

BIRGITT SCHIPPERS

Ahorn-Immobilien

Das erste Immobilienunternehmen Deutschlands mit sozial-ökologischem Profil

Am Anfang stand die Idee, etwas Neues zu machen. Viele Jahre lang war Ralf Schmidt Geschäftsführer der Bündnis 90/Die Grünen in Köln.

Seine politische Arbeit hatte das Ziel, ökologische und soziale Werte in der Domstadt in allen Gebieten städtischen Lebens umzusetzen. Er lernte naturgemäß viele Menschen grüner Gesinnung kennen und erfuhr, dass ihnen in Sachen Immobilie ein gleichgesinnter Ansprechpartner fehlte.

Erste persönliche Erfahrungen mit Immobilien sammelte Ralf Schmidt in dieser Zeit auch – als Hausverwalter eines Hauses, das er geerbt hatte. Als er dann den Entschluss fasste, noch einmal etwas Neues anzufangen, entwickelte er mit seinem Grünen-Kollege Dipl.-Kfm. Rainer Beckers (Geschäftsführer von Ahorn-Immobilien) die Idee, ein ökologisch-sozial orientiertes Immobilienunternehmen zu gründen.

Um die wirtschaftliche Chance eines solchen Unternehmens auszuloten, suchten sie nach Firmen mit gleicher oder ähnlicher Firmenphilosophie. Fehlanzeige – so etwas gab es bisher noch nicht, nicht einmal in Freiburg im Breisgau, seit Jahrzehnten eine Hochburg der Grünen. Selbst in ganz Europa fanden sie nichts Vergleichbares. Der Weg war frei für die Gründung von Ahorn-Immobilien. Im Januar 2002.

Standbein Hausverwaltung

Und sie starteten mit einem klaren und auch optisch unverwechselbaren Unternehmensprofil, das diese Firma von den vielen anderen Immobilienanbietern absetzen und den ökologischen Charakter hervorheben sollte. So ist das Logo des Unternehmens ein grünes Ahornblatt, wie auch Flyer und Internetauftritt in einem zarten Grün gehalten sind.

Der Schwerpunkt von Ahorn-Immobilien liegt zunächst in der Hausverwaltung. Aber darüber hinaus haben sie in ihrem Bestand 50 unterschiedliche Ver-

kaufs- und Mietobjekte – vom Kiosk, der Wohneinheit bis zum Gewerbegrundstück.

Zur Zeit verkaufen sie durchschnittlich ein Objekt pro Monat. Das soll natürlich mehr werden – und dabei setzen sie vor allem auf ihre Unternehmensphilosophie, die mit drei Worten umschrieben wird: natürlich (ökologisch), sozial und serviceorientiert.

Natürlich

Ahorn-Immobilien arbeitet mit regionalen – vorwiegend ökologisch ausgerichteten – Handwerksfirmen zusammen. Die Grenze der ökologischen Orientierung liegt bei den anfallenden Kosten und den Wünschen der Kunden.

So werden konventionelle und ökologische Angebote miteinander verglichen – und die finanziell günstigste Lösung präsentiert, auch wenn sie nicht die ökologischste ist. Der Kunde kann entscheiden, wie viel ihm eine natürliche Umgebung Wert ist. Aber er lernt die ökologische Alternative kennen.

- **Atmosphäre ist wichtiger als riesige Fotos von Immobilien, die zum Verkauf angeboten werden. Als besonderer Service ist für Passanten ein separates Informationszentrum eingerichtet.**

Auch auf der Ebene der Finanzierung und Versicherung vermittelt Ahorn-Immobilien unabhängige Experten, die ihren Schwerpunkt im ökologischen Bereich haben. Wenn Ahorn-Immobilien als Hausverwalter eintritt, dann ist es ihr Bestreben, die Eigentümer davon zu überzeugen, die Gelder bei der Ökobank in Frankfurt anzulegen. Bislang, so Schmidt, haben sich alle Eigentümer überzeugen lassen, weil die günstigen Konditionen lockten.

SuperFinish® Immobilien darstellung



Kontakt: Dipl. Ing. Jochen Schroeder
 Telefon: 02323-459941 Fax: 02323-459913
 www.immobiliendarstellung.de
 E-Mail: info@immobiliendarstellung.de

professionelle Visualisierung
 Fotorealismus · Animation · Grundrisse



Grundsätzlich will Ahorn-Immobilien neben dem existenznotwendigen Geld verdienen auch Bewusstsein für natürliches Wohnen, Energieeinsparung, Solarthermie und Photovoltaik wecken – in ihrem Ladenlokal finden regelmäßig Vorträge zu diesen und ähnlichen Themen statt.

Aus Umweltschutzgründen besitzt Ahorn-Immobilien auch keinen Firmenwagen und lässt Botenfahrten von dem Fahrradkurier ausführen. Sie verzichten auf bunte Hochglanzprospekte und nutzen für ihre Flyer, Briefe und Broschüren Recyclingpapier oder E-Mail.

Sozial

Aufgrund ihrer bewusst sozialen Einstellung beauftragt dieses Unternehmen Druckereien, die Behinderte und Nichtbehinderte einstellen. Trotz Wochenend-Service wollen sie eine 35-Stunden-Woche einzuhalten und an Stelle von Überstunden sollen möglichst neue Mitarbeiter gewonnen werden. Und ganz klar – sie bilden aus.

Serviceorientiert

Eigentlich eine Selbstverständlichkeit – aber bei diesem Unternehmen ▶

rangiert diese „Tugend“ an erster Stelle, zumindest im Firmenprospekt: sie wollen den Kunden (Vertragsgeber / Eigentümer / Mieter) jederzeit zur Verfügung stehen – auch am Wochenende. Sie setzen dabei ganz stark auf das Internet und die E-Mail-Kommunikation. Alle aktuellen Veränderungen im Immobilienbereich werden interessierten Kunden als E-Mail zugesandt.

Transparenz

Ein wichtiges Moment für die Umsetzung dieser drei Säulen der Firmenphilosophie ist Transparenz. Man will den potenziellen Kunden ganz offen gegenüber treten, keinen Druck ausüben, überzeugen. Ralf Schmidt will Hemmschwellen überwinden, die das negative Image der Makler bei den Bürgern aufgebaut hat.

So ließ man sich auch bei der Wahl des Firmenbüros von dem Grundsatz leiten: wir sind transparent und offen. Schmidt und Beckers entschieden sich für ein Ladenlokal mit großem Schaufenster. In der Auslage wie in den Büroräumen selbst sind aktuelle Arbeiten von Künstlern ausgestellt. In Zusammenarbeit mit einem gemeinnützigen Künstlerförderkreis veranstaltet Ahorn-Immobilien regelmäßig Ausstellungen in ihren Büroräumen, die auch beworben werden.

Sie bieten auch ihre Geschäftsräume für Lesungen und kleinere Konzerte an. Und der angenehme Nebeneffekt: die Künstler, die dort ausstellen und wirken, können leicht selbst zu Kunden werden. Eine Künstlerin zum Beispiel hat Ahorn-Immobilien nach einer Ausstellungsserie ihre Immobilie als Alleinauftrag zum Verkauf anvertraut.

Shopkonzept

Durch die Schaufenster hindurch sehen die Passanten die Mitarbeiter von Ahorn-Immobilien bei der Arbeit. Die Tür ist für jedermann offen.

Atmosphäre ist wichtiger als riesige Fotos von Immobilien, die zum Verkauf angeboten werden. Als besonderer Service ist für Passanten ein separates Informationszentrum eingerichtet. Es ist eine Bibliothek mit aktuellen Fachzeitschriften und Büchern für Vermieter und Mieter. Zu allen relevanten Immobilienfragen wie z. B. Steuertipps, rechtliche Fragen, Schadstoffe, Finanzierung



Ahorn Immobilien Geschäftsstelle am Ebertplatz in Köln.

etc. können Informationen eingeholt werden. Jeder kann ohne Anmeldung innerhalb der Geschäftszeiten hereinkommen, ihm wird eine Tasse Kaffee angeboten und dann hat er alle Freiheit, sich zu informieren. Keiner belästigt ihn mit „neugierigen“ Fragen oder will ungefragt helfen.

Pro Woche kommen so durchschnittlich zwei Leute in den „Laden“, um dieses Informationsangebot zu nutzen. Ahorn-Immobilien gelingt es also, ohne eine Anzeige zu schalten, erste Kontakte mit Menschen, die sich für Immobilien interessieren, herzustellen und Hemmschwellen abzubauen.

Eine Kleiderordnung gibt es nicht für die Ahorn-Immobilien-Mitarbeiter – außer zu offiziellen Anlässen natürlich. In der Kleidung wird auf individuelle Normalität Wert gelegt – denn auch ein Anzug könnte bei vielen Kunden Barrieren aufbauen.

Revierprinzip

Das Ladenlokal der Firma liegt mitten in der Kölner Altstadt Nord – eingebettet in teuer renovierten Altbauhäusern aus dem ausgehenden 19. Jahrhundert, bewohnt von besser verdienenden Bildungsbürgern mit biografischen Prägnanzen aus den 68er Jahren.

Mitten im potenziellen Kunden- und Multiplikatorenkreis also. Und dann gibt es natürlich alle diejenigen als Zielgruppe, die in Köln „grün“ wählen – und das sind nicht wenige, denn in Köln regiert die erste schwarz-grüne Koalition in einer deutschen Großstadt. Doch auch diesem Klientel muss sich diese junge Firma erst einmal bekannt ma-

chen. Die Lage des Büros ist gut gewählt – es bietet die Möglichkeit, sich als Firma mit ökologischem Profil im und für das „Veedel“ einen Namen zu machen.

Konsequent werden auch Flyer auf diversen Straßenfesten in der näheren Umgebung wie auch im Großraum Köln ganz persönlich verteilt. Schmidt bezeichnete diese Werbung nach dem Zufallsprinzip als „wahnsinnig gute Möglichkeit“, mit Interessenten ins Gespräch zu kommen. Sie haben auch kleine Werbeaccessoires mit dabei, wie zum Beispiel Schlüsselanhänger, oder sie setzen Fahrradwerbung ein.

Ahorn-Immobilien telefonieren keine Verkaufsanzeigen ab. Sie wollen niemanden hartnäckig am Telefon bearbeiten, ihnen den Verkaufsauftrag zu geben, „wenn es die meisten einfach nicht wollen“. Sie setzen lieber auf Werbeanzeigen in Stadt-Magazinen/Zeitungen oder in Szene-Medien (Waldorf-Zeitungen, Zeitungen der alternativen Szene, Schwulenmagazine etc.).

Mitgliedschaften

Ein wichtiges Kommunikationsmedium ist für Ahorn-Immobilien der Internet-Auftritt. Übersichtlich gestaltet finden die User viele Antworten auf ihre Anfragen. Und die erste Information, die in den Blick fällt, ist, dass Ahorn-Immobilien Mitglied beim VDM (Verband Deutscher Makler) ist. Dort, so Schmidt, betrachtet man seine „ökologische“ Maklerfirma interessiert und abwartend. Das Geschäftskonzept hatte aber überzeugt, so dass man sie in diesen Verband mit aufgenommen habe. Sie sind ein Außenseiter mit einer nicht uninteressanten Geschäftsidee. Ahorn-Immobilien ist auch Mitglied im Verband Europäischer Makler (C.E.I.) und beim Ökobau Rheinland.

Ins Auge fällt auch auf der Homepage, dass es weitere Geschäftsstellen in Bonn und Leverkusen gibt. Nicht kleckern, klotzen ist die Devise dieses jungen Unternehmens. So gibt es jetzt schon zwei Ansprechpartnerinnen in den Nachbarstädten Kölns. Es sollen in absehbarer Zeit richtige Büros entstehen. Recht ausführlich werden alle Leistungen im Bereich Hausverwaltung dargestellt.

Pfiffig ist die Idee, mit weiterführenden Links Werbung für ganz andere Firmen zu schalten, die für den User Servi-

cecharakter haben jenseits der nicht immer leichten Immobilienentscheidungen – er wird z. B. zu einem Fahrradgeschäft, einem Naturkostlieferdienst oder einem Reisebüro weitergeleitet, wenn er will.

Im Angebot hat diese ökologisch orientierte Immobilienfirma alle gängigen Leistungen: Sie bietet die Verwaltung von Haus- und Wohnungseigentum an, einen Hausmeister- und Wochenendservice, vermittelt Haus- und Grundbesitz, engagieren sich im Bereich Vermietung, Verpachtung und Finanzierung. Spezialisiert sind sie allein in der Beratung und Umsetzung ökologischer Vorhaben.

Über 50 Immobilien sind bereits in ihrem Bestand. Viele dieser Immobilien sind ganz „normale“ Häuser, Wohnungen, Grundstücke. Eine rein „grüne“ Vermarktungskonzeption wäre derzeit nicht ökonomisch durchsetzbar, so Schmidt. Aber schon jetzt wird das Unternehmen gezielt angesprochen, um größere ökologische Bauvorhaben zu verwirklichen.

Ein Projekt soll z. B. in Burscheid entstehen. Ein Architekt will mehrere konsequent ökologisch konzipierte Wohneinheiten bauen, um Menschen mit gleicher ökologischer Gesinnung (ihn eingeschlossen) einen harmonischen Lebensraum zu schaffen. Eine Anfrage kam sogar schon aus Spanien: für einen geplanten ökologisch ausgerichteten Ferienpark soll Ahorn-Immobilien für Nordrhein-Westfalen die Vermittlung übernehmen.

Networking

Ahorn-Immobilien ist seit gut einhalb Jahren auf dem Markt. Ihre Geschäftsidee hat ein klares Profil und spricht gezielt Interessenten an, für die ökologische Überlegungen eine Rolle spielen, die kulturelle Werte schätzen und sich vielleicht auch gerne von den „normalen“, „oberflächlichen“, weil nicht umweltbewussten Mitbürgern absetzen wollen.

Sie finden in diesem jungen Unternehmen Menschen, die ihre Sprache sprechen, ihre Überzeugung teilen und trotzdem rechnen können. Wir sind gespannt, wie sich dieses Unternehmen weiter entwickeln wird.

Weitere Informationen:
AHORN Immobilien GmbH
Ewaldstr. 5, D-50670 Köln
www.ahornimmobilien.de

JAN ANDRIESEN

„Ich will so wohnen wie ich bin“

Xella Bausysteme und das IIB-Institut Dr. Hettenbach entwickeln gemeinsam mit Käufern „schrankfertige“ Bauträger-Projekte.



Herzlich willkommen zu einer Probefahrt in die erfolgreiche Zukunft des Immobiliengeschäftes!

In den vergangenen Jahren kamen aus der Bauindustrie immer wieder vermeintlich innovative Produkte und Strategien auf den Markt. Viele Konzepte verblühten schneller, als sie gepflanzt waren. Das war und ist kein Wunder, denn die Baugenehmigungszahlen gehen seit einem knappen Jahrzehnt stetig zurück. Und kaum ein Unternehmen hat in einem rückläufigen Markt so viel Ressourcen, neu gewählte Wege über längere Zeiträume zu subventionieren.

Aus Kostengründen fällt die Konzentration der Unternehmen zurück auf das „alte Kerngeschäft“ und so sterben zum Teil sehr gute und viel versprechende Konzepte, bevor sie auch nur den Hauch einer Chance hatten, sich am Markt zu etablieren.

Ausblick

Das Motto heißt: mit neuen Wegen und Konzepten langsam aber stetig zu

wachsen. Große Investitionen und Anstrengungen bedeuten aber immer, dass schnelle Erfolge her müssen. Und diese sind heute in der Bauindustrie kaum noch zu erreichen.

■ Aus der sonst üblichen „Wette“ bei Bauträgerprojekten wird eine Positionierung, die sich auf verlässliche Fakten stützt.

Bereits 1999 begann – damals noch unter YTONG-Flagge – der Bereich Bausysteme. Der Grundgedanke war und ist bis heute, die am Bau beteiligten Marktteilnehmer zu vernetzen. Als Bestandteile dieses Netzwerks wurden schon damals die Angebote Rohbausysteme, Planungsservice, Logistikservice, Baupartnerschaften, Baulandentwicklung und Wohnkonzepte geschaffen. Was im Kleinen begann, hat sich heute mit dem Namen „Xella Bausysteme Wohnungsbau“