

DAS ENDE DER ALTEN GOOGLE- SUCHE

*Warum die klassische
Suche im Internet stirbt
– und wie die neue KI-
Technologie über die
Aufträge in Ihrer Region
entscheidet.*

EMPFEHLUNGSFALLE

*Empfehlungen sind wichtig.
Aber das Verhalten der
Kunden verändert sich.
Und auch ihre Loyalität.*

Echt. Regional. Sichtbar.

**Wie regionale Betriebe online die
richtigen Kunden gewinnen.**

IMPRESSUM

uniqueS NEXT

Dirk Krause
Dorfstraße 282 E
25920 Risum-Lindholm

Telefon: 04661-7574945
E-Mail: hallo@dirkkrause.de

Copyright: Dirk Krause
Bildquellen: Canva & KI generierte Bilder

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

THEMEN

06

DIE EMPFEHLUNGSFALLE

12

**DER STUMME KUNDEN-
SCANNER**

16

**DAS ENDE DER ALTEN
GOOGLE-SUCHE**

20

**DER DIGITALE
ASSISTENT FÜR CHEFS**

25

**IMMOBILIENMAKLER
IM UMBRUCH**

30

KONTAKT



 **unique S**[®]
by dirk krause

www.pizzastrategie.de

ECHT. REGIONAL. SICHTBAR.

VORWORT

DIRK KRAUSE



Liebe Leserin,
Lieber Leser,

wenn Sie heute Ihren Betrieb aufschließen, tun Sie das wahrscheinlich mit demselben Anspruch wie ich: Sie wollen einfach gute Arbeit für Ihre Kunden abliefern. Sie stecken jeden Tag viel Kraft und Fleiß in Ihr Handwerk, in Ihre Dienstleistung oder ihr Geschäft.

Und genau diese ehrliche Arbeit hat dafür gesorgt, dass Ihr Unternehmen heute da steht, wo es steht.

Aber schauen wir uns den Markt einmal ungeschminkt an. Die Zeiten haben sich verändert. Die Tage, in denen die Kunden uns ohne eigenes Zutun die Bude eingerannt sind und die Auftragsbücher von ganz alleine voll wurden, werden spürbar seltener.

Der Wind hat sich gedreht. Wie man vor zehn Jahren Kunden gewonnen hat, funktioniert heute oft nicht mehr, weil sich das Verhalten der Menschen radikal verändert hat.

Ich wohne und arbeite in Nordfriesland. Hier im Norden spricht man Klartext, und genau das habe ich auch mit diesem Magazin vor. Ich werde in den folgenden Beiträgen ganz bewusst auch mal den Finger in die Wunde legen. Sie können beim Lesen ganz ehrlich für sich selbst prüfen, ob Sie sich bei dem einen oder anderen Punkt angesprochen fühlen – oder eben nicht.

VORWORT

DIRK KRAUSE



Mir geht es hier nicht um theoretisches Lehrbuch-Wissen oder die neuesten, abgehobenen Modewörter. Mir geht es um die nackte Realität für Betriebe wie Ihren.

Wir sprechen darüber, warum der Satz „Wir leben von Empfehlungen“ heute zu einer gefährlichen Falle werden kann und wie Kunden Sie im Hintergrund prüfen, noch bevor sie überhaupt zum Hörer greifen.

Dieses Magazin soll Ihnen zeigen, wie Sie Ihre Sichtbarkeit so aufstellen, dass die passenden Aufträge auch in Zukunft verlässlich und zu Ihren Preisen zu Ihnen kommen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre, die richtigen Impulse und weiterhin viel Erfolg für Ihren Betrieb.

Ich wünsche Ihnen und Dir viel Freude beim Lesen.

Herzliche Grüße

Dirk Krause
Inhaber uniqueS NEXT

A photograph of two men shaking hands in front of a shop window. The man on the left is older, with grey hair and a beard, wearing a plaid shirt. The man on the right is younger, with dark hair and a beard, wearing a dark jacket. They are standing in front of a shop window that has a sign with the word 'Moin!' and an anchor. The background shows a green field and trees. A large yellow L-shaped graphic is in the top left corner.

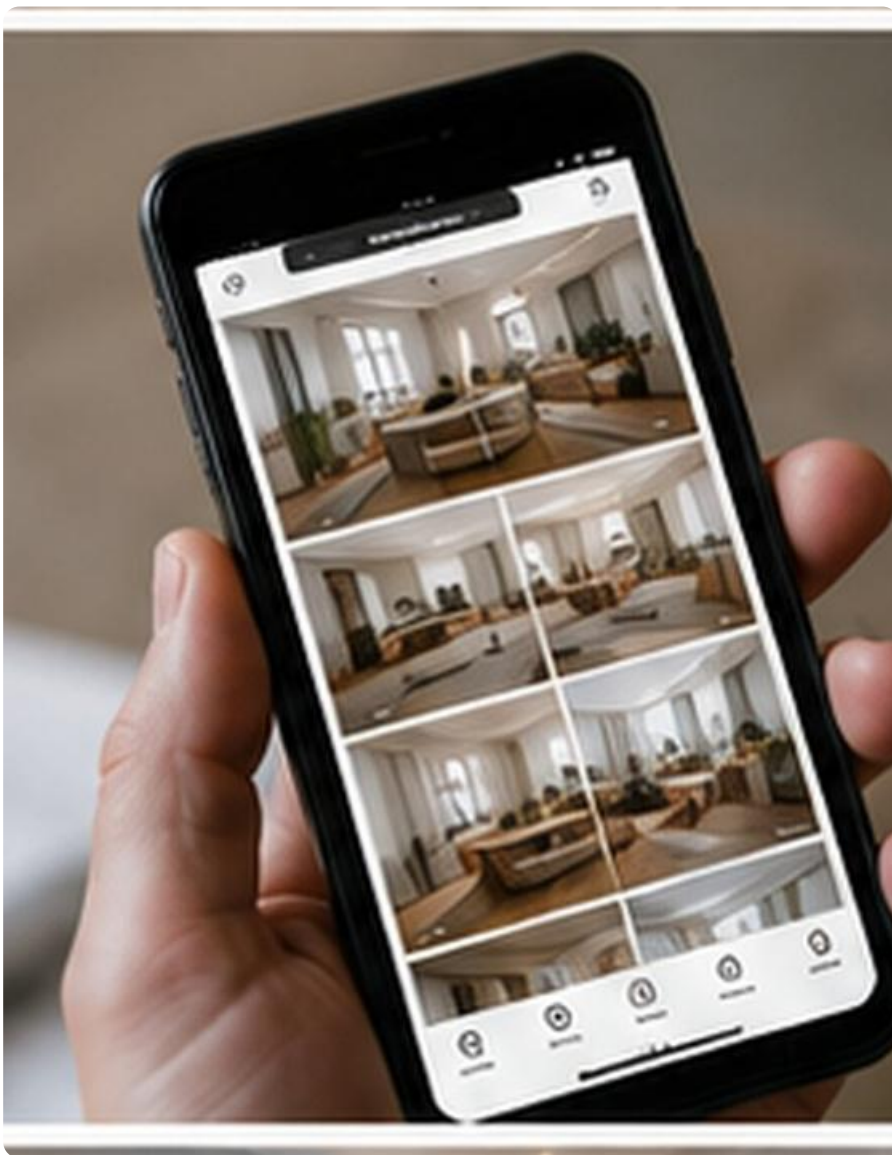
EMPFEHLUNGS- FALLE

“Wir leben von Empfehlungen” -
Die trügerische Sicherheit

KI-generiertes Bild

DIE SCHEINBARE SICHERHEIT: EMPFEHLUNG

Empfehlungen sind wichtig. Aber das Verhalten der Kunden verändert sich. Und auch ihre Loyalität.



Seit nunmehr 30 Jahren arbeite ich eng mit Unternehmen zusammen. Ich habe Betriebe regional und überregional begleitet,

Höhen und Tiefen im Markt miterlebt und eines ist mir in all den drei Jahrzehnten immer wieder aufgefallen: Kleine, regionale Betriebe hatten lange Zeit einen unschätzbaren, fast unfairen Vorteil.

Ihre Auftragsbücher waren praktisch immer voll.

Sie mussten sich nie den Kopf über Kundengewinnung zerbrechen, weil Mundpropaganda und der gute Ruf vor Ort wie ein Uhrwerk funktionierten.

Wenn ich mich heute mit Inhabern und Chefs unterhalte, hat sich dieser feste Glaube an die Macht der Empfehlung kaum verändert.

Man ist stolz auf seine Arbeit, und das völlig zu Recht. Doch die Realität im Alltag sieht plötzlich ganz anders aus als früher.

Um die stark gestiegenen Kosten, den permanenten Druck durch den Fachkräftemangel oder die bürokratischen Hürden aufzufangen, müssen Chefs und ihre Mitarbeiter heute deutlich härter und länger arbeiten.

Und genau hier wird das Festhalten am reinen Empfehlungsmarketing zu einer unsichtbaren, aber existenziellen Gefahr für gewachsene Unternehmen.

Die trügerische Sicherheit voller Auftragsbücher

Empfehlungen sind im ersten Moment natürlich ein riesiges Kompliment für Ihre tägliche Arbeit. Es zeigt, dass Ihre Kunden zufrieden sind und Ihren Betrieb mit gutem Gewissen an Freunde, Nachbarn oder Bekannte weiterreichen. Aber genau aus diesem Lob entsteht eine Komfortzone, die langfristig zur Falle wird.



Der erste große Denkfehler liegt in einer trügerischen Sicherheit. Wenn die Auftragsbücher für die nächsten Wochen voll sind und das Telefon regelmäßig klingelt, fühlt sich das eigene Unternehmen absolut gesund an.

Als Inhaber ist man vollauf damit beschäftigt, die tägliche Arbeit auf den Baustellen, bei den Kunden oder im Büro zu koordinieren.

Man funktioniert nur noch im operativen Hamsterrad. Doch volle Auftragsbücher im Hier und Jetzt sind überhaupt keine Garantie dafür, dass das Geschäft in sechs oder zwölf Monaten immer noch genauso stabil läuft.

Was dem reinen Empfehlungsgeschäft völlig fehlt, ist die Planbarkeit.

Der Markt verändert sich heute schneller, digitaler und unberechenbarer als je zuvor. Wer sich ausschließlich darauf verlässt, dass die Mundpropaganda die Auftragspipeline schon irgendwie von alleine füllt, gibt das eigene Steuer komplett aus der Hand. Sie fahren auf Sicht in einem dichten Nebel.

Das praktische Problem mit Ihrer Marge

Dazu kommt ein ganz handfestes, wirtschaftliches Problem, das am Ende des Monats direkt an den Gewinn Ihres Betriebes geht. Wenn Sie sich rein passiv darauf verlassen, was Ihnen über den Zaun geworfen wird, bestimmen Sie nicht mehr selbst, welche Aufträge bei Ihnen landen. Sie nehmen einfach das, was kommt.

In der Praxis führt das viel zu oft zu zeitraubenden Kleinaufträgen. Das sind die Projekte, bei denen der Kunde jeden Euro dreimal umdreht, hart um den Preis feilt und die Marge am Ende kaum noch der Rede wert ist – die Arbeit und der Stress bleiben aber gleich. Ein Betrieb, der sich hingegen digital sichtbar macht, kann sich die Rosinen aus dem Markt herauspicken. Er steuert aktiv, welche Art von Kunden und Projekten er anzieht. So sichern Sie sich genau die lukrativen Aufträge, bei denen wirklich Geld verdient wird und der Kunde Ihre Qualität ohne langes Jammern bezahlt.



Die vier unsichtbaren Schwachstellen der Mundpropaganda

Wenn wir das Prinzip der Empfehlung einmal rein geschäftlich sezieren, stoßen wir auf vier fundamentale Nachteile, die ein gesundes Wachstum Ihres Betriebes blockieren:

- **1. Fehlende Skalierbarkeit:** Ein gesundes Unternehmen muss steuerbar sein. Wachstum lässt sich jedoch nicht systematisch planen, wenn der Zufluss von neuen Aufträgen rein vom Zufall abhängt. Sie können nicht vorhersagen, wann, wer, wen und mit welcher Begeisterung weiterempfiehlt.
- **2. Die gefährliche Abhängigkeit:** Jedes Netzwerk verändert sich. Wenn sich die Vorlieben in Ihrem bestehenden Kundenkreis verschieben, Generationenwechsel in den Familien anstehen oder Ihnen wichtige Stammkunden durch Betriebsaufgaben oder Umzug wegbrechen, bricht auch Ihr Auftragsstrom unvermittelt und unvorbereitet ein.
- **3. Keine Neukundengewinnung in der Fläche:** Durch Empfehlungen bewegen Sie sich immer im selben, geschlossenen Kreis. Sie bedienen primär bestehende Kontakte und deren direktes Umfeld. Neue, kaufkräftige Kundschaft, die von außerhalb in die Region zieht, oder der gezielte Verkauf von neuen, moderneren Leistungen bleibt komplett aus, weil diese Menschen Sie gar nicht auf dem Schirm haben können.
- **4. Begrenzte Zielgruppen-Steuerung:** Sie können sich Ihre Aufträge nicht aussuchen. Sie sind gezwungen, das zu bedienen, was der Empfehlungsgeber für richtig hält. Ob dieser Auftrag überhaupt zu Ihrer aktuellen Ausrichtung, Ihren Kapazitäten oder Ihren Renditeerwartungen passt, entscheidet der Zufall, nicht Sie als Chef.

Der Weg des Kunden hat sich radikal verändert

Der größte Haken an der reinen Mundpropaganda ist heute jedoch der veränderte Weg der Menschen. Früher war eine Empfehlung wie ein fertiger, unsichtbarer Vertrag.

Man bekam einen Namen genannt, griff zum Telefon, vereinbarte einen Termin und die Sache war so gut wie geritzt. Das Vertrauen war blind gesetzt.

Heute ist dieser direkte Weg eiskalt unterbrochen. Das Vertrauen wird nicht mehr automatisch eins zu eins von einer Person auf die andere übertragen.

Es wird im Hintergrund, auf dem Smartphone des Kunden, auf eine harte und kompromisslose Probe gestellt.

Was genau in diesem Moment des digitalen Gegenchecks passiert und warum Ihnen dadurch heute schon unbemerkt die besten Aufträge verloren gehen, schauen wir uns in diesem Magazin noch an.





Kunden entscheiden
heute anders.

DER STUMME KUNDENSCANNER

KI-generiertes Bild

Vielleicht kennen Sie das aus Ihrem eigenen Privatleben. Wenn Ihnen ein Bekannter ein gutes Restaurant, einen Arzt oder ein neues Produkt empfiehlt, was ist Ihr allererster Schritt?

Greifen Sie sofort zum Telefon, um blind einen Termin zu vereinbaren?

In den allermeisten Fällen lautet die Antwort: Nein. Sie zücken das Smartphone, öffnen den Browser und tippen den Namen ein. Sie wollen sich erst einmal selbst ein Bild machen.

Genau das ist der Punkt, an dem der traditionelle Weg der Kundengewinnung heute bricht.

Ihre potenziellen Kunden verhalten sich im Jahr 2026 exakt genauso.

Egal ob es sich um den Verkauf einer geerbten Immobilie, ein größeres Bauvorhaben oder eine anspruchsvolle Dienstleistung handelt – der Weg zum Auftrag ist nicht mehr linear.

Er macht einen gewaltigen Umweg über die digitale Welt.



Die unsichtbare Prüfung im Hintergrund

Sobald ein Interessent in Ihrer Region eine Empfehlung für Ihren Betrieb erhält, beginnt ein vollkommen geräuschloser Prozess.

Ich nenne ihn den stummen Gegencheck. Der Kunde sitzt abends auf dem Sofa, öffnet Google und scannt Ihr Unternehmen auf Herz und Nieren.

Er tut das in einer Erwartungshaltung, die durch den modernen Alltag geprägt ist: Alles muss schnell, transparent und vertrauensserweckend sein.

Innerhalb weniger Minuten entscheidet sich in diesem privaten Moment, ob die ausgesprochene Empfehlung Früchte trägt oder im Sande verläuft.

Der Kunde prüft unbewusst mehrere Filter:

- Findet er Sie bei Google auf Anhieb oder muss er mühsam nach Ihren Kontaktdaten suchen?
- Gibt es aktuelle und ehrliche Bewertungen von anderen Kunden, die Ihre Qualität bestätigen?
- Wirkt Ihr digitaler Auftritt professionell, modern und einladend?



Das Kuriose dabei ist:
Diese gesamte Prüfung findet im Verborgenen statt.

Wenn der Eindruck auf dem Smartphone nicht zu der hohen Qualität passt, die der Empfehlungsgeber vorher so gelobt hat, entsteht beim Kunden ein leiser Zweifel.

Und Zweifel ist der größte Feind des Geschäfts. Der Kunde schließt den Tab, schaut sich nach einer Alternative um und wandert lautlos ab.

Sie als Inhaber erfahren nie etwas davon, denn dieser Mensch hat sich ja gar nicht erst bei Ihnen gemeldet.

Ihr Telefon bleibt stumm, obwohl die Empfehlung perfekt war.

Wenn die Website im Jahr 2019 stehen geblieben ist

Das größte Problem vieler gewachsener Betriebe ist nicht ihre fachliche Arbeit, sondern ihre digitale Visitenkarte.

Viele Websites in der Region stammen gefühlt noch aus dem letzten Jahrzehnt. Sie wurden irgendwann einmal erstellt, damit man „auch eine Internetseite hat“, und seitdem kaum noch angefasst.

Wenn ein moderner Kunde auf so eine veraltete Seite gerät, zieht er unbewusst Rückschlüsse auf Ihre aktuelle Leistungsfähigkeit.

Er fragt sich: Wenn der Betrieb schon seine eigene Präsentation vernachlässigt, wie sorgfältig wird dann wohl mein Auftrag abgewickelt?

Ist das Unternehmen überhaupt noch auf dem neuesten Stand der Technik?

Dazu kommt die Art und Weise, wie die meisten Betriebe auf ihren Seiten kommunizieren.

Oft liest man dort nur die immer gleichen, **austauschbaren Floskeln**: „Seit vielen Jahren Ihr zuverlässiger Partner vor Ort.“

Das ist zwar nett gemeint, beantwortet aber nicht die Fragen, die dem Kunden heute wirklich auf der Seele brennen.

Die Menschen suchen keine Selbstdarstellung im „Ich-Modus“, sondern greifbare Lösungen für ihre ganz konkreten Sorgen von heute. Sie wollen wissen, ob Sie ihr spezifisches Problem im Schlaf beherrschen.

Vertrauenssignale im digitalen Zeitalter

Wir müssen uns einer harten Realität stellen: Der erste Eindruck entsteht heute längst nicht mehr beim persönlichen Händeschlag oder beim ersten Treffen in Ihrem Büro.

Er entsteht auf dem Bildschirm eines Mobiltelefons. Die digitale Wahrnehmung Ihres Betriebes entscheidet darüber, ob es überhaupt noch zu diesem persönlichen Gespräch kommt.

Wenn Sie online keine klaren und aktuellen Vertrauenssignale liefern, überlassen Sie den Markt kampflos denjenigen Wettbewerbern, die sich digital besser verkaufen – selbst wenn deren fachliche Arbeit vielleicht schlechter ist als Ihre.

Es gewinnt im Jahr 2026 nicht mehr automatisch der handwerklich beste Betrieb, sondern derjenige, dem der Kunde beim ersten digitalen Blick das größte Vertrauen schenkt.

Dieser stumme Filter auf den Smartphones ist jedoch nur die erste Hürde, die ein regionaler Betrieb heute nehmen muss. Denn im Hintergrund baut der größte Suchmaschinen-Anbieter der Welt Google gerade die Spielregeln komplett um.



1. History Today
2. Wikipedia - Summary
3. Wikipedia - Sources Summary
4. Wikipedia - Sources Summary

© 2008 Blackwell Publishing Ltd



DAS ENDE DER ALTEN GOOGLE- SUCHE

Warum die klassische Suche im Internet stirbt – und wie die neue KI-Technologie über die Aufträge in Ihrer Region entscheidet.

DAS ENDE DER ALTEN GOOGLE-SUCHE

Wir alle haben uns über die letzten zwanzig Jahre eine ganz bestimmte Gewohnheit angeeignet. Wenn wir einen Handwerker, einen Dienstleister oder einen Experten in unserer Nähe brauchen, öffnen wir Google und tippen ein paar Suchbegriffe ein.

Als Ergebnis erhalten wir eine lange Liste mit blauen Links zu verschiedenen Firmen-Websites. Wir klicken uns durch drei oder vier Seiten, vergleichen mühsam und entscheiden uns dann für eine Kontaktaufnahme.

Genau diese vertraute Welt der Internet-Suche wird aktuell in ihren Grundfesten erschüttert.

Wir erleben im Jahr 2026 das Ende der klassischen Suchmaschine.

Google baut grade sein gesamtes System radikal um: weg von einer Maschine, die Ihnen lediglich Links zum Suchen vorschlägt, hin zu einer Antwort-maschine, die dem Nutzer die Arbeit des Suchens komplett abnimmt.



Der Sprung von der Suchmaschine zur Antwortmaschine

Was bedeutet das konkret für den Alltag? Wenn ein Kunde heute nach einem Betrieb in seiner Region sucht, tippt er oft keine einzelnen Wörter mehr ein.

Er stellt der künstlichen Intelligenz von Google eine richtige Frage, wie er sie auch einem Bekannten stellen würde. Die Antwort der KI erscheint sofort ganz oben auf dem Bildschirm – noch vor allen normalen Internetseiten.

Das System sucht nicht mehr nur nach Stichworten auf Ihrer Website, sondern es liest, versteht und bewertet Ihr gesamtes Unternehmen im Hintergrund.

Die KI filtert den regionalen Markt in Sekundenschnelle und liefert dem Kunden eine fertige Empfehlung. Sie sagt dem Nutzer im Grunde: „Hier sind die drei besten Betriebe in deiner Nähe für genau dein Problem, und das sind die Gründe dafür.“ Wer von dieser KI nicht als Top-Empfehlung ausgewählt wird, taucht auf dem Bildschirm des Kunden gar nicht erst auf.



Warum die KI Ihren Betrieb einfach übergehen kann

Für gewachsene, regionale Betriebe verschärfen sich dadurch die Spielregeln massiv.

Die künstliche Intelligenz füttert ihre Antworten nämlich aus verschiedenen Quellen, die Sie als Inhaber aktiv pflegen müssen.

Wenn die KI Ihren Betrieb scannt, achtet sie auf ganz klare, technische Hausaufgaben:

- Wie gut und detailliert ist Ihr Google-Unternehmensprofil ausgefüllt?
- Passen die Inhalte auf Ihrer Website exakt zu den echten, aktuellen Fragen der Menschen?
- Liefert Ihr digitaler Auftritt der KI deutliche Signale, dass Sie in Ihrer Region die unangefochtene Fachkompetenz besitzen?

Wenn Ihr digitaler Außenauftritt diese Kriterien nicht erfüllt, passiert etwas Fatales: Die KI stuft Ihr Unternehmen als unvollständig oder nicht relevant für die Region ein. Sie werden für moderne Kunden schlichtweg unsichtbar.

Es nützt Ihnen dann überhaupt nichts mehr, wenn Sie seit Jahrzehnten hervorragende Arbeit vor Ort leisten und Ihr Betrieb einen exzellenten Ruf genießt. Wenn die Technologie Sie nicht versteht, existieren Sie in der digitalen Welt der Kunden nicht mehr.

Die große Chance für inhabergeführte Unternehmen

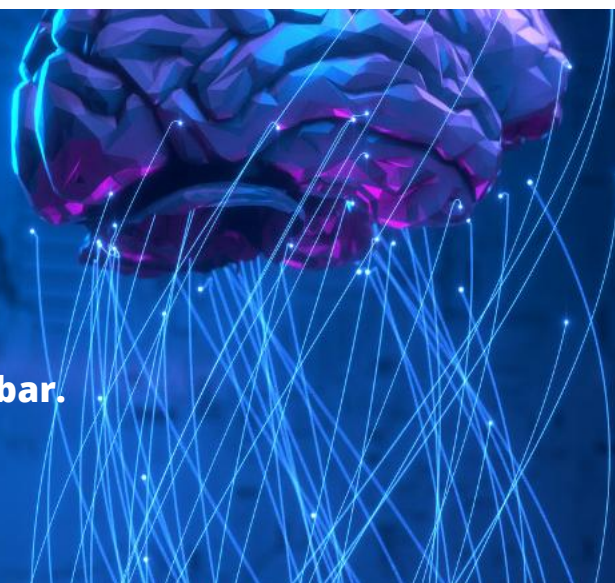
Das klingt im ersten Moment nach einer großen, unbezwingbaren Hürde, besonders wenn man im Alltag ohnehin schon alle Hände voll zu tun hat. Aber das Gegenteil ist der Fall. Diese technologische Umstellung ist für kleine und mittlere Betriebe die größte Chance seit der Erfindung des Internets.

Die großen Ketten und überregionalen Anbieter versuchen oft, den Markt mit riesigen Werbebudgets zu überschwemmen.

Doch die neue KI-Suche bewertet vor allem eines: echte, tief verwurzelte, regionale Relevanz. Wenn Sie als Inhaber die Spielregeln einmal verstanden haben und die richtigen Signale im Netz setzen, können Sie selbst mit einem kleinen Betrieb an den Branchenriesen vorbeiziehen.

Sie müssen dafür kein IT-Experte werden. Sie müssen lediglich dafür sorgen, dass Ihr Betrieb digital das ausstrahlt, was er in der Realität schon längst ist: die beste Wahl vor Ort.

Wie Sie diese neue Technologie nicht als Bedrohung, sondern als Ihren fleißigsten Mitarbeiter im Hintergrund nutzen können, schauen wir uns im nächsten Beitrag an. Wir haben dafür ein direktes Interview mit einer KI geführt – ganz pragmatisch und auf Augenhöhe für Ihren Betriebsalltag.



Google verändert
grade das Spiel der
Suchmaschinen.

DER DIGITALE ASSISTENT FÜR CHEFS

KI-generiertes Bild

DER DIGITALE ASSISTENT FÜR CHEFS

Ein “Gespräch” mit einer künstlichen Intelligenz über den echten Nutzen für kleine Betriebe vor Ort.

Künstliche Intelligenz ist aktuell in aller Munde. Doch wenn man als Inhaber den ganzen Tag im Betrieb steht, Rechnungen schreibt, Baustellen koordiniert oder Kunden berät, klingt das Thema oft meilenweit entfernt. Man denkt an Großkonzerne, teure IT-Abteilungen oder komplizierte Softwareprogramme.

Um mit diesem Vorurteil aufzuräumen, habe ich das Pferd von hinten aufgezäumt. Ich habe mich mit einer KI zusammengesetzt und ein direktes Gespräch darüber geführt, was diese Technologie einem ganz normalen, regionalen Betrieb mit einer Handvoll Mitarbeitern im Alltag eigentlich konkret bringt.

Hereinspaziert in ein Interview mit der künstlichen Intelligenz. Die Fragen und Antworten wurden alle mit der KI generiert und sind unverändert veröffentlicht.



INTERVIEW MIT EINER KI

Dirk Krause: Künstliche Intelligenz ist ein großes Wort. Aber jetzt mal ganz ehrlich und ohne Umschweife: Was bringt das Ganze einem Fliesenleger, einem regionalen Immobilienmakler oder einem Dachdecker mit fünf Mitarbeitern? Die Jungs und Mädels haben im Alltag doch überhaupt keine Zeit für komplexe Computerprogramme.

KI: Hallo Dirk. Genau das ist der größte Denkfehler, dem viele Chefs aufsitzen. KI ist kein Projekt für Software-Entwickler, sondern der perfekte, digitale Assistent für einen Inhaber, der sowieso schon viel zu viele Hüte gleichzeitig aufhat. Sie soll keine zusätzliche Arbeit machen, sondern dir im Hintergrund den Rücken freihalten. KI spart vor allem zwei Dinge, die in kleinen Betrieben Mangelware sind: kostbare Zeit und teure Agenturkosten.

Dirk Krause: Lass uns konkret werden, denn die Betriebe brauchen handfeste Beispiele. Nehmen wir das Thema Texte für die Website, für den Google-Eintrag oder für kleine Kundenmitteilungen. Wie greift die KI dem Chef hier unter die Arme?

KI: Viele Handwerker und Dienstleister schreiben verständlicherweise lieber Angebote als lange Werbetexte. Das führt dazu, dass die eigene Internetseite oder der Google-Eintrag oft jahrelang nicht aktualisiert werden.

Eine KI schreibt Ihnen in wenigen Sekunden einen fehlerfreien, sympathischen Text über Ihr neuestes Projekt, einen kurzen Ratgeberartikel für Ihre Kunden oder eine professionelle Antwort auf eine Google-Bewertung. Der Chef muss den Text danach nur noch kurz überfliegen, seine persönliche Note einbringen und fertig. Das spart Stunden vor dem leeren Bildschirm.

Dirk Krause: Ein guter Auftritt lebt heute von Bildern. Aber nicht jeder Inhaber kann für jedes neue Projekt oder Objekt einen Profi-Fotografen engagieren. Was kann die Technik da leisten?

KI: Du musst kein Fotograf sein. Wenn Sie auf der Baustelle oder bei einem Kunden einen schnellen Schnappschuss mit dem Smartphone machen, ist der Hintergrund oft unruhig – da liegt vielleicht Werkzeug herum oder das Licht ist schlecht.

Moderne KI-Werkzeuge optimieren solche Bilder im Handumdrehen. Sie retuschieren störende Elemente weg, korrigieren die Belichtung und sorgen dafür, dass das Foto auf Ihrer Website sofort professionell und sauber aussieht. Das schafft Vertrauen beim Betrachter, ganz ohne Agenturkosten.

Dirk Krause: Du hast vorhin das Wort Entlastung in den Mund genommen. Was bedeutet das für den alltäglichen Schreibtisch-Stress am Wochenende oder nach Feierabend?

KI: Das bedeutet im besten Fall das Ende der ständigen Zettelwirtschaft. Stell dir vor, ein potenzieller Kunde schickt am Sonntagabend eine Anfrage über deine Website. Normalerweise bleibt diese bis Montag oder Dienstag liegen, weil du im Feierabend bist.

Eine KI kann diese Anfrage im Hintergrund sofort freundlich beantworten, die Daten des Kunden sauber sortieren und dem Interessenten automatisch zwei freie Termine aus deinem Kalender vorschlagen. Wenn du montags morgens den Betrieb aufschließt, ist der Termin bereits fix und fertig eingetragen – ohne dass du eine einzige Zeile tippen musst.

Dirk Krause: Gibt es noch einen Bereich im Betrieb, den Inhaber bei diesem Thema komplett unterschätzen?

KI: Ja, die tägliche Kundenkommunikation und das Schreiben von Angeboten. Manchmal sind Angebote technisch so kompliziert formuliert, dass der Kunde sie nicht versteht und deshalb zögert. Eine KI kann dir dabei helfen, sperrige Fachtexte in eine einfache, überzeugende Sprache zu übersetzen, die der Kunde versteht und die ihm ein gutes Gefühl gibt.

Sie nimmt dem Chef die lästige Tipparbeit bei Routine-E-Mails ab, damit er sich wieder auf das konzentrieren kann, was er eigentlich gelernt hat: sein Handwerk und den echten Kontakt zum Menschen.



“

Unternehmen müssen bereit sein sich den aktuellen Veränderungen zu stellen.

In der regionalen Wirtschaft zählen Kundennähe und schnelle Reaktionen.

Für Unternehmen vor Ort geht es schlicht darum, wie sie neue Kunden gewinnen und bestehende dauerhaft binden. Die Zukunft gehört Betrieben, die persönlichen Service mit moderner Technik clever verbinden.

Digitale Werkzeuge und Automatisierung entlasten das Team im Alltag bei Routineaufgaben. Das sorgt für reibungslose Abläufe von der ersten Anfrage bis zum Auftrag – und schafft den Freiraum, um sich auf das Wichtigste zu konzentrieren: das ehrliche Gespräch und die Beziehung zum Kunden in der Region.

24 Echt. Regional. Sichtbar.

DIE ZUKUNFT

Die Zeit wird schnelllebiger,

Technische Dinge, die Einfluss auf das Kundenverhalten hatten und haben:

2004: Facebook

2005: YouTube

2007: Erstes iPhone

2009: WhatsApp

2020: LinkedIn

2023: ChatGPT

2024: KI Allgemein

2026: KI wird erwachsen

80 Prozent der Menschen in Deutschland ab 14 Jahren nutzen das Internet täglich.

Quelle: ARD-ZDF-Onlinestudie



IMMO PARTNER
ZU VERKAUFEN

IMMOBILIEN- MAKLER IM UMBRUCH

IMMOBILIEN-MAKLER IM UMBRUCH

Die unsichtbare Marktverschiebung, der Generationenwechsel bei den Erben und das leise Sterben der austauschbaren Makler-Websites.

Wenn wir über Branchen sprechen, die sich in den letzten Jahren komplett neu erfinden mussten, stehen Immobilienmakler ganz weit oben auf der Liste.

Die Zeiten, in denen Immobilien sich quasi von alleine vermarktet haben und das größte Problem darin bestand, die Flut an Anfragen zu sortieren, sind endgültig vorbei. Der Markt hat sich gedreht, und mit ihm haben sich die Eigentümer verändert.

Wir erleben aktuell eine unsichtbare Verschiebung im Maklermarkt. Während viele Büros immer noch versuchen, mit den Methoden von gestern an neue Objekte zu kommen, hat sich die Zielgruppe der kaufkräftigen Verkäufer längst auf neue Pfade begeben.

Wer heute als Makler in der Region nicht digital umdenkt, verliert den Anschluss an die wichtigste Verkäufergeneration unserer Zeit.

Der Generationenwechsel bei den Erben

Der größte Treiber dieses Umbruchs ist der demografische Wandel. In diesen Jahren findet der größte Vermögenstransfer der Geschichte statt.

Immobilien werden im großen Stil an die nächste Generation übergeben – an die Kinder und Enkelkinder. Diese neuen Eigentümer sind meistens Mitte 40 oder Anfang 50. Sie sind mitten im digitalen Zeitalter aufgewachsen, gut informiert und extrem anspruchsvoll.

Wenn diese Generation eine Immobilie erbt, verhält sie sich völlig anders als ihre Eltern. Sie ruft nicht den Makler an, den man „schon immer im Ort kennt“.

Sie führt eine eiskalte, digitale Überprüfung durch. Bevor überhaupt ein einziger Hörer abgenommen wird, machen diese Erben den stummen Gegencheck auf dem Smartphone. Sie scannen den regionalen Markt und vergleichen die Anbieter im Hintergrund. Und genau an diesem Punkt trennt sich die Spreu vom Weizen.

Das leise Sterben der austauschbaren Makler-Websites

Wenn ein potenzieller Verkäufer auf die Website eines klassischen Regionalmaklers klickt, sieht er leider fast immer das Gleiche. Austauschbare Stockfotos von glücklichen Familien, die Schlüssel in die Kamera halten, ein paar Logos von Immobilienportalen und Sätze wie: „Ihr kompetenter Partner für Immobilien seit 20 Jahren.“

Das Problem ist: Diese Inhalte erzeugen heute kein Vertrauen mehr, weil sie austauschbar sind. Sie sagen nichts über die echte Fachkompetenz oder die menschliche Komponente des Maklers aus. Der moderne Kunde sucht keine Floskeln, sondern handfeste Antworten. Er will online sofort erkennen, dass du die Region wie deine Westentasche kennst, dass du den Markt verstehst und dass seine Immobilie bei dir in den besten Händen ist.

Wenn Ihre Website optisch und inhaltlich im letzten Jahrzehnt stecken geblieben ist, strahlt das unbewusst auf Ihre Fachkompetenz ab. Der Kunde vermutet hinter einem veralteten digitalen Auftritt auch eine veraltete Vermarktungsstrategie.

Das Ergebnis: Er wandert lautlos ab und unterschreibt den Alleinauftrag bei der Konkurrenz, die sich online moderner und nahbarer präsentiert.

Die 5 größten Sichtbarkeitsfehler im Maklergeschäft

Warum scheitern so viele etablierte Makler daran, die neuen Eigentümer digital zu erreichen? Es liegt meistens an fünf Kernfehlern, die im Alltag unbemerkt mitlaufen:

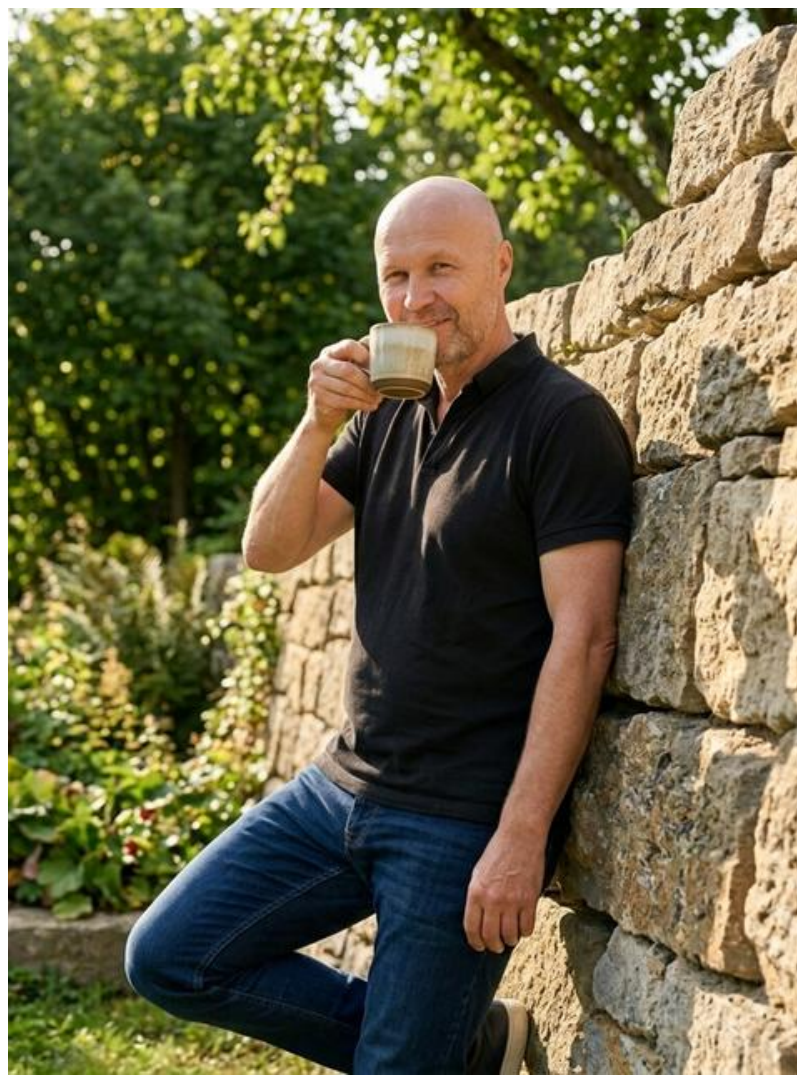
- Das verwaiste Google-Unternehmensprofil: Google ist meist die erste Anlaufstelle. Wer hier keine oder nur uralte Bewertungen vorweist, existiert für den Kunden faktisch nicht.
- Die „Ich-Perspektive“ auf der Website: Viele Maklerseiten erzählen nur, wie toll das eigene Büro ist, anstatt die echten Sorgen und Fragen des Verkäufers zu beantworten.
- Die Angst vor der Kamera: Immobilien sind ein Vertrauensgeschäft. Wenn der Kunde auf der Website kein Gesicht sieht und die Menschen hinter dem Unternehmen nicht greifbar sind, springt er ab.
- Die Ignoranz gegenüber der neuen KI-Suche: Google stellt die Suche radikal um. Wer seine Daten und Texte nicht so aufbereitet, dass die Google-KI sie versteht, wird bei regionalen Suchanfragen gar nicht erst vorgeschlagen.
- Kein roter Faden im digitalen Auftritt: Wenn die Zeitungsanzeige anders wirkt als die Website und das Google-Profil ein drittes Bild vermittelt, entsteht Verwirrung. Und Verwirrung führt niemals zum Auftrag.

Die Zukunft gehört dem nahbaren Experten

Der Umbruch im Markt ist keine Bedrohung, sondern die sauberste Bereinigung, die man sich wünschen kann. Die Makler, die sich bisher nur über den reinen Zufall oder den alten Bekanntenkreis getragen haben, bekommen zunehmend Probleme.

Die Zukunft gehört den Inhabern, die verstanden haben, dass digitale Sichtbarkeit die moderne Form des Handschlags ist. Wenn Sie es schaffen, Ihre jahrzehntelange Erfahrung, Ihre Marktkenntnis und Ihre Persönlichkeit glasklar und professionell ins Netz zu übertragen, werden Sie für Eigentümer in Ihrer Region zur unangefochtenen Premium-Alternative.

Sie müssen nicht der Größte sein – Sie müssen digital der Sichtbarste und Vertrauenswürdigste vor Ort sein.



Wirkt Ihr Betrieb online so gut, wie er wirklich ist?

Ich zeige Ihnen in 10 Minuten, wo Ihr erster Eindruck gerade Kunden kostet – ohne Verpflichtung, ohne Agentursprache.

Herzliche Grüße

Dirk Krause



>>Jetzt kurz melden

Auch per Anruf, WhatsApp oder E-Mail

Dirk Krause
Dorfstr. 282 E
25920 Risum-Lindholm

Kontakt

Telefon: 04661-7574945
Mobil: 0172-5106604
E-Mail: dirk@dirkkrause.com
www.pizzastrategie.de
