

# UNSERE MEILENSTEINE

- 2005** Firmengeburt München. Am 8.8. startet Franck Winnig, Autor großer Publikumszeitschriften (u. a. BRIGITTE, FOCUS, STERN, ELLE) und Kundenmagazin-Entwickler im BURDA-Verlag, mit einer Agentur, die sich auf ein innovatives Marketing für Immobilienmakler spezialisiert. Der gebürtige Hamburger wird schnell beliebter Interviewpartner der Branchenzeitschriften.
- 2007** Die Maklermarketingwelt wird emotional. IMMOBILIEN-PROFI-Chef Berghaus lobt die Ideen der Kreativschmiede. Immer mehr Makler lassen von DAS WEISSE BUERO ihr Marketing machen, kommen zu Winnigs Seminaren.
- 2008** Der erste eigene Immobilienverkauf. Winnig besichtigt für Freunde eine Wohnung in München-Obermenzing. Die Verkäuferin aus Oldenburg hat eine Maklerin beauftragt. Aber dunkle Fotos und schlechte Texte generieren kaum Interessenten. Winnig übernimmt den Vermarktungsauftrag. Erfolg: Nach zwei Monaten ist die Luxuswohnung verkauft, die vorher sechs Monate niemand wollte.
- 2009** Die Erfolgswoche. Das Haus in München-Germering, für das die Eigentümerin nicht einen einzigen Münchner Makler für den Alleinauftrag begeistern konnte, steht nach einer Woche vorm Notar. Wir hatten für das sanierungsbedürftige Haus an einer Bahntrasse eine ungewöhnliche Idee, warben mit „Haus geschenkt, Grundstück nach Gebot!“ und erzielten 30.000 Euro mehr, als das Gutachten glaubte.
- 2010** Der Umzug. Franck Winnig geht zurück an die Waterkant, bringt DAS WEISSE BUERO nach Hamburg. Zwei Jahre später wird er 50 Kilometer vor die Tore der Hansestadt ziehen, aufs Land: in die Till-Eulenspiegel-Stadt Mölln.
- 2010** Open-House-Termin. Wir laden zur Drinks & Snacks in ein Haus nach Lensahn nahe der Ostsee. Home Staging: Wir streichen die Garage, machen den Garten, dekorieren die leeren Räume und verteilen 10.000 Flyer. Viele kommen. Die zweite Besucherin an diesem sonnigen Samstag wird die Käuferin: gesehen, verliebt, gekauft. Eine Woche später sitzt der glückliche Eigentümer beim Notar.
- 2013** Ein Eigentümer, zwei Häuser. Eines in Bremen-Oberneuland. Ein Problemkind. Wir engagieren hier einen Makler mit viel Sachverstand, der die Interessenten zum Thema Sanierung beraten wird. Ergebnis: verkauft in acht Wochen. Nur die Hälfte dieser Zeit dauert es, bis wir die zweite Immobilie, ein Haus in Klink in Mecklenburg-Vorpommern, zum Notar bringen. Zwölf lange Monate hat es bereits die örtliche Bank versucht: drei Besichtigungen, kein Käufer. Unsere Idee: Die „Unter-Wert-Preis-Strategie“, bei der wir dem Haus mit einem niedrigen Startpreis viel Aufmerksamkeit geben. Drei Käufer bieten bis zum Wunschpreis.
- 2014** Rekordmarke 500. So viele Makler benutzen jetzt unsere Tools. Innovations-Stars: die 360-Grad-Besichtigung für Eigentümer und der erste automatische Exposéschreiber der Welt.
- 2015** Die Vorvermarktungstatistik. Das Haus in Bremen-Osterode ist dank der Unterwert-Strategie nach nur zehn Tagen weg. Am Ende liegen drei Kaufangebote vor – über dem Wunschpreis. Doch nicht nur der Erbe, auch die Käufer, eine zauberhafte Patchworkfamilie, haben einen guten Schnitt gemacht!
- 2016** Drei Häuser bis Mai. Drei Schwierigkeitsgrade. Drei zufriedene Eigentümer in Barum, Kröppelshagen und Bremen. Wir engagieren lokale Makler vor Ort und entwickeln individuelle Verkaufsstrategien: Damit erreichen wir Preise, die wir unseren Auftraggebern voraus sagten. zu 100%. Siehe [www.daheim-daheim.de](http://www.daheim-daheim.de), „Erfolg“.

WIR FINDEN KÄUFER.



## Franck Winnig

FRANCK WINNIG SAGT ÜBER SICH: ICH BIN VERMARKTER, KEIN MAKLER. IN DIESEM INTERVIEW LERNEN SIE IHN EIN WENIG PERSÖNLICHER KENNEN, FREI NACH SEINEM FIRMENMOTTO: WIR FINDEN KÄUFER!

### Wann genau wurde die Leidenschaft zu Immobilien geboren?

Ich war 13 und stand vor einem wunderschönen Haus. Es war Liebe auf den ersten Blick! Es hatte einfach alles, was ich mir als junger Bub erträumte: leuchtend weiß mit schwarzen Ziegeln, die sich in der Sonne spiegelten. Sprossenfenster und drei Gauben im Dach. Vor dem Haus einen Hof mit Kopfsteinpflaster, rechts eine offene Garage, in der ein stolzer Benz parkte. Ich wusste es: So ein Haus möchte ich eines Tages auch einmal mein Eigen nennen!

### Erklären Sie bitte einmal den Begriff Eigenheim!

Ich glaube, der Besitz eines eigenen Hauses oder einer Wohnung bedeutet mehr als nur „haben“. Für viele ist es der Inbegriff von Geborgenheit und von Wärme und von Angekommensein. Ich kenne natürlich auch Kapitalanleger: Ihnen ist die Rendite wichtig. Aber manch einer hat auch gleichzeitig hehre Ansprüche an sich als Vermieter!

### Nicht umsonst heißt es: Eigentum verpflichtet ...

Dieser Satz basiert auf der Sozialbindung des Eigentums, einem rechts- und sozialphilosophischen Grundsatz in Deutschland. In Artikel 14 Absatz 2 des Grundgesetzes lautet der entsprechende Passus: Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen. So sind Immobilienbesitzer verpflichtet, ihr Eigentum instand zu halten und nicht verkommen zu lassen, Mieten sollten dem Einkommen der Bevölkerung angepasst sein.

### Und was heißt es für Sie, im eigenen Haus oder der eigenen Wohnung zu leben?

Mir bedeutet es „sich seiner sicher sein“. Man weiß, wo man hingehört, und damit oft auch: wo man hin will.

### Sind Sie auch ein Stück weit Philosoph?

(lacht) Nein, so weit geht es doch nicht! Aber ich bin auch ein klein wenig Träumer. Wenn ich das erste Mal ein Haus oder eine Wohnung betrete, für die ich neue Eigentümer finden soll, dann versuche ich, mir vorzustellen, wie diese dann hier leben ...

was sie in ihrer Freizeit tun, ob sie Rennrad fahren oder auf den Crosstrainer gehen ... was sie am Abend mit den Kindern kochen vielleicht ... oder welches Restaurant und welche Bar sie am Wochenende besuchen. Da malt man in Gedanken ein Bild.

### Nennt man das nicht „Zielgruppen-Analyse“?

Ich komme ja aus dem Marketing. Meine Firma DAS WEISSE BUERO hat in zehn Jahren mehr als 500 Makler in ganz Deutschland, Österreich und der Schweiz beraten. Und so definiere ich mich gegenüber einem Eigentümer als seine persönliche Werbeagentur beim Verkauf seiner Immobilie. Ich mache deshalb einen Vermarktungsauftrag mit Erfolgshonorar, keinen klassischen Maklervertrag, trotzdem ich für die Besichtigung zusätzlich einen Makler engagiere, der seinen Job gut und ehrlich macht. Jedes Haus, jede Wohnung hat genau einen perfekten Käufer – und den wollen wir, mein Team und ich, finden. Das beruht auf unserer Erfahrung, ist ein wenig Bauchgefühl und gute Recherche!

### Und wenn die Zielgruppe mal nicht anbeißt?

Manchmal muss man ein Haus auch in Gedanken „umbauen“, in ihm neue Möglichkeiten finden, wie ich es anderen Zielgruppen schmackhaft machen kann. Immobilienpositionierung nennt man das.

### Wer braucht Sie?

Ich will unseren Kunden Sicherheit geben. Es scheint ja so einfach, eine Immobilie zu verkaufen, eine Anzeige im Internet, ein paar Anrufe, dann Besichtigungen ... fertig. Aber es geht hier auch um hohe Summen. Man muss vieles bedenken. Kleine Fehler können teuer werden. Wir bringen die richtigen Menschen zusammen. Es ist oft nicht nur die höchste Kaufsumme, die einen Interessenten zum Käufer macht: Es gibt so viele kleine Zwischentöne, auf die wir hören müssen. Zuhören ist das A und O unserer täglichen Arbeit. Es geht um mehr als nur die Bausubstanz, um mehr als nur vier Wände, es geht auch um Gefühle, es geht um Ängste und um Hoffnungen. Das macht unseren Beruf so vielschichtig.

Franck Winnig, professioneller Käuferfinder: Zuhören ist das A und O seiner täglichen Arbeit. Im Interview sagt er: „Es geht um mehr als nur um Bausubstanz und vier Wände. Es geht um Gefühle, um Ängste und Hoffnungen.“