



Anleitung: Marktbericht

Bearbeitungshistorie

Datum	Art der Bearbeitung	Bearbeiter
20.6.2012	Beitrag zum Marktbericht	Werner Berghaus
10.7.2012	Anleitung zum Marktbericht	Werner Berghaus
10.07.2012	Überarbeitung	cmd

Prozessziel

Marktberichte für die lokale Positionierung einsetzen.

Inhaltsverzeichnis

Anleitung: Marktbericht	1
Bearbeitungshistorie	1
Prozessziel	1
Inhaltsverzeichnis	1
Allgemeine Darstellung	2
Landnahme	2
Vorbereitung	2
Die Titelseite	2
Seite 2	2
Weitere Umfragen-Themen:	3
Seite 3	3
Seite 4	3

Allgemeine Darstellung

Landnahme

Der eigene Marktbericht ist ein mächtiges Akquise-Tool, das aber viel Aufwand verursacht. Wir haben Ihnen einen Teil der Arbeit abgenommen.

Der Marktbericht eignet sich bestens zur "Landnahme". Denn nichts dokumentiert die lokale Marktführerschaft besser als ein eigener Marktbericht und ebenso könnte man die Marktführerschaft durch den Marktbericht sogar dreist beanspruchen - auch wenn man erst in Lauerstellung ist. **Der Marktbericht hat aggressives Potenzial**, entweder um Märkte zu erobern oder um andere auf Abstand zu halten - beides geht, das macht die Sache spannend.

Allerdings ist ein wenig Aufwand nötig. Doch die gute Nachricht ist, dass wir Mitgliedern bereits einige Arbeit abgenommen haben. Die hier dargestellte Vorlage können Sie im MS-Publisher-Format bei www.immobiliien-profi.de einfach downloaden und individualisieren. Ferner haben wir den redaktionellen Inhalt soweit wie möglich vorbereitet. So präsentiert sich der Muster-Marktbericht auf vier DIN-A4 Seiten.

Vorbereitung

Für einen Marktbericht brauchen Sie unbedingt Unterstützung. Folgende Arbeiten sollten Sie an fähige Kräfte delegieren:

- **Gestaltung der Vorlage:** Es steht bereits eine Vorlage im Format „MS-Publisher“ zur Verfügung. Publisher ist einfach zu erlernen, mit weniger als 200 Euro Bruttopreis sehr günstig und ist in vielen MS-Office Paketen sogar enthalten. Eine 30 Tage Testversion finden Sie beispielsweise hier: <http://office.microsoft.com/de-de/publisher/>
- **Bildbearbeitung:** Da Sie Fotos verwenden, werden Sie auch Bilder bearbeiten müssen. Dies, sowie die Gestaltung zählt zu den Aufgaben eines (halbprofessionellen) Grafikers bzw. zu der Person, die diese Aufgaben sowieso in Ihrem Unternehmen wahrnimmt.
- **Datenaufbereitung:** Dies sollten Studenten für Sie übernehmen können. Am besten eignen sich Studierende der Wirtschaftswissenschaften.
- **Umfragen:** Dies können Sie unter Umständen selber durchführen, weil Sie dadurch neue Kontakte in Ihrer Farm gewinnen. Andernfalls können dies Aushilfen, Auszubildende oder freie Mitarbeiter kostengünstig übernehmen.
- **Texten:** Auch hier sollten Sie sich helfen lassen. Menschen, die gut und gerne schreiben verlangen oftmals erstaunlich wenig Honorar. Selbst Journalisten sind froh, wenn sie sich etwa dazu verdienen können.

Die Titelseite

Auf der Titelseite finden Sie das Logo des Maklers, den Titel "Marktbericht für ...", begleitet von einem Vorwort, für das der Makler verantwortlich zeichnet. Das Inhaltsverzeichnis ist nicht besonders umfangreich, deshalb werden die einzelnen Beiträge dort ausführlicher beschrieben.

Seite 2

Auf der zweiten Seite an erster Stelle platziert erscheint dort Ihr lokaler Immobilienindex. Hier werden lediglich die Preisveränderungen in den zurückliegenden Perioden als relative Werte dargestellt. Das hat den Vorteil, dass man hier keine konkreten Preise verraten muss, sondern lediglich die Veränderung zu einem Basiswert, beispielsweise dem Jahr 2008, präsentiert. Diese Werte können Sie anhand eigener Recherche und aus der eigenen Datenbank beziehen oder alternativ Zahlen des Gutachterausschuss oder anderer Quellen verwenden.

Dieser Index verdient einen eigenen Namen, Mustermann Immobilien, nennt dies beispielsweise "Mustermann Immobilien Index" oder "Dichterviertel Immobilien Index", also kurz MIX oder DIX.

Weiter geht es mit einem lokalen "Zufriedenheits-Index", der mittels Umfrage ermittelt werden muss. Hier bietet sich das Verfahren "Net Performer Score" (siehe Immobilien-Profi 70) an, weil dies mit wenig Aufwand gute Ergebnisse liefert. Denkbar wäre, den Zufriedenheitsindex einmal jährlich zu erheben und als Index über mehrere Jahre fortzuschreiben.

Die Befragung ist recht einfach:

„Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie einem Freund oder Verwandten empfehlen würden ins Dichterviertel zu ziehen?“

Dies erfassen Sie auf einer Skala von 0 bis 10 und fragen anschließend ob man die Antwort begründen möchte. Sie werden interessante Daten erhalten. Mehr dazu in IMMOBILIEN-PROFI 70.

Weitere Umfragen-Themen:

- Die "Tops und Flops" in Musterstadt ergänzen, also Punkte, die die Anwohner besonders positiv oder negativ sehen.
- Alternativ kann man auch aktuelle Themen aufgreifen, etwa Veränderungen in der Umgebung, neue Straßen, etc.
- „Planen Sie in den nächsten zwei Jahren einen Umzug / eine Veränderung Ihrer Wohnverhältnisse?“, warum nicht einmal direkt fragen?

Seite 3

"Klatsch und Tratsch" findet man auf der gegenüberliegenden dritten Seite, denn der Marktbericht soll auch unterhalten. Hier haben wir ein Interview mit einer Familie eingeplant, die vor wenigen Monaten (dank Maklerhilfe) ins "Dichterviertel" zugezogen ist. Dies könnte eine regelmäßige Rubrik werden, denn da der Marktbericht nur zweimal jährlich erscheint, sind geeignete Kandidaten leicht zu finden.

Sie können auch einen vorformulierten Fragebogen verwenden und immer die gleichen Fragen stellen:

- Was hat Sie ins „Dichterviertel“ verschlagen?
- Wenn nicht hier, wo würden Sie dann am liebsten wohnen?
- Was schätzen Sie persönlich besonders am „Dichterviertel“?
- Was würden Sie im „Dichterviertel“ am liebsten ändern?
- weitere Fragen...

Seite 4

Auf der vierten und letzten Seite wird es wieder konkreter. Hier ist ein halbe Seite für die aktuelle Marktentwicklung vorgesehen. Dazu bieten sich verschiedene Themen an:

- Preisentwicklung der letzten Monate in der Region. Hier werden zwar konkrete Zahlen genannt, die jedoch mit einer entsprechenden Spanne versehen werden.
- die Auswirkung von neuen Baugebieten oder anderen kommunalen Maßnahmen auf die Verkaufspreise
- Entwicklung der Mietpreise in der Farm (einmal jährlich)
- Gegenüberstellung verschiedener Quartiere innerhalb und / oder außerhalb der Farm
- viele weitere Möglichkeiten sind vorhanden.

Die zweite Hälfte der letzten Seite widmet sich beispielsweise neuen Entwicklungen in der Farm, hier muss allerdings beachtet werden, dass der Marktbericht nur alle sechs Monate erscheint. Besser ist es lokale Geschäfte bzw. Gastronomie-Betriebe vorzustellen. Ein regelmäßiger Restaurant-Tipp ist einfach erstellt und hilft, das Netzwerk des Maklers auszubauen. Bei dieser Gelegenheit sollte sich der Makler im Restaurant mit dem Inhaber oder Chefkoch ablichten lassen.

Wie wird der Bericht vermarktet? Ein Marktbericht ist immer eine Nachricht wert, so dass man die lokale Presse mit Teil-Informationen versorgen kann. Selbstverständlich kann man den Marktbericht auf der Makler-Homepage anbieten oder in ausgewählten Geschäften auslegen bzw. mittels Flyer bewerben. Auch die Verteilung an ausgewählte Haushalte kommt in Frage.

Mit dem Marktbericht drängt sich das Maklerunternehmen in die lokale Experten-Position. Natürlich werden allein dadurch nicht alle Wettbewerber aus der Farm gedrängt, aber die lokale Marktführerschaft wird sich in die Wahrnehmung der Anwohner schleichen. Und auch gegenüber größeren, überregional auftretenden Wettbewerbern kann man sich mittels Expertenstatus besser positionieren. Darin liegt die eigentliche Stärke dieses Werks, denn Nachahmer werden sich kaum finden. Es ist wenig sinnvoll, einem bereits existierenden Marktbericht ein Konkurrenzprodukt gegenüber zu stellen. Hier gilt: Wer zuerst kommt - mahlt zuerst!