zur EDV erneuern, gibt es einerseits einen technischen und andererseits einen organisatorischen Lösungsweg. Bei der technischen Maßnahme wird einfach auf dem Server eingestellt, dass der Mitarbeiter zwingend regelmäßig das Kennwort ändern muss. Bei der organisatorischen Variante soll



**Ein wichtiger Punkt darf aber nicht unbeachtet bleiben: Nur weil man Daten archivieren muss, heißt das noch lange nicht, dass man sie auch benutzen darf (Mails, Newsletter, o.ä.)!**

mit Belehrung und Erinnerung das Gleiche erreicht werden. Zuverlässiger ist jedoch definitiv die technische Steuerung. Bei den technisch-organisatorischen Maßnahmen beschreibt das Unternehmen demnach, welche Kontroll-Ziele wie verwirklicht werden. Dies sind im Einzelnen:

1. **Zutrittskontrolle** (Räume und Gebäude). *Ziel: Unbefugten den Zutritt zu Räumlichkeiten verwehren, in denen personenbezogene Daten verarbeitet oder genutzt werden bzw. in denen personenbezogene Daten gelagert werden.*

Hier wird einfach gefragt, wie der Zugang zu den entsprechenden Räumen geregelt ist, dies betrifft in der Regel alle Büroräume und nicht nur den Serverschrank.

Beispiel: Das Büro ist selbstverständlich abgeschlossen und angemessen gegen Einbruch gesichert. Zugang haben alle Mitarbeiter – aber auch die Reinigungskraft.

2. **Zugangskontrolle** (IT-Systeme, Anwendungen): *Es ist zu verhindern, dass Datenverarbeitungssysteme von Unbefugten genutzt werden können.*

Frage: Wer hat Zugang zu Datenverarbeitungssystemen und auch Aktenschränken mit sensiblen Daten? Wer hat eventuell von außen Zugriff auf den Server oder einzelne Arbeitsplätze?

Beispiel: Die Mitarbeiter haben den entsprechenden Zugang, die Reinigungskraft kann weder die Rechner nutzen noch hat sie Zugang zu Akten oder dem Serverschrank.

3. **Zugriffskontrolle** (auf Daten). *Hier ist zu gewährleisten, dass die zur Benutzung eines Datenverarbeitungssystems Berechtigten ausschließlich auf die ihrer Zugriffsberechtigung unterliegenden Daten zugreifen können, und dass personenbezogene Daten bei der Verarbeitung, Nutzung und nach der Speicherung nicht unbefugt gelesen, kopiert, verändert oder entfernt werden können.*

So geht es Schritt für Schritt weiter. Alle Mitarbeiter haben zwar Zugang zur EDV, aber dürfen alle alles? Die Gehaltsunterlagen werden in der Buchhaltung benötigt, aber nicht im Vertrieb. Das Prinzip lautet „Need-to-know“ – Wer muss was (wirklich) wissen? Und dieses Wissen sollte möglichst knapp gehalten werden: Nur die Daten, die jemand für seine Arbeit wirklich braucht, sollten auch zugänglich sein.

4. **Eingabekontrolle** (in Datenverarbeitungssysteme). *Es ist zu gewährleisten, dass nachträglich überprüft und festgestellt werden kann, ob und von wem personenbezogene Daten in Datenverarbeitungssysteme eingegeben, verändert oder entfernt wurden.*





Nochmals einen Schritt weitergedacht: Zuvor wurde der Kreis der Berechtigten immer weiter reduziert, nun soll kontrolliert werden, wer wann was verändert oder auch gelöscht hat.

Hinweis: Einige CRM-Systeme leisten dies, aber Perfektion wird man in diesem Bereich kaum erzielen können.

Wer auf „Nummer sicher“ gehen will, sollte sich von allen Mitarbeitern eine Einwilligung „zur Verwendung von Namen und Profilbild“ unterzeichnen lassen.

5. Weitergabekontrolle (von Daten). *Personenbezogene Daten dürfen bei der elektronischen Übertragung, während ihres Transports oder ihrer Speicherung auf Datenträgern nicht unbefugt gelesen, kopiert, verändert oder entfernt werden können. Ferner muss überprüft und festgestellt werden können, an welchen Stellen eine Übermittlung personenbezogener Daten durch Einrichtungen zur Datenübertragung vorgesehen ist.*

Gefordert wird in erster Linie Sicherheit bei Datenübertragungen, beispielsweise beim E-Mailverkehr. Dies kann durch sichere Übertragungswege oder eine Verschlüsselung dargestellt werden. Werden Daten auf externen Festplatten gesichert und außerhalb des Büros gelagert (off-site), sollten diese Datenträger verschlüsselt werden.

6. Verfügbarkeitskontrolle (von Daten). *Es ist zu gewährleisten, dass personenbezogene Daten gegen zufällige Zerstörung oder Verlust geschützt sind.*

Hier geht es nun um die Frage, wie diese Daten gegen Verlust geschützt sind. Das Stichwort lautet Datensicherung. Da sich jeder Unternehmer mit diesem Thema beschäftigt hat, sollte hier der Verweis auf vorhandene Pläne genügen.

7. Trennungsgebot (zweckbezogen). *Es ist zu gewährleisten, dass zu unterschiedlichen Zwecken erhobene Daten getrennt verarbeitet werden können.*

Wenn Immobilienmakler auch eine Hausverwaltung betreiben, könnte hier das Trennungsgebot berührt werden, wenn beide Unternehmensteile die gleiche CRM-Software nutzen. Ebenso stellt sich diese Frage, wenn mehrere Filialen an unterschiedlichen Standorten auf einem Server gehostet werden. In letzterem Fall empfiehlt es sich sowieso, dass jede Filiale nur auf eigene Daten zugreifen kann.

8. Auftragskontrolle (beim Einsatz von Subunternehmern). *Es ist zu gewährleisten, dass beim Einsatz von Subunternehmern durch den Auftragnehmer die Vorgaben des Auftraggebers umgesetzt werden.*

Oftmals verarbeiten Dritte im Auftrag des Maklers personenbezogene Daten. Dies könnte etwa der „Lettershop“ sein, der den aktuellen Marktbericht für den Postversand vorbereitet. Mit diesen Unternehmen sollte eine Vereinbarung über die Auftrags(daten)verarbeitung geschlossen werden, die darüber aufklärt, wie der Auftragnehmer die Vorgaben des Datenschutzes im Auftrag des Maklers umsetzt.

### Vertraulichkeitserklärung der Mitarbeiter

Unternehmen sind auch verpflichtet, die Mitarbeiter zu schulen, um das Problembewusstsein für datenschutzrelevante Fragestellungen zu schärfen. Diese Schulungen sollten dokumentiert werden, beispielsweise durch eine Anwesenheitsliste. Nebenbei müssen die Mitarbeiter auch eine Vertraulichkeitserklärung unterzeichnen, die auch nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses Gültigkeit besitzt. Das ist dann schon eher nach dem Geschmack des Unternehmens, wenn ausscheidende Vertriebler sich zu Recht scheuen, die Unternehmens-Daten für eigene Zwecke zu missbrauchen.

Wer auf „Nummer sicher“ gehen will, sollte sich von allen Mitarbeitern eine Einwilligung „zur Verwendung von Namen und Profilbild“ auf der Website und eventuell auch in Print- und AV-Medien unterzeichnen lassen, denn jede digitale Anfertigung eines Fotos, auf dem Personen erkennbar abgebildet sind, gilt als Datenerhebung.

### Risikobewertung durch Folgeabschätzung

Die sogenannte Datenschutz-Folgeabschätzung (DSFA) ist grundsätzlich schon aus dem bisherigen deutschen Datenschutzrecht bekannt. Sie ist immer dann anzuwenden, wenn besonders sensible Daten oder automatische Entscheidungsprozesse angewendet werden. Die vorläufige Liste der zuständigen Behörden enthält derzeit folgende Kriterien:

- Scoring/Profiling
- Automatische-Entscheidungen, die zu rechtlichen Folgen für die Betroffenen führen
- Systematische Überwachung
- Sensible Daten (besondere personenbezogene Daten aus Art. 9 DSGVO)
- Daten, die in großem Umfang verarbeitet werden (Kriterium: Anzahl der Betroffenen, Menge der Daten etc.)
- Zusammenführen/Kombinieren von Daten, die durch unterschiedliche Prozesse gewonnen wurden
- Daten geschäftsunfähiger oder beschränkt geschäftsfähiger Betroffener
- Einsatz neuer Technologien oder biometrischer Verfahren
- Datentransfer in Länder außerhalb der EU/des EWR



... dabei muss es nicht einmal zu kleineren oder größeren Verfehlungen gekommen sein. Es fehlt einfach der Nachweis, dass das Thema mit der vorgeschriebenen Sorgfalt angegangen wurde.

Datenkategorie	Schutzstufe	Schutzstufewert	Vertraulichkeit 1
Kontonummern Mitarbeiter, Lieferanten, Mieter	B	2	1
Finanzierungsdaten	D	8	2
Selbstauskünfte Vermietung	C	4	2

- Die Datenverarbeitung hindert Betroffene an der Rechtsausübung

Sind zwei und mehr dieser Kriterien erfüllt, muss eine DSFA durchgeführt werden. Hier sind Makler kaum involviert, 360-Grad-Rundgänge werden wohl nicht als systematische Überwachung betrachtet, ein Datentransfer in Länder außerhalb der EU sollte generell vermieden werden und die Eigentümer und Interessenten sind meist geschäftsfähig. Aber die

obige Liste ist noch im Entwurfsstadium und kann jederzeit gekürzt oder erweitert werden. Generell muss die Notwendigkeit einer DSFA aber geprüft werden. Hier bietet es sich an, dies im Rahmen der Verarbeitungstätigkeiten (s. 23) gleich zu erledigen, weil bei allen Betroffenen wie Eigentümern, Interessenten, Mitarbeitern und Miet-Interessenten bereits geprüft wird, ob und welche Daten gespeichert werden.

## Die Schutzklassen

Klasse	Schutzstufe Wert	Personenbezogene Daten	zum Beispiel
<b>A</b>	<b>1</b>	die frei zugänglich sind. Der Einsicht Nehmende muss dabei kein berechtigtes Interesse geltend machen.	Telefonbücher, Adressbücher, Wahlvorschlagsverzeichnisse
<b>B</b>	<b>2</b>	deren unsachgemäße Handhabung zwar keine besondere Beeinträchtigung erwarten lässt, deren Kenntnisnahme jedoch an ein berechtigtes Interesse der Einsicht Nehmenden gebunden ist.	beschränkt zugängliche öffentliche Dateien, Verteiler für Unterlagen Kontonummern
<b>C</b>	<b>4</b>	deren unsachgemäße Handhabung den Betroffenen in seiner gesellschaftlichen Stellung oder in seinen wirtschaftlichen Verhältnissen beeinträchtigen könnte („Ansehen“).	Einkommen, Sozialleistungen, Grundsteuer, Ordnungswidrigkeiten
<b>D</b>	<b>8</b>	deren unsachgemäße Handhabung den Betroffenen in seiner gesellschaftlichen Stellung oder in seinen wirtschaftlichen Verhältnissen erheblich beeinträchtigen könnte („Existenz“).	Straffälligkeit, dienstliche Beurteilungen, Schulden, Pfändungen Gesundheitsdaten
<b>E</b>	<b>16</b>	deren unsachgemäße Handhabung Gesundheit, Leben oder Freiheit des Betroffenen beeinträchtigen könnte.	Daten über Personen, die mögliche Opfer einer strafbaren Handlung sein können

Integrität 1	Verfügbarkeit 1	Risikowert 1	dokumentierte Maßnahmen	Vertraulichkeit 2	Integrität 2	Verfügbarkeit 2	Risikowert 2
2	2	0	-verschlüsselte Speicherung -minimale Zugriffsrechte -tägliches offsite Backup verschlüsselt inkl. Prüfung	1	2	1	0
1	2	32	-verschlüsselte Speicherung -minimale Zugriffsrechte -tägliches offsite Backup verschlüsselt inkl. Prüfung	1	1	1	0
2	3	48	Datensicherung installiert Zugriffsrechte verschärft	1	1	1	0
		0					0
		0					0
		0					0
		0					0
		0					0
		0					0
		0					0

Ein besonderes Augenmerk sollte dabei auf sogenannte „sensible Daten“ gelegt werden. Hier bieten sich folgende Beispiele an:

- von Mitarbeitern wurde die Religionszugehörigkeit für die Gehaltsabrechnung gespeichert
- von Mietern und Miet-Interessenten die Selbstauskunft und Gehaltsnachweise oder
- von Käufern die Finanzierungsdaten.

Nichts davon führt zunächst zwingend zu einer Datenschutz-Folgeabschätzung, trotzdem kann man sie an diesen Beispielen einmal durchexerzieren. Hierzu stellen wir unseren Mitgliedern eine Excel-Tabelle aus der Webinarreihe mit Erik Drissler (siehe [www.Extra.IMMOBILIEN-PROFI.de](http://www.Extra.IMMOBILIEN-PROFI.de)) zur Verfügung (siehe oben).

**Hierbei sind die Schutzklassen A und B** eher unbedenklich. Beispielsweise ist die Kenntnis einer Bankverbindung an ein berechtigtes Interesse gebunden, meist, weil der Kontoinhaber auf eine Überweisung wartet (Lieferant schickt Rechnung) oder andere ihre Rechnungen bequem abbuchen lassen. Trotzdem ist zu erwarten, dass durch deren unsachgemäße Handhabung „keine besondere Beeinträchtigung zu erwarten ist“ (Stufe B). Dagegen müssen Kreditkarten inklusive der Prüfnummer (CVC) anders beurteilt werden. Wer diese Daten speichert und unsachgemäß handhabt, setzt den Betroffenen einem wirtschaftlichen Risiko aus (Stufe C).

Ebenfalls dieser Stufe C zuzuordnen wären Mieter-Selbstauskünfte und Gehaltsnachweise, weil deren unsachgemäße Handhabung „den Betroffenen in seiner gesellschaftlichen Stellung beeinträchtigen könnte“. Die Religionszugehörigkeit (Kirchensteuer) der Mitarbeiter buchen wir auf Stufe B, weil es zwar nicht öffentlich zugänglich ist, aber auch kein Schaden damit angerichtet werden kann.

Damit sind Makler also mit mehreren Daten in den Schutzstufen B und C im Rennen um die Datenschutz-Folgeabschätzung. Jeder Schutzklasse ist ein Wert zugewiesen, der exponentiell ansteigt, sich also jeweils verdoppelt (siehe Abb. links). Weiterhin können die Daten hinsichtlich der Kriterien Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit bewertet werden. Die jeweiligen Kriterien bedeuten im Einzelnen:

- Vertraulichkeit: Die Daten sind nicht für Unbefugte zugänglich

- Integrität: Daten können nicht verfälscht werden und
- Verfügbarkeit: Die Daten stehen zur Verfügung, wenn sie gebraucht werden.

**Zur Beurteilung des jeweiligen Risikos** stehen die drei Stufen „Normal“, „Hoch“ und „Sehr hoch“ zur Auswahl. Je nach Beurteilung wird dann aus allen Angaben ein Risikowert ermittelt, der entweder in Grün (alle bestens!), Gelb (Optimierungsbedarf) oder Rot (Geht gar nicht!) dargestellt wird. Bei Gelb oder Rot muss nachgebessert werden. Die durchgeführten Maßnahmen zur Verbesserung werden in der nachfolgenden Spalte beschrieben und anschließend wird – mit hoffentlich besserem Ergebnis – erneut bewertet.

Soweit die Erläuterungen zur Datenschutz-Folgeabschätzung – ob sie wirklich gebraucht wird, kann noch nicht verlässlich beurteilt werden. Es schadet aber nicht, diese Übung an einigen Beispielen durchzuführen und zu dokumentieren.

**Fazit: Richtiges Dokumentieren ist entscheidend!** Wie in vergleichbaren Fällen, beispielsweise bei der Verwaltung der Software-Lizenzen oder der Geldwäsche-Prävention ist es entscheidend, entsprechende Prozesse vorweisen zu können. Wird beispielsweise ein Unternehmen kontrolliert, weil es vermeintlich Software ohne Lizenzierung nutzt, fragen die Kontrolleure immer zuerst nach dem Prozess. Niemand interessiert sich dabei für eine Rechnung oder die Original-Datenträger. Wer eine entsprechende Dokumentation vorweisen kann, ist zunächst einmal auf der sicheren Seite.

Ähnlich wird es sich auch mit dem Datenschutz verhalten: Wer keine Dokumentation vorweisen kann – besonders weil sie hier explizit gefordert ist – hat es schwer. Dabei muss es nicht einmal zu kleineren oder größeren Verfehlungen gekommen sein. Es fehlt einfach der Nachweis, dass das Thema mit der vorgeschriebenen Sorgfalt angegangen wurde.

Erst im zweiten Schritt wird man sich eventuell darüber unterhalten können, ob der vorgelegte Prozess richtig oder falsch oder sub-optimal gestaltet ist, aber dies geschieht dann auf einer anderen Augenhöhe, was für den betroffenen Makler wohl in den allermeisten Fällen von Vorteil sein dürfte. ■

# Was passiert mit Newsletter-Verteilern?

Bernhard Hoffmann

## Und wer löscht eigentlich den Speicherchip des Kopierers?

Manche Veränderungen, die mit der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) einhergehen, liegen auf der Hand. Bei anderen werden sich einige die Augen reiben. Welche Arbeitsweisen sich im Maklerbüro ab Ende Mai ändern und welche Bestand haben.

### Kann ich Interessenten weiterhin automatisch als Neukunden anlegen?

Bei modernen Software-Anwendungen wird der Interessent bei einer Portalanfrage automatisch als Neukunde angelegt. Dies ist weiterhin möglich. Die Anfrager sollten lediglich über die neuen Datenschutzrichtlinien informiert und ggf. um weitere Einwilligungen gebeten werden (Newsletter-Abo, Infos zu neuen Angeboten etc.). In der Praxis gestaltet sich dies ähnlich wie die Widerrufsbelehrung, die seit vier Jahren Pflicht ist. Die Datenschutzerklärung sollte außerdem auf der Webseite leicht auffindbar und vom Impressum getrennt sein. An relevanten Stellen, wie im Exposé, sollte auf sie verlinkt werden.

### Was ist mit meiner bisherigen Datenschutzerklärung auf der Webseite?

Viele Datenschutzerklärungen sind allgemein gehalten und nicht auf die Anforderungen des Maklerbüros zugeschnitten. Künftig müssen sie auf die konkrete Datenverarbeitung der Immobilienfirma Bezug nehmen: Wer keine Cookies verwendet, darf in seiner Erklärung nicht darauf hinweisen. „Die Datenschutzerklärung sollte Bestandteil des Makleralleinauftrages und des Exposés sein. Ein Hinweis auf die Webseite wie ‚Musterimmobilien.de/Datenschutz‘ ist ausreichend“, erläutert Rechtsanwalt Andre Wrede aus Köln. Eine Erwähnung gehört zudem in jeden Arbeitsvertrag. Nach einigen Klicks kann eine Datenschutzerklärung kostenfrei erstellt und genutzt werden unter [www.anwalt.de](http://www.anwalt.de); viele Infos gibt es auch auf [www.e-recht24.de](http://www.e-recht24.de).

### Was passiert mit freien Mitarbeitern/Handelsvertretern?

Freie Mitarbeiter, Dienstleister wie Agenturen oder Newsletter-Versender, die personenbezogene Daten des Maklerbüros erhalten und verarbeiten, müssen eine Vereinbarung unterzeichnen. Kann ein Anbieter dies nicht zusichern, sollte die Geschäftsbeziehung gekündigt werden. Sinnvoll ist es auch, dies regelmäßig zu überprüfen. (Musterschreiben für Auf-

tragsverarbeitungsverträge finden sich bei der Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V., [www.gdd.de](http://www.gdd.de)).

### Was gilt für Mitarbeiter im Homeoffice?

Im Homeoffice gelten ähnliche Anforderungen wie im Büro. Das heißt, der Rechner muss passwortgesichert sein (s.u.). Unterlagen in Papierform, die sensible Daten enthalten, dürfen nicht einfach für Dritte einsehbar sein. Beschäftigte, die teilweise von zuhause aus arbeiten, sollten eine Vereinbarung unterschreiben, dass sie diese Vorgaben befolgen.

### Was geschieht mit Newsletter-Abonnenten?

Die DSGVO sieht hierfür keine klare Regelung vor. Wer regelmäßig einen Newsletter verschickt, sollte die bestehenden Abonnenten informieren, dass er davon ausgeht, dass sie diesen weiterhin erhalten wollen. Bekanntlich muss ein Newsletter so aufgebaut sein, dass man ihn problemlos abbestellen kann.

Als Faustregel mag gelten, dass die Daten nach sechs Monaten ohne Kontakt und ohne eine konkrete Einwilligung, beispielsweise in die Speicherung für Werbezwecke, gelöscht werden.

Ängstlichere Makler sollten ihre Bestandsabonnenten separat anschreiben mit der Bitte, das Abo nochmals zu bestätigen, nun gemäß der DSGVO-Regeln. Diese weisen beispielsweise auf die Verwendung und Speicherung der Personendaten des Abonnenten hin. Noch ist unklar, wie die DSGVO in dieser Hinsicht auszulegen ist. Die Gerichte werden dies klarstellen. Insofern ist es derzeit eine kaufmännische Entscheidung der Makler, welche Risiken sie eingehen möchten.

### Passwörter, Zugänglichkeit, Virenschutz

Sind in Maklerbüros die Rechner nicht passwortgeschützt, sollte dies rasch geändert werden. Dies gilt auch für Bereiche mit Personendaten, die nicht alle benötigen. Beispiel: eine Rechnung muss aus Steuergründen zehn Jahre archiviert werden. Nach Abschluss des Kaufvertrags ist es jedoch ausreichend, wenn nicht mehr der Vertriebsmitarbeiter, sondern nur noch die Buchhaltung Zugriff hat.

Der Schutz vor Viren sollte ebenfalls großgeschrieben werden, dies sollte zudem in den Datenschutzrichtlinien des Unternehmens hinterlegt und aktualisiert werden, falls sich zum Beispiel der Anbieter ändert. Die Einhaltung der Datenschutz-



richtlinien ist ein permanenter Prozess und nicht mit einem Mal abgeschlossen.

### **Gibt es klare Fristen, wie lange sensible Daten gespeichert werden dürfen?**

Nein. Es gilt nur, dass sie zu löschen sind, sobald ihr Zweck entfällt. Ein solcher Fall kann sein, dass der Mietvertrag signiert ist und damit die Daten der Interessenten (Selbstauskunft, Gehaltsnachweis, Kontaktdaten, Elternbürgschaft, Personalausweis-Kopie), die nicht zum Zuge kamen, zu löschen sind. Wichtig ist, dass der Makler in seiner Dokumentation (Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten) darlegt, warum er gewisse Daten wie lange benötigt. Als Faustregel mag gelten, dass die Daten nach sechs Monaten ohne Kontakt und ohne eine konkrete Einwilligung, beispielsweise in die Speicherung für Werbezwecke, gelöscht werden. Ausnahme: Läuft ein juristisches Verfahren, muss der Makler die entsprechenden Daten weiterhin aufbewahren. Interessiert sich ein Kunde für mehrere Objekte, kann er für diese bis zum Abschluss der Vermarktung mit seinen Daten gespeichert bleiben.

### **Sind vom Datenschutz nur softwarebasierte Informationen betroffen?**

Nein. Ein Aktenordner, in dem die zurückliegenden Kauf- und Mietverträge abgelegt sind, fällt ebenfalls darunter. Solche Unterlagen sollten in einem abschließbaren Schrank aufbewahrt werden. Nicht benötigte sensible Unterlagen in Papierform sollten geschreddert und nicht im Papierkorb entsorgt werden. Dabei sollte ein DIN-zertifizierter Aktenvernichter gewählt werden.

Viele Kopier-Geräte sind so „smart“, dass sie Daten (Faxe, Scans, Kopien) speichern. Wird das Gerät ausgemustert oder läuft der Leasingvertrag aus, muss sichergestellt sein, dass alle Daten gelöscht werden. Dies sollte sich der Makler in einem Auftragsverarbeitungsvertrag des Anbieters zusichern lassen, rät Anwalt Wrede.

### **Was ist zu beachten bei webbasierter Software oder Cloud-Anbietern wie iCloud, Google Drive und Dropbox?**

Die Anbieter webbasierter Maklersoftware haben in der Regel Sicherheitsvorkehrungen getroffen, was Virenschutz, Verschlüsselungstechnologien etc. betrifft und hosten ihre Daten auf sicheren Servern im Inland. Anders sieht es bei internationalen Filehosting-Diensten aus, die ihre Daten nicht unbedingt DSGVO-konform hosten. Hier sollte der Makler

Auftragsverarbeitungsverträge abschließen. Im Zweifel also auch mit Google in Irland.

### **Was ist beim Speichern von Kundendaten auf Handy oder Tablet zu beachten?**

Personenbezogene Daten auf Dienst-Handys und -Tablets sollten mit einer PIN gesichert werden. Gegebenenfalls sollte zusätzlich der Speicher verschlüsselt sein und der Virenschutz ebenso ernst genommen werden wie beim Büro-Rechner. Bei Diebstahl und Verlust dürfen die Daten nicht einfach von Dritten verwendet werden können. Verliert nämlich ein Mitarbeiter sein mobiles Endgerät, muss geprüft werden, ob eine Meldepflicht besteht. Das heißt, der Datenschutzverstoß ist der zuständigen Behörde innerhalb von 72 Stunden zu melden. Eine Missachtung der Meldepflicht kann ein Bußgeld nach sich ziehen. Cloud-Dienste (s.o.) sollten nur genutzt werden, wenn hierfür Auftragsverarbeitungsverträge bestehen, die u.a. besagen, dass die Daten innerhalb der EU bzw. in einem zertifizierten Drittland gehostet werden.

### **Kann ich weiterhin Daten statistisch auswerten?**

Ja. Bekanntlich müssen nicht mehr benötigte Personendaten gelöscht werden. Sollen Daten weiterhin in der Software für statistische Auswertungen herangezogen werden können (wie z. B. die Zahl der Interessenten für ein bestimmtes Objekt), können beim Archivieren die personenbezogenen Daten gelöscht werden, während die anderen Informationen erhalten bleiben. Manche Softwareanbieter bieten eine solche Möglichkeit an.

### **Was passiert mit Bestandskunden, die bislang keine Datenschutzerklärung erhalten haben?**

Bestandskunden sollten mit Hinweis auf die Datenschutzerklärung separat per E-Mail angeschrieben werden mit der Frage, ob ihre Daten für gewisse Zwecke (Newsletter, neue Objektangebote, Immobilienpreisspiegel) gespeichert werden dürfen. Ihre Antworten sollten in der Software entsprechend hinterlegt werden. Außerdem muss ihnen zugesichert werden, dass sie diese Einwilligung jederzeit widerrufen können. Dieser Fall gilt allerdings nur, wenn Daten gemäß der geltenden Gesetzeslage verarbeitet oder gespeichert wurden.

Die neuen Datenschutz-Bestimmungen haben auch Vorteile. Es gibt im System keine Karteileichen und für alle gespeicherten Personendaten gibt es Gründe.

So freut sich Makler Matthias Thater aus Paderborn schon auf seine diesjährige Weihnachtspost. Infolge der neuen Speicherbestimmungen hat er seine Kontakte in der EDV systematischer strukturiert. So genügen künftig wenige Klicks, um einen Verteiler für seine Weihnachtspost zu erstellen. Bislang war er eine ganze Weile damit beschäftigt, aus verschiedenen Quellen die Adressaten zusammenzuführen und auf ihre Aktualität hin zu prüfen. ■

## Einführung des Prozessmanagers (3)

# Nach der Erprobungsphase laufen die Prozesse rund

Jan Mettenbrink

Viele Makler haben mit dem Prozessmanager ihre Arbeitsschritte vereinfacht und standardisiert. Er reduziert die Fehleranfälligkeit, garantiert mehr Dienstleistungsqualität und ein leichtes Einarbeiten der Mitarbeiter. Aber noch sind viele Makler skeptisch, fürchten den Aufwand bei der Einführung. In einer Artikelserie berichten Vermittler, die gerade auf prozessorientierten Workflow umgestellt haben, von ihren Erfahrungen. Im dritten und letzten Teil geht es um die Einführungsphase: Wie diese organisiert werden sollte.

Wer einen Prozessmanager einführt, sollte vorab nicht nur seine Arbeitsprozesse in seiner Maklersoftware definieren. Er muss zudem Dokumentenvorlagen erarbeiten beziehungsweise anpassen. Äußerst hilfreich sind hierfür Mustervorlagen für Standardbriefe, E-Mails und Flyer, wie sie beispielsweise der Softwareanbieter onOffice anbietet. In Einzelfällen müssen diese mit wenigen Klicks auf die individuellen Firmenbedürfnisse zugeschnitten und mit entsprechenden Absenderdaten, Unternehmenslogo etc. versehen werden. Maklerunternehmen, die vor ihrer Prozesseinführung keine standardisierten Benachrichtigungen verwendet haben,

## PERFEKTE POSITIONIERUNG MIT FACHWISSEN



Ihre Empfehlung als lokaler Experte



**Die Düsseldorfer Maklerin Angelina Rayak hat sich mit drei Büchern optimal positioniert.**

Die Themen sind: Die eigene

Immobilie im Alter, im Falle einer Scheidung und als geerbte Immobilien. Die Kompetenz der Maklerin in diesen Bereich ist durch die Buchtitel unumstritten.

Außerhalb Düsseldorfs können engagierte Maklerkollegen ebenfalls von dieser Positionierung profitieren. Auf dem Schutzumschlag werden diese Makler als lokale Experten empfohlen.

Weitere Infos in der Ausgabe 85 und unter: [www.Immobiliens-Expertenwissen.de](http://www.Immobiliens-Expertenwissen.de)

”

Angeraten ist es, dass nach dem großen Tag keiner mehr auf Telefonate oder E-Mails von Kollegen antwortet, die eigentlich im Prozessmanager hinterlegt sind.

müssen einen geringfügig höheren Anpassungsaufwand einplanen.

**Sind die Prozesse in der Software hinterlegt** und alle Mitarbeiter im Umgang damit geschult, sollte der Beginn an einem festgelegten Tag stattfinden, auf den vorher hingearbeitet wurde. Ab diesem Zeitpunkt müssen alle – vom Azubi bis zum Chef – mit dem Manager arbeiten. Für die Gestaltung und Einführung des Prozessmanagers stehen zahlreiche erprobte Informationsmöglichkeiten zur Verfügung. Kein Kunde wird dabei alleine gelassen: So gibt es Video-Tutorials,

Webinare, qualifizierte Hotline-Mitarbeiter und Online-Hilfen. Außerdem werden vom Softwarehersteller Seminare zu dem Thema angeboten, als offene Webinare beziehungsweise Inhouse-Schulungen.

Zum Einführungstag sollten alle in der Lage sein, mit der Anwendung zu arbeiten. Maklerin Angelina Rayak hatte darauf vertraut, dass ihre Büroleiterin, die den Prozessmanager zusammen mit ihr einführte, die anderen Kolleginnen „mitzieht“, ihnen neben dem Tagesgeschäft die neue Anwendung erklären kann. „Das hat nicht geklappt, weil schließlich jeder genug im Büroalltag zu tun hat“, so die Inhaberin des Düsseldorf-Maklerunternehmens.

**Selbstredend müssen nicht nur die Backoffice-Kräfte**, sondern vielmehr alle Mitarbeiter, also auch Chefs und Vertriebler, mit dem Tool arbeiten. Wie soll ansonsten ein Firmeninhaber einschätzen können, ob seine Abläufe rund laufen, wenn er selbst nicht damit arbeitet? Der Projektverantwortliche ist auch dafür zuständig, dass die neue Firmenstruktur gelebt wird und kein Mitarbeiter aussichert. Dabei hilft es, alle Angestellten bereits bei der Entwicklung der Prozesse mit ins Boot zu nehmen (siehe IP 93, 1. Artikel zu dieser Serie). ▶



# Immobilien KAUFEN LASSEN

Die  
80er-Jahre-  
Verkaufstechnik  
ist tot

Immobilienverkauf? Funktioniert nicht mehr.  
Kunden kaufen ein.

Nach dem Fachbuch-Bestseller „IMMOBILIENEINKAUF“ geht es diesmal um den Immobilienverkauf.

Immobilienverkauf? Werden denn Immobilien überhaupt noch verkauft? Oder ist es „Kaufen lassen“?

Jetzt online bestellen: [www.kaufenlassen-dasbuch.de](http://www.kaufenlassen-dasbuch.de)

Angeraten ist es, dass nach dem großen Tag keiner mehr auf Telefonate oder E-Mails von Kollegen antwortet, die eigentlich im Prozessmanager hinterlegt sind. Jede Aktivität sollte dann über den Prozessmanager automatisiert per E-Mail an den Entscheider verschickt werden. Beispiel: Muss der Vertriebsleiter den Angebotspreis für ein neues Objekt freigeben, bevor es online gestellt wird, dann geht ihm diese Frage aus dem Prozess heraus zu. Er wird nicht mehr angerufen. Nun könnte man einwenden, dass durch einen Anruf die Antwort schneller einzuholen wäre als über die Prozess-Oberfläche. Aber zum einen müsste dies in der Software per Hand dokumentiert werden. Zweitens arbeitet die onOffice-Software webbasiert. „Das heißt, dass Kollegen im Außendienst per Smartphone oder Tablet mit ihren Kollegen im Büro verbunden sind und alle eingegangenen E-Mails von unterwegs aus beantworten können“, erläutert onOffice-Geschäftsführer Stefan Mantl.

Nach spätestens zwei Wochen sollte das standardisierte Arbeiten verlässlich wie ein Uhrwerk laufen.

Dies geht entweder über die Software-Oberfläche am Notebook oder die iOS-App für Tablet und Smartphone. E-Mails, Kontakte und Termine werden automatisch mit dem mobilen

## PROZESSMANAGEMENT: WORAUF NACH DER IMPLEMENTIERUNG ZU ACHTEN IST:

- Ein fester Termin, ab dem alle mit dem Prozessmanager arbeiten, ist einer Einführung vorzuziehen, bei der das alte System parallel weiter bedient wird.
- Makler sollten Zeit für die Nachbereitung einplanen. Nach etwa vier Wochen sollte das prozessorientierte Arbeiten dann einwandfrei laufen.
- Vor der Einführung sollten alle Mitarbeiter den Wissensstand haben, um damit zu arbeiten. Es ist nicht sinnvoll, darauf zu setzen, dass mit dem Prozessmanagement vertraute Mitarbeiter ihre Kollegen „mitziehen“. Dafür fehlt im Alltag die Zeit.
- Alle Mitarbeiter, vom Azubis bis zum Chef, müssen den Manager nutzen.
- Der Prozessmanager ist die Basis, um im zweiten Schritt in der Firma ggf. professionelles Controlling einzuführen.



**Es macht Spaß, mit der Anwendung zu arbeiten. Ich weiß genau, dass dank der Prozesskette als roter Faden im Hintergrund nichts vergessen wird. Auch wenn mehrere Tätigkeiten gleichzeitig laufen, sorgt das Tool für Übersichtlichkeit.**

Endgerät synchronisiert, so dass die Makler auch außerhalb des Büros immer auf dem aktuellen Stand sind. Mit wenigen Fingertipps können sie anstehende Aktivitäten des Prozessmanagers bearbeiten.

**Nach wenigen Tagen laufen Prozesse wie ein Uhrwerk, Anpassungen machen Spaß.** Sich in die neue Prozessstruktur und die dafür nötigen Klicks einzuarbeiten, dauert erfahrungsgemäß wenige Tage. Dann gehen die neuen Abläufe in Fleisch und Blut über. In der Startphase müssen in der Regel nur noch wenige Anpassungen bei den Prozessen vorgenommen werden. Die Praxis zeigt, dass vor allem die beiden kleingliedrigen Prozessarten, Objektaufbereitung und Akquise, nach der Einführung nachjustiert werden müssen. Sei es, dass Zwischenschritte bei der Planung übersehen oder Verantwortlichkeiten falsch zugeordnet wurden, die in einem zweiten Schritt optimiert werden. Denn bei diesen beiden Arbeitsbereichen sind zumeist auch mehrere Mitarbeiter involviert.

Nach spätestens zwei Wochen sollte das standardisierte Arbeiten verlässlich wie ein Uhrwerk laufen. Heike Goergens führte zusammen mit Arno Carstensen den Prozessmanager bei Carstensen Immobilien in Mönchengladbach ein und bestätigt die Einfachheit des Prozesse-Schreibens. Nach dem Einführungs-Coaching kann sie problemlos neue schreiben beziehungsweise bestehende anpassen. „Es macht Spaß, mit der Anwendung zu arbeiten. Ich weiß genau, dass dank der Prozesskette als roter Faden im Hintergrund nichts vergessen wird. Auch wenn mehrere Tätigkeiten gleichzeitig laufen, sorgt das Tool für Übersichtlichkeit“.

Der Autor dieses Artikels hat in den zurückliegenden Monaten über zehn Unternehmen bei ihrer Prozessmanager-Einführung als Coach unterstützt, mit den jeweiligen Projektteams der Firmen die Arbeitsschritte analysiert und diese gemeinsam in der Software eingepflegt. Nach diesen gemeinsamen Coaching-Tagen sind die Mitarbeiter in der Lage, das Feinjustieren der Prozesse selbsttätig zu übernehmen. Auch neue Prozesse können sie dann problemlos anlegen.





**Außerdem hat sich bei der Beratung herauskristallisiert:** Eine Umstellung auf einen Schlag ist einer zögerlichen Einführung vorzuziehen. Wird mit der bisherigen CRM-Software oder Ablaufplänen auf Papier sowie parallel mit dem modernen Prozessmanager gearbeitet, weiß nach wenigen Tagen kein Mitarbeiter mehr, welcher Kollege welche Arbeitsschritte erledigt hat. Das führt ins Chaos. Daher sollte das neue, einheitliche Arbeiten mit einem Paukenschlag eingeführt werden.

In den Prozessmanager fließen permanent Ideen und Verbesserungsvorschläge der Anwender in die Weiterentwicklung ein.

In Kombination mit dem onOffice-Zusatztool „Erfolgscockpit“ lässt sich der Prozessmanager zu einem Controlling-Instrument ausbauen. Dies trägt zur weiteren Transparenz der Arbeitsleistung bei. Der Firmeninhaber kann sein Personal richtig einzusetzen und auf Arbeitsschwankungen reagieren. Sind Mitarbeiter bei der Akquisition neuer Verkaufsobjekte

besonders erfolgreich, kann die Führungskraft frühzeitig ermitteln, ob bei den Folgeprozessen wie dem Erstellen der Verkaufsunterlagen und der Vermarktung mehr Manpower einzuplanen ist.

Bekanntlich ist nichts so gut, als dass es nicht verbessert werden kann. Das gilt auch für den Prozessmanager. So fließen permanent Ideen und Verbesserungsvorschläge der Anwender in die Weiterentwicklung ein. ■

#### Der Autor:



**Jan Mettenbrink** Jan Mettenbrink ist Geschäftsführer der maison Immobilien GmbH in Buchholz. Seit er selbst mit dem Prozessmanager arbeitet, lässt ihn das Thema nicht mehr los. Er berät onOffice bei der Weiterentwicklung des Tools, testet neue Anwendungsmöglichkeiten vor der Markteinführung und unterstützt als Trainer und Coach Maklerkollegen bei der Einführung in ihrer Firma.

## Immobilienverrentung (11)

# Das Leibrenten-Portal

Ralf Schwarzhof

Ein Portal, wo Immobilienverrentungen generiert, berechnet und abgewickelt werden können.

Thomas Sippler ist geschockt. Soeben hat der Immobilienmakler einen Anruf erhalten, auf den er nicht vorbereitet war: Eine 72-jährige Eigentümerin möchte ihr 400.000 Euro-Haus verrenten und bittet um einen Beratungstermin. Das musste ja kommen.

Erst letztens hatte er eine Untersuchung des statistischen Bundesamtes gelesen. Die Zahlen hatten ihn schon beeindruckt, denn in seiner „Farm“ gibt es wohl über 27.000 Immobilien, deren Besitzer im Seniorenalter (65+) sind. 3.500 davon sind selbstgenutzte ETWs, 9.800 entfallen auf selbstgenutzte Häuser und fast 14.000 der Immobilien gelten als Renditeobjekte.

Natürlich gibt es da Verrentungs-Bedarf, das ist auch Thomas Sippler klar. Er hatte das Thema immer vor sich hergeschoben, keine Zeit gehabt sich zu informieren. Aber was soll er der Interessentin denn jetzt bloß sagen? Welche Verrentungsmöglichkeiten gibt es überhaupt? Wie kann er diese eigenständig berechnen? Und wie wickelt er eine Verrentung überhaupt ab?

**Wie kann er diese Nachfrage jetzt und zukünftig bedienen?**

Wieviel Potenzial gibt es in Ihrem Revier? Hat Ihnen die Kon-

kurrenz dieses Geschäft bereits vor der Nase wegschnappt und wildert mit dem Thema Immobilienrente sogar direkt vor Ihrer Haustür?

Dabei gibt es eine Lösung, die sozusagen ein Autopilot auf dem Weg zu mehr Eigentümer-Anfragen ist, genauer gesagt ein Online-Portal, wo Maklerunternehmen vollautomatisiert Anfragen von Immobilien-Eigentümern (Verrentungs-Interessenten) erhalten und diese Anfragen eigenständig bearbeiten können.

Ihr Interessent fragt nach seinen Möglichkeiten? Alle denkbaren Verrentungs-Varianten werden für Ihren Interessenten auf Machbarkeit geprüft und automatisch berechnet, egal ob die Immobilie selbstgenutzt oder vermietet ist:

1. Klassische Leibrente/Immobilienrente
2. Abgekürzte Leibrente/Immobilienrente
3. Kombinierte Leibrente/Immobilienrente
4. Barwertausgleich
5. Rückmietverkauf (Sale-and-rent-back)

Erstellen, drucken und versenden Sie die unterschiedlichen, ausführlichen Verrentungs-Analysen (siehe Bilder) ganz einfach auf Knopfdruck und mit den von Ihnen im Portal hinterlegten Kontaktdaten. Damit verfügen Sie über die bestmögliche Vorlage für das Beratungsgespräch.

Sparen sich die komplette Vermarktung mit dem damit ver-



**Ihre Angaben**

14.04.2018

Kauf Eigentümern

Mann 75 Jahre, Frau 75 Jahre

Kundenrufnummer

Kunden-Mail

Finanzhilfen/Bericht

Mietrecht/Werbung

30258 Puffeln

400.000 Euro

0 Euro

KONZERN:  
LB-PORTAL.DE  
Erfahrung und Maßnahme  
Ihre Firma  
Telefon:  
030 26 12 34 56  
E-Mail:  
info@lb-portal.de

Deckblatt Muster-Verrentungs-Analyse

bundenen Aufwand (Zeit/Kosten), indem Sie Verrentungen direkt im Portal abwickeln. Wo ist dieses Portal zu finden? Im Internet unter [www.LB-Portal.de](http://www.LB-Portal.de).

Immobilienverrentungen liegen im Trend. Viele ältere Menschen möchten in ihrer gewohnten Umgebung wohnen bleiben. Doch kleine Renten machen dies oft unmöglich oder die Besitzer sind mit den anfallenden Renovierungen und Instandhaltungen überfordert.

#### **Akquise leicht gemacht: Wir haben die Interessenten**

Über unser weit verzweigtes Netzwerk generieren wir deutschlandweit Anfragen von potentiellen Interessenten. Als Makler haben Sie die Möglichkeit, sich eines von 299 exklusiven Gebiete zu sichern und dann exklusiv alle Anfragen daraus zu erhalten.

Aber Sie können auch eigene Anfragen auf Ihrer Homepage generieren, die Sie dann im Portal mit den Tools berechnen und weiterbearbeiten. Ebenso können Sie das Anfragetool kostenlos auf so vielen – auch fremden – Webseiten platzieren, wie Sie möchten. Sämtliche generierten Anfragen aus Ihrem Gebiet landen wieder automatisch bei Ihnen.

Info: Anfrage-Tool „Verrentungs-Rechner“

„Wie viel Rente steckt in Ihrer Immobilie?“ Der Online-Verrentungs-Rechner macht neugierig. Makler können durch einfaches Einbinden eines HTML-Codes den Verrentungsrechner auch auf ihrer Webseite platzieren lassen. Dabei beantwortet der Interessent die für eine Berechnung notwendige

gen Fragen und gibt seine Kontaktdaten mit E-Mail-Adresse und Telefonnummer ein. Im Anschluss versendet das System automatisch eine E-Mail an den Interessenten, in welcher die kurzfristige telefonische Kontaktaufnahme durch den (namentlich genannten) zuständigen Partner (Sie?) bestätigt wird. Sie kontaktieren den Interessenten, gleichen die Daten ab und bearbeiten die Anfrage im Portal.

#### **Anfrage-Bearbeitung leicht gemacht: Tools**

Eine Anfrage für eine Verrentung zu generieren ist eine Sache, die Anfrage professionell bearbeiten zu können eine andere. Jahrzehntelange Erfahrung haben zu einer Fülle von Berechnungstools geführt, die Sie als registrierter Premiumpartner vollumfänglich nutzen können.

#### **Beratung leicht gemacht: Eigentümer-Fragen**

Zu wenig Rente, keine Erben, drückende Darlehen usw.: Wenn Immobilien-Eigentümer sich für eine Verrentung interessieren, hat das immer seinen ganz speziellen Grund. Doch dann eine Entscheidung zwischen Verrentung oder normalen Verkauf zu treffen, fällt nicht immer leicht. Hier sind Klarheit und Fingerspitzengefühl beim Makler gefragt.

Unsere professionell aufbereiteten Verrentungs-Analysen liefern alle notwendigen Informationen und lassen keine Fragen offen. Sie verfügen auf Knopfdruck über eine wertvolle Entscheidungshilfe und eine optimale Vorlage / Hilfe für ein erfolgreiches Beratungsgespräch.

#### **Vermarktung leicht gemacht: Das Leibrenten-Bieterverfahren**

Wenn der Interessent zum Kunden wird, benötigen Sie eine ganz besondere Marketingstrategie. Diese unterscheidet sich von einem herkömmlichen Verkauf.

Wir stellen Ihnen das komplette Vermarktungskonzept zur Verfügung und unterstützen Sie zusätzlich mit einem von uns entwickelten Bieterverfahren speziell nur für Verrentungs-Immobilien. Damit erzielen Sie die besten Ergebnisse für Ihre Interessenten.





## Übersicht Immobilienverrentung: Ihre Möglichkeiten auf einen Blick

### Immobilienverrentung über Leibrentenbörse.de (zu erwartende Auszahlungen)

Variante	Wohnrecht	Einmalzahlung	Monatliche Leibrente	Besicherung
Klassische Leibrente	Lebenslang mit Mitgenosse (kostenlos)	0 €	1.210 € (altersabhängig)	Wohnrecht und Realoffert erzwungen im Grundbuch (Tafelkautel)
Abgekürzte Leibrente	Lebenslang mit Mitgenosse (kostenlos)	0 €	1.550 € (höchstens 11 Jahre)	Wohnrecht und Realoffert erzwungen im Grundbuch (Tafelkautel)
Rentifizerte Leibrente	Lebenslang mit Mitgenosse (kostenlos)	0 €	500 € (Lebenslang) + 700 € (höchstens 11 Jahre)	Wohnrecht und Realoffert erzwungen im Grundbuch (Tafelkautel)
Brennert-Ausgleich	Lebenslang mit Mitgenosse (kostenlos)	140.000 €	0 €	Wohnrecht erzwungen im Grundbuch
Rückmiet-Verkauf	Lebenslang (kostenpflichtig) (1.340 € / Mietzahl)	1.340.000 €	0 €	Wohnrecht erzwungen im Grundbuch

### Immobilienverrentung über gewerbliche Anbieter (zu erwartende Auszahlungen)

Anbieter	Wohnrecht	Einmalzahlung	Monatliche Leibrente	Besicherung
A	Lebenslang (kostenlos)	0 €	1.028 €	Wohnrecht und Realoffert erzwungen im Grundbuch
B	Lebenslang (kostenlos)	0 €	1.028 €	Wohnrecht und Realoffert erzwungen im Grundbuch

Hinweise zur prognostizierten Vermittlungsgebühr für Leibrentenbörse.de:

Grundlage für die Auswertung ist die Verrentung mit höchstmöglicher Beschleunigung. Die Berechnungen basieren u. A. auf bewertungsgeringen, bundesdurchschnittlichen Liegenschaftswert mit Wert nur, aber vor allem in hochpreisigen Lagen sind ebenfalls auch deutlich höhere Leibrenten/ Einmalzahlungen möglich, als in dieser Auswertung prognostiziert.

Hinweise zur prognostizierten Vermittlungsgebühr für gewerblichen Anbieter:

Die Ergebnisse für die gewerblichen Anbieter (Grund B) basieren auf durchschnittlichen Erlösgewinnen und zeigen individualisierte Werte.



In unserem Portal haben wir diese Investoren, denen Sie eine Immobilie vorab anbieten können, um lange Vermarktungswege zu umgehen.

#### Verkauf ohne Vermarktung: Die Investoren

Es gibt genügend Investoren, die langfristig und sicher investieren möchten. Im Portal warten Investoren, denen Sie eine Immobilie vorab anbieten können, um lange Vermarktungswege abzukürzen. Sie sparen Zeit, Geld und Arbeit und wickeln den Verkauf mit wenigen Klicks im Portal ab.

#### Unsere Erfahrung – Ihr Vorteil

Sie werden niemanden finden, der auf mehr Erfahrung im Bereich Immobilienverrentungen zurückblicken kann. Nutzen Sie diese Tools und das Know-how. Wir begleiten und unterstützen Sie von der Akquise über die Vermarktung bis hin zur Ausgestaltung der Notarverträge.

Anfragen aus Karlsruhe gewünscht? Bitte sehr! Dann übernehmen Sie eine Gebietspatenschaft für dieses Gebiet und werden so zum Premium-PLUS-Partner. Wie funktioniert diese Zuordnung?

Die BRD ist in 299 Wahlkreise mit jeweils gleicher Einwohnerzahl aufgeteilt. Die Leibrentenbörse vergibt über LB-PORTAL.de einzelne Gebiete exklusiv an interessierte Makler.

Sämtliche Anfragen, die Immobilien in diesen Gebieten betreffen, erhält der entsprechende Makler zur Bearbeitung. Ausgenommen sind Objekte, die durch Makler auf ihren eigenen Seiten generiert wurden.

Nur für „Premium-PLUS Partner“ fahren wir über das Portal monatliche Werbekampagnen über Google AdWords und/oder Facebook.

Die „Premium-PLUS Partnerschaft“ ist mit einer 100-prozentigen „Geld-zurück-Garantie“ verbunden und damit für Sie ohne jedes Risiko.

Erhalten Sie keine Anfragen, erhalten Sie Ihre Gebühren zurück. Ohne Wenn und Aber!

#### Bonus: Rechen-Tools, nicht nur für Verrentungen

Bereits als Premium-Partner haben Sie neben dem Verrentungsrechner Zugriff auf 14 weitere Rechentools. Darunter einige, die Sie sonst nirgendwo finden werden\* und die Ihnen



Expertenstatus weiter manifestieren. Außerdem sparen Sie sich mit diesen kleinen und großen Helferlein viel Arbeit und Zeit:

1. Rechner – Immobilienverrentung \*
2. Rechner – Brutto-Vervielfältiger
3. Rechner – Netto-Vervielfältiger
4. Rechner – Brutto-Rendite
5. Rechner – Netto-Rendite
6. Rechner – Eigenkapitalrendite
7. Rechner – Grunderwerbsteuer
8. Rechner – Maklerformel
9. Rechner – Steuerlicher Kapitalwert nach §14/15 BewG\*
10. Rechner – Statistische Lebenserwartung
11. Rechner – Kreditrechner (Darlehensrate und Effektivzins)
12. Rechner – Verkehrswert eines Erbbaurechtes\*
13. Rechner – Besteuerung Leibrente (Ertragsanteil und Freibetrag)\*
14. Rechner – Sofortrente gegen Einmalzahlung
15. Rechner – Immobilienkauf auf Leibrentenbasis: Was kann ein Käufer steuerlich absetzen?\*

Weitere Infos und Downloads: <https://leibrenten-boerse.de/ip-portalinfos/>. Unter anderem finden Sie dort eine Muster-Verrentungsanalyse sowie das vollständige Benutzerhandbuch für das Portal mit allen Funktionen und Vorteilen. ■

### Immobilienprofi-Vorteil bei Registrierung nutzen

Wie lohnend ist das Gebiet, in dem Sie arbeiten? Ist es bereits vergeben? Überprüfen Sie es und registrieren Sie sich jetzt kostenlos unter LB-PORTAL.de

Geben Sie bei der Registrierung im Portal den IMMOBILIEN-PROFI-Vorteils-Code ein: IP-0618

Mit diesem Code erhalten Sie beim Upgrade auf eine Premium-Partnerschaft einen Monat gratis. Dafür muss das Upgrade spätestens bis zum 15.07.2018 erfolgen.

### Der Autor:



IMMOTAX Geschäftsführer **Ralf Schwarzhof** ist der bundesweit marktführende Experte für die wertsichernde Umwandlung von Immobilien in Leibrenten oder Zeitrenten, mit oder ohne Wohnrecht! In Vorträgen, Seminaren und in Fachartikeln referiert er regelmäßig zum Thema „Die Rente aus der eigenen Immobilie“.

[www.Leibrenten-Boerse.de](http://www.Leibrenten-Boerse.de)



# „Wir arbeiten kostenlos für Sie!“

Filippo Mannella

Warum verschenken Immobilienmakler eine Dienstleistung, die so wertvoll ist?

Man findet sie an Tankstellen, Imbissen, Bäckereien und auf dem heimischen Fußboden, nachdem sie aus dem Wochenblättchen gepurzelt sind: Diverse Flyer, Postkarten und Faltblättchen von Immobilienmaklern, die sich andienen, Immobilien „kostenlos“ zu bewerten und den Verkauf derselben selbstverständlich auch „provisionsfrei für den Verkäufer“ durchführen zu wollen.

Während seriös arbeitende Makler das Honorar ihrer Dienstleistung und die Provision durchsetzen, schaffen „Billig-Makler“ sich den Ruf, laienhaft und unseriös zu arbeiten.



Die Krönung aber war ein Flyer, den ich ein paar Mal lesen musste, um ihn dann immer noch nicht zu verstehen. „Selbstbewertung Ihrer Immobilie“ hieß es da. Was soll das bedeuten? Ich habe im Online-Duden nachgeschaut. Und der sagt: Leider haben wir zu Ihrer Suche nach „Selbstbewertung“ keine Treffer gefunden. „Oder meinten Sie: Selbstbefleckung?“, fragt der Duden.

Diese Frage kommt dem ganzen Dilemma schon verblüffend nah. Ein großer Teil der Makler „befleckt“ sich seit geraumer Zeit ausdauernd selbst, indem sie ihr gesamtes Leistungsangebot – von der Bewertung über die Vermarktung bis zur Begleitung des Notartermins – „selbstverständlich für Sie als Verkäufer provisionsfrei“ andienen.

Dieses „Marketing“ bringt unsere gesamte Branche in Bedrängnis und macht seriös arbeitenden Maklern das Leben schwer. Es wird nach außen vermittelt, dass die Leistung und die Zeit eines Maklers nicht viel wert sein können und vor allem, dass die Provision so üppig ist, dass der Makler immer noch ausreichend verdient, wenn er für die Eigentümer kostenlos tätig wird. Nebenbei werden die Immobilie bzw. die Beauftragung zur Beute des Maklers degradiert.

Wer von uns kann seine Zeit und sein Geld zu verschenken? Doch nur derjenige, der genug hat oder der, der nach Aufträgen giert. Doch Dumping ist bestimmt der falsche Weg. Und wer einmal seine Dienstleistung kostenlos angeboten hat, kann nicht mehr zurück. Während seriös arbeitende Makler das Honorar ihrer Dienstleistung und die Provision durchsetzen, schaffen „Billig-Makler“ sich den Ruf, laienhaft und unseriös zu arbeiten. Aber wie ist dann die Motivation, und wie entwickelt sich ein solcher Makler? Auf Dauer kann man mit diesem Geschäftsmodell nicht überleben. Und nebenbei wird diese Handlungsweise langfristig auch noch den neuen Prop-Tech-Unternehmen in die Hände spielen.

Die erste wichtige Säule – die Chance des ersten Kontaktes zum potenziellen Verkäufer – aus den Händen zu geben und ihn dann auch noch mit dem Allerwichtigsten – dem erzielbaren Preis – allein zu lassen, ist daher äußerst töricht.

Wer die Vermarktung seiner Immobilie in die Hände eines Profis gibt, erwartet eine professionelle Vorgehensweise und nicht eine Kopie (oder gar Verlinkung) dieser nichtssagenden Bewertung à la ImmobilienScout. ■

# IMMER PASSENDE INHALTE FÜR IHRE KUNDEN



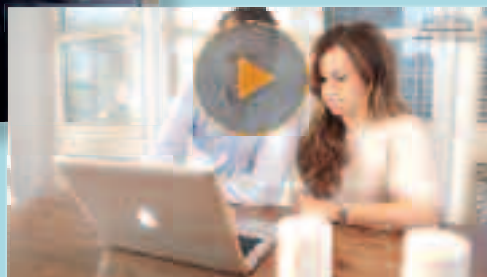
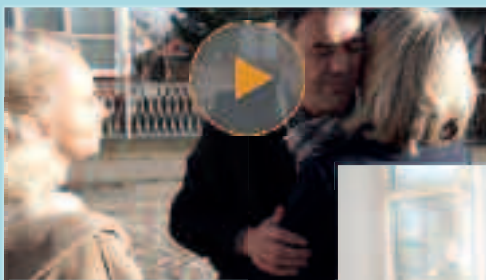
## JAHRESPAKET FACEBOOK & WEBSEITE

- › 1 aktuelles Video pro Monat
- › 1 Artikel pro Woche
- › Kundenmagazin quartalsweise
- › 12 Monate Belieferung

ab **250 €**  
netto/mntl.

Telefonische Beratung: 030 809 520 881

# KOMPETENZ BEWEISEN DURCH SPEZIALISIERUNG



## MEHR AUFMERKSAMKEIT MIT THEMENFILMEN

- › Die Scheidungsimmobilie
- › Die Altersimmobilie
- › Die Erbimmobilie


ab **980 €**  
netto

**WORDLINER**  
Content • Video • Marketing

030 809 520 881

[www.immofilm-service.de](http://www.immofilm-service.de)

[info@immofilm-service.de](mailto:info@immofilm-service.de)



„Für unser stark expandierendes Unternehmen mit 26 Mitarbeitern und 5 Standorten in Norddeutschland ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter vernetzt miteinander arbeiten können. onOffice ermöglicht dies mit einer idealen mobilen Lösung – es ist für uns einfach geworden, neue Mitarbeiter und neue Standorte in unser System einzufügen und über den Prozessmanager zu integrieren. Auch das Onboarding funktioniert bei uns dank onOffice teilweise digital.“

**JOHANNES MÖLLERHERM, ANNEGRET MÖLLERHERM,  
DR. MARCEL HOFEDITZ** - *Möllerherm Immobilien*

## DIE ONLINE SOFTWARE FÜR IMMOBILIEN-PROFIS

Sparen Sie Zeit und machen Sie deutlich mehr Umsatz – intelligente Verknüpfungen von Immobilien, Adressen, E-Mails, Terminen und Aufgaben vereinfachen Ihren Workflow.

Profitieren Sie von unseren Ideen für Ihren Erfolg.