

Ruhiger schlafen dank aussagekräftiger Betriebszahlen

Nur wer relevante betriebswirtschaftliche Daten seiner Maklerfirma kennt, trifft richtige Entscheidungen. Eine professionelle Software erfasst viele Daten automatisch im Hintergrund. Ferner lassen sich individuelle Zahlen mit selbst vergebenen Feldern zusammentragen. Warum dies einfacher ist als gedacht und auch kleinere Firmen Zahlen erfassen sollten.

Alle wichtigen Unternehmensentscheidungen sollten auf Basis von belastbaren Zahlen getroffen werden, nicht qua Bauchgefühl. Das gilt nicht nur für strategische Planungen wie die, ob der Betrieb expandieren soll. Noch wichtiger sind sie im Tagesgeschäft: Weiß der Makler, wie viele Immobilien er in der Vermarktung hat und wie lange er für ihre Vermittlung im Schnitt braucht, kann er seinen Provisionsumsatz vorhersagen und absehen, wie viele neue Objekte er gegebenenfalls akquirieren muss, um nicht auf dem Trockenen zu sitzen.

Erkennt die Maklerin, ob die meisten Verkäufe über selbst generierte Leads oder gekaufte Kontakte kommen, kann sie ihr Marketingbudget anpassen oder ihre Website umbauen. Und geht man mit fundierten Kennzahlen in ein Mitarbeitergespräch, kann der Makler zusammen mit dem Mitarbeiter Maßnahmen ergreifen, um beispielsweise die Abschlussquote im Akquise- oder Verkaufsprozess zu steigern. „Außerdem kann man Vertriebsmitarbeitern ermöglichen, ihre eigenen Statistikauswertungen in der Software einzusehen. So können sie sich im besten Fall selbst steuern und motivieren“, erläutert

Esther Stahl, Mitglied der Geschäftsführung bei der Schürer & Fleischer Immobilien GmbH & Co. KG in Bruchsal.

Ihr Unternehmen ermittelt seit über fünf Jahren Unternehmenskennzahlen. Davor wurden, wie in jedem Betrieb ohne Kennzahlen, Entscheidungen oft aus dem Bauch heraus getroffen. Heute basieren solche Entscheidungen auf belegbaren Fakten. Durch den Wechsel zu onOffice vor einem Jahr haben sich noch mehr Möglichkeiten zum Kennzahlen-Ermitteln eröffnet. „Vorher mussten viele Daten manuell gezählt werden, dann in Excel-Tabellen übertragen und gemäß den einzelnen Geschäftsbereichen nochmals unterteilt werden. Denn das Marketing erhält zum Beispiel andere Informationen als unsere Makler. Der Vertriebsleiter wiederum andere als die Geschäftsführung.“, so Stahl. Das habe sich sehr vereinfacht: Früher wurden mehrere Arbeitstage für die Erstellung des Reportings benötigt, heute ist der Aufwand auf ein bis zwei Tage geschrumpft. Zudem kann man die Daten jederzeit topaktuell aus der Software ziehen.

Seine betriebswirtschaftlichen Daten förderten außerdem zu Tage, dass sich die Mietwohnungsvermittlung, gemessen am hohen Aufwand, den sein Unternehmen betreibt, kaum lohne.

Ermöglicht werden diese Auswertungen mit dem Statistiktool der Aachener Softwarefirma onOffice. Viele Zahlen werden dabei automatisch im Hintergrund gespeichert. So wird etwa das Einstelldatum eines Objekts in den einzelnen Portalen automatisch dokumentiert. „Gleiches gilt für den Zeitpunkt des Offline-Stellens. Anhand dieser Zahlen kann der Nutzer die Vermarktungsdauer ableiten. Zudem wird ersichtlich, in welchen Monaten welche Immobilien in der Vermarktung waren“, erklärt Stefan Mantl, Geschäftsführer der onOffice GmbH. Auch viele Interessenten-Aktivitäten werden selbsttätig von der CRM-Software erfasst und sind auswertbar, so etwa die Anzahl der heruntergeladenen Exposés.

Darüber hinaus können Makler mit dem Statistikmodul, je nach Unternehmensanforderung, weitere betriebswirtschaftlichen Auswertungen erstellen. So kann bei jedem Eigentümer ►



ein zusätzliches Feld angelegt werden, in dem per Dropdown-Liste erkennbar wird, über welchen Weg der Verkäufer zur Firma fand: Ob er über eine Marketingkampagne, Empfehlung, die Firmenwebsite etc. auf das Unternehmen stieß. „Wir haben anhand unserer Datenanalysen gesehen, dass Interessenten in über 80 Prozent der Fälle mit Smartphone und Tablet nach Immobilien suchen und immer seltener einen PC-Bildschirm nutzen. Daher stellen wir gerade von PDF-Exposés auf Landingpages um. Die sind im responsiven Design erstellt, so dass sie auch auf kleinen Displays gut lesbar sind, im Gegensatz zu PDF-Dateien“, sagt Stefan Sieger, Geschäftsführer der Sieger & Sieger Immobilien GmbH in Troisdorf. Seine betriebswirtschaftlichen Daten förderten außerdem zu Tage, dass sich die Mietwohnungsvermittlung, gemessen am hohen Aufwand, den sein Unternehmen betreibt, kaum lohne (siehe Seite 22). „Deshalb fokussieren wir uns nun auf den Immobilienverkauf. Mietwohnungen vermitteln wir nur noch für Bestandskunden“, so Sieger.

Bei der onOffice-Lösung können im Übrigen nicht nur Zahlen oder Wörter eingegeben werden, sondern auch Formeln, die etwa den Provisionsanteil berechnen, der an einen Vertriebsmitarbeiter ausgezahlt wird.

Makler Jan Mettenbrink erfasst zusätzliche Daten für seine Wertermittlung. So analysiert er, wie nah der erzielte Verkaufspreis am vorab errechneten Marktwert liegt. „Diese Informationen werden dann bei künftigen Wertermittlungen berücksichtigt“, so der Geschäftsführer von maison Immobilien in Buchholz. Dies sei gerade in der aktuellen Phase, in der Angebotspreise teilweise von Interessenten überboten werden, wichtig.

„Den Möglichkeiten, Daten zu generieren, sind in der Software quasi keine Grenzen gesetzt. Eher muss man sich fragen, welche Zahlen man tatsächlich benötigt und später auswerten möchte“, meint Expertin Stahl. Sie stellt in ihrer Firma mit 110 Mitarbeitern und zehn Niederlassungen gerade alle Kennzahlen auf den Prüfstand und stimmt mit den Unternehmensbereichen ab, welche Analysen (etwa Reportings), die möglicherweise vor fünf Jahren nötig waren, heute eventuell obsolet sind. „Wir haben zum Beispiel früher für die Objektbesprechungen viele Daten der jeweiligen Immobilien ausgewertet und in einer großen Exceldatei dargestellt. Heute werden nur noch wenige, relevante Informationen direkt in einem Objektfenster in der Software angezeigt. Das reicht. Man muss im Blick haben, dass diejenigen, für die die Zahlen erhoben werden, also die Mitarbeiter aus Vertrieb, Marketing etc. die Erkenntnisse rasch aufnehmen und verstehen“, er-

gänzt Stahl. Daher müsse vor der Datenerfassung intern überlegt werden, welche Zahlen in welchen Bereichen mit welcher Absicht ermittelt und ausgewertet werden sollen. Nach dieser Konzeption entsteht ein gewisser Aufwand, diese in Form von Widgets, Listen und Übersichtstabellen im Statistiktool von onOffice zu hinterlegen. Ist aber erst einmal alles angelegt, muss man nur noch aktiv werden, sofern sich entweder etwas an den Arbeitsabläufen ändert oder die Kennzahlen angepasst werden sollen“, so Stahls Erfahrung.

„Jedes Unternehmen hat eigene Ansprüche an seine Daten. Diese hängen von der Betriebsgröße ab, der Struktur, der Führung und der Spezialisierung. Daher war es uns wichtig, dass neben Mustervorlagen die Möglichkeit, zusätzliche Felder anzulegen, einfach von der Hand geht. Hier können im Übrigen nicht nur Zahlen oder Wörter eingegeben werden, sondern auch Formeln, die etwa den Provisionsanteil berechnen, der an einen Vertriebsmitarbeiter ausgezahlt wird“, erläutert André Stormberg, Director Product Management bei onOffice. Die Firmenleiter müssen bereit sein, sich in ihre betriebswirtschaftlichen Daten einzuarbeiten. „Wir können ihnen die Programmierung abnehmen und Tools zur Verfügung stellen. Aber wir können uns natürlich nicht in ihre betriebswirtschaftlichen Abläufe reindenken“, ergänzt Stormberg. Die einzelnen Statistik-Widgets werden in der Spezialsoftware auf einem eigenen Dashboard dargestellt. Dies fördert die Übersichtlichkeit und Bedienbarkeit. Darüber befindet sich eine Steuerleiste, über die der Zeitraum, der Benutzer oder eine Gruppe, die die jeweiligen Auswertungen einsehen kann, festgelegt wird. Alle Auswertungen können als Balkendiagramm, Tabelle oder Grafik dargestellt werden. Mit





Wir können den Maklern die Programmierung abnehmen und Tools zur Verfügung stellen. Aber wir können uns natürlich nicht in ihre betriebswirtschaftlichen Abläufe reindenken.

gedrückter Maustaste lassen sich die einzelnen Darstellungen verschieben, vergrößern oder verkleinern.

Bei Schürer & Fleischer werden unterschiedliche Daten für die Bereiche Geschäftsführung, Vertriebsleitung (Wohnen, Gewerbe, Investment und Neubau), Makler und Marketing ausgewertet. Auf Basis der Masterdaten haben die jeweiligen Unternehmensbereiche nur Zugriff auf für sie relevantes Material, wohingegen die dreiköpfige Geschäftsführung alle Zahlen einsehen kann. „Im Vertrieb benötigt man beispielsweise Auswertungen zur Anzahl der Kontaktforderungen, den erfolgten Besichtigungen und Verkaufsgesprächen. Im Marketing hingegen sind Informationen über die Interessentenherkunft vonnöten. Daher brauchen beide Bereiche unterschiedliche Unterlagen“, erläutert Stahl das Kennzahlenmanagement.

Immobilienmakler Stefan Sieger rät dazu, wenn möglich, das Statistiktool mit einem Prozessmanagement zu verknüpfen. So wird gewährleistet, dass alle Mitarbeiter alle nötigen Daten erfassen und nichts vergessen wird. Fehlt beispielsweise bei

den Kontaktdaten die E-Mail-Adresse oder wurde beim Verkäufer nicht eingetragen, über welchen Kanal er zur Firma fand, kann in dem Prozess nicht der nächste Schritt angestoßen werden. Zudem können Warnhinweise vorgegeben werden, die aufleuchten, sobald bestimmte Tätigkeiten nicht in der vorgegebenen Zeit umgesetzt sind.

Sieger nutzt die gewonnenen Daten zudem für sein Marketing und wirbt damit, dass seine Firma im Schnitt innerhalb von 52 Tagen eine Immobilie vermittelt. Andere Makler zeigen auf ihrer Website an prominenter Stelle, wie viele Objekte sie im Angebot haben oder wie viele Exposés in den zurückliegenden Wochen verschickt wurden. Diese Echtzeit-Daten werden direkt aus der Software gezogen und auf die Website projiziert.

Ein weiteres Anwendungsgebiet der gewonnenen Zahlen sind Prognosen. Je mehr Zahlen aus der Vergangenheit zur Verfügung stünden, umso sicherer könnten Aussagen für die Zukunft getroffen werden, so Expertin Stahl. Maklerunternehmen, die mit dem Ermitteln und Auswerten betriebsrelevanter Zahlen starten wollen, rät sie, mit Daten zu starten, die bereits automatisch von der Software erfasst werden, bislang aber noch nicht ausgewertet wurden.

onOffice-Vertreter André Stormberg fügt an, dass es für jeden Makler sinnvoll sei, seine Zahlen zu kennen, auch wenn es sich dabei um ein Unternehmen mit zwei, drei Mitarbeitern handle. Nur wenn man frühzeitig Abweichungen erkenne, könne man unmittelbar reagieren und in Ruhe geeignete Maßnahmen einleiten. ■

Weitere Informationen unter: www.Extra.IMMOBILIEN-PROFI.de und www.onoffice.de