

DETLEV SCHMIDT

Professionalisierung von Anfang an

Es ist eine Binsenweisheit, dass auf einem durch Unsicherheit geprägten Käufermarkt mit einem noch so großen oder guten Angebot an Immobilien nicht mehr das schnelle Geld zu machen ist. Der Anspruch, der heute an einen Immobilienmakler gestellt wird, ist sehr hoch. Reines Erfahrungswissen allein reicht nicht mehr. Professionalisierung ist angesagt.



In einem Organisationsseminar war die Frage nach der Einarbeitung neuer Mitarbeiter zunächst nur ein Randthema. Doch wurden kritische Töne laut, die auch der teilnehmenden Führungskraft eines Vertriebs nicht entgingen. Um konkrete Informationen zu erhalten, fragte ich ihn, ob er mehr über die Erfahrungen seiner Mitarbeiter hören wolle, wie diese ihre Einarbeitungszeit aus der Erinnerung heraus beurteilten.

So wurde das Feedback der Mitarbeiter ein kleiner Schock: Am ersten Arbeitstag wurde den Neukömmlingen ihr Schreibtisch gezeigt, auf dem ein altes Telefon thronete. In der Schublade fanden sich Telefonlisten, die nicht aktualisiert waren, der Anschluss an die EDV gelang erst nach zwei bis vier Wochen.

Hinter Gittern

Es gab Beispiele, da waren die Büros in einem Seitentrakt untergebracht und nur mit einem mickrigen Gitterfenster versehen. Die Visitenkarten ließen mehrere Monate auf sich warten, und es fand sich auch kein Namensschild vor der Bürotür. Ein toller Start! Da hatte sich der Vertrieb mit einem hochmotivierten Mitarbeiter auf eine gemeinsame, vielversprechende Zukunft geeinigt – und alle Versprechungen blieben systematisch unerfüllt. Nach wenigen Monaten fand dieser Mitarbeiter seinem Unternehmen gegenüber eher distanzierte Töne.

Schon innerhalb der vier Wände des Immobilienunternehmens mangelt es an mehreren Ecken und Enden an Professionalität. In einem gut geführten Unternehmen muss die Büroeinrichtung die

Minimalstandards erfüllen und eigentlich sollte es sich herumgesprochen haben, dass man mit geringen Mitteln Mitarbeiter gut einstimmen und motivieren kann (zum Beispiel durch einen Willkommensblumenstrauß am ersten Tag).

„die Neuen kommen“

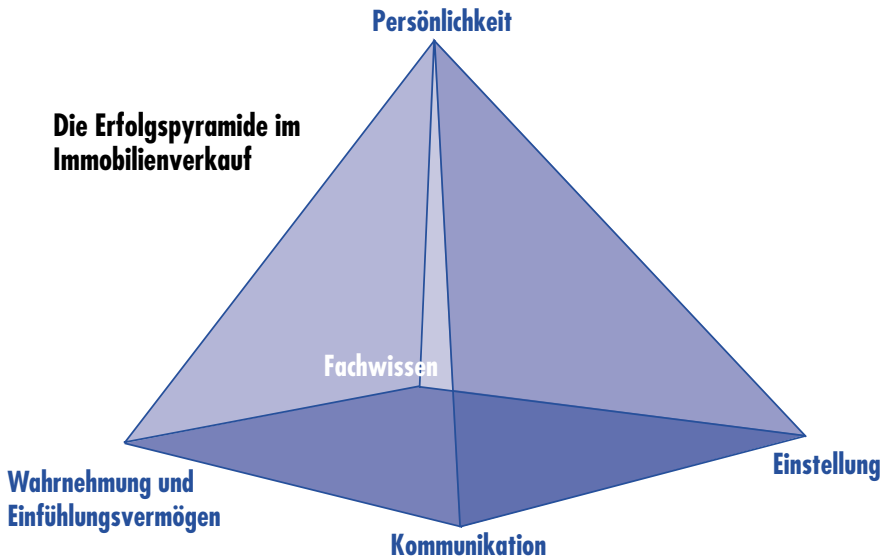
Ein wichtiger Faktor, gerade für die Immobilienbranche, ist die Kommunikation. Führungskräfte sollten „die Neuen“ allen Mitarbeitern vorstellen und sie über die Arbeitsgebiete der Kollegen informieren. Hier geht es um corporate identity, um das Gefühl, in einem Unternehmen ein gemeinsames Ziel zu haben.

Aber leider fehlt es vielfach an diesen professionellen Grundvoraussetzungen für eine effektive Arbeit in der Immobilienbranche. Kein Wunder, dass die Fluktuation in den Vertrieben sehr groß ist. In mittleren Betrieben bleiben Mitarbeiter ein- bis eineinhalb Jahre, in größeren Vertriebsgesellschaften durchschnittlich zwei bis drei Jahre in ihrem Job. Diese Verweildauer beinhaltet auch die vorangegangene Phase der inneren Kündigung.

■ **Die Visitenkarten ließen mehrere Monate auf sich warten, und es fand sich auch kein Namensschild vor der Bürotür. Ein toller Start!**

Doch niemand wird bestreiten, wie wichtig es ist, dass gute Fachleute sich zur Firma bekennen und bleiben. Sie sollten Spaß an ihrer Arbeit haben und optimale Bedingungen für ihre Tätigkeit von Anfang an vorfinden. Es ist genau die Atmosphäre, die sich dann nach außen hin positiv auf die potenziellen Käufer auswirkt. Für den Vertrieb ein vorteilhafter Wohlfühlbonus.

Aller Anfang ist leicht – wenn er professionell eingestiegt wird. Doch Professionalisierung bleibt da nicht stehen. Nicht selten kommt es vor, dass mehrere Mitarbeiter eingestellt werden und über zwei Jahre im Betrieb arbeiten, bis das erste Training angeboten wird. Und am Ende des Seminars stellen die Kursteilnehmer fest, dass sie mit dem neu erworbenen Wissen schon seit Beginn viel erfolgreicher gearbeitet hätten. ▶



Es wurde zwar im Betrieb eine Menge Geld in die Personalsuche investiert, jedoch nicht in deren Qualifizierung. Es ist keineswegs die Zahl der Leute, die für den Verkauf des Immobilienpools angesetzt wird, sondern es ist die Qualifikation der Mitarbeiter, mit der man einem Käufermarkt buchstäblich die Stirn bieten kann – denn hinter der Stirn arbeitet Fach- und Verkaufswissen.

Von Wissen zu Halbwissen

Aus- und Fortbildung also ist das Gebot der ersten Stunde, wenn Professionalisierung erreicht werden will. Und bei der Auswahl von Ausbildungsangeboten gibt es ein paar Kriterien, die jeder beachten sollte, wenn er eine positive Kosten-Nutzen-Bilanz ziehen will. Manche meinen nun, wenn ich nur genug Seminare mit den unterschiedlichsten Aufgabenbereichen verschiedener Experten besuche, dann bin ich fit für meinen Job. Häufig gehen diese Seminare über zwei bis drei Tage. Das Problem – die Halbwertszeit des angeeigneten Wissens ist denkbar gering.

Vom Kennen zum Anwenden zum Können

Das Reinschaufeln von Theorieblöcken ohne unmittelbare Umsetzung in der praktischen Arbeit bringt nicht viel. Wissen auf Vorrat im Sinne von „das werde ich (oder mein Mitarbeiter) bestimmt mal brauchen“ funktioniert nicht. Effektives Lernen macht nur

Sinn, wenn es zeitnah umgesetzt wird. Je länger die Zwischenräume zwischen Wissensanhäufung und Umsetzung liegen, desto geringer ist der Nutzen.

Eine amerikanische Studie hat aufgedeckt, dass man neue Inhalte sechs Mal anwenden muss, bis sie flexibel beherrscht und eingesetzt werden können. Es sollte sich also zunächst einmal jeder bewusst machen, welche Inhalte sinnvoll und notwendig sind, um sie sich für seine Tätigkeit eines Immobilienmaklers anzueignen. Dann erscheint es nicht wirklich wichtig zu wissen, wie Unter- und Überzüge in Variationen zu definieren sind – nicht einmal für eine wunderschöne Teilnahmebescheinigung.


Eine Seminarteilnehmerin brachte es auf den Punkt: „Ein halber Tag praxisorientierter Unterricht hat mir mehr gebracht als fünf Wochen Akademie.“ Knapp, präzise und praxisorientiert sollten Fortbildungsseminare sein, sonst sind sie zu teuer. Sie müssen gut vorbereitet sein, systematisches Lernen ermöglichen, eine konkrete Nacharbeit im Konzept integrieren und auf Umsetzung ausgerichtet sein. So kommen die Teilnehmer vom Kennen über das Anwenden zum Können.

Vertriebserfolge

Die Komplettausbildung von ImmoTrain (Geprüfter Immobilienfachvermittler/in – BaTB) erfüllt diese Kriterien und hat sich in der Praxis am Markt bewährt. Die Vertriebserfolge in den Immobilienteams haben gezeigt, wer

von Anfang an professionell startet, kommt auch in einem schwierigen Markt zu Umsätzen.

Wichtige Wissensblöcke für den Immobilienverkauf zeigt die oben stehende Erfolgspyramide für Immobilienverkäufer (siehe oben).

Mehr dazu erfahren Sie in den nächsten Ausgaben. 



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