

Geiz ist uncool

Etwa 500 Mitglieder zählt die www.maklerdiskussion.de – ein Forum für Immobilienmakler im Internet. Die Themen verlassen selten das seichte Niveau. Spannende Fragen wie „Dürfen Kollegen Fotos aus dem Internet klauen?“ werden ebenso ausgiebig diskutiert, wie billige Telefentarife, Fußbodenheizungen, Viren-Warnungen und als Dauerthema der „Provisionsbetrug durch Kunden“.

Sicherlich bildet die Maklerdiskussion keinen repräsentativen Querschnitt der Branche. Wie in modernen, arbeitsteiligen Gesellschaften üblich, übernehmen etwa zwei Dutzend Makler das Diskutieren, und der Rest schaut mehr oder minder zu.

Durch die intensive Beschäftigung mit sich selbst, hat sich bei den aktiven Mitgliedern der Verdacht eingeschlichen, man würde einer Elite angehören. Die Ersten vermelden schon die Zugehörigkeit zur „Mdisk“ als Trophäe in der Absenderzeile ihrer elektronischen Post. Nun wird die Frage nach einem eigenen Verband und eines gemeinsamen Logos laut. Erst die Nennung eines Mitgliedsbeitrags dämpft die Euphorie. Denn in der Maklerdiskussion ist nur Geiz geil!

Unsere Gesellschaft polarisiert zur Zeit in zwei Richtungen. Auf der einen Seite sind es die unterforderten 35-Stundenwoche-Arbeitnehmer, die Zeit gegen Geld tauschen. Es boomen die Heimwerkermärkte und die Billigangebote. Dieses Klientel hat zwar wenig Geld, dafür aber viel Zeit, und so macht es nichts aus, wenn Billigangebote „nur“ Zeit kosten.

Die andere Hälfte dagegen hat Geld, aber keine Zeit. Diese Mitbürger müssen Geld für Zeit an andere bezahlen.



Werner Berghaus
Herausgeber
Immobilien-Profi

Diese neue Zeitarmut fördert Dienstleister, etwa Makler, die eine Leistung anbieten, deren wichtigstes Ergebnis für den Nutzer lautet: Perfekte Ausführung plus Zeitersparnis.

Die anderen haben zu wenig Geld für Spezialisten und zuviel Zeit für Selbstversuche. Gleichgültig, wie lange es dauert, wie viel Mühe es macht, ein angestrebtes Ziel zu erreichen, der Tauschgegenstand Geld wird gemieden und durch eigene Zeit kompensiert.

Mit dieser wachsenden Käufergruppe werden Makler zukünftig keine Geschäfte mehr machen. Mahner wie Dr. Peter Hettenbach sehen bereits einen Großteil des Gebrauchtimmobiliemarktes in den „Discountbereich“ abbrechen.

Wenn dies ein Trend ist, können wir es nicht ändern, wir können uns lediglich darauf einrichten. Vorleben sollten Makler dieses „Lebensgefühl“ nicht, denn es ist der eigene Ast, an dem man die neue Säge probiert.

Was das Thema Elite angeht, so definiert das Lexikon dies als „führende Minderheit“, als Gruppe, „die sich aufgrund ihrer beruflichen und fachlichen Fähigkeiten qualifizieren“. Was den Bereich Wohnimmobilien angeht, bin ich sicher, dass wir die meisten Mitglieder dieser Gruppe als Kunden kennen und – Vorsicht Werbung! – wieder beim Meeting2004 in Köln begrüßen werden.

W. Berghaus

Werner Berghaus
berghaus@immobilien-profi.de

Das Buch für Immobilien-Profis



Herbert Kriebhauer

Psychologie der Immobilien-Vermarktung

Die wichtigsten Erkenntnis aus NLP, Gehirnforschung, Kommunikations-, Verkaufs-, und Werbepsychologie

Psychologie der Immobilien-Vermarktung

€ 35,-

Bestellnummer 100 215

Bestellung über Fachbibliothek,
Seite 30
oder www.fachbibliothek.net