

Oliver-D. Helfrich

Erfolgsstrategien für Immobilienmakler

Die wertvollsten Tipps für Akquise,
Vermarktung und Abschluss



Springer Gabler

Erfolgsstrategien für Immobilienmakler

Oliver-D. Helfrich

Erfolgsstrategien für Immobilienmakler

Die wertvollsten Tipps für Akquise,
Vermarktung und Abschluss



Springer Gabler

Oliver-D. Helfrich
Lüneburg, Deutschland

ISBN 978-3-658-17646-4 ISBN 978-3-658-17647-1 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-17647-1

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Lektorat: Manuela Eckstein

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

*Ich bedanke mich ganz herzlich bei meiner Frau und meinem Sohn, die auf
einen Großteil der gemeinsamen Freizeit mit mir verzichten mussten.
Sie gaben mir Zeit und Ruhe, dieses Buch schreiben zu können*

Vorwort

Seit mittlerweile über zehn Jahren beschäftige ich mit dem Thema Immobilie. Zehn Jahre, in denen ich Immobilien vermarktet und meist auch die dazugehörigen Finanzierungen mit den Käufern aufbereitet habe. Seit fast sieben Jahren schule ich Immobilienmakler im Umgang mit Immobilien und deren Eigentümern, gebe Immobilienmaklern Unterstützung in der Akquise, der Präsentation und Vermarktung sowie der Gesprächsführung, um Verkäufer und Käufer, Vermieter und Mieter zu begeistern.

Nun ist es an der Zeit, das gesammelte Wissen zu Papier zu bringen, damit auch Sie, liebe Leser, die Chance haben, von diesem Know-how zu profitieren und auch die Möglichkeit erhalten, einzelne Themen immer wieder nachlesen zu können.

Sie brauchen dieses Buch nicht komplett von vorne nach hinten zu lesen, um den Kontext zu erfassen. Ganz im Gegenteil, Sie können sich immer wieder den einzelnen Themenbereichen widmen, denn jeder für sich ist ein selbstständiger in sich geschlossener Abschnitt.

Mir ist natürlich klar, dass es schwer sein wird, alle Strategien auf einmal umzusetzen. Wahrscheinlich kennen Sie die meisten Tipps und Tricks auch schon. Möglicherweise setzen Sie den größten

Teil bereits um. Sehen Sie dieses Buch für sich dann einfach als eine Ideensammlung. Holen Sie mithilfe dieses Buches die eine oder andere Idee wieder aus Ihrem Unterbewusstsein hervor. Oder regen Sie Ihr Bewusstsein und Unterbewusstsein an, das eine oder andere doch noch einmal auszuprobieren.

Mir hat es auf Dauer geholfen eine Strategie nach der anderen auszuprobieren, wobei ich zugebe, dass der Teil Social Media bei mir sehr kurz gekommen ist. Social Media ist irgendwie nicht so richtig mein Weg, wobei andere mir bekannte Maklerkollegen damit sehr gut fahren. Aus diesem Grund ist diesem Thema natürlich auch ein Abschnitt gewidmet, denn es gehört einfach dazu.

Aus der Erfahrung heraus möchte ich Ihnen sagen, dass Sie mit jeder Strategie ein Stück weiter kommen können. Wichtig für Ihren Erfolg ist, dass Sie sich überhaupt eine Strategie aussuchen und diese auch konsequent durchziehen. Ich persönlich glaube, dass alle Strategien funktionieren. Alle Strategien haben allerdings auch einen Nachteil: Sie, lieber Leser, müssen dafür etwas tun. Sie müssen ins Handeln kommen und dürfen auf keinen Fall frühzeitig aufgeben. Auch die erfolgreichsten Immobilienmakler sind oft genug mit ihren Strategien gescheitert, hätten alles hinwerfen können oder lagen auch schon einmal am Boden. Gegenüber den gescheiterten Maklerkollegen haben diese Menschen allerdings eines anders gemacht: Sie haben an sich und ihre Arbeit geglaubt und sind nach jeder Bruchlandung wieder aufgestanden.

Ihnen, liebe Leser, wünsche ich nun viel Spaß beim Lesen und noch mehr Spaß beim Umsetzen einzelner Strategien.

Lüneburg, Deutschland

Oliver-D. Helfrich

Dank

Ich danke folgenden Menschen aus meinem Umfeld für das Korrekturlesen und die konstruktiven Anregungen:

Bernd Blum
Michael Habig
Dipl.-Ing. Ulrich Hatesohl
Victoria Helfrich
Iris-Isabella Hinzmann
Florian Jades
Rüdiger Lichtenberg
Gabriele Reichardt
Dipl.-Ing. Thomas Schlüchter
Frank Stönnebrink
Dr. Dörte von Westernhagen

Zudem danke ich Dipl.-Ing. Ulrich Hatesohl für die Grundrisszeichnung und die Ansichtszeichnungen.

Inhaltsverzeichnis

1	Der Immobilienmakler als Beruf	1
1.1	Aus- und Weiterbildung	3
1.2	Der Makler als Marke „Ich – Selber“ oder „Verbund“	5
1.3	Haftung und Absicherung	8
2	Objekt- und Kundenakquise	11
2.1	Streubombe oder Farming	12
2.2	Flyer	13
2.3	Persönliche Ansprachen	15
2.4	Persönliche Briefe	18
2.5	Regionale Aktivitäten	21
	2.5.1 Stadtteil- oder Straßenfest	21
	2.5.2 Tag der offenen Tür	23
	2.5.3 Unternehmerstammtisch	24
	2.5.4 Unternehmer-Werbegemeinschaft	25
2.6	Kooperationen mit Gutachtern	27
2.7	Kooperationen mit Baufinanzierern	28
2.8	Kooperationen mit Bauunternehmern	30
2.9	Kooperationen mit Handwerkern	31
2.10	Kooperationen mit Hausverwaltungen	32

3	Telefonmarketing	35
3.1	Aufbau eines Telefonats	36
3.2	Einwände und Einwandbehandlungen	40
4	Aufnahme einer Immobilie	43
4.1	Der „Werkzeugkasten“ des Immobilienmaklers	43
4.2	Inhalte der Gesprächsführung	46
4.3	Der Maklervertrag	49
4.4	Wichtige Unterlagen	52
4.4.1	Grundbuch	52
4.4.2	Flurkarte/Liegenschaftskarte	55
4.4.3	Ansichtszeichnungen	56
4.4.4	Baubeschreibung	57
4.4.5	Grundrisse	59
4.4.6	Wohnflächenberechnungen	61
4.4.7	Energieausweis	65
4.4.8	Teilungserklärung	66
4.4.9	Nebenkostenabrechnungen	67
4.4.10	Wirtschaftspläne	69
4.4.11	Protokoll der Eigentümerversammlung	70
4.4.12	Erbbaurechtsvertrag	70
5	Präsentation und Vermarktung	73
5.1	Exposé	74
5.2	Zeitungsinserat	76
5.3	Onlineportale	77
5.4	Virtuelle 360-Grad-Rundgänge	79
5.5	Home Staging	80
5.6	E-Mailing an Bestandskontakte	81
5.7	Flyer verteilen im Umfeld – vor und nach Vermarktung	82
5.8	Open-House-Veranstaltungen	84
6	Besichtigungen	87
6.1	Vorbereitung	89
6.2	Durchführung	91
6.3	Nachbereitung und Zweitbesichtigung	95

7	Kaufvertrag und Mietvertrag	99
7.1	Der notarielle Kaufvertrag	100
7.1.1	Vorbereitung	100
7.1.2	Notartermin	101
7.1.3	Nachbereitung	104
7.2	Der Mietvertrag	106
7.2.1	Vorbereitung	106
7.2.2	Mietvertragsunterzeichnung	108
7.2.3	Nachbereitung	115
8	Objektübergabe	117
8.1	Kaufobjekt	118
8.2	Mietobjekt	121
9	Social Media als Mittel der Eigenvermarktung	123
9.1	Facebook	124
9.2	Twitter	125
9.3	XING	126
10	Neukunden über Empfehlungsmarketing	129
10.1	Überzeugen Sie durch einen Zeugen	130
10.2	Geburtstagskarten	134
10.3	Weihnachtskarten	135
10.4	Einweihungsfeiern und Richtfeste sponsern	136
11	Anhang	139
11.1	Vermarktungserlaubnis	140
11.2	Erfassungsbogen Kaufobjekt	141
11.3	Erfassungsbogen Mietobjekt	143
11.4	Objektunterlagen Einfamilienhaus	144
11.5	Objektunterlagen Mehrfamilienhaus	145
11.6	Objektunterlagen Eigentumswohnung	146
11.7	Objektunterlagen Grundstück	147
11.8	Besichtigungsnachweis Kaufobjekt	148
11.9	Besichtigungsnachweis Mietobjekt	149
11.10	Checkliste Open-House	150
11.11	Feedbackbogen Open-House	151
11.12	Besichtigungsnachweis Open-House	152

XIV Inhaltsverzeichnis

11.13	Kauf einer Immobilie	153
11.14	Übergabeprotokoll	154
Schlusswort		157
Weiterführende Literatur		159
Stichwortverzeichnis		161

Abbildungsverzeichnis

Abb. 2.1	Mind Mapping	16
Abb. 3.1	Ablauf eines Telefonats	38
Abb. 4.1	Grunddienstbarkeit „Wegerecht“	53
Abb. 4.2	Beispiel Ansichtszeichnung Nord	57
Abb. 4.3	Beispiel Ansichtszeichnung Süd	57
Abb. 4.4	Beispiel Ansichtszeichnung Ost	58
Abb. 4.5	Beispiel Ansichtszeichnung West	58
Abb. 4.6	Grundriss einer Erdgeschosswohnung	60
Abb. 4.7	Flächenaufteilung nach DIN 277 Ausgabe 2005	64
Abb. 10.1	Erstgespräch Makler/Kunde ohne Empfehlung	130
Abb. 10.2	Erstgespräch Makler/Kunde mit Empfehlung	132

Über den Autor



Oliver-D. Helfrich ist ausgebildeter und IHK-geprüfter Fachwirt für Finanzberatung. Seit 1999 beschäftigt er sich mit den Themen Finanzberatung, Baufinanzierungen und Immobilie. Die ersten Immobilienerfahrungen sammelte er mit der Vermittlung von geschlossenen Immobilienentwicklungsfonds und fremdgenutzten Immobilien als Kapitalanlage für seine Mandanten. Aufgrund der Kombination von Finanzberatung, Immobilie und Baufinanzierungen kennt der Autor sowohl die Eigentümer-, wie auch die Interessenten- und Banken-seite. Dies ermöglicht ihm ein optimales vernetztes Denken und Handeln in der Immo-

bilienmaklerei. Seit mittlerweile neun Jahren gibt er dieses Wissen in Inhouse-Seminaren und Aktiv-Trainings weiter.

Weitere Informationen zum Autor, seinen Seminaren und seinen Trainings finden Sie unter:

www.oliver-helfrich.de

1

Der Immobilienmakler als Beruf

Werde ich Einzelkämpfer, Handelsvertreter oder Franchisepartner? Welche Aus- und Weiterbildung ist für mich geeignet? Wie sichere ich mich gegen Haftungsfallen ab? All dies sind Fragen, die jeden Immobilienmakler mindestens einmal quälen. In diesem Kapitel erhalten Sie Einblicke und Anregungen, damit Sie die für sich richtigen Antworten finden.

Lieber Leser, mit Ihrer Entscheidung, den Beruf des Immobilienmaklers auszuüben, haben Sie wahrscheinlich eine der besten Entscheidungen Ihres Lebens getroffen, sofern Sie diese Entscheidung nicht nach kurzer Zeit wieder verwerfen. An dieser Stelle kurz die Anmerkung, dass der Beruf des Immobilienmaklers kein Sprint ist, sondern eher wie ein Marathon betrachtet werden sollte. Kurzum, verabschieden Sie sich von dem Gedanken, in kurzer Zeit viel Geld zu verdienen. Die alte Vertriebsregel: „Anhauen, Umhauen, Abhauen“ ist längst antiquiert, mittlerweile absolut am Leben vorbei. Service, Dienstleistung und Qualität sind von den Menschen gewünscht und zahlen sich nachhaltig aus. Wenn Sie verstehen, dass Sie als Immobilienmakler dazu da sind, Menschen für sich zu gewinnen, Menschen bei der Vermarktung und Suche von Immobilien als Dienstleister zur Seite stehen, um Interessen zu bündeln und die richtigen Menschen zusammenzuführen, stellen

Sie fest, dass Sie einen der coolsten und am besten bezahltesten Berufe überhaupt ausüben. Die Immobilie selber ist nur die Ware, über die Sie letztendlich das Geld verdienen. Doch verdienen tun Sie es nur, wenn Sie als Immobilienmakler die richtigen Menschen zusammenbringen.

In einem Zwei-Tagesseminar, das ich in Hannover besuchen durfte, brachte es einer der Top-Verkaufstrainer Deutschlands klar auf den Punkt. Er sagte sinngemäß, dass wir im Beruf nur dann richtigen Erfolg haben werden, wenn wir andere Menschen wertschätzen.

Dieses Wissen, als Basis für Ihren Beruf, zeigt Ihnen, dass Sie als Immobilienmakler über drei sehr gut ausgeprägte Kompetenzen verfügen sollten. Genau auf diese drei Kompetenzen ist dieses Buch ausgelegt. Wir werden in diesem Buch sehr stark auf die vertriebliche Kompetenz eingehen, Sie werden die emotionale Kompetenz kennenlernen und Ansätze für Ihren Beruf als Immobilienmakler finden und aus dem Bereich der fachlichen Kompetenz, die wichtigsten Dinge erfahren, die Ihnen in Ihrem Beruf als Immobilienmakler den Alltag erleichtern werden.

Die emotionale Kompetenz ist die Kunst, auf Menschen zuzugehen und richtig mit ihnen umzugehen. Nur so schaffen Sie es, Menschen für sich zu begeistern. Und hier bitte ich zu beachten, dass wir nicht von einer oberflächlichen Begeisterung oder Bewunderung reden, sondern von dem Erschaffen einer langfristigen beruflichen Partnerschaft. Wenn Sie für sich verstanden haben, dass nicht die Immobilie im Mittelpunkt steht, sondern immer der Mensch, haben Sie den ersten und wichtigsten Schritt schon geschafft. Alles Weitere ist Übung im Umgang mit Menschen, dann auch noch Übung im Umgang mit Menschen und zu guter Letzt: Übung im Umgang mit Menschen.

Die zweite wichtige Kompetenz, also die vertriebliche Kompetenz, ist die Art und Weise, wie Sie Ihren Beruf im beruflichen Sinne ausüben. Wir sprechen hier über die professionelle Aufnahme, die Vermarktung und Betreuung der Immobilie und die meist vergessene Nachsorge. Mit dieser Kompetenz werden Menschen und Immobilie letztendlich in Einklang gebracht.

Die dritte und immer wieder benötigte Kompetenz ist die fachliche Kompetenz. Wahrscheinlich werden Sie gegenüber Ihren Kunden nur 15–20 % Ihres Fachwissens benötigen, doch nichts ist schlimmer, als