

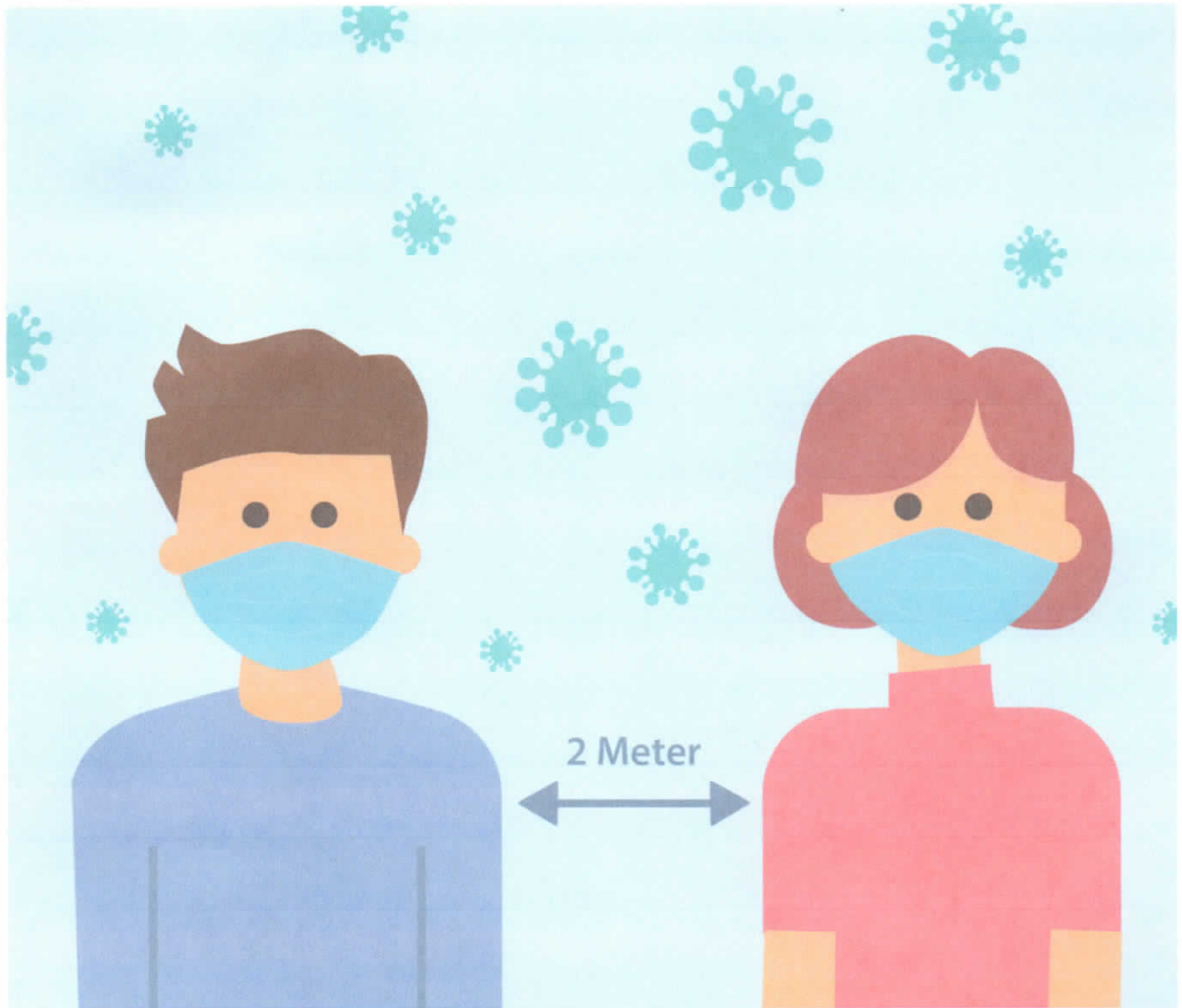


Das Politische Wort
Auch die Vermieter schützen



Themenschwerpunkt:
Der Eigentümer spricht

Eigentümern so fern wie nah



Politik im Dialog
Interview mit Volkmar Vogel (CDU)



Auswirkungen der Corona-Krise
Wie schwer trifft es die Immobilienbranche?



„Fix and Flip“
Die Profi-Strategie aus den USA



Der Makler als bester Freund der Familie

Was wir von amerikanischen Maklern lernen können

Der amerikanische Immobilienmarkt unterscheidet sich erheblich vom europäischen Markt. Das liegt nicht nur an den Finanzierungsmöglichkeiten, sondern in erster Linie am Verhältnis zwischen Makler und Klient. Barry Grooms ist Immobilienmakler und Miteigentümer der Florida Suncoast Realty Inc. in Bradenton und hat uns einmal genau erklärt, wie groß die Unterschiede zwischen Deutschland und den USA nun wirklich sind.

Interview von Jan Kricheldorf

AIZ: Ich habe gehört, dass Immobilienmakler in den USA ein bester Freund der Familie sind, nicht wahr?

Barry Grooms: Als Ergebnis eines sehr langwierigen und oft komplizierten Prozesses entwickeln wir sehr starke Beziehungen zu vielen unserer Kunden und Klienten.

Auch nach der Transaktion - weil wir in so engem Kontakt mit unseren Kunden

und Auftraggebern bleiben - entwickeln wir oft persönliche Freundschaften.

Warum ist die Verbindung zwischen Eigentümern und Agenten in Ihrem Land so eng?

Erstens, nachdem wir unseren Kunden schon viele Male die Dienste von Immobilien angeboten haben - und das ist unser Ziel, eine Beziehung aufzubauen und einen so vorbildlichen Service zu

bieten, dass ein Kunde für seine Immobilienbedürfnisse immer wieder zu uns zurückkehren möchte - dann ist es natürlich, eine Bindung aufzubauen. Zweitens: Vieles von dem, was wir tun, ist ehrenamtliche Arbeit in der Gemeinde, und das ist oft Schulter an Schulter mit unseren Kunden und Klienten, wodurch sich dann eine Bindung entwickelt.

Sie haben viele Franchise-Unternehmen, die über die ganzen USA verteilt

sind. Warum sind kleine, regionale Unternehmen oder Freiberufler so selten, selbst wenn die Beziehungen zu den Kunden so eng sind?

Entgegen der landläufigen Meinung gibt es in den Vereinigten Staaten mehr unabhängige Immobiliengesellschaften als Franchise-Unternehmen. Aber unabhängig von der Marke der Immobilien, für die man arbeitet, konzentrieren sich die Immobilienfachleute in Amerika in erster Linie auf das, was man als ihren Einflussbereich bezeichnet, oder mit anderen Worten, auf einen Kern von Freunden, Kunden und ehemaligen Kunden, oder auf ein spezielles Fachgebiet oder vielleicht auf einen geografischen Standort.

Eine der Methoden, die wir von US-Vermarktern gelernt haben, ist das Farming. Dies funktioniert hauptsächlich dadurch, dass wir regelmäßig mit Kundengruppen in Kontakt bleiben, so zum Beispiel an Thanksgiving, Weihnachten und an vielen anderen Berührungspunkten und sie mit kleinen Geschenken oder Grußkarten überraschen. Könnte dies das Geheimnis der Nähe zum Kunden sein?

Der Kontakt zu Ihren Kunden und Auftraggebern während der Feiertage ist nur eine Komponente einer effektiven Farmingkampagne.

Sobald Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden und ihre Beweggründe verstehen, können Sie einen Marketingplan für ein ganzes Jahr aufstellen, um festzulegen, wie oft und auf welche Weise Sie sie erreichen wollen.

Konzentrieren Sie sich mehr auf die Besitzer oder die Käufer?

Ich habe mich während meiner gesamten Karriere hauptsächlich auf Hausbesitzer konzentriert, weil ich in der Lage bin, konsistente Dienstleistungen anzubieten. Außerdem kann ich mit vielen Verkäufern gleichzeitig zusammenarbeiten und die von ihnen benötigten Dienstleistungen zeitsparend und effizient erbringen.

Wenn Sie mit Käufern arbeiten, können aufgrund der Art der Dienstleistungen, die sie oft benötigen, zwei oder drei die

gesamte Arbeitsbelastung eines Immobilienprofis in Anspruch nehmen.

Wie sieht es mit digitaler Unternehmenskommunikation aus? Newsletter, Inhalt und Leistung, Marketing, Blogging, Videomarketing - sind sie alle wichtig?

Es ist wichtig, dass die Immobilienfirma, für die der Makler arbeitet, über eine hohe Expertise verfügt und diese auch nach außen hin repräsentiert.

Eine Möglichkeit dies zu tun, sind zum Beispiel Newsletter mit wichtigen Informationen über die aktuellen Marktbedingungen, Veranstaltungen, Aktivitäten und andere Tipps zu versenden



Barry Grooms

ist Immobilienmakler und Miteigentümer der Florida Suncoast Realty Inc. in Bradenton, zusammen mit seiner Frau Sherry Grooms, die ebenfalls Immobilienmaklerin ist.

Gibt es eine digitale Strategie, auf die sich Ihr Unternehmen konzentriert?

Ja. Tatsächlich bewerten wir unsere digitale Strategie jedes Jahr, um zu bestimmen, wie viel wir für die Verwaltung der Website, für soziale Medieninhalte und jede andere digitale Plattform, die wir auf der Grundlage der Marktbedingungen in Betracht ziehen, bereitstellen.

Wie kommunizieren Sie Ihre Vermögenswerte an Ihre Kunden? Nur durch Worte auf den Websites oder in Bro-

schüren oder durch harte Fakten, die jeder verstehen kann?

Websites, Broschüren und Newsletter oder Nachrichtenartikel sind effektive Möglichkeiten für Ihre Kunden, um zu sehen, was Sie anbieten. Aber es ist auch wichtig, sie regelmäßig zu erreichen, um ihnen mitzuteilen, dass Sie an sie denken, dass Ihr Geschäft gut läuft (wie viel Geschäft Sie machen) und dass Sie anderen bei ihren Immobilienbedürfnissen erfolgreich helfen.

Sie machen Geschäfte in Florida. Es scheint, dass viele Deutsche in Grundstücke und Immobilien in diesem Bundesstaat investieren. Was ist Ihr Geschäftsmodell im Moment? Handeln Sie im Ausland? Oder der Handel vor Ort?

Seitdem ich in einer Führungsrolle für Florida Realtors tätig bin, habe ich die Augen für die Möglichkeiten von globalen Immobilien geöffnet. Das hat unsere Ausrichtung bei vielen Dingen, die wir heute vermarkten, verändert.

In den kommenden Jahren werden wir in anderen Ländern, die aufstrebende Interessen in Florida haben, direkt vermarkten, so dass wir beginnen, Beziehungen zu anderen Immobilienmaklern im Ausland aufzubauen, ähnlich wie wir es mit unseren Kunden und Auftraggebern tun.

Das Coronavirus macht Ihnen die Arbeit in der Gegenwart schwer. Wie gehen Sie mit der aktuellen Situation um? Verwenden Sie virtuelle offene Häuser oder 360-Grad-Touren auf Ihren Angeboten?

Jedes Inserat, das wir aufgeben beinhaltet auch eine virtuelle Besichtigung. Einige davon sind Standbilder wie eine Diashow, während andere Angebote eine vollständige virtuelle Tour haben können.

Der Schlüssel zum Erfolg während dieser Pandemie besteht darin, mit Ihren früheren Kunden und Klienten in Kontakt zu bleiben und sie über das Geschehen auf dem Immobilienmarkt auf dem Laufenden zu halten. Auf diese Weise können wir, wenn wir in der Lage sind, uns normal zu bewegen, wieder zum Geschäft zurückkehren! ■