

# Die Erschließung des Markts für Premium-Immobilien

Ein Bericht



[fineandcountry.com](http://fineandcountry.com)

Exklusive Immobilien weltweit

# Harald Blumenauer MRICS



Exklusive Immobilien weltweit  
fineandcountry.com™

Bad Soden am Taunus

- Seit 1969 in der Immobilienmaklerbranche
- 30 Jahre Mitglied der Blumenauer Immobilien Gruppe
  - 1999 Verkauf an die Aachener Münchner Versicherung
- Seit 1999 Inhaber der Firma Blumenauer Consulting – Immobilien, Bad Soden/Frankfurt
- Von 1999 bis 2007 Mitglied der Geschäftsführung von Immobilienscout
- Mitglied Royal Institution of Chartered Surveyors (MRICS)

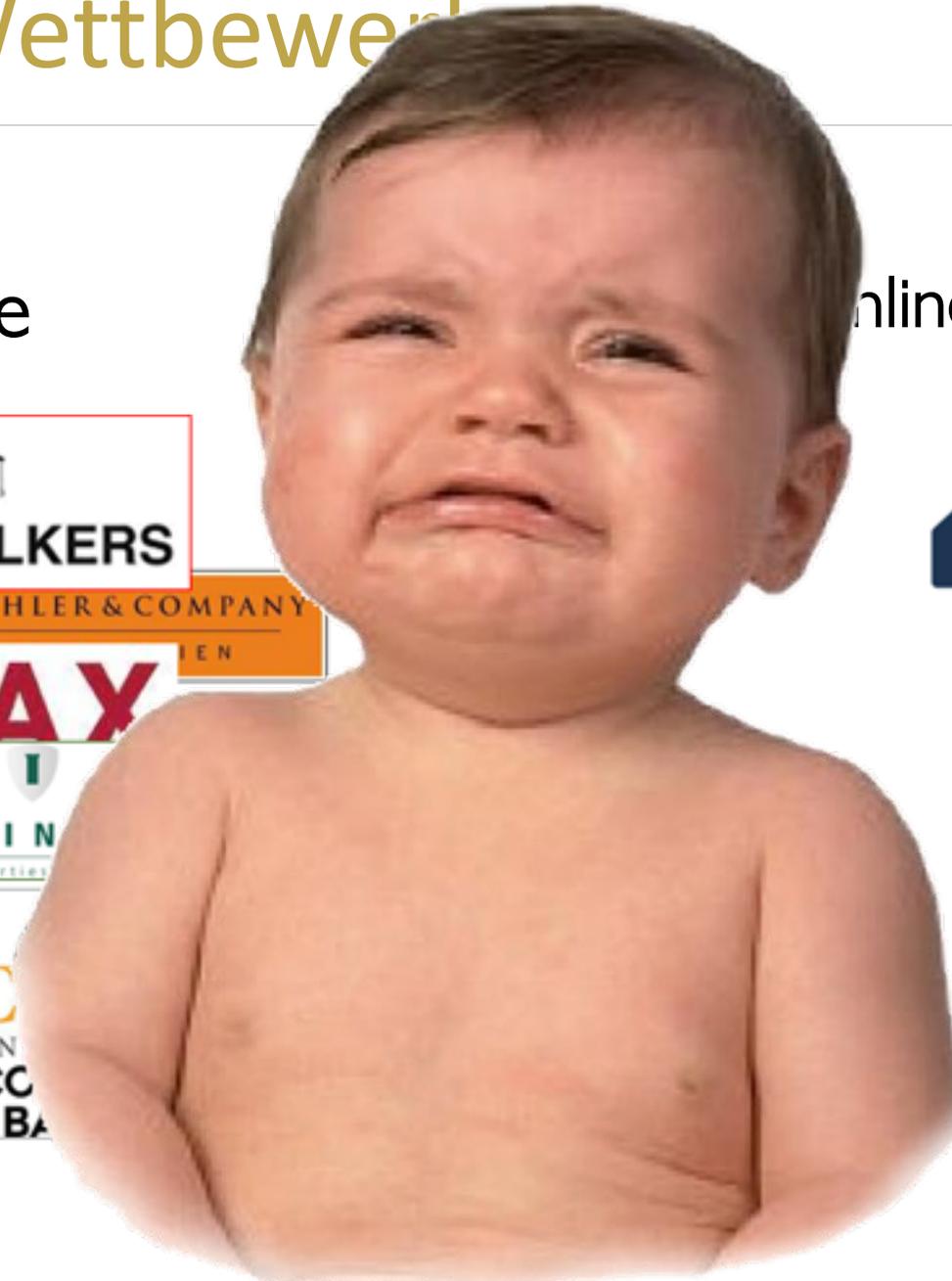
# Unser Wettbewerb



# Unser Wettbewerb

Franchise

Online/Hybridmakler



**... und was haben wir getan?**

# Veränderung

- Verstärkung unserer lokalen Präsenz und sichtbaren Kompetenz im Bereich der Premium-Immobilie
- Auf dieses Ziel gerichtete Verbesserung unseres Marketings
- Wieder Einbindung in ein Netz von nationalen und internationalen Partnern



# Verbesserung unseres Marketings



# Verbesserung unseres Marketings

Das Doppelte-Marketing:

Beim **Originären-Marketing** steht das Marketing für das Immobilienunternehmen selbst im Vordergrund.

Beim sogenannten **Derivaten-Marketing** steht dahingegen das Marketing für die Immobilie selbst im Vordergrund.

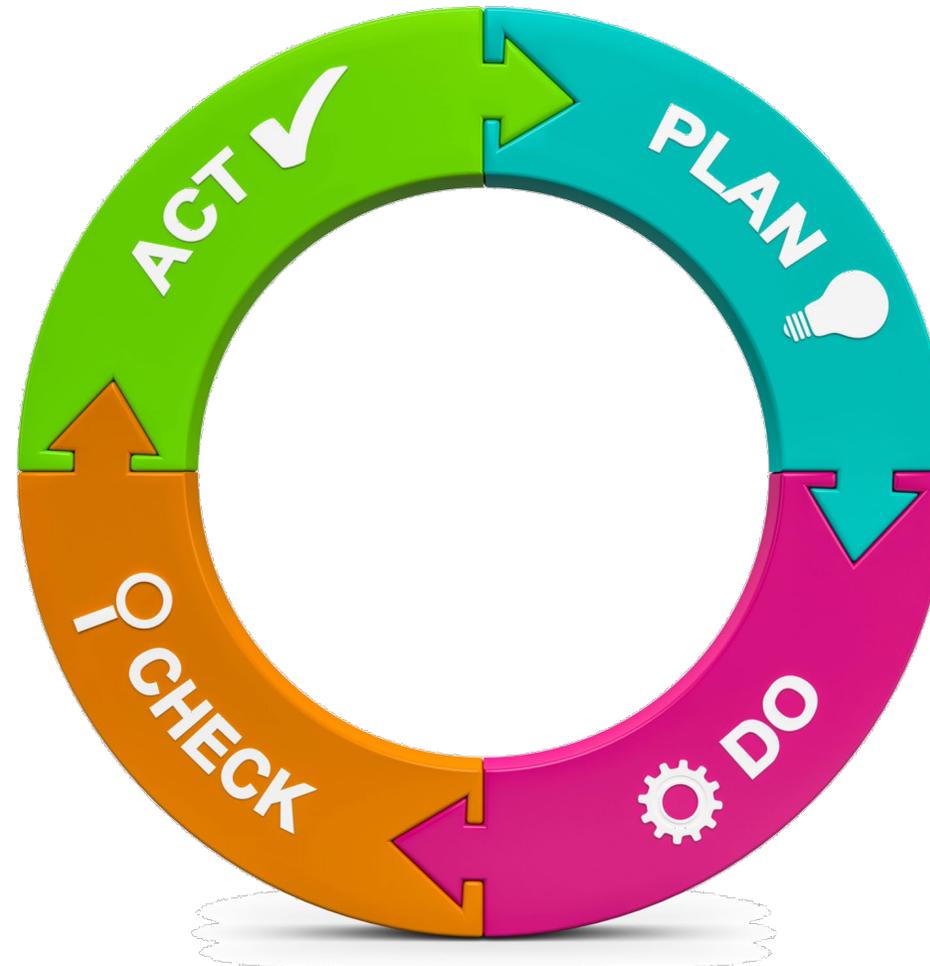
*Prof. Dr. Stephan Kippes, Professionelles Immobilienmarketing*



# Verbesserung unseres Marketings

## Marketing-Elemente

- Planen
- Ausführen
- Prüfen
- **Verbessern**



# Umsetzung

*„Wenn wir Premium-Immobilien vermarkeln wollen, müssen wir wie Premium-Makler auftreten“*

Michael Heming (F&C)

*„Wenn der Handwerker mit einem schnee polierten Mercedes vorfährt, hat jeder Kunde das Gefühl, dass er zu viel Geld bezahlt“*

Christian Völkers (E&V)

*„Wer immer tut, was er schon kann, bleibt immer das, was er schon ist.“*

Henry Ford

# Umsetzung

## Premium-Immobilien versus Standard-Immobilien

- Konzentration auf eine Marke
- Die „Zwei Marken“ Strategie
- Das Co-Branding



# Umsetzung

## Unsere Auftritte

- Büroräume
- On-/Offline-Auftritt
- Öffentliche Kommunikation

## Unsere Mitarbeiter/Makler

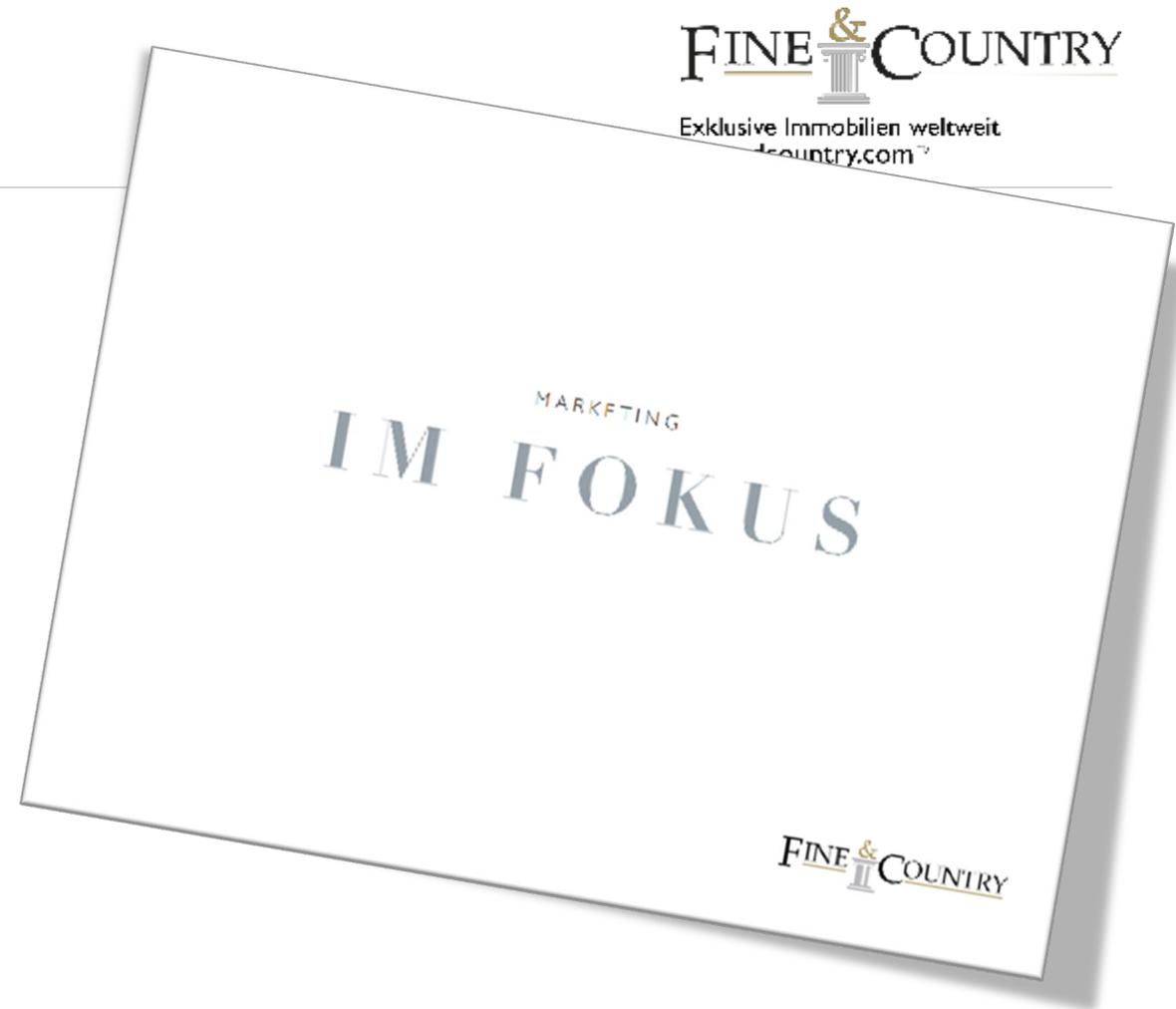
- Schulung
- Dress-Code
- Benehmen



# Umsetzung

## Weitere Maßnahmen:

- Einbindung der erprobten Marketing-Ideen von F&C im Premiumbereich.
- Änderung unserer Logofarben von BLAU auf GOLD.
- Drucksachen wurden auf unser Zielsetzung mit den Tools von F&C umgestellt.
- Wir verbesserten das derivate Marketing.



# Verstärkung unserer lokalen Präsenz und sichtbaren Kompetenz im Premiumbereich (Farming)



# Lokale Präsenz

---

*„Suchen Sie nicht nach Ihren Kunden,  
lassen Sie sich finden“*

*(Goldene Regel im Online-Marketing)*

# Lokale Präsenz

„Wenn ein Interessent in ein Taxi steigt und nach einem Immobilienmakler in der Region fragt, sollten wir genannt werden“.

*Hans Joachim Blumenauer*



# Lokale Präsenz



Blumenauer – Fine&Country Longe  
im Zentrum von Bad Soden am Taunus

# Lokale Präsenz

## Sichtbarkeit z.B.:

- Außenwerbung / Shop
- Öffentlichkeitsarbeit on- und offline.
- Werbung im örtlichen Printmedium
- Direkte Kontakte mit der Zielgruppe
- Engagement z.B.:
  - Vereine (Zielgruppe)
  - Soziales
  - Sponsoring
  - ...



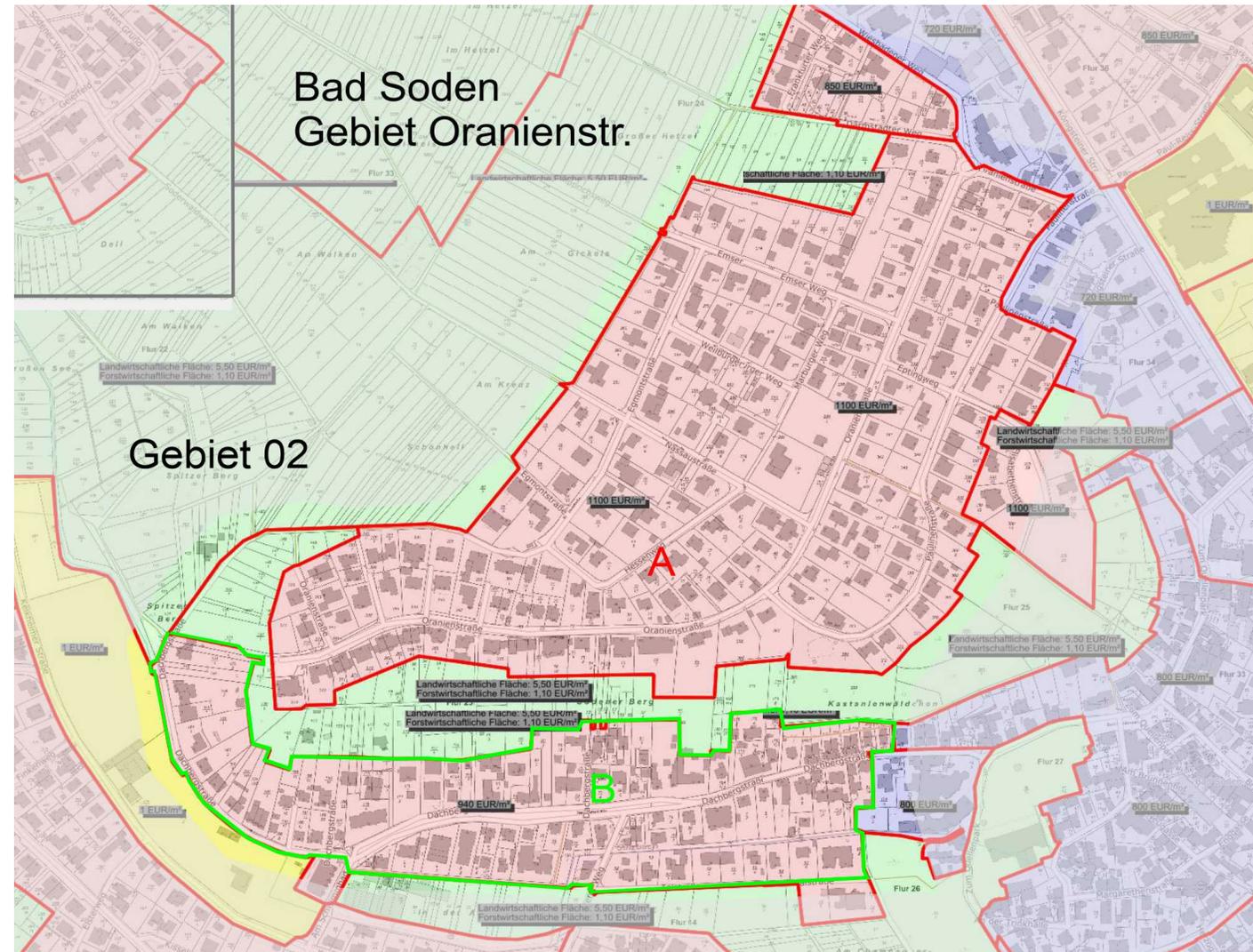
# Unsere Angebotsakquisition



# Festlegung der Akquisitions-Gebiete

- Konzentration auf die Premiumlagen
- Festlegung eines Bearbeitungs-Turnus
- Zuordnung zu einem Mitarbeiter/Makler

## Bad Soden am Taunus

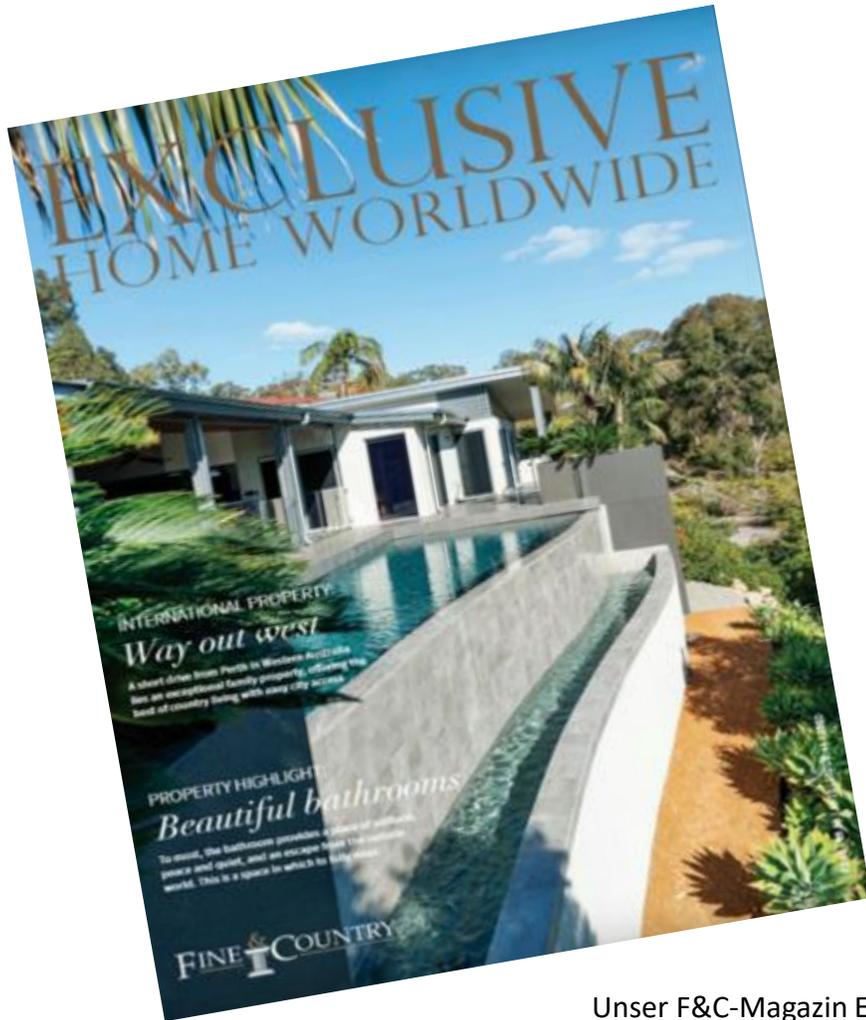


# Direkte Ansprache der Zielgruppe

- Einzigartige und elegante F&C-Flyer für den Briefkasten.
- Gespräche am „Zaun“.



# Direkte Ansprache der Zielgruppe



Unser F&C-Magazin EXCLUSIVE HOME WORLDWIDE

Direkte Ansprache:

„Unsere Verkäufer von Premium-Immobilien bitten uns, Ihnen dieses exklusive Magazin zu überreichen“

# Direkte Ansprache der Zielgruppe

---

Im Rahmen der Akquisition wird eine Zielgruppe oft vernachlässigt.

Oder: Wer kennt die meisten verkäuflichen Immobilie in der Region?

**Unsere Kaufinteressenten.**

# Kaufinteressenten

- Alle Kaufinteressenten der Premiumzielgruppe erhalten ein Willkommens-Brief (per Post)
- Wir legen sehr großen Wert auf ein Vorgespräch und eine gute Vorqualifizierung der Interessenten.



# Unser Erstgespräche mit Anbietern

- Gute Vorbereitung zeigt Kompetenz
- Akquisemappe (F&C-Hub)
  - Marktinformationen
  - Bereits bekannte Informationen über die Immobilie
  - Unsere Leistungsgarantie (Auflistung)
  - Beispiele unserer Angebotspräsentationen
  - Beschreibung unsere Marketingmaßnahmen für das Angebot
  - Ablaufplan
  - Sonstige Leistungen (Home Staging, exklusive Präsentationen)
  - IVD-Standesregeln
  - Mustervertrag (Alleinauftrag)



# Unser derivatives Marketing

Unsere Premiumkunden erwarteten deutlich mehr Aktivitäten.

Gerade Fine & Country bot uns weitere hervorragende Präsentationsplattformen.

- Unsere Angebot im Magazin „Exklusive Home Worldwide“
- Präsentation der Angebote in Schaufenstern anderer Länder. Z.B. London, Park Lane.



Bad Soden am Taunus



# Nachverfolgung

Das 3H-Prinzip:

„Herzliche Hartnäckigkeit hilft!“

Notwendigkeit eines modernen CRM-Systems:

- Jede Information über verkäufliche (Premium)Immobilien wird registriert.
- Es wird ein Nachverfolgungs-Turnus festgelegt.
- Es werden klare Verantwortlichkeiten mit den Maklern vereinbart.

# Die nationale und internationale Partnerschaft



# Nationale und internationale Partnerschaft

FINE & COUNTRY

Exklusive Immobilien weltweit  
fineandcountry.com™

Bad Soden am Taunus



Unser Büro in London, Park Lane



Zentrales F&C-Treffen und Austausch 2020 in London

# Nationale und internationale Partnerschaft

Unsere Firmengruppe „Blumenauer Immobilien“ war bis zum Verkauf 1999 mit zwei Partnern (Chesterton und Binswanger) und rund 4.000 Mitarbeitern in 32 Ländern vertreten.

Die Anzahl der grenzüberschreitenden Geschäft waren überschaubar, **aber.....**

**In der Akquisition von Premium-Immobilien ist die internationale Präsenz heute ein Muss und der „Türöffner“.**

**Dieser Tatsache sind wir uns wieder bewusst geworden!**



# Warum haben wir uns für Fine & Country als Partner entschieden

- **Co-Branding.** Blumenauer ist ein bekannter Name, nicht nur in der Region. Somit können wir mit beiden Marken auftreten.
- **Kein Franchise-System.** Die Mitgliedschaft in der F&C-Familie ist nicht mit einer Umsatzbeteiligung und Kontrolle verbunden.
- **Keine Aufnahme-/Einrichtungsgebühr!**
- **Die hervorragenden Marketing-Tools** orientieren sich an der Premiumzielgruppe
- **Marketing-/Vertriebsideen** von den Partnern im Netzwerk sind erwünscht und werden zentral über ein Online-Hup ausgetauscht.

Der Entschluss war richtig. Wir sind begeistert!

Vielen  
Dank!

Harald Blumenauer MRICS  
Blumenauer Consulting - Fine & Country

Königsteiner Str. 6, 65812 Bad Soden am Taunus  
T. 06196 5602 301  
E. [harald.blumenauer@fineandcountry.com](mailto:harald.blumenauer@fineandcountry.com)