

HAUSVERWALTUNG

# Massenhaft Kunden

Customer Relationship Management (CRM) ist vielen in der Immobilienwirtschaft genauso fremd wie das Schlagwort „Kundenorientierung“. Das belegt eine aktuelle Studie. Vor allem Hausverwaltungen nähern sich der Spezies „Kunde“ erst zögerlich. Und damit auch der Einsicht, dass man Beziehungen nicht nur verwalten, sondern auch pflegen kann.

von Norbert Philip

© stockxpert.com





Sonst so selbstbewusst, zeigt sich die Immobilienwirtschaft beim Begriff „Kunden“ plötzlich unerwartet schüchtern. Warum sind die Annäherungsversuche an CRM und ihre Umsetzung so zaghaft? „Schlicht weil es Geld kostet“, erklärt Peter Pleschberger halb im Scherz. Der Geschäftsführer der steirischen STIWOG Immobilien GmbH weiß genau wie viel. Schließlich hat er sich entschlossen das zu tun, was in anderen Branchen lange selbstverständlich ist: In Kundenbeziehungen zu investieren und so Verbundenheit, Vertrauen und unternehmerischen Erfolg zu gewinnen. Der nächste Schritt ist schon geplant: Die Implementierung einer speziellen CRM-Software für Hausverwaltungen.

### Diagnose: Mangelhaft

Die Mehrheit der Immobilienwirtschaft steckt jedoch noch in der „Prä-Kunden“-Phase. Schwächen, Mankos, Nachholbedarf und – höflich ausgedrückt – „Optimierungspotenzial“ – das konstatierte kürzlich die deutsche Studie „CRM Real Estate 2006“ bei Immobilienunternehmen. Und das in jeder (Kunden-)Beziehung. Das Schlüsselwort „Kundenorientierung“ sei kaum in der Unternehmenskultur verankert, so eines der Ergebnisse der Befragung unter 234 deutschen Unternehmen. Dazu regiere mehr Zufall und Willkür als Professionalität, in der Beziehungspflege zu Mietern, Neumieter und Ex-Mietern. Nicht zu vergessen: das Beschwerdemanagement, das mehr als lästige Pflicht denn als Chance zur nachhaltigen Kundenbindung erscheint. Die Schlussempfehlung der Experten der TU-Darmstadt und der Frontier Management Consulting in Frankfurt: die intensivere Nutzung von CRM-Systemen

im Kundenmanagement. Eigentlich hätte es der Hausverstand den Hausverwaltungen schon eher ins Ohr flüstern müssen: Mieter benötigen mehr als Betriebsabrechnungen und den Technikertrupp im Schadensfall. Wie wär's mit ein bisschen Zuwendung? Während in anderen Branchen die Kunden gestreichelt, umgarnt, verwöhnt und hofiert werden, wagt die Immobilienwirtschaft kaum den gar nicht mehr so neuen Marketing-Mitteln wie CRM in die Augen zu schauen.

### CRM ist Kopfsache

Zu effizientem CRM ist es weit, wenn der Begriff „Kunde“ selbst noch im Wortschatz fehlt. Laut Studie wird z. B. bei der Neuakquisition von Mietern meist noch von „Bewerbern“ gesprochen. Dann ist auch im Kopf kein Platz für CRM. Und schon gar nicht für CRM-Software, die viele operative Prozesse im „Mieter-Management“ erleichtern soll. Christian Ofner, Country Manager Alpen Adria von Flow Fact, eine der führenden CRM-Software-Lösungen für die Immobilienwirtschaft, erzählt, wie gerade kleinere Hausverwaltungen vor CRM scheuen: „Ich spreche dann lieber von Office-Management-Lösung. Als Front-Office-Ergänzung zum administrativen Back-Office-Bereich.“ Ofner weiter: „Beziehungspflege mit dem Mieter ist Teil der Beziehungspflege mit dem Eigentümer.“

Dem kann auch Claudia Seifner, Immobilienverwalterin bei Brestan, Karner und Partner, zustimmen: „Unzufriedene Mieter projizieren ihre Unzufriedenheit auf den Eigentümer.“ Besonders kontraproduktiv sei es, wenn die Liegenschaften Dienstleistungsunternehmen gehören. Da verpufft schnell das



Vertrauen, das teuer mit Image-Werbung erkaufte wurde. Seifner selbst arbeitet in einer offiziell CRM-freien Zone. Aber Kundenzufriedenheit könne sie auch ohne spezielle Software herstellen, sagt sie. „Mit ein bisschen Organisation kann einem Software nicht so viel abnehmen.“ Die kleine Struktur erleichtere natürlich die Kommunikationsaufgaben. Schließlich seien alle ihre 17 Mitarbeiter in Sicht und Rufweite. Für die Verwaltung genügt ihr die konventionelle Hausverwaltungssoftware vollauf, für die Beziehungspflege schwört sie auf den persönlichen Kontakt, auf die richtigen Ansprechpartner der Mieter und Eigentümer, die bei den Versammlungen vor Ort sind. „Außerdem ist einfach die individuelle Kenntnis der Liegenschaften wichtig“, fügt Seifner hinzu.

### Spezialfall Dreiecksbeziehung

Im prekären Beziehungsdreieck Mieter-Hausverwaltung-Eigentümer hängt der Haussegen gerne mal schief. Das weiß auch Peter Pleschberger von der STIWOG und setzt auf Beziehungsmanagement. Den Begriff „Kunde“ hat er gestrichen. Er spricht nur von Partnern. Und von sich selbst u. a. als „Techniker, Verwalter, Seelsorger“, aber in erster Linie als „Mediator“. Eine wichtige Funktion in einer Sparte, in der man perfekte Dienstleistungen gleichzeitig an zwei Fronten abliefern soll: dem Eigentümer und dem Mieter gegenüber. Pleschberger nimmt seine „Mediator“-Rolle ernst und versucht Kommunikation, Feedback und Transparenz zu forcieren. Zu seinen Instrumenten gehört eine Kundenzeitung, die auch mal bei der Dechiffrierung von Betriebsabrechnungen hilft, genauso wie Kundenbefragungen, die ihm – seinen Worten nach – hohe Kundenzufriedenheit attestieren. Und das noch vor der Implementierung seines neuesten „Mediator“-Werkzeugs: einer CRM-Software.

Obwohl die Informationen sprichwörtlich vor der Haustür liegen (Hausverwaltungen verfügen ja über Informationen, die andere Unternehmen erst mühsam mit teuren Gewinnspielen und Co. sammeln müssen), empfiehlt Peter Prischl, Geschäftsführer der Real Consult, die Daten-Sammlerleidenschaft zu zügeln: „Lieber auf ein Drittel der Daten, auf die wichtigen konzentrieren.“ Seiner Meinung nach darf man generell CRM-Software nicht überschätzen: „Software kann Prozesse nur unterstützen, nicht abnehmen. Einfach nur zu sagen, das sei das Beste seit dem vorgeschrittenen Toastbrot, wäre falsch.“

## CRM FÜR IMMOBILIENMAKLER

Auch für Makler macht CRM Sinn. Klassische Makler-Software beinhaltet oft die Kundenphilosophie, es gibt aber auch eigene CRM-Systeme für die Immo-Vermittler. Die Makler-Franchise-Kette Remax hat beispielsweise für ihre Mitglieder gemeinsam mit GryphTech eine eigene Software entwickelt. In Wien kommt bei den meisten Remax-Maklern aber aus historischen Gründen immer noch Top Real zum Einsatz. Remax bietet seinen Mitgliedern die Möglichkeit die Software zu nutzen, zwingt sie aber nicht.

Ebenso schlägt Remax in Schulungen Beispiele vor, wie die Makler die Software richtig und gut einsetzen können – denn CRM ist ja mehr Kopsache als Software-Aufgabe.

### Clevere Beispiele:

Beim Einzug in ein Haus stehen Pizza und eine Flasche Wein als erstes Essen im neuen Zuhause bereit. Oder: Der Makler meldet sich nach einem Jahr wieder und teilt dem Käufer mit, um wie viel der Wert des Hauses gestiegen ist.

„Auch neues Geschäft lässt sich mittels der Software generieren“, erklärt Markus Letuha, bei Remax Europe für die IT zuständig, dem Immobilien Magazin: „Wird die Tochter 18 Jahre, kann automatisch eine Studentenwohnung in Uni-Nähe angeboten werden.“

INTERVIEW

## Die Ausrichtung der Unternehmenskultur auf den Kunden

Mark Kaslatte ist Geschäftsführer des CRM-Beraters k.section und erklärt, warum der Kunde im Mittelpunkt einen Nutzen für das Unternehmen bringt.



© www.medien dienst.com

**Was steckt hinter diesen drei Buchstaben: CRM?**

**KASLATTE:** CRM, also Customer Relationship Management, ist eine konsequente Ausrichtung aller Unternehmensprozesse in Richtung Kunden.

**... das ist ja nichts Neues, schon das Marketing hatte diesen Ansatz ...**

**KASLATTE:** Das ist richtig; bei CRM wird dieser Ansatz allerdings durch intelligente Technik unterstützt. Außerdem betrifft es nicht nur das Marketing, sondern das gesamte Unternehmen – es handelt sich also um eine komplette Ausrichtung der Unternehmenskultur auf den Kunden.

**Schön und gut, aber was bringt das einem Immobilienunternehmer?**

**KASLATTE:** Einerseits können Hausverwaltungen einen Nutzen ziehen, die haben ja ständig mit Kunden zu tun. Im Sinne der Wertsteigerung eines Objektes kann es auch nicht egal sein, wie zufrieden die Mieter sind. Sie tragen ja auch maßgeblich zum Image des Objektes und der Partner wie etwa Hausverwaltungen oder auch Eigentümer bei. Auch das Beschwerdemanagement ist über ein CRM-System leicht abzubilden. Alle Kontakte, Informationen und Beschwerden eines Kunden werden im System dargestellt und sind sofort abrufbar und liegen zu Analysen vor.

**Auch für Makler?**

**KASLATTE:** Dass Makler eine Software benötigen, die verschiedenste Geschäftsprozesse abbildet – von der Erstakquise bis zur Kundenbindung –, liegt ja auf der Hand. Viele Makler verkennen auch noch immer die Tatsache, dass mangelnder Kundenservice ein Hauptgrund dafür ist, dass Kunden den Privat-zu-privat-Markt bevorzugen. Mit dem Einsatz eines CRM-Systems kann sich ein engagierter Immobilienmakler seine Arbeitsprozesse erleichtern, effizienter gestalten und wird sich so schnell vom Mitbewerb am Maklermarkt abheben können.

**Sie bieten CRM-Lösungen an – was unterscheidet Sie von anderen?**

**KASLATTE:** Wir verkaufen nicht einfach Software, sondern verstehen uns als CRM-Dienstleister, also als jemand, der dem Kunden hilft und ihm konkrete Lösungen anbietet. Also, müsste ich es in einem Satz zusammenfassen: Wir entwickeln maßgeschneiderte, hochwertige und marktorientierte CRM-Lösungen für kleine und mittelständische Unternehmen.

Danke für das Gespräch.

SCHINDLER

## Wien wird Mittelpunkt des 3. Schindler Architektur-Wettbewerbes 2007/08

Wien steht im Mittelpunkt des kommenden Schindler Architektur-Wettbewerbes „Access for All“. Traditionell dreht sich die Aufgabenstellung des neuen Wettbewerbs um ein Projekt in jener Stadt, aus der die Sieger des vergangenen Awards kommen. Mit Spannung werden nun die Details für die Ausschreibung erwartet.

Derzeit sucht das Organisationskomitee in enger Kooperation mit der für die Stadtentwicklungsplanung zuständigen Magistratsabteilung 18 nach einem geeigneten Wettbewerbsareal. Das Konzept „Access for All“ wird beibehalten, allerdings wird die Aufgabenstellung ausgeweitet: Durch den städtebaulichen Ansatz „Inclusive Urbanism“ soll eine Differenzierung zwischen „behindertengerechter“ und „normaler“ Architektur obsolet werden. Gefragt ist vielmehr eine einschränkungsfreie Konzeption des architektonischen Alltags. Die Einreichungen zu den bisherigen Schindler Awards lassen erwarten, dass die teilnehmenden Architekturstudenten und -studentinnen aus ganz Europa eine spannende Herausforderung vorfinden werden und dass Österreichs Hauptstadt eine innovative Belebung seiner Architektur erleben darf.



Das Gewinnerteam des Schindler Awards 2005/06 Marta Neic, Marco Di Nallo und Manfred Sponseiler von der Technischen Universität Wien/Institut für Architekturtheorie.

**Verstärkte Einbindung von Hochschulen**

Zusätzlich sollen bei der aktuellen Ausschreibung Hochschulen für Architektur mehr als bisher eingebunden werden. Geplant ist ein verstärktes Angebot an begleitenden Lehrveranstaltungen an den Universitäten sowie ein größerer Anreiz für die Hochschulen, sich der Wettbewerbsaufgabe in der Gruppe zu stellen. Gute Erfahrungen hat Schindler mit der Einladung zu einem „Award Workshop“ gemacht. Hier setzen sich die Teilnehmer einerseits mit den Themenkreisen „Access for All“ und „Inclusive Urbanism“ auseinander, es findet aber auch ein Erfahrungsaustausch zwischen Studierenden, Lehrbeauftragten und Experten statt.

**KONTAKT:**

Näheres unter:  
[www.schindleraward.com](http://www.schindleraward.com)

