

Spieltektonik

Arbeitsblatt [UM21](#): Immobilien zum doppelten Wert verkaufen

Ich möchte anhand eines aus der Sichtweise der „Kundenbindung durch Spiel“ korrekt gestalteten Verkaufsprozesses einer Eigentumswohnung einmal darstellen, wie eine talentierte Verkäuferin eine Eigentumswohnung locker zum doppelten Marktwert verkauft.

Normalerweise würde man sagen: „Blödsinn!“. Es geht um eine 45qm – Eigentumswohnung in einer Innenstadt, mit Balkon und Einbauküche, geschätzter Marktwert ca. 35.000€. Die Frau, sehr charismatisch, attraktiv, ca. 45 Jahre alt, lange, braune Haare, gibt ein Inserat auf:

„1 ½ Zimmer – Eigentumswohnung, 45qm, gute Lage, Balkon, zu verkaufen, Preis 70.000 VB“

Es melden sich verschiedene Menschen, die sich für die Eigentumswohnung interessieren. Frauen wimmelt sie komischerweise direkt ab: „Schon verkauft!“, eigentlich völlig unverständlich, angesichts der besseren Aussichten diese Wohnung verkaufen zu können. Unbeirrt vereinbart sie nur Ortstermine mit Männern, die, wie sie geschickt herauskitzelt, alleinstehend sind, oder in Trennung leben. Vor Ort, mit dem potentiellen Käufer alleine, erzählt sie diesem folgende Geschichte:

In dieser Eigentumswohnung habe sie mehrere Jahre selber gewohnt, also nicht vermietet, und wunderschöne, erotische Begegnungen mit ihrem Liebhaber gehabt, der sie nun verlassen habe, und sie deswegen nun aus emotionalen Gründen die Wohnung verkaufen müsse, sie wolle auswandern an die Algarve, und brauche deswegen das Geld.

Die Männer, allesamt gut informiert über den tatsächlichen Marktwert der Wohnung, erwähnen natürlich alle, dass der Preis sehr überhöht sei.

Völlig unbeirrt erzählt sie ihnen weitere Geschichten, dass sie wegen ihres verflissenen Liebhabers 50.000€ Schulden habe, und nun unbedingt etwa 10-20.000€ noch brauche, um, weit, weit weg, an der Algarve, ein neues Leben zu beginnen, ein heimlicher Wunschtraum von ihr.

Sie deutet im Laufe des weiteren Gespräches nur an, welche erotischen Phantasien sie hier in dieser Wohnung gelebt habe, und wie sehr sie noch an ihr hängen würde, sie müsse unbedingt weit weg, um die Trennung verschmerzen zu können. Auf Preisverhandlungen lässt sich keinen Millimeter ein, lenkt stattdessen das Gespräch bei jedem Versuch des Käufers, auf den Preis zu sprechen zu kommen, auf ihre erotischen Erlebnisse, erwähnt die gute Lage, den schönen Balkon, die Einbauküche, u.s.w., verbleibt immer nur in Andeutungen, erzählt also nichts genaues. Über ihrer Jeans trägt sie einen langen Rollkragenpullover, in der sich ihre Figur nur erahnen lässt. Nebenher erwähnt sie die Attraktivität des Interessenten, erfährt über dessen Trennung von seiner Frau, schmeichelt ihm etwas mit eingestreuten Adjektiven: „attraktiv, stattlich, sinnlich, feinsinnig, intelligent, männlich, gut angezogen, sympathisch, gepflegt, ...“

Gegen Ende des Gespräches holt sie einen Zettel mit einer Liste von ca. 25 (erfundenen) Namen heraus, und notiert nochmals einige Informationen über den Mann, der direkt neugierig fragt, wieviele sich für diese Wohnung auch interessierten. 5 Interessenten bislang, die ernsthafte Kaufabsichten hätten, und ca. Weitere 20, wo sie nicht wüsste, ob sie kaufen würden, die wollten sich nochmals umschauen. Und sie würde entscheiden, wem sie „ihre“ geliebte Wohnung, an der ja so viele erotische Erinnerungen hängen, verkaufen würde.

Wiederholte Versuche, über den Preis zu verhandeln, lehnt sie geschickt ab, stattdessen lässt sie

nun ganz nebenher einen Gedanken durchschimmern, welcher ihm signalisiert, daß er ja durchaus sehr sympathisch und überaus attraktiv wäre, wie sehr er ihrem Verflorenen, dem sie sehr nachtrauert, ähneln würde, in seiner „souveränen“ und „männlichen“, aber durchaus sensiblen Art.

Auch erwähnt sie die Preissteigerung, die die Wohnung erfahren hätte. Sie habe sie damals, vor wenigen Jahren, für die Hälfte erworben.

Zuletzt sagt sie ihm, daß sie gegen Ende der Woche, am Freitag, endgültig entscheiden würde, wem sie die Wohnung verkaufe, er solle also unbedingt noch einmal drüber schlafen, und es sich ganz genau überlegen, ob der die Wohnung wirklich haben wolle. Gegen Ende der Woche würde sie sich dann ggf. bei ihm melden, signalisiert jedoch, dass sie auch privat an ihm interessiert sei, sie also vielleicht nicht an ihn verkaufe, jedoch sie ihn „interessant“ fände, sich auch gerne von ihm zu einem Abendessen einladen lassen würde.

2 Tage vergingen, nichts passiert. Am 3. Tag rief der Mann aufgeregt an, er habe es sich genau überlegt, er wolle die Wohnung kaufen, mit der Bank sei alles klar.

Eigentumswohnung für den doppelten Marktwert verkauft!

Dieses Beispiel ist ein typisches für Verkaufsprozesse nach „psychodynamischem Prozessdesign“. Was ist genau passiert?

Pflücken wir einmal dieses PD² auseinander:

Der Verkaufsprozess gleicht einem Spiel, genauer gesagt, dieser ist ein Spiel rund um Erinnerungen, Gefühle, Liebe, Erwartungen, Hoffnungen, Träume. Seltsamerweise spielt der Preis ebenso wenig eine Rolle, wie bei dem Verkauf eines Audi's für 80.000€, wo es doch einen Dacia Logan schon für 7500€ oder einen Tata aus Indien für 2500€ neu gibt.

Wichtig hierbei also ist, dass sie jeden Versuch des Mannes, den Preis zu drücken, völlig abblockt und geschickt auf ihre erotischen Phantasien bzw. Erlebnisse umlenkt. Spätestens nach dem 3. oder 4. Versuch merkt der Mann, daß es sinnlos ist, versucht es also erst garnicht mehr, sondern genießt eigentlich viel lieber die erotischen Andeutungen der Frau und ihre charismatische Erscheinung. Sachargumente spielen bald keine Rolle mehr, der Mann entscheidet sich also, das Verkaufsgespäch als sinnliches, sehr phantasieanregendes „Spiel“ zu betrachten, da er kaum ernsthaft gewillt ist, den doppelten Preis zu bezahlen.

Damit ist dann der erste Schritt in der emotionalen Steuerung der Auswahl der Gedankenpfade vollzogen. Der Mann entscheidet also angesichts der Schmeicheleien und erotischen, charismatischen Ausstrahlung sich freiwillig dagegen, diesen Gedankenpfad weiter zu verfolgen.

Dann erwähnt sie, dass nur Sie entscheidet, an wen sie verkauft, und schließt damit einen weiteren Gedankenpfad im Kopfe des Mannes, dass evtl. die Wohnung preislich überhöht wäre. Darin ist ja als „implizite Logik“ enthalten, daß sie die freie Auswahl habe, wie der Zettel mit 25 Namen und 5 „ernsthaft interessierten“ Bewerbern, suggeriert.

Angesichts der faszinierenden, sehr weiblichen Erscheinung der Frau hat er auch bald keine Zweifel daran, dass sie diese Wohnung tatsächlich zu dem Preis verkauft bekommt. Der weitere, mögliche Gedankenpfad, nämlich, dass die Wohnung ihren Preis nicht wert sei, ist damit auch geschlossen.

Nun kommt etwas sehr merkwürdiges, welches völlig konträr zu allem ist, was in üblichen Strategiebüchern über Verkauf steht: „Die Kunst des Verkäufers ist es, den Käufer so schnell über den Tisch ziehen, daß er die Reibungshitze noch als Nestwärme empfindet“ ;-)

Nein, sie empfiehlt ihm ausdrücklich, sich ein paar Tage Zeit zu lassen, sich es genau zu überlegen. Damit sind seine sämtlichen Zweifel an ihrer „Seriosität“ beseitigt. Er empfindet sie nicht nur als überaus „erotisch“ (Erotik ist das, was man nicht sieht!), attraktiv, sondern auch überaus verkaufstüchtig und talentiert. Er stellt sich dabei vor, wie sie wohl ihre neue Existenz an der Algarve aufbauen würde, und fragt neugierig nach, was sie jedoch abblockt. Sie will, daß die Phantasie des Mannes so richtig ans Glühen kommt.

Vollends explodieren seine Phantasien, als die Frau auch noch erzählt, sie würde auf „hemmungslose“ und „verruchte“ Männer stehen – endlich mal eine „normale“ Frau, welche Mann Mann sein läßt und sogar noch dazu animiert, ein „echter Mann“ zu sein, denkt er sich.

Überaus fasziniert von dieser Frau spuken dann in den folgenden Tagen alle möglichen erotischen Gedanken durch seinen Kopf und bleiben an einem Gedanken hängen:

Sie hatte erwähnt, daß sie ihn attraktiv und sympathisch empfindet, und daher malt er sich in allen möglichen Farben aus, wie es wohl wäre, wenn sie seine Geliebte wäre. Er denkt in den nächsten 2 Tagen nur noch daran, stiefelt zur Bank, klärt das Finanzielle ab, vorsichtshalber.

Der Gedanke, diese überaus im Verkauf talentierte (wie er ja selber emotional spürt) Frau mit „Klasse“ als Geliebte oder sogar neue Partnerin zu bekommen, versetzt ihn in Entzücken. Eine Reihe von Folgeprozessen in seinem Hirn werden angestoßen, quasi „induziert“.

Z.B. das, was die Chinesen als TAO bezeichnen, der natürliche Wunsch zur „**Unterordnung unter die gemeinsame Sache**“. Gerade in Trennung lebend, vermisst er sehnsüchtig das „Zusammengehörigkeitsgefühl“, und projiziert also in diese Frau eine mögliche Nachfolgerin seiner Ehefrau. Implizite Logik dieses Zusammengehörigkeitsgefühls (TAO) ist, dass ihm nun völlig egal ist, ob er das Geld nun auf seinem Konto hat, oder seine „Frau“ in Spe, weil – als zukünftige, mögliche Ehefrau wirtschaftet man ja eh gemeinsam, so, wie er halt bisher auch immer dachte. Nach diesem mentalen Modell hatte er bisher ja gelebt. Allein wieder zu sein, verängstigt ihn, macht ihn traurig, depressiv.

Hiermit schießt sich dann auch der letzte mögliche Gedankenpfad, nämlich daß es ihn irgendwie emotional berühren würde, zuviel Geld für die Wohnung gezahlt zu haben, oder vielleicht ausgelacht würde, wenn er das erzählt. Er beschließt also, sich darauf zu konzentrieren, sein Glück bei der Frau zu versuchen.

Problem nur – Sie hatte ja gesagt, daß sie ihn anrufen würde, wenn sie an ihn verkaufen wollte. Eine sehr leidenschaftliche, aber auch selbstbewusste Frau, denkt er sich, wenn sie bestimmt, an wen sie verkaufen will.

So unterstellt Mann auch, daß sie sich ihren Liebhaber auch ebenso sorgfältig und aussucht, und diese auch emotional sehr geschickt in Glücksseeligkeit schweben lassen kann. Das Spiel jedenfalls mit Phantasien beherrscht sie perfekt. Wahrscheinlich ist sie auch eine gute Liebhaberin, folgert er.

Daß sie verkaufen kann, weiß er, daran hat er ja keinen Zweifel. Er wird angesichts seiner aufkeimenden, erotischen Phantasien mit der Frau so richtig fuchsig.

Das „Prinzip Agonalität“ macht ihm zu schaffen, Wettbewerb mit anderen „Bewerbern“, die er ja nicht kennt. Der Gedanke, daß vielleicht ein anderer Mann diese Wohnung kauft, gefällt ihm garnicht. Während der Besichtigung hat nämlich die Frau so viele erotische Andeutungen gemacht, daß er sich vorstellen könnte, mit ihr in genau dieser Wohnung „glücklich“ zu sein, oder auch nur in Erinnerung an diese außergewöhnliche Frau, auch wenn er sie nun nicht als Geliebte oder Partnerin haben könne.

Andererseits jedoch braucht er auch einen Vorwand, sie nun anrufen zu können. Angesichts seiner Glücksmomente, die er hat, wenn er nur an diese Frau („verruchte“ Gedanken titschen wie Sputniks durch seinen Kopf) denkt, überlegt er sich, wie er ihr ebenso solche Glücksmomente bereiten könnte.

Einzig Lösung dieser seiner drei emotionalen Probleme, also mögliche Konkurrenz, einem Vorwand, sie anrufen zu dürfen, und Ihr auch Gefühle des Glückes geben zu wollen, ist: Ihre Trauer um den verflissenen Geliebten beenden, und dann gemeinsam eine neue Zukunft aufbauen zu können, also sie anrufen, die freudige Mitteilung zu machen, daß er die Wohnung kaufen will, und

vielleicht gleichzeitig diese auch noch gemeinsam „einweihen“ zu können, in dieser Nacht, nach einer Einladung zu Abendessen, die sie ja nicht ausschlagen würde, wie sie andeutete.

Gesagt, getan. Sie geht auch mit ihm essen, nachdem er den Kaufvertrag unterschrieben hatte, jedoch seine Geliebte wird sie nicht. In den folgenden Jahren ist dieser Mann doch recht glückselig alleine in seiner Wohnung, und denkt noch sehr, sehr oft an diese Frau, wen sie wie wohl darin liebte, was sie wohl so tut, an der Algarve, wie sie wohl aussähe, im Bikini am Strand liegend, oder sich eine neue Existenz aufbauend, in einer neuen Wohnung am Meer. Wohlwollend gönnt er ihr alles Glück auf dieser Erde.

Zusammengefasst:

Eine Frau verkauft ihre Eigentumswohnung zum Preis von 100% über Marktwert und der Käufer ist überaus glücklich mit dieser Entscheidung. Der Rest – pure Erfindung.

Was lernen wir daraus? Das Gerede von Immobilienpreis und „Marktwert“ einer Immobilie kann man getrost auch als „pure Erfindung“ betrachten. Der tatsächliche Wert einer Immobilie ist immer exakt so hoch, wie jemand bereit ist, dafür zu bezahlen.

Daß es ohne Probleme möglich ist, eine künstliche Situation zu „designen“, damit ein Mensch freiwillig auch 100% über Marktwert bezahlt, und glücklich damit ist, zeigt dieses spieltektonische Beispiel. Die Frau hatte keine besonderen Klamotten an, hat dem Mann keine Versprechungen gemacht, sie hat ihn nicht schnell überreden wollen, zu kaufen, wie man es in Verkaufstrainings lernen kann, nein – nichts von alledem, was man in Verkaufstrainings lernt.

Sie hat nach der hohen Kunst des „Psychodynamisches Prozessdesign“ durch „emotionale Steuerung“ der Auswahl der Gedankenpfade und Anregung seiner Phantasien dafür gesorgt, dass in seiner gedanklichen Vorstellung die Auswahl der Gedankenpfade auf der einen Seite immer weiter eingeschränkt wurde (Diskussionen um Preis unterbunden) und auf der anderen Seite neue Gedankenpfade „denkbar“ werden (Geliebte, Partnerin), der Mann diese möglichen Gedankenpfade auch tatsächlich durchdenkt, und schließlich dieser nur noch eine Lösung sieht, glücklich zu werden, nämlich indem er vorzeitig die Frau anruft, und ihre die glückliche Mitteilung macht, daß er kaufen will, natürlich in Erwartung eines Freudentanzes und gemeinsamen Glückserlebnis bei einem Abendessen mit anschließendem „Tête à tête“

Daß diese Frau eigentlich Maklerin in einem netten, elitären Clübchen von Maklerinnen ist, die sich gegenseitig bei demselben Kunden und deren Anfragen zu verschiedenen Kaufobjekten „vertreten“, und jede dieser „Maklerinnen“ jeden Monat ca. 20 Eigentumswohnungen nach dieser Masche verkauft, dabei sich die volle Preisdifferenz in die Tasche steckt, weiß er natürlich nicht.

Auch hier zeigt sich, welche Verkaufsstrukturen sich auf „Spiel“ aufbauen lassen. Der Club dieser elitären Maklerinnen kauft unter Marktpreis Eigentumswohnungen auf, und verkauft diese im Durchschnitt 50-60% darüber.

Schlechte Makler und Verkäufer erzählen ihren Kunden immer irgendwelche schwachsinnige Geschichten von Marktwert, u.s.w., sodaß viele Immobilien stets weit unter Marktwert oder eigenem Kaufpreis nur verkauft werden *können*.

Sie verstehen halt *nixnixnix* von Tiefenpsychologie und „Psychodynamischem Prozessdesign“. Der Begriff „Marktwert“ ist eine pure Erfindung – eine willkürliche, logische Setzung, siehe auch „semantische Falle“.

Angesichts einiger möglichen Bemerkungen von sehr moralischen Menschen, die vielleicht dieses Beispiel zu Spieltektonik, also dem „spielerischen Design von Verkaufsprozessen“ lesen:

Die Frage nach Moral hat sich eigentlich auch erübrigt – der Kunde ist ja überaus glücklich mit seinem Kauf. Es war ja seine ausdrückliche, freie Entscheidung, diese Eigentumswohnung zu kaufen, niemand hat ihn zu irgend etwas überredet!

Und Pech in der Liebe kann jeder mal haben ;-)

Aufgabe: Erfinden sie auf den Prinzipien der Spieltektonik basierend einen völlig anderen Verkaufsprozess für Immobilien. Welche impliziten Logiken einer möglichen, privaten Situation lassen sich wie im Verkaufsprozess nutzen, um Kunde durch ein Verkaufsspiel zu emotionalisieren?