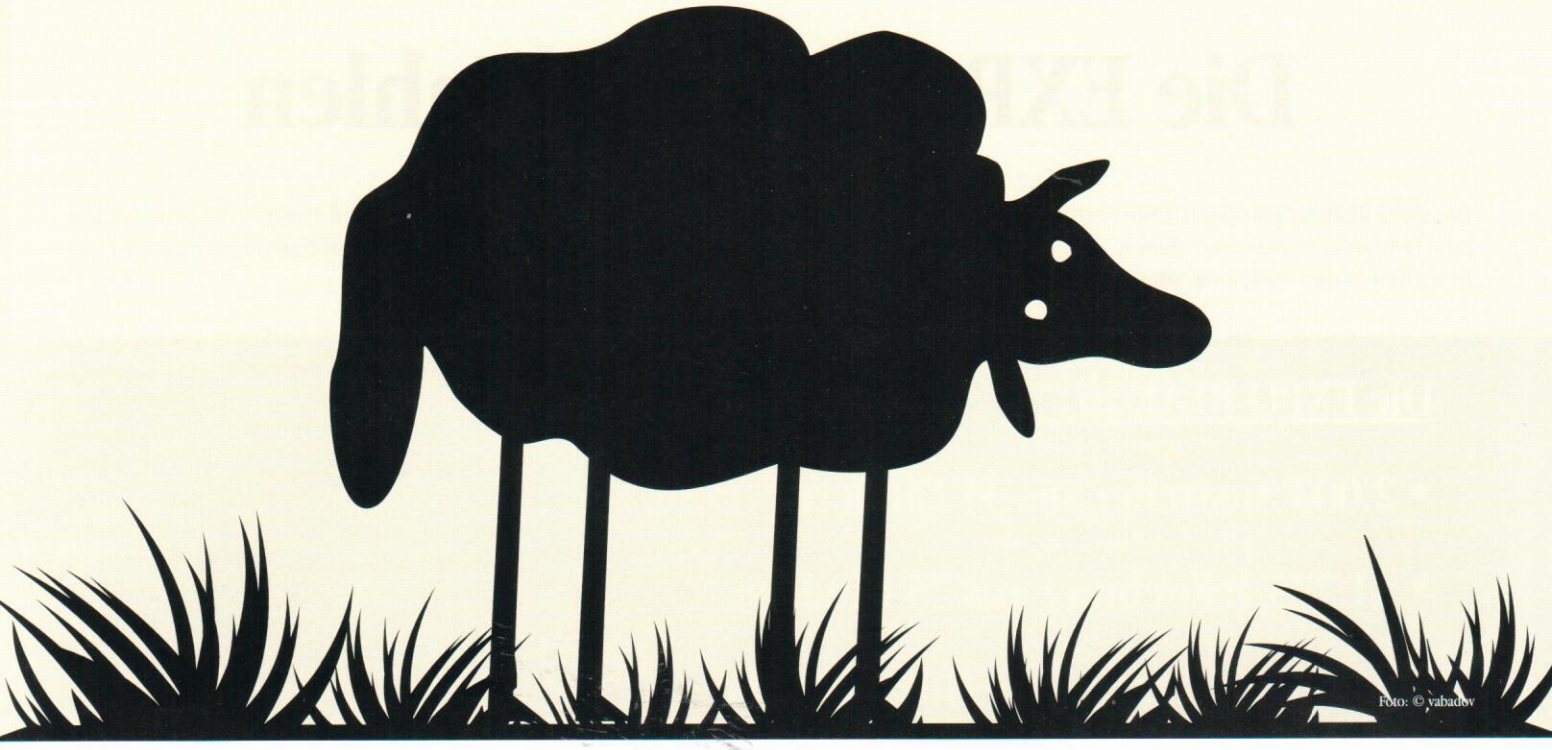

Foto: © yabadov

Der Maklerberuf in den Medien

Von einseitiger Berichterstattung und schwarzen Schafen

Immer wieder liest und hört man in der Presse Berichte über den gerissenen Makler, der fürs Nichtstun viel Geld verlangt. Ein Beitrag im NDR-Magazin plusminus war für den Makler Gerd Jancke und 84 weitere Branchen-Vertreter Anlass, sich in einem offenen Brief an die Redaktion zu wenden und mit den Klischees aufzuräumen. Doch die negative Berichterstattung ist nicht der einzige Grund, warum das Bild vom Makler oftmals kein positives ist.

Interview von Johanna Böhnke

Was missfällt Ihnen an der Darstellung des Maklerberufs in den Medien?

In den Medien wird unser Berufsbild stark simplifiziert. Und nicht nur das, unser Beruf wird regelmäßig verunglimpft. Keiner sieht oder will die Arbeit sehen, die versierte Immobilienmakler tagtäglich leisten. Die immer wieder einseitige Medienberichterstattung hat das Negativ-Image des Immobilienmaklers noch mehr in der öffentlichen Wahrnehmung verfestigt. Jeder sieht die Blumen, aber keiner den Spaten.

Wieso haben Sie sich entschieden, einen Brief an die plusminus-Redaktion zu schreiben?

Schlichtweg, weil ich diese einseitig negative Berichterstattung leid bin und mich dagegen wehren möchte. Viele meiner Kollegen denken ähnlich, sonst wäre es mir nicht gelungen, quasi über ein Wochenende, verteilt über die Republik, 84 Kollegen zu finden, die den Brief an plusminus mitgetragen haben. Es muss uns gelingen, sachlich und positiv in das Bewusstsein derer zu dringen, die die Berichte in den Medien zu verantworten haben. Obwohl das Thema der Sendung das Bestellerprinzip beim Immobilienverkauf war, haben wir dies unberührt gelassen. Es ging in unserem Schreiben nur um die Darstellung unseres Berufes.

Welche Faktoren führen Ihrer Meinung nach zu dem negativen Image?

Vielleicht ist es Ihnen aufgefallen? Ich spreche gerne vom versierten Immobilienmakler. Ich finde tatsächlich, dass wir selbst unter uns auch differenzieren müssen. Es sind im Wesentlichen die schwarzen Schafe, die unser Negativ-Image zu verantworten haben und an denen leider immer wieder der Maßstab für unsere Branche angelegt wird. Ein großes Problem ist, dass einige Kollegen ihr Heil nur im Umgang mit dem Verkäufer suchen und den Käufer überspitzt gesprochen schon als notwendiges Übel sehen. Hieraus resultiert das Vorurteil, die Immobilienmakler würden nichts für den Käufer tun. Auf einen „gut behandelten" Verkäufer kommen in der Regel 20 bis 50 „schlecht behandelte" Kaufinteressenten. Da muss man nicht lange suchen, um die Wurzel des Übels zu finden.

Wie schafft man es, mit den negativen Klischees gegen Makler aufzuräumen und ein positives Bild entstehen zu lassen?

Am effektivsten wäre es, die schwarzen Schafe auszuschließen. Mit einer klaren Zugangsregelung zum Beruf des Immobilienmaklers, die

an entsprechende berufliche Qualifikationen gebunden ist, könnte man die Herde deutlich ausdünnen. Jeder Immobilienmakler ist gehalten, jeden Tag aufs Neue, unseren Beruf gegenüber seinen Kunden und der Öffentlichkeit positiv neu zu besetzen. Es gilt, den Umfang unserer Arbeit und den tatsächlichen Dienst der versiert arbeitenden Immobilienmakler an der Gesellschaft in die Öffentlichkeit zu tragen. Wir müssen zeigen, welchen Problemstellungen wir tagtäglich ausgesetzt sind und über welch umfangreiches Fachwissen wir in den verschiedensten Bereichen heute als moderner Dienstleister tatsächlich verfügen müssen. Wir sind doch schon längst aus den Schuhen des reinen Nachweis- und Vermittlungsmaklers herausgewachsen. Auch sind wir keinesfalls nur im Dienste der Verkäufer tätig. Diese Botschaft müssen wir transportieren.

Würde das Bestellerprinzip Ihrer Meinung nach etwas am Image der Immobilienmakler ändern?

Ja und Nein! Überspitzt denke ich, die reine Außenprovision ist die Gebärmutter der schwarzen Schafe und die Verkäufer, die sich nicht nachhaltig vor der Auftragsvergabe über die Qualität eines Maklers informieren, sind deren Geburtshelfer.

Unser Unternehmen betreut mit hohem Aufwand auch die Käufer — und das vor, während und nach dem Verkauf. Ich sehe keinen Grund diese vollständig aus der Provision zu entlassen und bin ein Freund der

Gerd Jancke

Geschäftsführer
Gerd Jancke GmbH

Provisionsteilung. Allerdings betrachte ich mit großem Argwohn, dass Immobilienbüros in unserer Region teilweise beginnen, die Außen- wie auch die Innenprovision von 3 % netto auf 4 % netto zu erhöhen. Das schreit nach Regulierung.

Unabhängig davon ist es ein Irrglaube, die „Maklerprovision" sei eine Stellschraube den Eigentumserwerb zu erleichtern. Der Verkäufer bestimmt den Preis und auch den Weg, über den seine Immobilie vermarktet wird. Kaufen wird immer nur ein Kunde und nach marktwirtschaftlichen Regeln, wird es immer der sein, der am Ende bereit ist, am meisten zu investieren. Für ihn ist der Kaufpreis stets der Betrag inkl. aller Kaufnebenkosten, unabhängig aus welchen Bestandteilen sich dieser zusammensetzt. Der Preis für eine Immobilie ist ein geschlossenes System. Daher ist es die falsche Argumentation, zu sagen, der Verkäufer wird beim Bestellerprinzip die Maklerprovision aufschlagen, denn niemand kann vor Eintritt des Erfolges zu 100% sagen, welchen Wert eine Immobilie tatsächlich hat. Wie kann ich einen Aufschlag auf eine unbekannte Größe vornehmen? Damit wird suggeriert, der Immobilienmakler würde durch seine Provision die Immobilie verteuern, die aber letztendlich nur ein Bestandteil dessen ist, was der Käufer ohnehin bereit ist zu zahlen. Im Grunde ist das alles Augenwischerei. ■

IMMOBILIEN
INVESTMENT
AKADEMIE

JETZT KOSTENLOSES WISSENSPAKET SICHERN!

- Wie ticken Investoren?
- Finanzierungsoptionen
- Investment-Strategien
- Die Sünden der Makler
- Mentale Grundhaltung
- Vom Anleger zum Investor

www.smarte-investoren.de

Impressum

AIZ Das Immobilienmagazin
begründet als „Allgemeine Immobilien Zeitung" vom Ring Deutscher Makler im Jahr 1924

Herausgeber:
IVD Service GmbH für den IVD Bundesverband,
Littenstraße 10, 10179 Berlin
Tel.: 030/38 39 91 80, Fax: 030/38 30 25 29,
E-Mail: info@ivd-service.net

Redaktion:
Heiko Senebald (Chefredaktion)
Jan Kricheldorf,
Jenny Bohse,
Johanna Böhnke, Adrian M. Darr, Karolina Thorwarth,
Veronika Scheibner, Jenifer Ahlfeld, Christian Langer
Littenstraße 10, 10179 Berlin,
Tel.: 030/80 95 20 88-6, Fax: 030/80 95 20889,
E-Mail: redaktion@aiz-magazin.de

Verlag:
IVD Service GmbH,
Littenstraße 10, 10179 Berlin,
Tel.: 030/38 39 91 80, Fax: 030/38 30 25 29,
E-Mail: info@ivd-service.net
Konto: Deutsche Bank,
Konto-Nr. 921 70 000, BLZ 100 700 24

Anzeigen:
Berndt Medien GmbH,
Marco Berndt (v.i.S.d.P.);
Ulmenallee 59, 50999 Köln
Tel.: 02236/87 111 0, Fax: 02236/87 111 19,
E-Mail: kontakt@berndt-medien.de

Technische Herstellung:
DCM Druck Center Meckenheim,
Werner-von-Siemens-Straße 13, 53340 Meckenheim
Tel.: 02225/88 93 550, Fax: 02225/88 93 558,
E-Mail: dcm@druckcenter.de

Gestaltung:
Wordliner GmbH | Content · Video · Marketing
Veronika Scheibner, Tel.: 030/80 95 20 887,
E-Mail: aiz@wordliner.com

Erscheinungsweise: Zehn Mal im Jahr

Bezugspreis: Jährlich 75 Euro (inkl. Mwst.) zzgl. Versandkosten; Einzelpreis 9,20 Euro (inkl. Mwst.) zzgl. Versandkosten. Für Mitglieder des IVD Bundesverband ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Bestellungen: Beim Verlag; Abbestellungen müssen einen Monat vor Ablauf des Kalenderjahres beim Verlag vorliegen. Erfüllungs- und Zahlungsort ist Berlin. Gerichtsstand ist Berlin.

Zuschriften: Für die Redaktion bestimmte Zuschriften sind nur an die Adresse des Herausgebers zu richten. Honorare werden nur bei ausdrücklicher Vereinbarung gezahlt. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Gewähr übernommen. Mit der Annahme eines Manuskriptes gehen sämtliche Verlagsrechte auf den Verlag über.

Hinweis: Trotz sorgfältiger Auswahl der Quellen kann für die Richtigkeit des Inhalts keine Haftung übernommen werden. Sämtliche mit Verfasserangaben versehenen Beiträge stellen nur die Meinungsäußerung des Verfassers dar, nicht die des Herausgebers oder der Redaktion. Produktberichte unterliegen nicht der Verantwortung der Redaktion. Dort gemachte Angaben dienen der Unterrichtung und sind keine Aufforderungen zum Kauf und Verkauf. Aus der Nennung von Markenbezeichnungen in dieser Zeitschrift können keine Rückschlüsse darauf gezogen werden, ob es sich um geschützte oder um nicht geschützte Zeichen handelt.

Copyright: Alle Urheber-, Nutzungs- und Verlagsrechte sind vorbehalten. Das gilt auch für Bearbeitungen von gerichtlichen Entscheidungen und Leitsätzen. Der Rechtsschutz gilt auch gegenüber Datenbanken oder ähnlichen Einrichtungen. Sie bedürfen zur Auswertung ausdrücklich der Einwilligung des Herausgebers.

Internet: www.ivd.net
ISSN 1864-7847