

LARS GROSENICK

Schneller Picken!

Der Immobilienmarkt wird sich in den nächsten Jahren halbieren. Wen kümmert's? Nicht die Gesamtsicht entscheidet, sondern die Teilaspekte

Stellt man sich den Gesamtmarkt der Wohnimmobilien als Kuchen vor, dann ist dieser Kuchen je nach Konjunktur einmal größer oder kleiner. Aus der Bevölkerungsentwicklung können wir auch ablesen, dass dieser Kuchen sich in wenigen Jahren halbieren wird (siehe auch Seite 8). Gleichzeitig bietet die aktuelle wirtschaftliche Lage und die Zurückhaltung der Banken bei der Kreditvergabe weitere Indizien dafür, dass der Kuchen noch weiter an Größe verliert. Trotzdem ist festzuhalten, dass diese Marktentwicklung für einzelne Unternehmen mehr oder minder irrelevant ist.

Es geht nämlich nicht um den Kuchen, es geht um die Krümel!

Fast zwei Drittel des Marktes sind in privater Hand. Die überwiegende Mehrheit der Transaktionen wird durch ungezählte Einzelanbieter bzw. Nachfrager atomisiert. Selbst vom Rest des Immobilienkuchens hält kein Unternehmen, auch nicht die großen institutionellen Anbieter, einen nennenswerten Marktanteil. Niemand kann also, um im Bild zu bleiben, ein richtiges Tortenstück für sich beanspruchen.

Es geht und es ging – unabhängig vom Gesamtmarkt – immer nur um die Krümel.

Deren Zahl wird zwar tatsächlich weniger, aber es gibt immer noch genug davon. Es wird nur schwieriger, genug davon aufzupicken.

■ **Trotzdem ist die Situation eigentlich einfach, denn für diese Immobilie wird nur ein einziger Käufer gebraucht. Diesen gibt's sogar schon – er muss nur gefunden werden!**

Wer den Blick vom Kuchen abwendet und sich auf die eigenen Möglichkeiten konzentriert, der wird erfolgreich am Markt agieren. Es geht um die Professionalisierung der Branche, um den Einsatz aller technischen und marketing-technischen Möglichkeiten. Hier steckt genug Reservepotenzial.

Praxisbeispiel

Immer öfter kommen gepflegte Immo-

bilien auf den Markt, die aber seit zehn oder zwanzig Jahren nicht mehr saniert oder renoviert wurden. Den vorhandenen Eigentümern schweben trotzdem Verkaufspreise vor, die sich am Markt nicht mehr realisieren lassen.

Ein potenzieller Käufer dagegen rechnet den Kaufpreis zuzüglich Renovierung. Dazwischen klafft eine gewaltige Lücke. Selbst wenn es gelungen ist, mit dem Altbesitzer einen realistischen Preis zu vereinbaren, ist damit noch immer kein Käufer gefunden. Denn die Immobilie präsentiert sich mit Stuckdecke, Butzenscheiben, altmodischen Tapeten und entsprechenden sanitären Standards.

Der Immobilien-Profi erkennt natürlich trotzdem die Möglichkeiten der Immobilie, aber vermag dies ein Käufer, der unvorbereitet zur Besichtigung geladen wird?

Gesucht: ein Käufer!

Trotzdem ist die Situation eigentlich einfach, denn für diese Immobilie wird nur ein einziger Käufer gebraucht. Diesen gibt's sogar schon, er muss nur gefunden werden!

Das Krümel-picken beginnt mit der gezielten Suche nach diesem Käufer. Hier ist es notwendig, eine Art „Täterprofil“ zu entwickeln. Was braucht dieser neue Immobilienbesitzer? In erster Linie Fantasie! Dieser erhält zu einem fairen Preis eine Immobilien, die sich relativ individuell gestalten lässt – man muss es nur erkennen. Es geht also ►

Immobilienmakler-Index VERZEICHNIS DEUTSCHER IMMOBILIENMAKLER

Mehr Kunden
Mehr Umsatz

Mehr als 1.000 Suchanfragen täglich (März)

3 Monate kostenlos testen - ohne automatische Verlängerung

www.Immobilienmakler-Index.de

Telefon: (08731) 32 93 71
Telefax: (08731) 32 93 69

auch um die Lust an der Entdeckung dieser Möglichkeiten.

Konventionelle Anzeigen, ob in der Zeitung oder im Internet, scheiden somit aus. Die geeigneten Interessenten müssen gezielter aktiviert werden. Dies ist ein weiterer Aspekt des „schnellen Pickens“.

Grundsätzlich werden in unserem Unternehmen alle Objekte zunächst zehn Tage im Internet und in verschiedenen Portalen angeboten, erst dann schreiten wir zur Schaltung einer Zeitungsannonce.

■ **Erfahrungsgemäß dauert die „Schwangerschaft“ bis zum Kauf einer Immobilie etwa 14 Monate. Die Haltbarkeit der „Wünsche“ an das neue Zuhause beträgt dagegen nur etwa 12 Wochen.**

Problematisch wird es aus den beschriebenen Gründen, wenn das Objekt mit attraktiven Fotos bebildert werden soll. Doch gibt es kein Gesetz, das vorschreibt, Immobilien stets mit der Frontalansicht zu zeigen. Wenn möglich, finden sich im Garten oder im Haus interessantere Motive.

Ferner nutzen wir so genannte „RAMA-Fotos“. Dies sind frei verfügbare Motive, die glückliche Menschen, oft Familien, oder Menschen in verschiedenen Lebenssituationen zeigen. Bei der Wahl der Motive ist der Fantasie des Maklers keine Grenze gesetzt, es sollte nur halbwegs zur Immobilie oder zur gewünschten Stimmungslage des Interessenten passen.

Diese RAMA-Bilder fallen in den Listings der Portale natürlich auf und steigern so nebenbei auch noch die Zugriffe. Unsere Immobilie kann selbstverständlich mehrfach in einzelnen Portale präsent sein. So können gleichzeitig verschiedene Zielgruppen angesprochen werden. Da nichts gezeigt wird, was die Immobilie identifiziert, fällt es auch selten auf.

Das Internet versorgt uns dann schnell mit ersten Interessenten. Hier bietet sich die Gelegenheit zu ersten Vorgesprächen. Die gewonnenen Informationen versetzen uns in die Lage, unsere Zeitungsanzeigen besser abzustimmen,

wenn dies überhaupt noch erforderlich ist. Das Wörtchen „neu“ wird eines der Zauberwörter in allen Anzeigen. Denn dies aktiviert die Käufer, auf die wir zielen – Menschen, die sich von Entdeckungsmöglichkeiten angezogen fühlen.

Zeigen oder Verkaufen?

Meldet sich ein Interessent, so verbietet sich der Exposeeversand schon von selbst. Das Haus oder die Wohnung verkauft sich ja aus den bekanntesten Gründen nicht von allein – ganz im Gegenteil! Der Käufer braucht intensive Betreuung durch den Profi. Hier muss man mit viel Fingerspitzengefühl vorgehen, denn dem Interessenten wird ein erheblicher Spagat zwischen dem Ist- und Soll-Zustand der Immobilie zugemutet. Enttäuschungen bei der Besichtigung sollten weitgehend vermieden werden, auch wenn dies niemals ganz zu vermeiden ist. Aber wer das Haus X nicht kaufen will, kommt für Haus Y trotzdem noch in Frage. Vor schlecht vorbereitete Besichtigungen gibt es zu wenig „Krumel“.

Erfahrungsgemäß dauert die „Schwangerschaft“ bis zum Kauf einer Immobilie etwa 14 Monate. Die Haltbarkeit der „Wünsche“ an das neue Zuhause beträgt dagegen nur etwa 12 Wochen. Statistisch gesehen würde ein Interessent, bis er schließlich beim Notar landet, etwa fünfmal seine Ziele wechseln.

Den persönlichen Gesprächen mit Kaufwilligen kommt deshalb eine besondere Bedeutung zu. Wir haben erkannt, dass negativ formulierte Ziele („wir wollen auf keinen Fall...“) erheblich dauerhafter sind als positiv geäußerte Wünsche. Dies muss also auch erfasst und besonders berücksichtigt werden.

Ferner erfragen wir nicht nur den sachlichen Immobilienwunsch, sondern auch das eigentliche Kaufmotiv. Hier sind Überraschungen nie ausgeschlossen (vgl. IP27).

Rückenübungen

Dem potenziellen Käufer muss also zuvor der Rücken gestärkt werden. Dieser darf nicht mit dem Bild „seiner Traumimmobilie“ zur Besichtigung schreiten. Angestrebt wird eine weitgehend realistische Erwartungshaltung.

Auch geht es um die Sensibilität des Käufers für den Eigentümer. Wenn dieser bei der Besichtigung erläutert,

welches Schicksal die Stuckdecke erwartet und wo der erste Durchbruch stattfinden wird, kann das mancher Eigentümer schwer ertragen. Besser ist es natürlich, wenn besagter Altbesitzer diesen Gesprächen gar nicht beiwohnt. Zu verhindern ist es aber nicht immer.

Insgesamt fördert diese Vorbereitung auch das Verhältnis Käufer-Makler. Dann wird es auch leicht möglich, gemeinsam auf Entdeckung zu gehen. Auch nach der Besichtigung sind noch intensive Besprechungen notwendig, denn die Käufer brauchen „Verdauungszeit“.

Schneller Picken bedeutet zunächst: Steigerung der Effizienz („die Dinge richtig tun“). Wir nutzen die vorhandenen Ressourcen aus. Das Internet bietet Maklern Möglichkeiten, die vor Jahren noch unvorstellbar waren. Noch nie war es möglich, mit einer Zielgruppe so preiswert zu kommunizieren. Spezielle Maklersoftware vereinfacht die Verwaltung von Kontakte und Objekte. Alle Daten und Informationen stehen zur Verfügung und lassen sich unterschiedlich verknüpfen.

Schneller Picken meint aber auch: Steigerung der Effektivität („die richtigen Dinge tun“). Die modernen Kommunikationsmöglichkeiten ermöglichen es, Immobilien intensiver zu bewerben und mit Kunden preiswerter zu kommunizieren. Effektivität wird aber erst erzielt, wenn es gelingt, die richtigen Kunden anzusprechen und produktive Kontakte herzustellen. So steht zwangsläufig der Kunde im Mittelpunkt und nicht nur die Immobilie.

Und was die Sache mit den Krümeln angeht, hier passt das Motto des Meetings 2003. Die Zeiten werden nicht schwieriger, sondern anspruchsvoller! ◀



Lars Grosenick

LIVE BEI

IMMOBILIENPROFI
MEETING2003
9.+10. MAI 2003 MÜNCHEN

ist Geschäftsführer der Gegro Immobilien in Köln, Makler aus Leidenschaft und „nebenberuflich“ Vorstand des Softwarehaus FlowFact.