

KUNDENVERSTEHER  
ULRICH POPP (LI.) UND  
CONSTANTIN HATZ  
- EIN KONGENIALES  
TEAM, WENN ES UM  
DIE VERMARKTUNG  
VON IMMOBILIEN GEHT.

Innstrasse 74 Passau

N • STUDIERN • PROFITIEREN  
CAMPUS LIVING PASSAU

CAMPUS  
LIVING PASSAU  
www.campus-living.eu



Immobilienstandort ist der, den man nicht zu erklä-  
ren geht und gefragt ist und weil er selbst den Mal-

- Weniger  
mehr vo
- Jede Wo  
mit Balk
- 4 Penthaus

VERKAUF DURCH  
**HATZ  
&  
POPP**  
IMMOBILIEN GMBH

info@hatz-popp.de  
www.hatz-popp.de



# UMDIEECKE DENKER

CONSTANTIN HATZ & ULRICH POPP / IMMOBILIENMAKLER

*Der Immobilienmakler an und für sich genießt, nicht zuletzt aufgrund der aktuell laufenden, leider sehr realitätsfremden TV-Doku-Soaps, einen recht zweifelhaften Ruf. Nicht ganz umsonst - sagt Ulrich Popp, der mit seinem Partner Constantin Hatz eines der renommiertesten Maklerbüros in der Region betreibt. Als „Netzbeschmutzer“ fühlen sie sich aufgrund dessen, dass sie mit manchen Vorgehensweisen der Branche hart ins Gericht gehen, aber beileibe nicht. Vielmehr liegt den beiden Immobilienexperten eher daran, den Maklerberuf ein wenig differenzierter zu betrachten.*

Constantin Hatz und Ulrich Popp haben sich in ihrer Zusammenarbeit als kongeniale Partner in Sachen Haus- und Grundbesitz heraus gestellt. Kennen gelernt haben sie sich jedoch bei Schuhen. Constantin Hatz ist, ebenso wie Ulrich Popp, gebürtiger Niederbayer, tief verwurzelt in der Region. Genauer gesagt entstammt er aus der Familie Hatz in Ruhstorf, doch waren Motoren nie wirklich sein Interessensgebiet. Er erlernte lieber den Beruf des Groß- und Außenhandelskaufmanns bei einem großen Unternehmen in der Schuhbranche. Ulrich Popp hingegen hatte 1992 das Glück, zusammen mit einem befreundeten Bauträger das Immobiliengeschäft kennen zu lernen. Er fand ein Grundstück, entwickelte eine Idee für ein attraktives Projekt, und der erfahrene Bauträger nahm den jungen Ulrich Popp unter seine Fittiche und stemmte mit ihm die Baustelle. „Ich hatte damals ja keine Ahnung von diesem Geschäft, also half er mir. Das Projekt lief hervorragend - da wusste ich, dass ich genau das machen wollte. Das war wohl so etwas wie die Initialzündung im Immobilienbereich.“

Bis 1995 entwickelte er ein Projekt als Bauträger nach dem anderen, bis ihn ein Studienfreund, Felix Servas, Sohn einer Schuhdynastie die inzwischen zum Rieker-Konzern gehört, um seine Hilfe an-

fragte. Man hatte im Schuhkonzern einige Probleme mit dem Immobilienbestand. Als sich Ulrich Popp ein Bild von der Sachlage machte, konnte er dies nur bestätigen. Der Schuhkonzern hatte tatsächlich einige Probleme mit leer stehenden Großimmobilien. Fortan war Ulrich Popp damit beschäftigt aus zigtausenden Quadratmetern „to-ter“ Gewerbeflächen in ganz Deutschland attraktive Mietflächen zu schaffen und am Markt zu platzieren. Da ihm dies systematisch und mit einem guten „Riecher“ für tragfähige Konzepte gelang, erwarb er sich recht zügig einen guten Namen in der Branche.

Auf einer Schuhmesse begegneten sich Constantin Hatz und Ulrich Popp schließlich zum ersten Mal beruflich. Beide führte die Expansion der Schuhindustrie in den Ostblock - zu gemeinsamen Immobilienprojekten nach Bulgarien und anderen Ländern und die Zusammenarbeit stellte sich als äußerst erfolgreich und effizient heraus. Als schließlich auch aus der niederbayerischen Heimat einige Freunde darum baten, Constantin Hatz und Ulrich Popp mögen sich doch auch um ihre Immobilien kümmern, und auch die Familien der beiden in der Heimat sesshaft werden wollten, beschlossen sie, sich als Immobiliendienstleister in Passau fest niederzulassen.

Die Kombination der beiden unterschiedlichen Berufshistorien, einerseits der erfahrene Projektentwickler und Bauträger, andererseits der Fachmann für die Bedürfnisse des Einzelhandels und der Filialisten stellte sich bei der Maklerei als extrem nützlich heraus. Zu Beginn waren es vor allem gewerbliche Objekte, die durch das besondere Know How der beiden Maklerkollegen erfolgreich betreut wurden. Betreuung - das ist dabei wirklich wörtlich zu nehmen, denn die Tätigkeit des Maklers in der „Königsklasse“ geht weit über das hinaus, was sich die meisten vorstellen. „Einfach nur ein



Exposé eines Objektes in die Kartei legen und warten bis das Telefon klingelt, so einfach ist es wohl nicht. Wenn jemand eine leer stehende Industrieimmobilie mit 20.000 Quadratmetern hat, dann hat er ein mittelschweres Problem, denn egal, was die frühere Nutzung auch gewesen sein mag - eins zu eins wird sich die Immobilie so wohl nicht mehr vermarkten lassen. Also sind Konzepte gefragt, wie man das Gebäude einer anderen, moderneren Nutzung zuführen kann. Sei es als Gewerbepark oder was auch immer. Das alleine ist vielleicht noch gar nicht die Kunst, aber es kommt darauf an, ob das geplante Nutzungskonzept auch den Bedürfnissen des Marktes - also der potenziellen Kunden - entspricht. Es gibt Großimmobilien die laufen, und andere laufen gar nicht, obwohl vielleicht sogar Millionen in Umbauten und Modernisierungen investiert wurden. Den Unterschied machen Projektideen, für die sich leicht Mieter finden lassen, weil Konzept und Preisgefüge zusammen passen. Man muss einfach mal um die Ecke denken - einen Schritt weiter planen“, fasst Ulrich Popp die Situation zusammen und Constantin Hatz ergänzt: „Wir haben es uns zur Angewohnheit gemacht, dem Kunden aufmerksam zuzuhören, das gilt für gewerbliche Objekte,

ganz besonders aber auch bei Wohnungen, privaten Wohnhäusern und Grundstücken. Wir wollen ihn und seine Vorstellungen verstehen. Dann beraten wir ihn, inwiefern seine Vorstellungen zu der Situation auf dem Immobilienmarkt passen. Es hat überhaupt keinen Zweck, jede Idee und jeden Wunsch des Kunden mit heuchlerischem Applaus zu kommentieren, nur damit wir den Vermittlungsauftrag bekommen. Manchmal muss man dem Kunden auch beibringen, dass das, was er sich vorstellt, einfach auf dem Markt keine Chance hat realisiert werden zu können. Das kommt öfters vor, als man denkt, denn wenn jemand vor 20 Jahren sich sein Traumhaus gebaut und viel Mühe und Herzblut in das investiert hat, was er jetzt verkaufen möchte, dann hängen auch viele Emotionen an seiner Immobilie. Wir sind da teilweise mehr als Psychologe und Mediator tätig, statt als klassischer Makler.“

Warum erfordert das Maklergeschäft das psycholo-

**„WIR WOLLEN DEN KUNDEN VERSTEHEN. NIEMAND HAT ZEIT, UM SIE BEI SINNLOSEN BESICHTIGUNGEN ZU VERSCHWENDEN. GUT ZUHÖREN HEISST DAS ZAUBERWORT.“**

gische Feingefühl eines Mediators? Das wollen wir genauer wissen. Eigentlich müsste es doch relativ



EXPANSION  
DA VIELE KUNDEN AUS DER REGION ENTWEDER ÜBER IMMOBILIENBESITZ IN MÜNCHEN VERFÜGEN ODER ABER NACH IMMOBILIEN IN MÜNCHEN SUCHEM, WAR ES FÜR HATZ & POPP FAST UNUMGÄNGLICH, AUCH EINE NIEDERLASSUNG IN MÜNCHEN ZU GRÜNDEN. IN DER LOUISENSTRASSE 62 IN MÜNCHEN KÜMMERT MAN SICH SEITDEM UM DEN IMMOBILIENMARKT IN DER BAYERISCHEN LANDESHAUPTSTADT.

reibungslos klappen, wenn sich Käufer und Verkäufer erst einmal getroffen haben. Ist der restliche Ab-

lauf dann nicht reine Formsache? „Nein, auf keinen Fall. Ein Großteil unserer Abschlüsse wäre wohl nie zustande gekommen, hätten wir nicht zwischen den Parteien als Vermittler immer wieder für eine Annäherung mit behutsamen Schritten gesorgt. Wie gesagt, da ist einerseits der Verkäufer, der eine emotionale Bindung an seine Immobilie hat und der am liebsten möchte, dass alles, was er in jahrelanger, liebevoller Arbeit errichtet hat, genau so bleibt. Der Käufer findet vielleicht das Objekt nur aufgrund seiner Lage und seiner grundsätzlichen Architektur interessant, möchte aber eine Unmenge von Details ändern. Da geht der dann durch das Haus, zeigt in jede Ecke und hat überall Ideen, was er alles verändern wird ‘der Boden ist nicht schön, der muss raus, die Wand hier - ist das eine tragende Wand oder kann man die rausreißen? Das Bad muss neu gemacht werden...‘ mit jeder dieser Aussagen sticht er dem Verkäufer wieder ein kleines bisschen mehr ins Herz, denn zu all diesen Details hat der unter Umständen eine persönliche Beziehung. Wenn wir da nicht dazwischen stehen würden und mit einen sensiblen Händchen die Interessen zusammen bringen würden, würde das Objekt wohl nie verkauft werden“, gibt uns Ulrich Popp einen kleinen Einblick in die Psychologie der Immobilienvermittlung. Constantin Hatz fährt fort: „Ob Haus oder Mietwohnung, das Zuhören zahlt sich in jedem Fall aus. Ich habe es selbst schon am eigenen Leib erfahren, wie es ist, wenn du vom Makler durch den gesamten Bestand seiner Kartei gezerrt wirst, weil er hofft, dass dir irgendwas schon irgendwie gefallen wird. Ich hatte damals mal eine Wohnung gesucht und klare Angaben gemacht, was ich wollte und was nicht. Trotzdem wurden mit mir Besichtigungstermine für Wohnungen gemacht, die in keiner Weise meinen Vorgaben entsprachen. Das ging so lange bis ich richtig sauer wurde. Ich denke es geht den meisten Kunden heute ebenso. Man hat einfach nicht die Zeit, endlose Besichtigungen in Objekten durchzuführen, bei denen ohnehin klar sein müsste, dass sie nicht den Vorgaben entsprechen. Zuhören heißt das Zauberwort, das uns offenbar einen gewissen Vorsprung und eine höhere Effizienz verschafft.“

Die Effizienz in der Arbeitsweise eines Maklers ist etwas, was ja vor allem durch die diversen TV-Doku-Soaps stark verzerrt dargestellt wird. Da sind Makler cabrioführende Lebmänner, die mit wenig Aufwand ein Vermögen an Vermitt-

lungenprovisionen verdienen. Der Ruf, den die Maklerbranche genießt, ist nicht zuletzt aufgrund dieses Images nicht immer der Beste. Constantin Hatz und Ulrich Popp



GROSS UND KLEIN  
OB KLEINES HÄUSCHEN,  
MIETWOHNUNG ODER  
TRAUMVILLA - HATZ &  
POPP VERSUCHEN FÜR  
JEDES OBJEKT DEN  
PASSENDEN KUNDEN  
ZU FINDEN. DABEI GEHT  
ES OFTMALS NICHT  
NUR UM DIE REINE  
IMMOBILIE - AUCH  
ZWISCHENMENSCHLICH  
MÜSSEN KÄUFER UND  
VERKÄUFER ZUSAMMEN  
PASSEN. GUTE MAKLER  
SIND AUFMERKSAME  
ZUHÖRER UND OFT  
AUCH EIN BISSCHEN  
PSYCHOLOGE.

selbst können diesen Vorurteilen zum Teil beipflichten - aber nur zum Teil: „Was uns angeht, versuchen wir unser Geschäft so zu betreiben, dass wir unseren Kunden auch noch in 3, 5, 10 oder 20 Jahren in die Augen sehen können. Wir sind Mitglied im Immobilienverband Deutschland (IVD), da werden gewisse Qualitätsmerkmale für Makler gefordert, zum Beispiel das Bestehen einer Vermögensschadenshaftpflicht, die den Kunden bei eventuellen Beratungsfehlern des Maklers vor finanziellen Schäden bewahrt. Entgegen der landläufigen Vorstellung hat der Makler nämlich auch gewisse Aufklärungs- und Beratungspflichten. Der Verkäufer muss auf gewisse Probleme mit seiner Immobilie nicht hinweisen, der Makler hingegen ist, wenn er davon weiß, dazu verpflichtet - ansonsten haftet er für die Folgen des Verschweigens oder unseriöser Zugeständnisse“, klärt Ulrich Popp auf und Constantin Hatz fährt fort: „Natürlich ist die Maklerprovision immer wieder Stein des Anstoßes, aber das liegt daran, dass der Kunde meistens nicht sieht, was hinter den Kulissen an Arbeit geleistet wird. Ein Kunde, der bereits bei der ersten Besichtigung das Haus oder die Wohnung kauft oder mietet, muss natürlich den Eindruck haben, wir hätten nun unser Geld sehr leicht verdient. Aber dass wir vorher mit 10 anderen Kunden ergebnislose Besichtigungen durchgeführt haben und das Objekt vielleicht schon seit einigen Wochen für viel Geld in den Immobilienbörsen und den Zeitungen bewerben, mit dem Eigentümer zig mal verhandelt und besichtigt haben um

das Objekt auf Vordermann zu bringen und so weiter, das sieht man in der Regel nicht. Es ist bei Immobilien ebenso wie bei jeder anderen Ware auch. Wenn man sich eine

Hose kauft, dann bezahlt man damit nicht nur die Hose, sondern auch eine ganze Palette an Leistungen, die nur indirekt mit der Hose zu tun haben: zum Beispiel die Ladeneinrichtung und das gesamte Personal im Geschäft - auch dann, wenn man für die Hose gar keine Beratung der Verkäuferin in Anspruch genommen hat. Die Maklercourtage ist gesetzlich festgelegt, die haben wir uns nicht ausgedacht. Und man braucht das Honorar auch, wenn man Käufer und Verkäufer zusammenführen möchte, denn die Vermarktung einer Immobilie kostet eine ganze Menge Geld, das keiner sieht.“

Das Wissen über die Struktur der Märkte ist eines der wichtigsten Vorteile, die ein professioneller Makler dem Kunden liefert. Häufig kommen heutzutage Kunden auf Hatz & Popp zu, die zunächst versucht hatten, ihr Objekt selbst im Internet zu vermitteln, aber damit keinen Erfolg hatten. „Dies sind die schwierigsten Objekte. Wenn ein Objekt zu einem nicht marktfähigen Preis einige Monate auf den diversen Plattformen angeboten wurde, dann kennen es die potenziellen Käufer bereits. Muss man dann den Preis auf ein realistisches Niveau korrigieren, dann ist schnell die gesamte Verhandlungsposition und das Image von Objekt und Eigentümer beschädigt. Wenn ein Objekt über Monate nicht verkauft oder vermietet wird, dann vermutet jeder einen Haken und ist ultrakritisch, oder die plötzliche Preissenkung wird als akute Geldnot interpretiert, was natürlich auch sehr schlecht ist. Die meisten Menschen kaufen oder verkaufen nur einmal im Leben eine

Immobilie. Wer glaubt, dass man dies ohne Fachwissen und Erfahrung einfach mal so erfolgreich machen kann, wird durch die Realität wohl schmerzhaft eines Besseren

belehrt werden. Immobilien sind keine Autos, die man mal schnell im Internet hinsichtlich Preis und Ausstattung vergleichen kann. Jede Immobilie ist einzigartig - sie richtig zu bewerten und zu vermarkten ist immer eine neue Herausforderung, für die es doch ein wenig Marktkenntnis und Erfahrung braucht.“

Die Marktkenntnis und Erfahrung hat dazu geführt, dass Hatz & Popp mittlerweile nicht nur den Verkauf und die Vermietung von Wohn- und Gewerbeimmobilien begleiten, sondern bei ausgesuchten Kunden auch die komplette Verwaltung von Immobilienanlagen übernehmen. Die gesamte Kompetenz aus einer Hand: Verkauf, Vermietung und Verwaltung. Seit 6 Jahren in Folge wird Hatz & Popp aus Passau von Europas größtem und wichtigsten Immobilienmagazin „Bellevue“ jährlich als eines der besten Maklerunternehmen Deutschlands ausgezeichnet. Dieser Erfolg kommt nicht von ungefähr, sondern ist das Ergebnis einer einfachen, aber offenbar ungewöhnlichen Philosophie: Konsequenz für den Kunden arbeiten, gut zuhören und ab und zu auch mal um die Ecke denken.

Information von:  
Hatz & Popp Immobilien GmbH  
Messestraße 3 | Passau  
Tel. 0851 - 75 69 37 0

Louisenstraße 62 | 80798 München  
Tel. 089 - 28 80 35 20  
www.hatz-popp.de