

Santino Giese

Das automatisierte Maklerbüro

Wege zu besseren Margen,
mehr Umsatz und Kundenservice,
der begeistert



Springer Gabler

Das automatisierte Maklerbüro

Santino Giese

Das automatisierte Maklerbüro

Wege zu besseren Margen, mehr
Umsatz und Kundenservice, der
begeistert



Springer Gabler

Santino Giese
the automatizers gmbh
Berlin, Deutschland

ISBN 978-3-658-33274-7 ISBN 978-3-658-33275-4 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-33275-4>

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

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2021

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

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

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.

Planung/Lektorat: Guido Notthoff

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

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

Vorwort

Es ist eines der häufigsten Themen, wenn ich mit Immobilienmaklern spreche. Man hat erkannt, dass die Digitalisierung und Automatisierung von großer Bedeutung sind. Mir wird berichtet, dass man Tool A, B oder C erworben hat, jedoch noch gar nicht oder kaum nutzt. Die Gründe dafür sind mangelnde Zeit zur Einarbeitung und zu wenige Ideen, was man alles digital steuern und automatisieren kann.

Dieses Buch soll Ihnen genau diesen Überblick verschaffen. Und zwar sofort umsetzbar. In diesem Buch werden keine Theorien behandelt, die eventuell irgendwann in der Zukunft relevant werden. Ihnen werden Themen begegnen, die Ihnen vielleicht bereits geläufig sind; andere sind es hingegen noch nicht.

Das Buch ist in drei Bereiche aufgeteilt. So gehen wir zuerst die Ziele der Prozessoptimierung und Automatisierung durch, bevor wir dann die typischen Problemstellungen der Automatisierung besprechen.

Der zweite Teil ist geprägt von einzelnen Tools, die Sie bei der Prozessoptimierung und Automatisierung unterstützen können. Dabei hat das Buch nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Das würde den Rahmen bei weitem sprengen. Pro Aufgabenstellung oder Art der Software werden ein bis zwei Anbieter vorgestellt. Natürlich kann nicht jedes Programm im Detail erklärt werden. Die Darstellung soll Ihnen jedoch einen Überblick über die allgemeinen Möglichkeiten bezogen auf die Automatisierung verschaffen.

Im letzten Kapitel (vgl. Kap. 12) finden Sie eine Übersicht mit zahlreichen Praxisbeispielen zu Prozessen und Automatisierungen, die Sie selbst anwenden können.

Lassen Sie sich inspirieren!

Software entwickelt sich Tag für Tag weiter. Dabei steigen die Möglichkeiten der Automatisierung. Die hier niedergeschriebenen Prozessschritte können sich

unter Umständen in der Funktion ändern. Der Prozesskatalog soll Sie für das sensibilisieren, was heute bereits machbar ist.

Ein besonderes Angebot zu diesem Buch ist, dass ich verschiedene Inhalte auch als Video bereitstelle. Diese werden aufgrund der genannten Weiterentwicklung auch fortlaufend aktualisiert. Registrieren Sie sich kostenlos und tauchen Sie ein in die große Welt der Automatisierung.

Jetzt kostenlos registrieren unter: <https://masterclass.immo/buch>.

Santino Giese

Inhaltsverzeichnis

1	Gründe für die Automatisierung von Maklerbüros	1
2	Ziele der Prozessoptimierung und Automatisierung	7
2.1	Standardisierung oder „Dinge werden vergessen“	9
2.2	Zeit und Geld sparen	11
2.3	Kundenzufriedenheit steigern	12
2.4	Mehr Umsatz	13
2.4.1	Einkaufs- & Verkaufsunterstützung	13
2.4.2	Empfehlungsmarketing	13
2.4.3	Mitnahmegeschäft	13
2.5	Auswertbarkeit	14
3	Typische Fehler bei der Umsetzung	15
3.1	Perfektionismus	15
3.2	Zu große Prozesse	16
3.3	Mitarbeiter ignorieren	16
3.4	Fehlende Dokumentation	17
3.4.1	Einarbeitung	18
3.4.2	Prozesssteckbrief	20
3.4.3	Prozessziel	20
3.4.4	Beteiligte und Materialien	20
3.4.5	Teilprozesse und Subprozesse	22
3.4.6	Intern vs. Extern	23
3.4.7	U-Boot-Modellierung	23
3.5	Prozesse brauchen Zeit	24
3.6	K.o.-Kriterium	25

4	Ohne CRM geht nichts	29
4.1	CRM-System für die Immobilienwirtschaft	30
4.2	onOffice enterprise	32
4.2.1	Wie funktioniert der Anfragenmanager in enterprise?	32
4.2.2	Interessenten automatisch Immobilien anbieten	33
4.2.3	Prozesse gestalten	34
4.3	Propstack	57
4.3.1	Prozesse gestalten	58
4.3.2	Wie funktioniert der Anfragenmanager in Propstack?	61
4.3.3	Eigentüeranfragen automatisch importieren	62
5	Automatisierungsservice Zapier	65
5.1	Wichtige Begriffe im Überblick	66
5.1.1	Zap	66
5.1.2	Task	66
5.2	Wie funktioniert Zapier?	67
5.2.1	Applikationen die Zapier unterstützen	67
5.2.2	Einen Zap selbst erstellen	68
5.2.3	Für wen macht der Einsatz von Zapier Sinn?	69
5.3	Best Practice	69
6	Online-Terminvereinbarung	73
6.1	Wie funktioniert eine Online-Terminvereinbarung?	74
6.2	eTermin – smart und vielseitig	74
6.3	timum – spezialisiert auf Immobilienmakler	76
7	Online-Besichtigung	79
7.1	Wie funktioniert eine Online-Besichtigung	79
7.2	Welche Anbieter gibt es?	80
7.3	Vorqualifikation von Interessenten	80
7.4	Online-Besichtigungen als Akquiseinstrument nutzen	81
8	Chatbots zur Eigentümerakquise	83
8.1	Warum sollte man Chatbots für die Eigentümerakquise nutzen?	86
8.2	Convertchat	88
8.3	Chatbot4you	91

9	Automatisierte Online-Seminare als Akquiseinstrument	93
9.1	Was sind automatisierte Online-Seminare?	94
9.1.1	Webinarthemen	95
9.1.2	Werbung für Online-Seminare	97
9.2	Webinaris	99
9.3	Clickmeeting	99
10	Ist E-Mail-Marketing tot?	101
10.1	Wann ist der Einsatz von E-Mail-Marketing sinnvoll?	104
10.1.1	Kalte Kontakte	104
10.1.2	Warme Kontakte	106
10.2	Welches E-Mail-Marketing-Tool sollte man einsetzen?	107
10.3	Beispiele für E-Mail Marketing Anbieter	108
11	Automatisiertes Rechnungsmanagement	111
11.1	Wie funktioniert getmyinvoices?	111
11.2	Archivierung von Rechnungen	112
11.3	Übermittlung von Rechnungen an den Steuerberater	113
12	Praxisbeispiele – Prozesskatalog	115
12.1	Akquisemails	115
12.2	Anrufer-Info	116
12.3	Auslaufende Verträge	117
12.3.1	Auslaufender Maklerauftrag	117
12.3.2	Auslaufende Mietverträge	117
12.4	Bewertungsmanagement	117
12.5	Datenpflege	119
12.5.1	Adressdatensatz vollständig	119
12.5.2	Objektinformation vollständig	120
12.5.3	Daten anfordern	120
12.6	Datenübermittlung zu Klicktipp, Google, trello, Excel & Co.	120
12.7	DSGVO-Prozesse	121
12.7.1	Speicherfrist läuft aus	122
12.7.2	Kein Speichergrund/Speicherfrist hinterlegt	122
12.7.3	Ändern von Speicherfristen	122
12.7.4	Datenlöschung	123
12.8	Eigentümerinfo	123
12.9	Einkauf – steuern und auswerten	123
12.9.1	Mehre Lead-Quellen	124

12.9.2	Einkaufsfunnel	124
12.9.3	Einkaufsprozesse	124
12.10	Empfehlungsmarketing	126
12.10.1	Empfehlung einholen	126
12.10.2	Empfehlung bearbeiten	127
12.11	Erinnerung Notartermin	127
12.12	Geburtstag	128
12.13	Info bei Dokumentendownload	129
12.14	Mitnahmegeschäft	129
12.14.1	Finanzierung	130
12.14.2	DSL	130
12.14.3	Energie	131
12.14.4	Versicherung	131
12.15	Nachfass nach Exposé Versand	131
12.16	Nachfassen nach dem Termin	132
12.17	Objektgeburtstag	132
12.18	Offline-Akquise automatisieren	133
12.18.1	Große Fehler bei vielen Anzeigen vermeiden	133
12.18.2	Und was mache ich mit den gesammelten Kontaktdaten?	136
12.19	Onboarding von Mitarbeitern oder Partnern	136
12.19.1	Preboarding	137
12.19.2	Onboarding	138
12.20	Qualifikation von Interessenten	141
12.21	Social Media	142
12.22	Suchkriterien aktuell?	142
12.23	Terminbestätigung nach Terminvereinbarung	143
12.24	Verkauf – steuern und auswerten	144
12.24.1	Verkaufsfunnel	144
12.24.2	Verkaufsprozesse	144
12.25	Versandvorbereitung	146
12.26	Werbemittelaktualisierung/Dokumente aktualisieren	146
13	Begriffe erklärt	147



Gründe für die Automatisierung von Maklerbüros

1

- ▶ Es geht um das betriebliche Überleben! Wer sein Maklerbüro nicht digital, prozessgesteuert und automatisiert organisiert, wird es in den nächsten Jahren zunehmend schwerer haben. Nicht umsonst heißt ein wahrer Klassiker: „Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit“. Wer glaubt, mit der Umstellung kann man noch warten, der irrt. Wir sind schon längst in der Phase der digitalen Transformation. Es gibt drei gute Gründe dafür, dass man an diesem Thema nicht vorbeikommt.

Mir ist es vermutlich in die Wiege gelegt, mich mit dem Thema zu beschäftigen. **Ich liebe Automatisierung!** Und das nicht nur im beruflichen Bereich. Auch privat schaue ich immer (manchmal zum Leidwesen meiner Frau) danach, was man alles automatisieren kann. Von Alexa, Lichtsteuerung über Saugroboter bis hin zu Wisch- und Mährobotern. Selbst unser Badezimmerspiegel ist via Smarthome steuerbar.

Wenn einen die Automatisierung privat schon nicht loslässt, dann im Berufsleben erst recht nicht. Als gelernter Fachinformatiker steht man IT-Themen besonders offen gegenüber. Und erfreulicherweise sind die Möglichkeiten noch viel vielfältiger als zu Hause. Genutzt werden sie allerdings oft nicht. Als Programmierer lernt man, möglichst effizient zu arbeiten. Bevor man etwas Neues programmiert, wird gern überlegt, welche „alten“ Programmcodes wiederverwendet werden können. Nachdem ich nicht mehr als Fachinformatiker tätig war, begann jedoch erst die Leidenschaft für die Automatisierung. Erst in meiner Zeit als Vertriebsleiter und während meiner nebenberuflichen Weiterbildung zum staatlich geprüften Betriebswirt realisierte ich, dass Kaufleute immer und immer wieder dieselben Dinge tun. Und das häufig, ohne die Effizienz infrage zu stellen.

Das war für mich Neuland und wirklich verwunderlich. Dementsprechend versuchte ich, immer wiederkehrende Abläufe zu standardisieren und so effizient zu gestalten. Das setzte ich für mich selbst um, aber auch für mein Team.

- ▶ Wer sich im Vertrieb weniger um Organisatorisches kümmern muss, hat mehr Zeit zum Verkaufen.

Nun habe ich recht ausführlich dargelegt, wie ich zur Automatisierung gekommen bin. Bei Kaufleuten bzw. Betriebswirten sind die technischen Ambitionen meist nicht sehr hoch. Also warum um Himmels Willen empfehle ich Ihnen als Immobilienmakler, Ihr Büro zu automatisieren? Mehr noch: Es ist im Grunde keine Empfehlung, sondern eine dringliche Bitte. Ich bin davon überzeugt. Wer nicht frühzeitig sein Büro digital steuert und automatisiert, wird langfristig geschäftlich nicht überleben können.

- ▶ Ohne Automatisierung überlebt Ihr Geschäft nicht!

Warum ist das so? Es hat in den letzten Jahrzehnten schließlich auch ohne weitgehende Automatisierung gut funktioniert. Es gibt aus meiner Sicht vier schwerwiegende Gründe, die dafür sorgen, dass die Arbeit eines Immobilienmaklers jetzt schon und erst recht in der Zukunft effizient gestaltet werden muss. Sicherlich ist jeder einzelne Punkt nicht kriegsentscheidend. Das Zusammenspiel sorgt aber für dringenden Handlungsbedarf.

Personal teurer

Es war vermutlich schon immer so: Die Personalkosten steigen. Zum Einkauf und Verkauf von Immobilien ist jedoch Personal notwendig. Von der Akquise neuer Eigentümer, über Besichtigungstermine und Notartermine kann auf Personal aber nur bedingt verzichtet werden.

Erlöse niedriger

Es ist seit Jahren zu beobachten, dass die Erlöse von Immobilienmaklern pro Auftrag sinken. Hier kann man ohne Umschweife sagen: Das ist politisch so gewollt. Immobilienmakler sollen weniger Geld verdienen. Denken wir zurück an die Einführung des Bestellerprinzips. Im Zuge des Mietrechtsnovellierungsgesetzes, das im Juni 2015 in Kraft trat, wurde der aus dem Koalitionsvertrag stehende Satz „*wer bestellt, der bezahlt*“ umgesetzt. Und nicht zu vergessen die Deckelung der Provision auf zwei Nettomonatsmieten. Die Erlöse sanken demnach zweifach. Zum einen

durch niedrigere Provision und zum anderen wurden deutlich weniger Mietobjekte über Immobilienmakler vermarktet.

- ▶ Es ist seit Jahren zu beobachten, dass die Erlöse von Immobilienmaklern pro Auftrag sinken.

Betrafen diese Änderungen bislang „nur“ den Mietbereich, geht es jetzt auch der Käuferprovision an den Kragen. Dafür sorgt seit Dezember 2020 das Gesetz über die Verteilung der Maklerkosten bei der Vermittlung von Kaufverträgen über Wohnungen und Einfamilienhäuser. Hinter dieser langen Bezeichnung verbirgt sich, dass im Normalfall die Courtage zwischen Verkäufer und Käufer geteilt werden muss. Der Gesetzestext lautet wie folgt:

- ▶ Die §§ 656c und 656d gelten nur, wenn der Käufer ein Verbraucher ist.

Gesetzestext

§ 656c BGB Lohnanspruch bei Tätigkeit für beide Parteien

1. Lässt sich der Makler von beiden Parteien des Kaufvertrags über eine Wohnung oder ein Einfamilienhaus einen Maklerlohn versprechen, so kann dies nur in der Weise erfolgen, dass sich die Parteien in gleicher Höhe verpflichten. Vereinbart der Makler mit einer Partei des Kaufvertrags, dass er für diese unentgeltlich tätig wird, kann er sich auch von der anderen Partei keinen Maklerlohn versprechen lassen. Ein Erlass wirkt auch zugunsten des jeweils anderen Vertragspartners des Maklers. Von Satz 3 kann durch Vertrag nicht abgewichen werden.
2. Ein Maklervertrag, der von Absatz 1 Satz 1 und 2 abweicht, ist unwirksam. § 654 bleibt unberührt.

§ 656d BGB Vereinbarungen über die Maklerkosten

1. Hat nur eine Partei des Kaufvertrags über eine Wohnung oder ein Einfamilienhaus einen Maklervertrag abgeschlossen, ist eine Vereinbarung, die die andere Partei zur Zahlung oder Erstattung von Maklerlohn verpflichtet, nur wirksam, wenn die Partei, die den Maklervertrag abgeschlossen hat, zur Zahlung des Maklerlohns mindestens in gleicher Höhe verpflichtet bleibt. Der Anspruch gegen die andere Partei wird erst fällig, wenn die Partei, die den

Maklervertrag abgeschlossen hat, ihrer Verpflichtung zur Zahlung des Maklerlohns nachgekommen ist und sie oder der Makler einen Nachweis hierüber erbringt.

2. § 656c Absatz 1 Satz 3 und 4 gilt entsprechend.

- ▶ Es ist davon auszugehen, dass die Erlöse durch die Neuregelung der Maklerprovision sinken.

Aufwand höher

Der Gesetzgeber sorgte nicht nur für sinkende Einnahmen, sondern auch für höhere Aufwände seitens der Immobilienmakler. Drei Stichworte seien genannt:

- Energieausweis
- Widerrufsrecht
- Geldwäschegesetz

Manche Themen, wie zum Beispiel das Widerrufsrecht, ließen sich mit überschaubarem Aufwand bewältigen. Hier ist lediglich ein gutes CRM-System gefragt, das die Aufgaben optimal aufbereitet und dem Makler weitgehend abnimmt. Beim Thema „Geldwäschegesetz“ wird es arbeitsintensiver. Die Identifizierungspflicht und die Dokumentations- und Aufbewahrungspflicht sorgen bis heute für zusätzlichen Aufwand. Die Einhaltung wird überwacht und Verstöße werden mit empfindlichen Geldbußen geahndet.

Wettbewerb

Ihre Mitbewerber haben bereits mit der Umstellung angefangen. Jetzt können Sie sagen: „Das ist nicht so schlimm, wenn die Büroorganisation beim Mitbewerber digitalisiert wird.“ Das mag sein, zumindest was die kurzfristigen Folgen betrifft. Was ist jedoch, wenn der Maklerkollege um die Ecke schon seine Eigentümerakquise umgestellt hat und Ihnen deutlich voraus ist? Das hat stärkere Folgen. Dass das passiert, möchte ich an einem Beispiel zeigen. Können Sie sich noch daran erinnern, als die ersten Online-Wertermittlungen aufkamen? „Jetzt kostenlos Immobilienwert ermitteln“, hieß es in Online-Anzeigen und die ersten „Leadgeneratoren“ wurden auf Websites installiert. Wenn Sie damit heute anfangen, ist es deutlich schwerer, mit dieser Strategie erfolgreich Eigentümerleads zu generieren. Ihre Mitbewerber fluten das Web mit Online-Anzeigen. Zeitungsanzeigen sind voll mit Angeboten zu kostenloser Wertermittlung und die großen Player schalten sogar TV-Spots mit diesem Aufhänger. Wer diesen Zug nicht verpassen möchte, sollte also bereits heute an morgen denken.

Fazit

Die vier Punkte „Wettbewerb“, „Erlösstruktur“, „Personalaufwand“ und „erhöhter Zeiteinsatz“ verdeutlichen die Situation der höheren Aufwände, sowohl monetärer als auch zeitlicher Natur. Es ist davon auszugehen, dass auch in den nächsten Jahren die Anforderungen an Immobilienmakler und deren Mitarbeiter steigen. Dementsprechend ist es folgerichtig, seine Abläufe digital auszurichten und – wo möglich – teilweise oder vollständig zu automatisieren. Die Automatisierung kann auch dabei helfen, zusätzliche Einnahmen zu generieren, wie im Bereich Mitnahmegeschäft aufgeführt. Auch ein aktives Empfehlungsmarketing, Bewertungsmanagement und übersichtliche Einkaufsfunnel sorgen für leichteren Zugang zu neuen Eigentümern und somit mehr Umsatz.



Ziele der Prozessoptimierung und Automatisierung

2

- ▶ „Mehr Umsatz“ wird gern aufgeführt, wenn ich mit Immobilienmaklern über das Thema Prozesse und Automatisierung spreche. Ja, das liegt wohl auf der Hand. Es ist jedoch nicht das einzige Ziel. Der Wunsch nach Effektivität und Effizienz treibt ebenfalls viele um. „Kann man das nicht besser machen?“, oder „Geht das nicht schneller und einfacher?“, höre ich gern, wenn mir Abläufe beschrieben werden. Gepaart werden diese Bedürfnisse mit Messbarkeit. Die meisten Makler kennen nur wenige ihrer vertrieblichen und betriebswirtschaftliche Kennzahlen, möchten dies jedoch ändern.

Warum Immobilienmakler sich mit Prozessen und mit Automatisierung beschäftigten, hat durchaus unterschiedliche Gründe. Und es ist auch sinnvoll, sich diese Gründe im Detail vor Augen zu führen.

Wer mit Prozessen und Automatisierung arbeitet, wird merken, welch große Bedeutung dies im Unternehmen hat. Es sind schnell tausende Prozesse, die Ihr Maklerbüro teils im Hintergrund, teils im Vordergrund in kontinuierlicher Vorwärtsbewegung halten. Die Auswirkungen können Sie in Abb. 2.1 sehen. Nein, wir sprechen hier nicht von einem Riesenunternehmen. Die Statistik in Abb. 2.1 zeigt das Beispiel eines meiner Consulting-Kunden, ein Maklerbüro mit fünf Mitarbeitern.

Dementsprechend ist es von besonderer Bedeutung, sich über die Ziele im Vorfeld klar zu sein und diese im Team zu kommunizieren. Die wichtigsten und typischsten Ziele sind hier aufgeführt.