

Oliver-D. Helfrich

# Die schrägen Immobilienvögel

Wie Du sie alle zu Deinen Fans machst

EDITION  
speziell für  
Immobilienmakler  
und -verkäufer



## Rechtliche Hinweise

Dieses Buch inklusive aller seiner Inhalte und Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jegliche Verwertung, die sich nicht aus dem Urheberrechtsgesetz ergibt und damit ausdrücklich zugelassen ist, benötigt das vorherige Einverständnis und die schriftliche Zustimmung des Verlages und die Zustimmung des Autors. Dies betrifft hauptsächlich die Bearbeitung, die Übersetzung, die Mikroverfilmungen und besonders die nicht genehmigten Vervielfältigungen, sowie auch eine Einspeicherung und Verarbeitung und nicht zugelassene Verbreitung über elektronische Systeme.

Weder der Autor noch der Verlag oder auch der Herausgeber dieses Buches übernehmen eine Gewähr oder Haftung für den Inhalt, die möglichen in diesem Buch befindlichen Fehler oder sogar möglichen falschen Äußerungen, da der Autor sowie der Verlag und auch der Herausgeber zum Zeitpunkt der Veröffentlichung davon ausgehen, dass alle in diesem Buch gemachten Angaben und auch alle dargestellten Informationen vollständig und korrekt sind.

# Inhaltsverzeichnis

## Vorwort

1. Jeder Mensch ist ein Unikat
2. Das Vogelmensch-Modell
  - 2.1 Der Adler-Typ
  - 2.2 Der Papagei-Typ
  - 2.3 Der Huhn-Typ
  - 2.4 Der Gans-Typ
  - 2.5 Die vier Typen im Vergleich
  - 2.6 Die Vogelmensch-Mischtypen
  - 2.7 Übersicht der Vogelmensch-Eigenschaften
3. Die Vogelmenschen in der Immobilienwelt
  - 3.1 Die Vogelmenschen als Immobilienverkäufer
  - 3.2 Die Vogelmenschen als Immobilienkäufer
  - 3.3. Die Vogelmenschen in der Immobilienberatung
4. Die unterschiedlichen Wahrnehmungen von Menschen
  - 4.1 Der visuelle Typ
  - 4.2 Der auditive Typ
  - 4.3 Der kinästhetische Typ
5. Der Mix macht den Menschen
  - 5.1 Übungen
  - 5.2 Lösungen zu 5.1
6. Die vier Interessenten-Typen bei Besichtigungen
  - 6.1 Der Neuling
  - 6.2 Der Erfahrene
  - 6.3 Der Schaulustige

6.4 Der Unschlüssige

6.5 Die 75 % Kundengewinnungsstrategie

Schlusswort

# Vorwort

Herzlichen Glückwunsch! Ich gratuliere Ihnen zu diesem wertvollen Buch, das Sie gerade in den Händen halten. Dieses Buch ist wie ein Kochrezept, mit dem Sie ein wahrlich pompöses Gericht zaubern können. Dieses Buch lüftet Ihnen die kompletten Geheimnisse über das Verhalten und Wesen der Menschen aus Ihrem Umfeld und besonders Ihrer Kunden aus der Immobilienbranche.

Dieses Buch enthüllt Ihnen die bislang verborgenen Geheimnisse der Verhaltensmuster Ihrer Immobilienverkäufer, die Ihnen ihre Immobilien anvertrauen. Dieses Buch lüftet die geheimen Verhaltensweisen Ihrer Immobilieninteressenten, die sich zu Ihren potentiellen Immobilienkäufern entwickeln. Und es deckt Ihnen die Geheimnisse der erfolgreichen Verkaufsstrategien auf, wie Sie optimal auf Ihre Immobilienkunden eingehen können, um diese für das Thema der Kapitalanlage-Immobilie zu begeistern.

Diese enthüllten Geheimnisse und diese aufgedeckten Strategien richtig angewandt, werden Sie zu einem erfolgreichen Menschenflüsterer machen, der in der Lage ist fast jeden Mensch für sich und seine Persönlichkeit langfristig zu begeistern.

Die Geheimnisse, die Strategien, die Sie in diesem Buch finden, sind tatsächlich schon über Jahrzehnte bekannt. Doch wie bei Zauberern oder Magiern, Illusionisten und Mentallisten, die ihre Tipps und Tricks in der Regel unter dem Mantel der Verschwiegenheit verstecken, so ist es auch bei den Geheimnissen der Verhaltensmuster und der

Strategien für erfolgreiche Verkaufsgespräche. Nur wenige bekommen diese gelüftet. Zudem gibt es bislang kein vergleichbares Buch, das diese Geheimnisse und Strategien explizit auf Menschen in der Immobilienbranche anwendet. Somit halten Sie ein besonderes Buch mit ausdrücklichem Spezialwissen in der Hand.

Seit mittlerweile fast einem Jahrzehnt beschäftige ich mich mit den unterschiedlichen Verhaltensmustern von Menschen. Und jetzt lüfte ich Ihnen das erste persönliche Geheimnis: Warum habe ich überhaupt vor einem Jahrzehnt angefangen, mich mit den unterschiedlichen Verhaltensmustern von Menschen zu beschäftigen? Zum damaligen Zeitpunkt lebte ich noch in Bad Nenndorf, war schwerpunktmäßig im Bereich der Finanzberatung tätig und begann mich gerade mit dem Thema Immobilienmaklerei intensiver zu beschäftigen. An meiner Seite neben einigen anderen Mitarbeitern, einer meiner wenigen mittlerweile besten Freunde, der Michael. Michael, das komplette Gegenteil von mir, schaffte es tagtäglich mich in den Wahnsinn zu treiben. Ich empfand ihn als einen schlampigen, völlig unkoordinierten, jedes Mal unpünktlichen Menschen. Dazu haute er auch jedes Mal mit dem, was er sagte, voll auf die K\*\*\*e (das versteckte Wort stellt einen kleinen, stinkenden, braunen Haufen dar), um Anerkennung zu sammeln und hatte meiner Ansicht nach das Bedürfnis andauernd im Mittelpunkt stehen. Ich hätte ihm jeden Tag für diese Art und Weise eine Schelle links und eine Schelle rechts verpassen können. Ich hatte keinerlei Verständnis dafür, warum dieser Mensch so war, wie er ist, warum er damit bei seinem Gegenüber erfolgreich war und so gute Umsätze machte. Ich hingegen in meinem Wesen, natürlich strukturiert, natürlich immer pünktlich, denn schließlich ist fünf Minuten vor der Zeit des Beraters Pünktlichkeit. Meine übertragenen Aufgaben immer 100 %, mein Schreibtisch abends Clean Desk. In Unterhaltungen bewies Michael immer gutes Sitzfleisch. Wenn er erzählte,

kam er von Stock in Stöckchen, wollte überhaupt nicht aufhören. „Warum in aller Welt, kommt er nie gleich zum Punkt?“, fragte ich mich. Er brauchte doch nur ganz direkt sagen was er will. So ohne große Umschweife. Das ist doch überhaupt nicht schwer. Nein, keine Ahnung, was bei diesem Mensch alles falsch gelaufen war.

Da ich von unterschiedlichen Verkaufstrainern immer mal wieder etwas von diesen Farben: Rot, Grün und Blau gehört hatte, recherchierte ich und fand nach einigem Suchen das DiSG®-Modell. Der Mensch in Farben. Hörte sich irgendwie komisch und trotzdem interessant an. Thema des Kurses, den ich in Hamburg buchen konnte, war: *Sich selber und andere besser verstehen*. Das war mein Kurs. Gebucht und erfolgreich teilgenommen.

Das Ergebnis dieses hochspannenden Seminars: Ich wusste plötzlich, warum ich bin, wie ich bin, und ich erfuhr, wie Michaels Verhaltensmuster aufgebaut ist und erkannte, warum es gut ist, das er ist, wie er ist.

Durch dieses Seminar und ab diesem Tag war mir bewusst geworden, dass jeder Mensch gut ist, wie er ist. Ich begriff, dass die unterschiedlichsten Verhaltensmuster von Menschen in jeder Form sehr wertvoll sein können, wenn die Menschen mit ihren unterschiedlichen Verhalten richtig eingesetzt werden. Das ermöglicht Menschen sich wohl zu fühlen, sich entfalten zu können und zu Höchstleistungen zu wachsen. Werden Menschen entgegen ihrer Verhaltensmuster eingesetzt, erzeugt es bei ihnen Stress, sie ziehen sich zurück und fallen im schlimmsten Fall sogar krankheitsbedingt aus. Burn Out zum Beispiel ist ja schon in aller Munde.

Ich fand diese neuen Erkenntnisse so wahnsinnig spannend, dass ich mich ab diesem Zeitpunkt, immer wenn irgendwo Zeit war, ob sitzend in einem Café, wartend am Bahnhof oder am Flughafen, sitzend im Zug oder im Flugzeug,

Menschen in ihren Verhaltensweisen beobachtete. Das Erlernete schien zu stimmen. Das führte dazu, dass ich immer schneller in der Lage war, anhand von Verhalten in Verbindung mit Mimik, Gestik und Sprache die unterschiedlichen Menschentypen mit hoher Trefferquote erkennen zu können. Das Interessante und Wertvolle daran, wenn Sie den jeweiligen Menschentyp erkannt haben und beginnen sich auf ihn einzulassen, haben Sie eine große Chance, dass Ihr Gegenüber Sie besser versteht als bisher. Das Ganze unterliegt natürlich einem Training. Es beginnt bei Ihnen selbst. Sie müssen erst Ihre eigene Verhaltensweise selber erkennen, verstehen und akzeptieren. Sie sollten ebenso akzeptieren, dass andere Menschen anders sind als Sie, und dass diese anderen Menschen auch andere Bedürfnisse haben als Sie. Vermeiden Sie also ihr Wesen auf andere projizieren zu wollen. Ganz im Gegenteil: Entdecken Sie das Wesen Ihres Gegenübers, entdecken Sie seine Stärken, gehen Sie auf seine Stärken ein und wenn irgendwie machbar, fördern Sie diese. Gleiches gilt in Verkaufsgesprächen. Wenn Sie das Verhalten Ihres Gegenübers, seine Bedürfnisse, seine Freuden und Ängste erkennen, haben Sie die Chance seinen roten Knopf zu entdecken. Haben Sie seinen roten Knopf erkannt, können Sie seine Sprache sprechen und optimal mit ihm arbeiten. Er wird Sie ab diesem Zeitpunkt besser verstehen und das aufnehmen, was Sie ihm näherbringen.

Doch dem Vorwort jetzt genug. Ich wünsche Ihnen viel, viel Spaß beim Lesen dieses Buches, beim Entdecken der Verhaltensmuster Ihrer Mitmenschen, dem erfolgreichen Einsetzen des Erlerneten und zudem viel Erfolg mit Ihrem neuen Wissen.

Ihr Oliver-D. Helfrich

# 1. Jeder Mensch ist ein Unikat

Natürlich ist es immer sehr simpel, Menschen einfach miteinander zu vergleichen und sie in Schubladen zu packen. Keiner von uns kann sich davon freisprechen, nicht schon einmal in diese Falle getappt zu sein. Zudem werden die meisten von uns die Erfahrung gemacht haben, dass sie einen Menschen komplett falsch eingeschätzt haben und ihm Unrecht getan haben. Ja, auch ich habe in der Vergangenheit diese Fehler gemacht. Diese Fehler sind menschlich, denn dadurch dass wir unsere Welt immer nur so sehen, wie wir sie auch sehen wollen, führt dies schnell zu einer Katalogisierung von Menschen nach unserem persönlichen Empfinden, nach unseren persönlichen Werten und Normen, nach unseren persönlichen negativen und positiven Erfahrungen. Das Spannende daran ist, dass durch unser persönliches Empfinden, unsere persönlichen Werte und Normen, unsere persönlichen negativen und positiven Erfahrungen, wir für uns selber entscheiden und werten, was gut oder was schlecht, was schön oder was hässlich, was richtig oder falsch ist. Doch unsere persönliche Wahrnehmung ist immer nur subjektiv, denn Menschen empfinden unterschiedlich, machen selber unterschiedliche persönliche negative und positive Erfahrungen und bekommen durch ihr Umfeld, durch ihre Eltern, durch ihre Großeltern, durch ihre Freunde, Bekannte, Erzieher und Lehrer die unterschiedlichsten Werte und Normen gelehrt. Wie heißt es schon bei Pippi Langstrumpf: „Ich mache mir die Welt, wie sie mir gefällt!“ Und in diesem Satz steckt viel Wahrheit, denn durch unsere Erfahrungen, Werte und Normen und persönlichen Einstellungen setzen wir uns eine

Art *Filter-Brille* auf, nach der wir unser Umfeld und unsere Mitmenschen beurteilen und sogar verurteilen.

Doch tatsächlich haben wir mittlerweile fast acht Milliarden Menschen, die unsere Erde bevölkern, mit denen wir gemeinsam auf dieser Erde Zusammenleben. Wer unsere Erde schon einmal genauer betrachtet hat, wird festgestellt haben, dass sie aus unterschiedlichen Kontinenten, unterschiedlichen Ländern, unterschiedlichen Länderabschnitten besteht. Bei genauerer Betrachtung stellen wir sogar fest, dass Menschen unterschiedlich aussehen, unterschiedlich sprechen, unterschiedlich leben und auch unterschiedlich glauben. Wer von Ihnen schon einmal den einen oder anderen Krimi, die ein oder andere Profiler-Serie geguckt hat, wird erfahren haben, dass es sogar einen genetischen Fingerabdruck gibt. Wir reden hierbei von der sogenannten DNA des Menschen, die wir uns wie eine Kette ähnlich einer Strickleiter vorstellen können. Bei der DNA, fachlich ausgedrückt Desoxyribonukleinsäure, handelt es sich um ein Biomolekül, das sich in den Chromosomen befindet und die komplette Erbinformation beinhaltet, aus welcher der individuelle Mensch besteht. Das bedeutet also, dass alleine vom Genetischen her, jeder Mensch schon einmal ein Individuum, ein Unikat, also einmalig ist. Jeder Mensch ist also einzigartig, es gibt ihn kein zweites Mal.

Und an dieser Stelle möchte ich gleich einmal mit einem Mythos brechen, der sich beharrlich unter den Liebenden hält. Viele von uns werden schon einmal gehört haben, dass zu jedem Topf ein Deckel gehört, dass die einzig wahre Liebe da draußen irgendwo wartet. Bei fast acht Milliarden Menschen ist es doch gar fast unwahrscheinlich diesen einen Menschen tatsächlich zu finden. Die Chance im Lotto sechs Richtige mit Superzahl zu gewinnen, also die Chance 1 : 160 Millionen ist tatsächlich größer, als die einzig wahre

Liebe, den einzig wahren Deckel des jeweiligen Topfes zu finden. Und jetzt stellen Sie sich auch mal vor, nur einer der Suchenden wählt die falsche Person heraus, den falschen Deckel. Das bedeutet doch, dass das ganze System plötzlich nicht mehr aufgeht.

Nichtsdestotrotz ist jeder Mensch tatsächlich einzigartig, also ein Unikat in seinem Wesen. Das, was uns gleichen lässt, sind Einstellungen, Werte und Normen, Erfahrungen und Verhaltensmuster, die ähnlich sind. Doch wie geschrieben, nur ähnlich, denn irgendwo in einem kleinen Punkt, in einer Nuance werden wir uns immer wieder voneinander unterscheiden. Und das macht uns Menschen so einzigartig. Wenn wir uns also verinnerlichen, dass jeder Mensch ein Unikat ist, dass jeder Mensch etwas Besonderes ist, sind wir in der Lage, unsere Mitmenschen mit einem hohen Maß an Respekt gegenüber zu treten, um das Besondere in ihnen zu entdecken und mit Anerkennung Wert zu schätzen.

Ich lade Sie ein, falls Sie es nicht schon längst tun, ab heute jeden Menschen als Individuum, als Unikat, als einzigartig, als besonders zu betrachten und seinen Wert schätzen zu lernen. Ich verspreche Ihnen, es wird sich für Sie lohnen, denn auch Sie werden dieses hohe Maß Wertschätzung von anderen Mitmenschen erhalten und dadurch mehr Menschen in Ihrem Umfeld für Ihre Person begeistern.

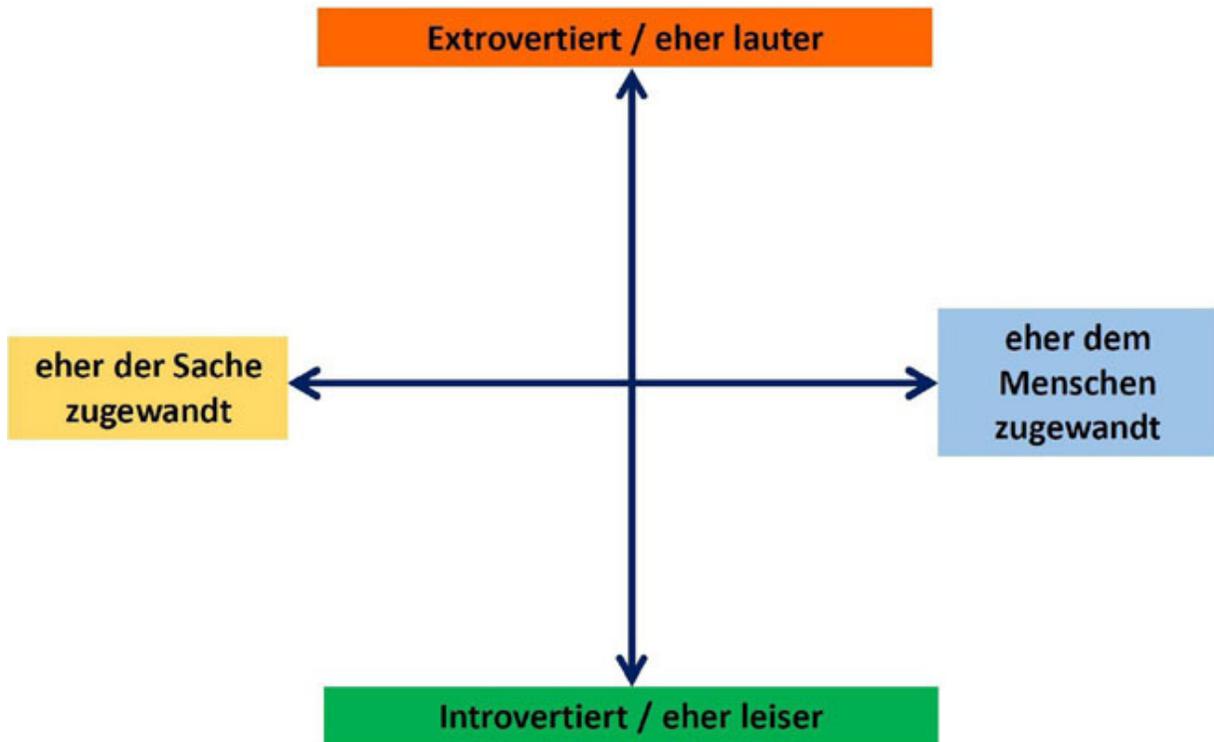
## **2. Das Vogelmensch-Modell**

Nachdem wir nun noch einmal herausgearbeitet haben, dass jeder Mensch einzigartig, sowie besonders und somit ein Unikat ist, werden wir uns im Folgenden mit dem Vogelmensch-Modell beschäftigen.

Die Grundlage dieses Modells, stammt nicht von mir, sondern ist schon viele Jahre alt. Die Grundlage des Vogelmenschmodells beruht auf dem Verhaltensmodell nach DiSG®. Die Grundlage für das DiSG®-Modell entstammt dem Buch „Emotions of Normal People“ aus dem Jahr 1928 von William Moulton Marston, in dem Marston vier primäre Emotionen der Menschen herausarbeitet sowie das Verhalten, das sich bei den Menschen aus diesen primären Emotionen ergibt. Marston war aufgefallen, dass sich die Verhaltensmuster der Menschen mit gleicher primärer Emotion ähneln. Grundsätzlich arbeitete Marston erst einmal zwei Richtungen heraus, in die sich Menschen bewegen. Er stellte fest, dass es Menschen gibt, die sich stärker als ihr Umfeld/ ihre Umwelt betrachten und auf der anderen Seite, Menschen die sich schwächer als ihr Umfeld bzw. ihre Umwelt betrachten. Ebenfalls stellte er fest, dass sich die Menschen noch in einer zweiten Weise unterscheiden. Er beobachtete Menschen, die ihrem Umfeld entweder eher freundlich oder auf der anderen Seite eher feindlich gestimmt sind. Aus diesen vier Feldern, die sich aufgrund des vertikalen Gegensatzpfeils und des horizontalen Gegensatzpfeils bilden, sind so die vier grundsätzlichen Verhaltenstypen ablesbar.

In diesem Buch sind diese Richtungen abgewandelt, sodass wir zum einen zwischen extrovertiert und eher lauter sowie

introvertiert und eher leiser unterscheiden und zum anderen in die gegensätzlichen Richtungen: eher dem Menschen zugewandt und eher der Sache/zugewandt.



Marston unterschied in den vier primären Emotionen Dominance, also: Dominanz, Inducement, also: Veranlassung, Submission, also: Unterwerfung und Compliance, also: Befolgung. In dem heutigen DiSG®-Modell reden wir im Bereich der vier Verhaltensmuster von Dominanz, Initiativ, Stetig und Gewissenhaft. Was das nun genau bedeutet, und wie sich Menschen mit den oben genannten Eigenschaften verhalten, werden wir auf den folgenden Seiten im Vogelmensch-Modell genauer durchleuchten und betrachten.

## 2.1 Der Adler-Typ



Unser erster Vogelmensch-Typ, den wir betrachten ist der Adler. Der Adler zeichnet sich besonders durch seine dominante Verhaltensweise aus. Er ist der Typ: „Wo ist das Klavier? Ich trage die Noten!“, der Typ: „Hier kann jeder machen, was ICH will.“

Der Adler übernimmt gerne Führungs- und Leitungsfunktionen und ist auch sehr häufig unter den Unternehmern wiederzufinden. Hierbei ist es ganz gleich ob