

Immobilienakquise leicht gemacht

28.11.2011, 13:37 | Industrie, Bau & Immobilien

Pressemitteilung von: *IMMORO Immobilien Wiesbaden*



Alexander Kurz, Geschäftsführer von IMMO/RO Immobilien Wiesbaden

Das Farming ist eine der ältesten Akquisemethoden für fast alle Berufsbereiche.

Nach unseren Recherchen wurde schon vor über 7500 Jahren die ersten anzeichen für eine „Gebietsaufteilung“ unter Jägern und Sammlern dokumentiert.

Was ist das Farming?

Der Begriff „Farming“ stammt aus der USA und bedeutet übersetzt Farm = Bauernhof.

Der Begriff Farming hat sich als Bezeichnung für konzentriertes Marketing etabliert. Die Spezialisierung erfolgt entweder auf ein bestimmtes Gebiet oder eine spezielle Immobilienart. In beiden Fällen ist es Ziel in einem relativ kleinen Markt innerhalb kürzester Zeit bekannt zu werden und die Marktführerschaft zu erreichen.

Um erfolgreiches Farming zu betreiben, sind zunächst möglichst viele Daten über die Farm zu sammeln, auszuwerten und aufzubereiten. Durch die systematische Erfassung von Informationen wird man zum Experten in einem Gebiet. Wer in der Lage ist diese Daten im richtigen Zusammenhang wieder abzurufen, überzeugt Auftraggeber und Interessenten mühelos. Für die praktische Umsetzung eignen sich bestens Flyer und Nachbarschaftsmailings aber auch Einladungen

und Informationsschreiben.

Mit einem Bauernhof hat das Farming keine Verbindung.

Anhand eines üblichen Bauernhofes lässt es sich jedoch vereinfachter erklären.

Abstecken und Einzäunen

Was ist eine Farm? Generell beinhaltet eine Farm 300 bis 500 Haushalte. 500 Haushalte bedeuten nach bundesdeutschem Durchschnitt 50 Umzüge, bei geschickter Auswahl vielleicht ein paar mehr. 50 Umzüge bedeuten nicht nur 50 Einzüge, sondern ebenfalls 50 Auszüge. Macht also 100 Transaktionen für Immobilienprofis! Die meisten davon entfallen auf Mietobjekte. Hier kann eine Konzentration auf Verkäufe stattfinden. Durch die echte Konzentration auf nur 500 Haushalte ergibt sich die Möglichkeit, schon nach kurzer Zeit für dieses Marktgebiet Expertenstatus zu erwerben. Um diese Position beim Farming zu erreichen, existieren diverse Strategien, die parallel verfolgt werden sollten. Eine gute Farm ist eine Farm, in der umgezogen wird. Immer. Also auf zum Angriff! Das Ziel heißt z.B. „Viertel mit Generationenwechsel“, denn hier befinden sich sehr gute Farmen. Wer seine Hausaufgaben macht und ein wenig Farmermathematik beherrscht, besorgt sich zunächst mehrere KlickTel CDs unterschiedlicher Auflagen. Hier reicht ein kurzer Adressenvergleich der avisierten Farm, schon wird die Sachlage klar und die Umzugshäufigkeit liegt offen dar – eine schöne Grundlage für die richtige Auswahl der Farm. Ein Gespräch mit regionalen Gutachterausschüssen oder Meldebehörden können auch helfen. Jedoch denken die Kommunen meist in größeren Quartieren als in 500 Haushalten.

Die Saat

Die Saat gestaltet sich beim Spezialistentum mühsamer als bei generalistischen Vertriebsansätzen. Allerdings wird auch die Ernte wesentlich reicher ausfallen! Zunächst steht eine kleinteilige Recherche im Vordergrund der Arbeit: Daten über die Farm müssen her, und zwar alles. Dazu gehört die Geschichte einer jeden Immobilie, wer der Eigentümer ist und ob er darin wohnt oder an einen Dritten vermietet, wann der Kauf erfolgt ist und so weiter und so fort. Doch auch die Preise innerhalb der Farm, welche Objekte gerade im Angebot sind, wie lange die Angebotsdauer läuft – schlichtweg alle detaillierten Informationen zu den Immobilien sind von Belang. Daneben steht das Spezialisten-Marketing im Fokus der Aktionen. Hierzu gehört das Zeigen von Präsenz, via Schriftzug auf dem Auto, mit Button auf dem Anzug, durch Leuchtreklame auf dem Marktplatz, dem plakativen „for sale“-Schild vor jedem akquirierten Objekt oder anhand vieler Flyer, die an publikumswirksamen Orten wie Eiscafé, Zahnarzt und Metzger ausgelegt werden. Zeitgleich bedeutet Spezialistentum, NEIN zu sagen – sicher eine der schwersten Übungen für einen Vermarktungsprofi. Nein zu sagen auch zu einfachen Verdienstmöglichkeiten außerhalb der Farm. Noch weitere in Richtung der intimen Geheimnisse der Farm geht die Farming-PR. Wer sich als Spezialist etablieren möchte, sollte auch als solcher auftreten und eine Studie über die Farm herausgeben. Wen interessiert nicht, dass im letzten Jahr sechs Kinder geboren worden sind, das Durchschnittsalter bei 85 Jahren liegt oder seit dem Herbst vier Häuser im Rahmen der staatlichen Energiesubventionen wärmegeklämt worden sind.

Also gilt es auch hierfür, alles an Details zu sammeln, die verfügbar sind. Die Marktforschungs-Studie muss nicht zwangsläufig nur Immobilien Themen beinhalten. Eine Erhebung kann durchaus neben Bewohner, Alter, Umzugsplänen etwa auch die Zufriedenheit mit der Kommunalpolitik erfragen. Ist dies erst einmal geschehen und den Farmmitgliedern die Informationen zur Verfügung gestellt, steht dem Spezialistentum kaum noch etwas im Wege. Und wer weiß, angesichts dessen, dass niemand über so kleinteilige Informationen der Farm verfügt – warum sollte es nicht auch den Lokalredakteur interessieren, dass 20 Prozent der Farmmitglieder einen Teil ihrer Energie über Solaranlagen gewinnen.

Saat-Ernte-Schleife

Durch erste Ernterfolge wird die Marktpräsenz größer, weitere Erfolge vertiefen die Datensammlung. Wichtig ist: Je kleiner die Farm, desto eher besteht das Quasimonopol. Das alles dauert eine Weile. Macht aber nichts! Auf dem Weg zur Ernte schon nimmt die Akquisetätigkeit konsequent ab. Ernte gut, alles gut Wer letztlich die volle Ernte einfährt, muss nicht mehr akquirieren, sondern bekommt den Markt und hat den Weg vom Jäger zum Bauern geschafft. Das hat einige Vorteile. Neben einem messbaren Unternehmenswert sind klare Alleinstellungsmerkmale vorhanden.

Tipp: Auch in Honorar- und Provisionsdiskussionen hat der Spezialist die Nase vorn. Eine Vergrößerung der Farm ist jederzeit möglich, oder auch Kooperationsstrategien bieten sich an. Dennoch aufgepasst: Fast alle Bemühungen scheitern an 10.000 Haushalten in der Farm. Je kleiner die Farm, desto eher werden Sie die Nummer eins.

Marketingmaßnahmen für das erfolgreiche Farming:

Nachbarschaftsmailings
Verkaufsschild am Objekt
Schriftzug auf dem Auto
Flyer zur Auslage (bspw. im Café, Zahnarzt oder Friseur)
Werbung am Büro (ggf. im Aushang)

Portrait

Unsere Immobilienbüros sind auf den Verkauf und die Vermietung von hochwertigen Immobilien in den bevorzugten Wohn- & Geschäftslagen von Wiesbaden, Frankfurt und Mainz sowie deren Umgebung spezialisiert.

Wir halten für Sie immer ein Interessenten-Portfolio bereit, welches vorzugsweise hochwertige Immobilien nachfragt und organisieren einen reibungslosen Übergang einer Immobilie in die nächste „Nutzergeneration“

News-ID: 590615 • Views: 1518 (Stand: 06.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/590615/Immobilienakquise-leicht-gemacht.html>