

IMMOBILIENPROFI

kompakt

Alles für den schönsten Beruf

MANAGEMENT

Wie hoch ist Ihr ROI

Seite 4

VERKAUFS-SKRIPT

Door Knocking am Telefon

Seite 3

INVESTMENT

Mausgraue Renditebringer

Seite 6

ROI is King

Seit nunmehr vier Monaten lebt die Maklerwelt mit der neuen Provisionsregelung. Was ist seitdem passiert?

Die meisten Kollegen sind auf die hälftige Provisionsteilung eingeschwenkt. Aber nicht wenige haben entschieden, sich konsequent auf die Seite des Eigentümers zu schlagen. Dafür spricht vieles, sehr viel sogar, was wir im Einzelnen an dieser Stelle nicht mehr wiederholen müssen.

Nun werden aber Stimmen laut, die davor warnen, weiter die reine Innenprovision, beziehungsweise den Verzicht auf die Außenprovision, zu promoten. Dies könne nämlich den Gesetzgeber alarmieren. Mit anderen Worten: wenn die Provision nicht einheitlich „gerecht“ geteilt wird, würde der Gesetzgeber Gerechtigkeit durch weitere Regelungen herstellen. Bei dieser Gelegenheit könnte dann auch das Damoklesschwert der „limitieren Provision“ fallen.

Die Fans der Provisionsteilung verkaufen also die Provisionsteilung als ausdrücklich vom Gesetzgeber so gewollt, so als wären die neuen Paragraphen vom Wunsch nach absoluter Gerechtigkeit durch paritätische Provisionszahlung getrieben.

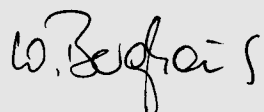
Tatsächlich haben doch die Verbände die Teilung als eigenen Verhandlungserfolg gegenüber der Gesetzgebung verkauft. Es hätte doch viel schlimmer kommen können, hieß es. Erfolgreich hätte man doch ein echtes Besteller-Prinzip verhindert und auch den Provisionsdeckel.

Ich behaupte aber: wäre es zu einem echten Besteller-Prinzip mit einseitiger Vertretung des Auftraggebers gekommen, wäre die Frage nach der Provision für alle Zeiten beendet gewesen. Jetzt darf wieder gezittert werden, denn im Herbst ist Bundestagswahl, und wir alle kennen die aktuellen Umfrage-Ergebnisse ...

Auf Seite 4 setzen wir unsere Reihe über das Michael Gerber Buch „The E-Myth Real Estate Agent“ fort, das leider nur in Englisch verfügbar ist. „Wie hoch ist Ihre ROI?“, fragen die Autoren und verweisen auf ein weit verbreitetes Problem. Viele Anbieter bedrängen die Maklerschaft um Produkte und Leistungen zu verkaufen, die angeblich als Wunderwaffen für die Akquise dienen. Da reagieren Makler doch wie der Bär auf Honig und überlegen, ob das was bringt. „Das lohnt sich für Sie doch schon beim ersten Abschluss!“, hat der Verkäufer dann bereits ausgerechnet. Der Makler will es also „mal ausprobieren“ und unterschreibt.

Ist es professionell, so zu entscheiden? Michael E Gerber und sein Co-Autor sagen klar: nein! Darauf zu spekulieren, dass sich eine Investition nur (!) amortisiert ist der erste Fehler. Verlangen Sie von allen Investments den 5- bis 10-fachen Nutzen im Verhältnis zur Investition (ROI) – und das soll der Verkäufer erstmal belegen.

Viel Erfolg mit dieser Kompakt-Ausgabe!



Werner Berghaus
Herausgeber Immobilien-Profi
berghaus@inmedia-verlag.de

FHG

**Gestern
Rezeptionistin,
heute Maklerin**
Seiteneinstieg
in die Maklerbranche

Die Immobilienbranche boomt und sucht Personal. Gleichzeitig geht es coronabedingt vielen Wirtschaftszweigen schlecht. Folgerichtig könnten Makler gezielt Hotel-, Bank- oder Reiseverkehrskaufleute für einen Quereinstieg in ihre Branche gewinnen. Welche Erfahrungen sie dabei sammeln und was erfolgreiche Seiteneinsteiger raten.

In der Immobilienbranche tummeln sich seit jeher viele Quereinsteiger. Die Zahl der Aus- und Weiterbildungseinrichtungen hat sich seit der Jahrtausendwende um ein Vielfaches erhöht. Ein Großteil der Teilnehmer ist berufsfremd, war vorher als Großhandelskauffrau oder Versicherungskaufmann tätig oder merkte, dass ein Studium nicht das Wahre ist. Die Doku-Soap „mieten, kaufen, wohnen“, die viele Jahre im TV lief, mag ihren Teil dazu beigetragen haben, dass der Beruf des Maklers bei vielen in den Fokus tritt. Wenngleich viele Maklerinnen und Makler bestätigen, dass dadurch oft die falschen Bewerber angezogen werden, die glauben eine Immobilienvermittlung sei das Einfachste der Welt und man müsse nur Türen aufschließen.

Hinzu kommt, dass die Immobilienwirtschaft seit über 20 Jahren boomt; auch die Finanzkrise 2009 und die aktuelle Pandemie haben daran in den meisten Segmenten nichts geändert. Wenn Makler Mitarbeitende in den zurückliegenden Monaten in Kurzarbeit schickten, dann waren sie zumeist mit der Ver-

Fortsetzung von Seite 3 >

Viele neuen Kolleginnen und Kollegen sind erstaunt, wenn Conrad seinen Werdegang erläutert: „Sie glauben, dass man als Makler vor allem Verkaufserfahrung mitbringen muss. Aus meiner Sicht ist es aber mindestens ebenso gut, sich in der Baubranche auszukennen. Kenne ich das Baujahr, kann ich zum Beispiel sagen, welche Qualität die Deckenkonstruktion hat und somit welche Wände man problemlos für Grundrissanpassungen rausnehmen kann. Außerdem kann ich durch meine 20-jährige Bauerfahrung gut einschätzen, was gewisse Handwerkerleistungen kosten. Damit habe ich in der Region ein Alleinstellungsmerkmal, und sowohl Verkäufer wie Erwerber schätzen diese Expertise“, erläutert Conrad.

Der Inhaber von Conrad Rhein-Main-Immobilien führt zwei Gründe ins Feld, warum er in die Objektvermarktung einstieg. Zum einen nahmen seine gesundheitlichen Beeinträchtigungen durch den Fliesenleger-Job zu. Zweitens hatte er schon immer großes Interesse an Immobilien. Mit 20 kaufte er sich eine Eigentumswohnung, mit 28 baute er ein Haus. Zudem kümmerte er sich um die Mietshäuser seines Vaters. Immer öfter wurde er von Freunden, die auf der Immobiliensuche waren, gebeten, sie bei der Besichtigung zu begleiten, um einen fachlichen Blick auf den Objektzustand etc. zu werfen. „Von dort war es nur ein kleiner Schritt zur eigenen Maklerfirma“, fasst es Conrad zusammen. Er glaubt, dass auch in einer größeren Maklerfirma ein Mix von Mitarbeitenden aus verschiedenen Basisberufen, eine Bereicherung darstellt, um das Beratungsangebot zu komplettieren. Branchenfremde hätten zudem einen Blick von außen, der ebenfalls hilfreich sei.

Das bestätigt auch Christina Kuhn, bei der seit vielen Jahren eine Floristikmeisterin arbeitet. Sie hat sich von der Sekretarin zur Assistenz hochgearbeitet. Kuhn bescheinigt ihr eine lösungs- und serviceorientierte Arbeitsweise. Sie könne sich auf alle Gesprächspartner einstellen und denke unternehmerisch.

Fehlendes Fachwissen hat sich Liegenschaftsbetreuerin Kuhn vor beziehungsweise zu Beginn ihres neuen Jobs angeeignet. Grundsätzlich ist sie eine Verfechterin lebenslangen Lernens und gerade die Immobilienbranche mit ihren zahlreichen



„Es ist gefährlich, einen extrem fleißigen Bürokollegen einzustellen, weil die anderen Mitarbeiter ihm dann dauernd zuschauen.“

Henry Ford

Gerichtsentscheidungen und Gesetzesnovellen belege die Bedeutung. Standing-Probleme hatte sie zu Beginn ihrer Immobilienkarriere nicht: ihre Mitarbeitenden haben sie als Quereinsteigerin von Anfang an respektiert. „Wenn ich etwas nicht weiß oder verstehe, frage ich eine Mitarbeiterin oder einen Mitarbeiter, die sich damit besser auskennen. Dafür sollte man sich nicht zu schade sein.“ Ansonsten müsste sie als Führungskraft nicht alle Details jedes Arbeitsbereiches kennen.

Dass sich die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten nochmals vereinfacht haben liegt an der seit 2018 geforderten Weiterbildungspflicht für Verwalter und Makler. Dies hat die Zahl der Angebote erhöht. Die Pandemie setzte noch einen drauf und führte dazu, dass viele Veranstaltungen, die als Präsenzangebote geplant waren, in Online-Seminare oder Tutorials umgewandelt wurden. Das schätzt auch Christina Kuhn: „Für alle Teammitglieder haben wir Online-Zugänge zum Angebot der EBZ erworben. Der Deal ist, dass die Firma die Kosten übernimmt und die Mitarbeiter sich die Kurse in ihrer Freizeit anschauen. So kann sich jeder in der Straßbahn, abends oder am Wochenende an seinem Smartphone oder Tablet weiterbilden. Viele Informationen sind in Hap-pen aufbereitet, ähnlich wie Youtube-Tutorials. Reise- und Hotelkosten werden gespart und es geht keine Arbeitszeit verloren“, bringt es Kuhn auf den Punkt.

Quereinsteigern mangelt es also nicht an Möglichkeiten, fehlendes Wissen nachzuholen. ■ *Bernhard Hoffmann*

Mausgraue Renditebringer

Parkhäuser, Garagenhöfe & Co. führen ein Nischendasein – zu Unrecht. Denn die Renditen sind hoch, Instandhaltungskosten gering und Nutzerwechsel selten. Warum es Zeit wird, dass Parkraum-Immobilien eine eigene Assetklasse werden.

Tiefgaragen, Garagenhöfe und Pkw-Stellplätze im Hof sind unsexy. Für viele sind insbesondere Tiefgaragen Angsträume. Für Entwickler sind sie oft ein notwendiges Übel, weil vielfach die Stellplatzschlüssel den Bau von mehr Parkraum vor-sehen als tatsächlich gebraucht wird. Dabei sind gerade bei

Tiefgaragenstellplätzen die Baukosten mit über 35.000 Euro pro Einstellbucht hoch. Gegebenenfalls müssen nach dem Ende des Vorhabens für überschüssige Restanten Mieter oder Käufer in der Nachbarschaft gefunden werden (siehe unten).

Darüber hinaus geraten öffentlich zugängliche, zentrale Parkhäuser in den Fokus neuer Nutzergruppen. Es gibt Projekte, bei denen sie als Umschlagplatz für Online-Bestellungen dienen. Die Pakete werden früh morgens per Kleinlaster in das Parkhaus gebracht, dort auf kleine Boxen und Lasten-fahrräder verteilt und im Laufe des Tages an die Adressaten ausgeliefert. In anderen Parkhäusern gibt es Verleihstationen für Carsharing-Autos oder Paketstationen, an die Kunden ihre



Bestellungen schicken lassen sowie Tag und Nacht abholen können. „Zukünftig wichtiger wird das Thema Ladestationen für E-Autos. Auch sichere, verschließbare Einstellboxen für teure Lasten- und Elektrofahräder, für die Stadtbewohner oft keinen Platz im Keller haben, werden wichtige Themen“, ist sich Dr. Mark Friesen sicher. Er ist Managing Partner von QUINTA Consulting und berät Eigentümer und Betreiber von Parkhäusern, darunter Kommunen, Flughafen-Betreiber, Assetmanager, private Eigentümer und Verwalterfirmen.

Er glaubt, dass das Parken künftig intelligenter und digitaler wird. Am Firmensitz in Frankfurt am Main sieht er, wie verschwenderisch teilweise mit Parkraum umgegangen wird: die Parkflächen für Wohnungen und Büros liegen teilweise nebeneinander. Die Parkplätze der Büros sind tagsüber belegt und nachts leer. Die der Wohnungsbesitzer sind nachts belegt und tagsüber verwaist. „Mit intelligenten Zugangs- und Zahlungssystemen könnten Parkraum-Betreiber der Büros ihre Flächen für Anwohner öffnen“, so Experte Friesen. Bei Neubauvorhaben könnten vakante Stellplätze in der Nachbarschaft in den Stellplatzschlüssel einbezogen werden.

Mit dem Einzug der Digitalisierung in die Betonbuchten ließe sich außerdem die Flächenauslastung verbessern. Dauerparker müssten auf fest zugewiesene Plätze verzichten, ihnen würde dann eine freie Parkbucht per App zugewiesen, die zu ihrer gewünschten Parkzeit passt. Tagsüber könnte mehr Raum an Kurzzeitparker vergeben werden. Im Gegenzug zahlen Dauerparker für dieses Mehr an Flexibilität weniger Stellplatzmiete. Überhaupt gelinge es mit variableren Tarifen, Parkhäuser besser auszulasten. Hilfreich seien zudem Gebühren, die sich an der Auslastung orientieren, meint Friesen. Ist diese bei einem Parkhaus an einer Einkaufsstraße gering, etwa werktags am späten Vormittag, könnten die Parkkosten niedriger sein als zu Zeiten mit hoher Nachfrage wie am Samstag oder in den frühen Abendstunden. Auch der Umstieg von Kassenautomaten auf eine Bezahlung per App oder Kartenzahlung spart Kosten. Der Wachdienst muss sich nicht mehr um die Kassenleerung und Wechselgeld kümmern; außerdem sind bargeldlose Systeme weniger reparaturanfällig. „Bei Objekten mit mehreren Kassen lassen sich durch einen

Umstieg jeden Monat dreistellige Euro-Beträge einsparen. Seit Ausbruch der Pandemie schätzen viele Kunden kontaktloses Zahlen“, erläutert Friesen.

Etwa 90 Prozent der deutschen Parkhaus-Stellplätze sind älter als 25 Jahre. Viele Eigentümer haben es unterlassen, Investitionen in Sicherheit, Licht und Nutzerführung zu tätigen. „Aber nicht jede Investition lässt sich in Form höherer Parkgebühren amortisieren. Sauberkeit und Sicherheit steht bei den Nutzern weit oben, etwa durch eine gute Ausleuchtung, Beschilderung, Alarmschalter oder Überwachungskameras. Gimmicks hingegen wie Musik, Beduftung oder das Aufstellen von Pflanzen ziehen keine Qualitätssteigerung nach sich, für die Parker bereit sind, signifikant mehr Geld auszugeben“, so Friesen.

Großes Potential sieht er in der Elektromobilität, die von der Politik seit geraumer Zeit mit Zuschüssen und Fördermitteln vorangetrieben wird. Parkhaus-Betreiber sollten Ladestationen nachrüsten, um neue Kunden zu gewinnen. Denn das Ziel ist, dass 70 bis 80 Prozent der Wagen nachts an der Wohnung, dem Haus oder Hotel geladen werden. Weil viele Wohnungsbesitzer in dicht bebauten Innenstädten keine festen Parkplätze haben, müssen sie sich nach Alternativen umschauen, etwa einem Stellplatz im benachbarten Parkhaus.

Ansonsten wünscht sich Friesen, dass Parkraum-Immobilien als eine Assetklasse angesehen werden und aus ihrem Mauerblümchen-Dasein heraustreten. Vielen Eigentümern und Betreibern fehle das Know-how, was sie aus diesen Flächen rausholen können, welche Investitionen sinnvoll sind und wie sie Abläufe verbessern können.

Hinzu kommt, dass bei Garagenimmobilien Marktdaten fehlen. Meistens muss man sich mit Schätzungen behelfen. Aber wer weiß: Logistikflächen führten vor zehn Jahren ebenfalls ein Nischendasein und haben es mittlerweile zu einer gefragten Immobilienklasse geschafft.

Die stabilen Parkraum-Renditen von teils über 5 Prozent erhalten gerade einen Dämpfer. Schuld ist die Pandemie. Wenn

Geschäfte geschlossen bleiben, kaum Geschäftsreisen und Events stattfinden, minimiert das die Einnahmen der Betreiber. In pandemiefreien Zeiten liegt die Auslastung von Parkgaragen bei durchschnittlich 60 Prozent. Aber die Zeiten werden vermutlich wieder besser.

Problematisch sind Parkhäuser, die sich nicht wirtschaftlich betreiben lassen in Sachen Drittverwendung. Dann bleibt in der Regel nur der Abriss. Wegen der niedrigen Geschosdecke, der Statik und der verwendeten Materialien lassen sie sich nicht in Büros, Retail-Flächen oder Wohnungen umbauen. In Köln behalf sich deshalb vor einigen Jahren ein Parkhausbesitzer damit, dass er die beiden oberen Etagen abtrug und durch hochwertige Eigentumswohnungen ersetzte.

Neben Stellplätzen, die in Parkhäusern gebündelt sind, gibt es eine Vielzahl von oberirdischen Garagen sowie Garagenhöfen mit teils über 100 Stellplätzen, für die Immobilienmakler ab und an Vermittlungsaufträge erhalten.

Garagen verknüpfen ein geringes Risiko mit einer guten Rendite. Die Nettomieten von Garagen kletterten nach Erhebungen der Future Construct AG in den zurückliegenden fünf Jahren um rund 38 Prozent. Das Unternehmen aus Markt Schwaben hat sich seit vielen Jahren unter anderem auf den Bau, Verkauf und die Vermietung von Garagen spezialisiert.

Die jährliche durchschnittliche Mietsteigerung liegt bei etwa sieben Prozent. Wobei in Ballungsregionen und Großstädten die Steigerungen höher ausfallen als in ländlichen Regionen. In Leipzig ließen sich beispielsweise Erhöhungen von 65 auf 89 Euro pro Stellplatz realisieren. In Großstädten liegt die Monatsmiete bei teils 200 Euro, in ländlichen Regionen und Vororten hingegen bei etwa 25 bis 60 Euro. „Das klingt zunächst nach wenig. Bei einem Garagenhof mit 50 oder 100 Garagen wird es allerdings interessant“, erläutert Volker Rainer, Vorstand von Future Construct. Dabei beobachtet er, dass in etwa 50 Prozent der Garagen keine Autos parken. Stattdessen werden in ihnen Motorräder, Surfbretter, Skier, Fahrräder oder andere Dinge gelagert. Hinzu kommt, dass ältere Garagen, etwa aus den 1970er Jahren, zu klein für die beliebten SUVs sind.

Das Unternehmen unterstützt zudem Makler und Bauträger von Neubauvorhaben bei der Vermittlung von Garagen, die über den tatsächlichen Bedarf hinaus errichtet wurden, weil der lokale Stellplatzschlüssel dies vorsieht. Die Stadt Erding verlangt beispielsweise für jede neue Wohnung den Nachweis von zwei Stellplätzen. Oberirdische Garagen lassen sich,

so Experte Rainer, in ländlichen Neubaugebieten gut an Nachbarn veräußern beziehungsweise vermieten.

Auch bei der Bewirtschaftung haben Garagen klare Vorzüge, etwa gegenüber Wohnobjekten. Wenn sie separat von der Wohnung vermietet werden, sind sie einfacher zu kündigen. Zudem können die Mieten bei laufenden Verträgen einfacher angepasst werden als bei Mietwohnungen. Hinzu kommen in der Regel steuerlich besseren Abschreibungsmöglichkeiten als bei anderen Immobilienarten.

Die Nutzungsdauer von Großgaragen liegt mit über 60 Jahren deutlich über der von Büroimmobilien, die im Schnitt nach 20 Jahren saniert werden müssen. Auch Leerstände sind selten. „Und falls ein Garagenmieter seine Miete in Höhe von beispielsweise 70 Euro nicht überweist, bringt das den Vermieter nicht so sehr in finanzielle Schwierigkeiten wie ein Wohnungsmieter, der mit seiner Kaltmiete von 800 Euro im Rückstand ist“, erläutert Rainer.

Dass die Liebe der Deutschen zum Auto nachlässt, ist unwahrscheinlich. Die Zahl der Pkw-Neuzulassungen ist konstant hoch. Dessen ungeachtet ändert sich das Mobilitätsverhalten der Menschen, insbesondere in Großstädten. Mehr Menschen besitzen kein eigenes Auto mehr, Paare verzichten auf den Zweitwagen und nutzen bei Bedarf einen Miet- oder Carsharing-Wagen. Oder sie nehmen einen Elektroroller, ein E-Scooter oder ein Mietfahrrad, die am Straßenrand stehen und über eine App gestartet werden.

Gleichzeitig experimentieren viele Städte mit einer Umverteilung des öffentlichen Raumes. Pkw-Stellplätze am Straßenrand werden kassiert und machen Platz für breitere Gehsteige, Radwege oder Außenflächen für benachbarte Bars, Cafés und Restaurants. Im Herbst 2020 verkündete die Pariser Bürgermeisterin Anne Hidalgo in den nächsten sechs Jahren 70.000 Pkw-Stellplätze am Straßenrand zu streichen. Viele Deutsche Städte lehnen sich nicht ganz so weit aus dem Fenster, verfolgen aber ähnliche Ziele.

Diese Entwicklungen geben Parkhäusern neuen Aufwind, schließlich müssen die Blechkisten irgendwo abgestellt werden. Hinzu kommt, dass eine der ersten Funktionen autonom fahrender Autos vermutlich darin bestehen wird, dass sie selbsttätig in Parkhäuser fahren und einparken, während der Fahrzeugführer erst gar nicht das Parkhaus betreten muss.

Dann sind Parkhäuser auch keine Angsträume mehr, die Filmemacher aktuell noch inspirieren, in den Gebäuden Krimis zu drehen. ■ *Bernhard Hoffmann*

IMPRESSUM

Herausgeber: in.media Verlags GmbH, Mohrenstraße 1–3, 50670 Köln, Tel. 0221/16 80 71-0, redaktion@immobilien-profi.de, www.immobilien-profi.com. Redaktion: Werner Berghaus, Harald Henkel, Beiträge von: Werner Berghaus, Bernhard Hoffmann. Namentlich gekennzeichnete Beiträge entsprechen nicht unbedingt der Meinung der Redaktion. Layout/Herstellung: Britta Wilken. Auflage: 5.000/10.000 Exemplare kompakt/Magazin. Erscheinungsweise: IMMOBILIEN-PROFI erscheint zehnmal jährlich. Der Bezugspreis inklusive der Nutzung des Onlinebereichs für ein Jahr beträgt 95,- Euro zzgl. MwSt. Bildnachweise: S. 1/4 StockAdobe/Olivier Le Moal, weitere Bilder: Archiv, Druck: Silber Druck oHG, 34253 Lohfelden