

# ERFOLGSFAKTOR INDIVIDUALITÄT

## ROSENHEIMER IMMOBILIENMAKLER WEISS, WAS SEINE KUNDEN WOLLEN

**Schnelligkeit und hohe Erlöse sind die Markenzeichen von Herbert Kriechbaumer. Mit 30 Millionen Euro Objektumsatz pro Jahr gehört er zu den Erfolgreichsten seiner Branche.**

Individualität ist das Zauberwort, auf dem die Verkaufserfolge des Rosenheimers basieren. Denn kurz vor dem Kauf entscheiden die Details. Und diese recherchiert

Kundenorientierte Präzision dient dem Rosenheimer aber nicht vorrangig dazu, durch schnellere Abschlüsse selbst mehr Geld zu verdienen. Wichtiger ist ihm, dem Kunden Zeit zu sparen und ihm zu vermitteln, dass er weiß, was der potenzielle Käufer sucht, statt ihn mit indiskutablen Objekten zu belästigen.

Als Spezialist für den Verkauf von Mehrfamilienhäusern ab



HERBERT KRIECHBAUMER



Kriechbaumer mit detektivischer Präzision bei Verkäufer und Käufer, dokumentiert sie in seiner Datenbank und bereitet sie für seine Kunden übersichtlich und professionell auf. Dazu gehören neben Nutzungskonzepten auch Bebauungsstudien, An- und Verkaufskalkulationen und Renditeberechnungen. „Mit der vollständigen Aufbereitung helfe ich meinen Kunden Zeit zu sparen und erleichtere ihnen die Entscheidung.“

Um Kundentypen zudem rasch klassifizieren und auf dieser Basis individuell auf sie eingehen zu können, hat er sich früh mit Werbepsychologie befasst und dieses Wissen seit 1992 mit Neuro-Linguistic Programming (NLP) kombiniert. Die Methode wurde in den 70er-Jahren in den USA entwickelt und analysiert die Verhaltensmuster von Menschen anhand von Erkenntnissen aus Gehirnforschung und Sprachwissenschaft. Die Folge: Der Makler kann mit seiner Kommunikation sehr präzise auf das Anliegen und die Fragen seines Gegenübers eingehen.

einem Wert von einer Million Euro aufwärts hat sich Herbert Kriechbaumer im Raum München und Oberbayern seit 1992 einen Expertenstatus erarbeitet, weil er mit seiner kundenorientierten Vorgehensweise meist den Wunschpreis des Verkäufers übertraf – und das nach kurzem Makeln. „In der Regel finde ich denjenigen, der genau dieses Objekt sucht und dann spielt der Preis eine nachrangige Rolle.“ Namhafte Unternehmen zählten bereits zu seinen Auftraggebern, so die Finanzkammer der Erzdiözese München-Freising, die bayerische Landeszentralbank, Mannesmann, Doblinger Industriebau AG oder die Monachia Immobilien AG. Seit 1998 gehört die Bayerische Immobilien Gruppe, in der die Schörghuber Unternehmensgruppe ihre Liegenschaften gebündelt hat, zum Kundenstamm. ■

**Leonhard Fromm**



**KONTAKT:**  
[WWW.INDEX-UNTERNEHMENSBERATUNG.DE](http://WWW.INDEX-UNTERNEHMENSBERATUNG.DE)

**070\_TREFFPUNKTE NEWS 1\_2/2004**