

---

# IMMOBILIEN ZEITUNG

## FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

---

Ein Beitrag aus der Immobilien Zeitung Nr. 12/09 vom 26.3.2009  
[www.immobilien-zeitung.de](http://www.immobilien-zeitung.de)

CONCEPT GROUP

## Troubleshooter aus dem Osten

Der Grundstücksentwickler Concept Group, Leipzig, hat eine Nische ausgemacht: Für Banken, Insolvenzverwalter und Bauträger Wohnimmobilien an den Mann zu bringen, die zum Ladenhüter geworden sind oder es werden könnten. Sein Handwerk hat das Unternehmen im von der Sonder-AfA aufgeblähten Osten der Republik gelernt; jetzt soll der spanische Bauträger TM Grupo Inmobiliario, für den es den Deutschlandvertrieb übernommen hat, davon profitieren. Auch im deutschen Markt sieht Geschäftsführer Matthias Meindel noch Potenzial.

*Immobilien Zeitung:* Muss ein Mittelständler aus Leipzig Spaniern zeigen, wie man Wohnimmobilien verkauft?

**Matthias Meindel:** Es ist zumindest sinnvoll. Wir wissen aus der Zeit, als der Markt in Ostdeutschland durch die Sonder-AfA aufgebläht wurde und dann zum Teil im Überangebot versank, wie man auch in einer Saure-Gurken-Zeit verkaufen kann. Die Spanier kämpften lange nicht mit Problemen im Vertrieb, sondern in der Produktion: Die Häuser und Wohnungen wurden ihnen aus der Hand gerissen, es ging darum, möglichst viele auf den Markt zu bringen.

*IZ:* Musste Ihre Gruppe, die Eigenheimprojekte realisiert, auch in den neunziger Jahren aus Schaden klug werden?

**Meindel:** Nein, zum Glück nicht. Das Unternehmen war erst 1992 gegründet worden und wir haben klein angefangen. Die Hypovereinsbank hat uns arg an die Kandarre genommen und beispielsweise eine sehr hohe Vorverkaufsquote verlangt.

*IZ:* Wie sind Sie dann auf die Idee gekommen, Immobilien an den Mann zu bringen, die andere schon wie Sauerbier angeboten haben?

**Meindel:** Wir waren ursprünglich auf der Suche nach einem Bauträger, für den wir Reihenhäuser verkaufen können. Die Bavaria, die damals sehr viel in Ostdeutschland gebaut hat, machte uns ein anderes Angebot: Wir sollten 15 Eigenheime in Leipzig-Grünau vermarkten, für die sie drei Jahre lang keine Käufer gefunden hatte.

### Kein Hexenwerk

*IZ:* Wie lange haben Sie gebraucht?

**Meindel:** Neun Monate, davon waren zwei Winterpause.

*IZ:* Nun können Verkaufserfolge über verschiedene Wege erzielt werden – zum Beispiel einfach mit einem kräftigen Preisabschlag.

**Meindel:** Sicher. Aber das ist wirklich keine Leistung, und dafür muss ein Bauträger auch niemanden mit der Vermark-

tung beauftragen. Die Bavaria ist mit den Preisen nur um etwa 5% nach unten gegangen.

*IZ:* Was haben Sie gemacht?

**Meindel:** Vermarktet. Wir haben die gängigen Kanäle genutzt, also Print- und Radiowerbung geschaltet, aber zum Beispiel auch Handzettel verteilt und an einem Stand im Einkaufszentrum der Siedlung informiert.

*IZ:* Das klingt nicht sonderlich spektakulär.

**Meindel:** Ist es auch nicht. Aber man muss sich reinknien, neue Wege gehen und ein Quäntchen Glück haben. Nach Jahren, in denen Immobilien auch zu überhöhten Preisen leicht zu verkaufen waren, konnten jedoch viele den Hebel nicht so schnell umlegen. Hier sehe ich die Parallele zu Spanien.

*IZ:* Und zur TM-Gruppe.

**Meindel:** Ja. Sie hatte das Marketing stark zurückgefahren, den deutschen Markt nicht ansatzweise konsequent bearbeitet. Jetzt ist der Vertrieb in Deutschland, mit dem wir exklusiv beauftragt sind, sehr wichtig.

*IZ:* Warum?

**Meindel:** Weil die Deutschen, anders als andere Europäer, von der Immobilienkrise kaum betroffen sind. Sie haben sich finanziell nicht übernommen, die Sparquote ist hoch. Geld ist also genug da.

*IZ:* Was macht Sie so hoffnungsfroh, dass Deutsche jetzt kaufen, in einer Zeit der Krisenstimmung, wo sie es doch in den Jahren zuvor schon nicht getan haben?

**Meindel:** Ich bin davon überzeugt, dass viele meinen, damals eine gute Chance verpasst zu haben. Als der Immobilien-Boom vor etwa zehn Jahren begann, beutelte die IT-Krise unser Land; viele hatten an der Börse Geld verloren, kaum einer hatte spanische Immobilien im Sinn. Jetzt, da die Preise teils um 20%, 30% gefallen sind, bieten sich wieder gute Gelegenheiten, zu kaufen.

*IZ:* Als Investment?

**Meindel:** Auch. Die Preise werden sicher wieder steigen. Ich will aber weniger auf der Investmentschiene argumentieren als vielmehr die Immobilie als Zweitwohnsitz schmackhaft machen. Spanien ist das beliebteste Reiseziel der Deutschen jenseits unserer Grenzen. Wer sich etwas gönnen will, hat jetzt Gelegenheit dazu: Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist gut, das Zinsniveau niedrig, die Inflationsrate wird wohl steigen.

*IZ:* Es wurde auch viel Schrott gebaut. Verkaufen Sie jetzt welche?

**Meindel:** Nein. Bevor wir einen Auftrag übernehmen, prüfen wir die Immobilien und deren Marktfähigkeit. Nur wenn die stimmt, ist es sinnvoll, ein Vertriebskonzept zu erarbeiten

– und dann auch nur, wenn der Auftraggeber bereit ist, ausreichend Geld in die Hand zu nehmen.

*IZ: Das könnte ein Problem sein.*

**Meindel:** Ja, aber wir lehnen dann ab.

*IZ: Wie hoch ist das Budget, das Ihnen die TM-Gruppe zur Verfügung stellt?*

**Meindel:** Es ist ein sechsstelliger Betrag. Der Vertrag ist zunächst auf ein Jahr befristet und enthält keine Verkaufszahl.

*IZ: Klingt gutherzig. Ist Ihr Vertriebskonzept so überzeugend?*

**Meindel:** Es scheint so. Wir selbst sehen Potenzial für bis zu 100 Einheiten jährlich.

*IZ: Drei Besonderheiten des Vertriebs?*

**Meindel:** Da sehen wir keine. Wir vermarkten einfach stark projektbezogen. Die TM-Gruppe hat derzeit um die 1.000 Immobilien in der Vertriebspipeline. Wir vermarkten gezielt nur die für deutsche Käufer interessanten – und das sind zum Beispiel keine Wohnungen in einem achtgeschossigen Objekt. Die finden Briten oder Skandinavier chic, deren Erstwohnsitz Eigenheime sind, aber nicht die vor allem in Mehrfamilienhäusern lebenden Deutschen. Die wollen es schnuckliger. Zudem gilt es, einer breiteren Masse als der Bellevue-Schicht die Vorzüge spanischer Immobilien zu verdeutlichen – durch den Preis, aber auch, indem Ängste und Vorurteile beseitigt werden. Wir planen zum Beispiel mit einer spanischen Hotelkette Informationsveranstaltungen. Auch haben wir kürzlich einen Bundesverband für Spanienimmobilien gegründet.

*IZ: Dessen Vizepräsident Sie sind.*

**Meindel:** Der aber objektiv tätig sein soll. Wir suchen derzeit Referenten und Anwälte.

*IZ: Haben Sie schon Immobilien verkauft?*

**Meindel:** Nein, aber es gab seit dem Start Ende Januar fünf Besichtigungen vor Ort.

*IZ: Auch in Deutschland müsste als Troubleshooter derzeit Geschäft zu machen sein.*

**Meindel:** Ja, die Aufträge von Banken und Insolvenzverwaltern werden zunehmen. Längerfristig aber wird der Markt erst einmal versiegen. Die Bauträgerpleiten sind in den letzten Jahren abgearbeitet worden, der Neubau ist am Tiefpunkt.

*IZ: Herr Meindel, danke fürs Gespräch.*

*Das Interview führte Christine Rebhan.*



BILD: CONCEPT GROUP

**„Nach Boom-Jahren ist der Hebel nicht so schnell umzulegen.“**

**Matthias Meindel**



Wohnungen zuhauf, Käufer gesucht: Cala Domingos ist nur ein Projekt, das die Concept Group für die TM-Gruppe vertreibt.

Bild: TM Grupo Inmobiliario