

Am Ende der Woche steht die Analyse. Wie gut konnte ich den Wochen-Plan mit allem, was mir wichtig war, in das tägliche Leben übersetzen, und welche Handlungsziele habe ich nicht erreicht. Manche Aufgabe können auch in die nächste Woche übernommen werden. Wenn aber immer wieder die gleichen Handlungsziele über mehrere Wochen nicht erreicht werden konnten, dann muss man sich doch mal fragen, sind Sie mir wirklich wichtig? Wenn ja, dann müssen Prioritäten verändert werden.

Ein klassisches Beispiel ist das Lesen von Fachzeitschriften. Diese Informationen braucht jeder, um in seinem Metier auf dem neuesten Stand zu sein, den Markt im Blick zu haben und Trends verfolgen zu können. Sie gehören zu den wichtigen Handlungszielen – für sie sollte ein Zeitfenster gefunden werden. Diese Aufgabe kann man auch nicht delegieren. Diese Zeit muss also sein.

Eine letzte Rubrik in Coveys Wochen-Arbeitsblatt fehlt noch. Er nennt es „Die Säge schärfen“. In diesem kleinen Kasten geht es nur um Sie ganz persönlich. Es soll dafür sorgen, dass Sie vital bleiben und handlungsfähig.

### Die Säge schärfen

Der Mensch ist sein eigenes Instrument, sein bestes Werkzeug, seine Säge. In dem Kästchen „Die Säge schärfen“ legt der Terminplaner fest, was er für seine physische, mentale, spirituelle und soziale-emotionale Kraft tun will. Z. B. regelmäßig Sport treiben, gute Bücher lesen, in der Natur sich entspannen und gute Gespräche pflegen – alles Aufgaben, die helfen, sich für alle Herausforderungen des Alltags fit zu halten. Es ist gut, sich daran immer wieder zu erinnern.

Coveys Wochen-Terminplaner hat nichts mehr mit dem klassischen Zeitmanagement zu tun. Er lehnt dieses Wort sogar ab. Denn ihm geht es darum, dass der Mensch nicht Manager der Zeit, sondern von sich selber wird. Denn der Mensch ist kein linear trabendes Uhrenmännchen, sondern ein vielschichtiges Wesen mit vielen Rollen, Handlungszielen und Bedürfnissen. Dies in der Termin-Planung zu berücksichtigen, ist nicht nur vernünftig, sondern richtig wichtig. So kann alle Energie für ein glückliches Leben, privat wie beruflich, freigesetzt werden. Coveys Wochenplan ist dafür ein guter Anfang. ◀

DETLEV SCHMIDT

## Wohl und Wehe einer Vertriebsmaßnahme

Ein Erfahrungsbericht nach dem Motto: Unverkäuflich gibt's nicht



**F**ast zwei Jahre haben sich drei Vertriebe an diesem Vertriebsauftrag die Zähne ausgebissen.

Ihre Aufgabe war, die Eigentumswohnungen in einem Mehrfamilienhaus, einer Gebrauchtimmobilie, an den Mann oder die Frau zu bringen. Mit viel Mühe haben sie zwar drei Wohnungen verkaufen können, die anderen Wohnungen fanden keine neuen Eigentümer.

Fast zwei Jahre sind eine lange Zeit und die Eigentümer des Mehrfamilienhauses wollten dieses Trauerspiel nicht mehr mit ansehen. Immerhin ging es um Geld und auch um das Image der Immobilie. So kam man auf mich zu und bat darum, mich des Patienten anzunehmen. Eine Herausforderung, die ich immer gerne annehme. Der Geschäftsführer des Vertriebes, der zuletzt mit dem Verkauf betraut war, nahm mich zur Seite

und sagte zu mir: „Glauben Sie mir, Herr Schmidt, in 14 Tagen rufe ich Sie an, dann werden Sie schon gemerkt haben, so einfach ist das nicht.“ Ich habe ihm sofort geglaubt, dass die vergangenen Wochen nicht einfach für ihn gewesen waren. Doch solche Äußerungen weckten eher meinen sportlichen Ehrgeiz. Eine alte Maklerweisheit sagt: beim Nein fängt die Arbeit erst an.

Nach 14 Tagen rief ich dann den Geschäftsführer des Vorgängervertriebes selber an. Ich konnte ihm vermelden, dass ich eine schriftliche und eine mündliche Reservierung vorliegen habe. Nach drei weiteren Wochen, also nach insgesamt fünf Wochen, waren die drei Wohnungen reserviert und wenig später beurkundet. Einen Deal mit einer Fee hatte ich nicht, was war also passiert?



## VERKAUF

### Abschluss Nr. 1

Die zum Verkauf stehende Zwei-Zimmer-Wohnung erwarb eine alleinstehende Frau. Sie hatte sich die Wohnung schon vor längerer Zeit mit einem Makler angesehen. Ich fragte sie, weshalb sie denn nicht schon früher gekauft habe und erfuhr, dass sie die Wohnung im ursprünglichen Zustand gesehen hatte und nicht in der Lage war, sich diese renoviert vorzustellen. Der Preis der Wohnung stand für sie damals in keinem Verhältnis zum Zustand der Wohnung.

Es liegt auf der Hand, wo der Fehler im Verkauf zu suchen ist. Nach der Besichtigung wurde schlicht und einfach vergessen zu fragen, weshalb die Interessentin nicht kaufen wollte. Hier hätte der Verkäufer zu einer Einigung kommen können. Und spätestens nach der Renovierung hätte der Makler sie auch gleich noch einmal ansprechen sollen, statt sie zu den Akten zu legen mit dem Vermerk „kein Interesse“.

### Abschluss Nr. 2

Bei der zweiten Immobilie handelte es sich ebenfalls um eine renovierungsbedürftige, nicht bewohnte Zwei-Zimmer-Wohnung mit Speicher.

Der letzte Vertriebs hielt diese Wohnung für unverkäuflich und weigerte sich diese überhaupt anzubieten. Als ich die mündliche Reservierung vorliegen hatte, fragte mich der Geschäftsführer dieses Vorgänger-Vertriebs: „Da haben Sie ja viel Arbeit in den Verkauf gesteckt.“ Ich antwortete: „Ja. Eine Anzeige, drei Rückrufe, zwei Besichtigungstermine. Ein Interessent ist nicht gekommen, hat sich aber vorher entschuldigt. Nach der Besichtigung mit dem zweiten Interessenten kam es zum Notartermin!“ Totenstille am anderen Ende der Leitung. Was habe ich anders gemacht?

Zuallererst konnte auch ich nicht die Augen vor dem erbärmlichen Zustand der Wohnung verschließen. Diesen Nachteil konnte ich bei keinem Interessenten schönreden.

Also machte ich aus der Not eine Tugend. Ich stellte den Nachteil der Wohnung in den Vordergrund, ohne dabei die Vorteile aus dem Blick zu verlieren. In der Anzeige beschrieb ich diese renovierungsbedürftige Zwei-Zimmer-Wohnung mit Speicher als eine Wohnung

mit drei Zimmern und viel Raum zur individuellen Gestaltung. Auf die Anzeige erhielt ich statt der üblichen zwanzig nur drei Rückrufe. Den Anrufern erklärte ich am Telefon unmissverständlich, was sie erwartet: eine renovierungsbedürftige Wohnung.

Als es dann zur Besichtigung kommen sollte, bat ich darum, auch gleich die Partnerin mitzubringen. Unmittelbar vor der Besichtigung fragte ich noch einmal nach, ob auch die Partnerin weiß, was da auf sie zukommt. Dann erst betreten wir die Wohnung, die angeblich keiner haben wollte. Als wir wieder auf die Straße traten, meinten beide Interessenten: „Ist ja gar nicht so schlimm.“

- **Man kann nur das verkaufen, was da ist. Dafür ist es erste Maklerpflicht, einen Interessentenkreis zu definieren. Erst wenn man hier wirklich nicht fündig wird, dann muss diese Immobilie verändert oder renoviert werden.**

Während der Besichtigung hatten sie sich schon viele Möglichkeiten und Chancen für eine auf ihren Geschmack hin ausgerichtete Renovierung ausgemalt. Alles selber von Grund auf zu gestalten, passte genau in ihre Vorstellung von Wohneigentum. Und selbst mich hat es überrascht, als die beiden im Auto fragten: „Sagen Sie mal, warum ist die Wohnung eigentlich noch nicht verkauft?“

Manchmal, glaube ich, wird in unserer Branche einfach viel zu kompliziert gedacht. Häufig genügt es einfach, sich auf das wesentliche Merkmal einer Immobilie zu konzentrieren und den Verkauf danach auszurichten.

### Abschluss Nr. 3

Der zuletzt beauftragte Vertriebs war neun Monate lang mit dem Verkauf der Immobilien betraut. Grundlage für die Auftragserteilung war, dass man ähnliche Angebote am anderen Ende der Straße vertrieb und deshalb potenzielle Interessenten von einem Angebot zum anderen übergeleitet werden konnte. Synergieeffekte konnten und sollten genutzt werden. Trotzdem war dieser

Vertrieb nach neun langen Monaten nur zu zwei Abschlüssen gekommen.

Wenn ich den Grund für diesen Misserfolg nenne, kann es sein, dass man mir nicht glaubt. Denn es lag ausschließlich daran, dass das Vertriebs-Team vergessen hatte, auf die Alternativ-Wohnungen am anderen Ende der Straße hinzuweisen. Die Bedingung für die Auftragserteilung wurde schlichtweg vergessen. Dabei lag das Geld buchstäblich auf der anderen Straßenseite.

Was diese Vertriebe geboten haben, war eine Liste von sehr grundsätzlichen Fehlern. Man kann nur das verkaufen, was da ist. Dafür ist es erste Maklerpflicht, einen Interessentenkreis zu definieren. Erst wenn man hier wirklich nicht fündig wird, dann muss diese Immobilie verändert oder renoviert werden. Und jeder Makler sollte sich natürlich der Palette seiner Angebote bewusst sein und sie den Interessenten flexibel anbieten können.

Eine gute Portion Menschenkenntnis, Vorstellungskraft, Fleiß und die positive Einstellung der eigenen Arbeit gegenüber sind vier Grundpfeiler im Leben von Immobilienprofis. Und daran muss immer wieder erinnert werden. ➡



**Detlev Schmidt**

Fachwirt in der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft, geprüfter BDVT-Trainer und Vize-Präsident des BaTB (Bundesverband ausgebildeter Trainer und Berater).

Seit mehr als 20 Jahren in unterschiedlichen Bereichen der Immobilienwirtschaft tätig. Schwerpunkte: Vertrieb von Wohnimmobilien, Ausbildung von Immobilienmaklern. Arbeitet seit 1996 als Trainer für Marketing- und Verkaufstraining für die Immobilienwirtschaft.

Kontakt zum Autor:  
www.immotrain.de  
oder per E-Mail:  
detlev.schmidt@immotrain.de

