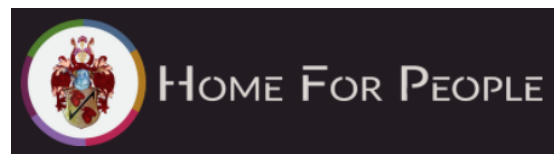


Businessplan

Home For People GmbH



Inhaltsverzeichnis

1. Zusammenfassung Geschäftsidee (Executive Summary)	3
1.1. Dienstleistungen	3
1.2. Alleinstellungsmerkmale	6
1.3. Vision/Mission	7
2. Markt- und Wettbewerbsanalyse	10
2.1. Wettbewerbsanalyse.....	16
2.2. Zielgruppe.....	19
2.3. Risiken.....	20
2.4. SWOT-Analyse	21
3. Standort	22
4. Partner	23
5. Marketingstrategie	23
5.1. Kommunikationsstrategie	23
5.2. Preis	24
6. Der Geschäftsführer	26
7. Mitarbeiterplanung	27
8. Finanzplanung	27
8.1. Erläuterungen	27
8.2. Kapital.....	29

1. Zusammenfassung Geschäftsidee (Executive Summary)

Home for People GmbH – Immobilien am Bodensee bietet die professionelle Begleitung bei Verkauf und Vermietung von exklusiven Privat- und Gewerbeimmobilien inklusive Sanierung und Wiederverkauf am Bodensee an.

Das Dienstleistungsportfolio beinhaltet darüber hinaus maßgeschneiderte Pakete für Services für anspruchsvolle Kunden, Home- und Office Staging sowie kreative Gestaltungskonzepte für private und gewerbliche Raumatmosphären. Als Experten für wirkungsvolle Inszenierung und Raumgestaltung mit allen Sinnen kreiert Gründer Cord Haasemann einzigartige Raumerlebnisse und lässt ideale Räume entstehen, in denen sich Menschen bewegen, leben, arbeiten und bestmöglich entfalten können.

Herr Haasemann bietet für Privatverkäufer, Vermieter, Immobilienmakler, Banken und Bauträger eine effektive Vermarktung der Immobilien, indem er diese mit wertsteigernder Sanierung und Wiederverkauf perfekt und kreativ in Szene setzt. Home For People GmbH verbindet Menschen mit den für sie passenden Räumen, damit diese ihr volles Potential entfalten und ihre persönliche und berufliche Entwicklung erfolgreich meistern können.

Strategisch erreicht die Home for People GmbH eine Risikostreuung über eine breit angelegte und expansive Portfoliostrategie. Es ist vorzuziehen, an kleineren, in sich abgeschlossenen Aufgaben zu arbeiten. Nebenkosten werden reduziert, da die Verwaltung klein und kostengünstig ist. Schließlich fließen gezielt und unbewusst Synergieeffekte aus verschiedenen Nischenartikeln in die Optimierung ein.

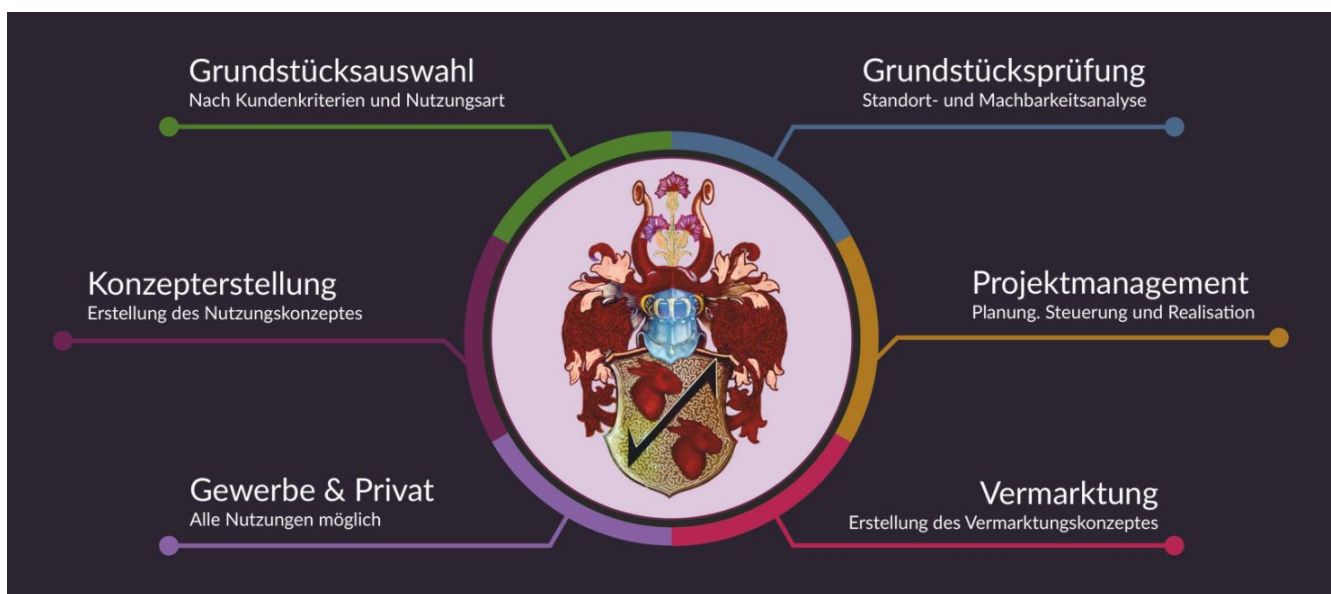
Aufgrund der bisherigen Erfolge und der durchdachten Strategie des Gründers ist davon auszugehen, dass sich die Home For People GmbH gut etablieren und wachsen wird. Home for People GmbH ist mit den Besonderheiten des lokalen Immobilienmarktes und der Region bestens vertraut.

1.1. Dienstleistungen

Am liebsten werden Häuser genommen, die schon länger auf dem Markt sind, aber noch nicht renoviert wurden. Bei der Auswahl geeigneter Immobilien wird zunächst die Marktfähigkeit einer Immobilie geprüft. Die bereits vorhandene Bausubstanz wird gründlich evaluiert und es werden keine unerwarteten Renovierungsarbeiten für die Neugestaltung erforderlich.

Das gesamte Projekt wird unter kompletter Aufsicht der Home for People GmbH ausgeführt, da sich im Laufe der Zeit das lokale und überregionale Netzwerk an zuverlässigen Baudienstleistern ausgebaut hat. Neben Standard-Bauleistungen bieten wir auch eine Vielzahl von Spezialleistungen an. Unser unternehmensinternes Projektmanagement stellt sicher, dass Budget und Baustandard jederzeit eingehalten werden.

Die Home for People GmbH, eine Entwicklungsgesellschaft, hat in eine gemischt genutzte Immobilie wie bspw. in Emmingen-Liptingen investiert. Um den Gesamtumsatz zu maximieren, müssen Gewerbeflächen in das gemischt genutzte Gebäude einbezogen werden. Darüber hinaus sollte den Mietern ein möglichst niedriger Mietzins eingeräumt werden, um die Wahrscheinlichkeit eines Zahlungsausfalls zu verringern. Jedes neue Immobilienprojekt wird so geplant, dass es profitabel, selbsttragend und immun gegen äußere Einflüsse ist, sobald es angenommen wird. Der Ablauf des ganzheitlichen Beratungs- und Begleitungsprozesses soll am nachfolgenden Schaubild dargestellt werden.



Nach einem Erstgespräch mit dem Kunden zur Bedarfsanalyse und Erfassung der individuellen Wünsche und Vorstellungen geht es wie folgt weiter:

- Informationsgespräch und Festlegung der Zielgruppe
- Begehung der Immobilie im Innen- und Außenbereich
- Marktgerechte und zielgerichtete Bewertung der Immobilie hinsichtlich Zustand und Ausstattung
- Erstellung eines Maßnahmenkataloges für die Sanierung und Wiederverkauf-Aktivitäten (Aktions- und Umsetzungsplan)
- Analyse der aktuellen Angebote im lokalen und regionalen Umfeld
- Beschaffung aller notwendigen Unterlagen
- Bei Bedarf Erstellung eines Energieausweises
- Vorstellung der Bewertungsergebnisse und bei Beauftragung Unterzeichnung des Allein-Maklervertrags mit dem Kunden

Entwicklung und Umsetzung einer individuellen Marketingstrategie analog zur vorher festgelegten Zielgruppe

- Vorbereitung des Objekts mit Sanierung und Wiederverkauf
- Im Bedarfsfall Beauftragung und Koordination von Entrümpelungs-, Renovierungs- und Malerarbeiten sowie Gartenpflege durch eigenes Handwerkerteam oder externe Dienstleistungsunternehmen
- Durchführung sämtlicher Sanierungs- und Wiederverkaufsmaßnahmen
- Verleih von Mobiliar, Accessoires und Kunstgegenständen
- Professionelle Inszenierung und Gestaltung der Immobilie
- Foto- oder Videoaufnahmen des Objekts durch eine eigene Fotografin
- Erstellung eines Exposés mit allen detaillierten Informationen
- Präsentation und Freigabe des Exposés; ggf. Einarbeitung von Änderungswünschen
- Veröffentlichung des Exposés im Internet, Anzeigen, Verkaufsschild, etc. in Absprache mit dem Kunden

Besichtigungen und Kundenauswahl

- Ansprache der in Frage kommenden Interessenten aus eigenem Kundenportfolio
- Persönliche und individuelle Terminabsprache mit den Interessenten
- Koordination und Durchführung der Besichtigungen
- Bonitätsprüfung der Interessenten
- Regelmäßiges Reporting über den aktuellen Status der Verkaufsaktivitäten
- Begleitung und Unterstützung bei der Auswahl des passenden Interessenten

Vertragsverhandlungen, Notartermin und Übergabe des Objektes

- Kompetente Begleitung des Kunden durch alle Vertragsverhandlungen
- Begleitung bei der notariellen Beurkundung
- Abholung der im Rahmen des Sanierung und Wiederverkauf zur Verfügung gestellten Möbel, Lampen, Wohnaccessoires, etc.
- Reinigung und Vorbereitung des Objekts für die Übergabe
- Übergabe des Objekts an den neuen Eigentümer gemeinsam mit dem Kunden
- Auf Wunsch Relocation Services für den neuen Eigentümer (Organisation und

Koordination des Umzugs, Unterstützung bei der Raumgestaltung und Inneneinrichtung, bei den behördlichen Anmeldeformalitäten, bei der Auswahl von Kindergärten, Schulen, Sportvereinen, Ärzten, etc.)

- Betreuung des Kunden und After-Sales-Maßnahmen nach Vertragsabschluss

Unmittelbare Kundenvorteile

- ✓ Kunde muss sich um nichts kümmern
- ✓ alles aus einer Hand
- ✓ Analyse der Immobilie und Erstellung des Maßnahmenkatalogs
- ✓ Organisation und Koordination der Handwerker zur Ausführung von Renovierungs- oder Malerarbeiten
- ✓ Komplettes Kreativsanierung all inclusive - Möbel, Accessoires, Bilder, Licht
- ✓ Professionelle Vermarktung inkl. Fotos
- ✓ Kunde kann sich um seine Lebenssituation / Business / Familie kümmern; muss keine zusätzliche Zeit für Suchen oder unnötige Besichtigungen aufwenden
- ✓ bekommt die maßgeschneiderte und perfekte Lösung präsentiert
- ✓ Kreativsanierung unterstützt den Interessenten nicht nur bei seiner Kaufentscheidung, sondern geht noch einen Schritt weiter - sie führt den Interessenten bereits in seine Zukunft
- ✓ Kreativsanierung hilft dem Interessenten seinen Blick nach vorne zu richten und nicht in die Vergangenheit

Neben diesem Hauptservice gibt es weitere Services wie bspw. Relocation oder Tagespauschalservices mit jeweils unterschiedlichen Umfängen und Vergütungen, eine Übersicht ist bei den Erläuterungen zur Preisstrategie zu entnehmen. Die Details zu jedem Service gestalten sich umfangreich.

1.2. Alleinstellungsmerkmale

Home For People GmbH wird mit ihren verschiedenen Geschäftsbereichen Synergien öffnen und von der weiter fortschreitenden Immobilienentwicklung profitieren, da es zur Sicherung der Verkaufs- und Mietpreise immer mehr auf effiziente Präsentation ankommt. Herr Haasemann konnte über andere Tätigkeiten zudem schon mehrere Partner gewinnen, die sowohl als allgemeine Kooperationspartner als auch als Referenzen zu dem Erfolg der Unternehmung entscheidend beitragen werden.

Von Haasemann entwickelte und realisierte Immobilienentwicklungen sind seit 2002 im

Bodenseeraum zu sehen. Als Geschäftsführer ist er dafür verantwortlich, dass alles erledigt wird. Von der Baugenehmigung über die Strategieentwicklung und Projektumsetzung bis hin zum Abschluss der Vermietung und Vermarktung werden alle Schritte systematisch geplant und durchgeführt.

Die natürliche Verwaltungsstruktur des bodenständigen Familienunternehmens erleichtert alles. Eine Struktur mit starkem technischem Wissen und einer gründlichen Projektrendite- und Risikobewertung bietet eine vollständige Rendite- und Risikobewertung für jedes Projekt. Immobilienprojekte des Unternehmens bringen einen Gewinn für das Unternehmen.

Umfangreiches Know-how im Mietsektor wurde in das Geschäft eingebracht und bietet eine konsistente Quelle für Mieteinnahmen, ein grundlegender Baustein für die Erzielung nachhaltiger Gewinne auf dem Immobilienmarkt. Der über Jahre aufgebaute Ansatz zur Förderung und Auswahl vertrauenswürdiger Mieter hat sich bewährt.

Die Geschäftsbereiche der Home For People GmbH können sich gegenseitig unterstützen, sind aber in geringerem Maße auch voneinander abhängig. Es wird zudem davon ausgegangen, dass diverse Investment-Herausforderungen mit hoher Wahrscheinlichkeit zu unterschiedlichen Zeitpunkten zwischen den jeweiligen Servicesparten auftreten werden, so dass eine ausgeglichene Auslastung der Kapazitäten des Geschäftsführers und der infrastrukturellen Ressourcen gewährleistet wird.

Die wichtigsten Alleinstellungsmerkmale von Home For People GmbH liegen im *Sanierung und Wiederverkauf*. Der Haupt-Werbeclaim: Sanierung und Wiederverkauf erhöht den Wert der Immobilie um bis zu 15% und reduziert nachweislich den Kommunikations-/Zeitaufwand im Verkaufsprozess um bis zu 60%, gerade bei Immobilien, die schon sehr lange auf dem Markt angeboten wurden. Home For People GmbH positioniert sich damit auf einzigartige Weise. Raumerlebnisse mit (z.T. bereits in der Wohnung vorhandenen) Möbeln, Materialien, Düften, Licht-und Farbkonzepten werden auf diese Weise ebenfalls einzigartig. Da nur etwa 20% der Menschen in der Lage sind, sich unbewohnte Räume eingerichtet vorzustellen, ist dies ein wichtiges Abgrenzungsmerkmal gegenüber anderen Arbeitsweisen dritter Firmen.

1.3. Vision/Mission

Home For People GmbH als Marke ist Kernessenz und Grundstein der Unternehmensaktivität und steht für Innovation und Einzigartigkeit. Jedem Element des Geschäftsmodells, welches den Namen Home For People GmbH trägt, wohnt ein besonderes Prestige inne.

Menschen erreichen ihr höchstes Potential, wenn sie sich mit den für sie richtigen Räumen verbinden. Die Schaffung eines neuen Bewusstseins im Handeln und Denken in der Immobilienwirtschaft sowie Integration von neuen Werten und Bewertungsgrundlagen zum

höchsten Wohle aller Menschen ist die Hauptvision.

Dieser wichtige Punkt betrifft die Gestaltung neuer Raumfunktionen bei bestehenden Immobilien, z.B. wenn sich die Lebenssituation verändert hat (Auszug der Kinder, Tod des Partners, Begeisterung für ein neues Hobby, Integration eines HomeOffice). Mit dem auch als Mood Coaching genannter Service entstehen Räume mit Seele, die ästhetisch ansprechend und gleichzeitig funktional sind.

Häufig haben die Kunden weder die Zeit noch die notwendige Kreativität. Es fehlt ihnen an Ideen oder am Mut zur Veränderung. Daher suchen sie sich bewusst den „Blick und den Impuls von Außen“. Sie wünschen sich neue Inspirationen und Anregungen. Auch hier stehen die individuelle Lebenssituation, die Wünsche und die Bedürfnisse der Kunden im Mittelpunkt.

Das Mood Coaching verhilft dem Kunden dazu, dass er sich wieder neu in seine Räume verliebt, praktisch neu einzieht und auch hier wieder die Erfahrung macht, dass er sich mit den für ihn richtigen Räume verbinden kann, um sein höchstes Potential zu errichten und dieses für seinen nächsten Entwicklungsschritt oder seine neue Lebenserfahrung zu nutzen.

Home For People GmbH entwickelt ein neues Wohnkonzept, welches eigens auf die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten ist. Mit einem erfahrenen Handwerkerteam schafft Home For People GmbH neue Raumkonzepte, kreative Gestaltungsmöglichkeiten und echte Bindungsmomente.

Strategische Ziele

Home For People GmbH ist kein Partner für Massenware und kein Partner für kleine Unternehmen mit Schnäppchenjägermentalität und produziert keine „durchschnittlichen“ Arbeiten, nach dem Motto „Quantität statt Qualität“. Vielmehr gilt Home For People GmbH als DER Anbieter für herausragende, einmalige, innovative und anspruchsvolle Lösungen für Kunden und Partner, welche einem Leitbild folgen. Was bspw. Finanzberater oft nicht mitteilen, ist, dass Immobilien sich seit jeher als optimale Kapitalanlage erwiesen haben. Immobilien scheinen eine gute Anlageform zu sein, da die Zinsen für Pensionspläne und Girokonten niedrig sind. Die Investition in Aktien und Anleihen bietet eine breite Palette von Anlagemethoden.

Die Beteiligung an Immobilienentwicklungen wird von mehreren großen Unternehmen angeboten. Investitionen auf der Suche nach attraktiven Renditen sollten nur als Taktik und nicht als Ziel an sich betrachtet werden. Wie Schadensersatzforderungen vor deutschen Gerichten zeigen, sieht die Realität häufig ganz anders aus. Wenn die Renditen nicht vorhanden sind oder unter Null liegen, vergessen viele Menschen, dass das Risiko eine kritische Komponente der Rendite ist. Gerade diese Investitionsvorhaben werden stark

gefördert und mögen daher recht sicher erscheinen, in Wirklichkeit sind sie jedoch sehr spekulativ. Es wird innerhalb der Unternehmensstrategie darauf geachtet, den Kunden diese simplen Wahrheiten tagtäglich zu kommunizieren.

Die Vorteile langfristiger Investitionen, die keiner Wartung bedürfen, sind zahlreich. Jeder braucht einen Platz zum Leben, auch in der schwersten Wirtschaftskrise. Bezahlbarer Wohnraum wird immer gesucht und wird in jeder Krise noch stärker nachgefragt. Das zeigen die Ergebnisse bisheriger Erfahrungen. Es ist typisch, dass Anleger vergessen, bestimmte grundlegende Fragen zu stellen, wenn sie direkt mit Investitionen umgehen. Da wäre zum Beispiel die Frage, wie man Risiken verteilt, ohne das investierte Vermögen zu erodieren. Effizienz, Struktur und Knockout-Faktor sind natürlich gleichermaßen wichtig, wenn es um den Gewinn des investierten Geldes geht.

Es stimmt, dass große Unternehmen aufgrund ihrer Struktur kostenintensiver sind als kleinere. Dies führt dazu, dass sie langsamer auf Änderungen reagieren. Auch kleinere Unternehmen können schnell auf Marktveränderungen reagieren, was in der Regel zu einem geringeren Verwaltungsaufwand führt. Die Investition eines größeren Geldbetrags in mehrere Standorte erhöht die Sicherheit für kleine und mittelständische Unternehmen erheblich. Gerade als Kleinunternehmen muss eine Immobilie einen Gewinn für sich erwirtschaften. Sie sichert das Geld, das man in Mietobjekte investiert hat, auch im Falle des kaum auszuschließenden Mietausfalls. Für dieses Projekt sollten Investoren ihr Geld am Bodensee anlegen.

Home For People GmbH soll in Zukunft zu einem Synonym für High-End Real Estate Staging Services werden. Diese Energie, dieser Wille zur Perfektion soll sich in allen Unternehmensbereichen wiederfinden und die Unternehmensentwicklung mit einer klaren Vision vorantreiben. Die Strategie der Firma ist klar die Qualitätsführerschaft. Durch diese Positionierung kann die Home For People GmbH die Marktumgebung an den Top-Standorten vorherrschende Kundenneigungen gut ausnutzen und in dem aktuellen Entwicklungsstadium des Marktes die für ein rasches Wachstum notwendigen Marktanteile sichern.

Die Mission der Unternehmung ist es, dass Interessenten in dem Moment, in dem sie die mit Kreativsanierung inszenierten Räume betreten, wieder bei SICH ankommen; sich ihr System öffnet, sie sich wieder wahrnehmen, sich spüren. Sie bekommen wieder Kontakt zu ihrer eigenen Essenz und finden Zugang zu ihrem vollen Potential und ihren mentalen / emotionalen Ressourcen wieder. So können sie ihren nächsten Entwicklungsschritt erfolgreich meistern. Die Menschen spüren, dass es IHRE Räume sind. Sie verschmelzen mit der Energie und haben positive Bilder für ihre Zukunft.

2. Markt- und Wettbewerbsanalyse

Zunächst ist zu betonen, dass die Home For People GmbH ihren Firmensitz am Bodensee hat, einer der edelsten und beliebtesten Standorte in Deutschland. Zum Zwecke der Markteinschätzung sollen sowohl allgemeine Entwicklungen in der deutschen Baubranche, als auch der Immobilienstandort Bodensee und vorherrschende Tendenzen im Bereich High Net Worth Individuals analysiert werden.

Einfamilien- oder Doppelhäuser aus dem Bestand (älter als 3 Jahre) mit normaler Ausstattung werden am Bodensee zurzeit im Schnitt für 1.287 €/m² zum Kauf angeboten, Neubauhäuser (nicht älter als 3 Jahre) kosten in vergleichbaren Lagen im Schnitt 1.416 €/m². Eigentumswohnungen aus dem Bestand (älter als 3 Jahre) werden in vergleichbarer Lage im Schnitt zu 779 €/m² angeboten, Neubauwohnungen kosten in vergleichbaren Lagen im Schnitt 1.965 €/m².

Die Mietpreise für Häuser aus dem Bestand liegen im Schnitt bei 4,07 €/m², für Neubauten in vergleichbaren Lagen bei 5,94 €/m². Betrachtet man Bestandswohnungen in vergleichbaren Lagen liegen die Mietpreise aktuell bei 4,59 €/m², für Neubauwohnungen in vergleichbaren Lagen bei 6,65 €/m². Die Bruttomietrenditen für Bestandswohnungen fallen mit durchschnittlich 7.1% Prozent im Bundesvergleich hoch aus, genau wie für Neubauwohnungen mit durchschnittlich 4.1% Prozent. Unterm Strich ist der Bodensee damit für Käufer generell sehr attraktiv.

Der Verband Deutscher Pfandbriefbanken (vdp) hat die Immobilientransaktionsdaten von mehr als 700 Kreditinstituten für den gesamtdeutschen Markt ausgewertet und kommt zu der Erkenntnis, dass die Preise für Wohnimmobilien im zweiten Quartal 2021 im Vergleich zum gleichen Vorjahreszeitraum um 10,7 Prozent gestiegen sind. Am größten war der Anstieg bei Eigentumswohnungen. Die Preise dafür sind um 12,9 Prozent gestiegen. Ganze Mehrfamilienhäuser verteuerten sich um 10,4 Prozent, Eigenheime um 10,5 Prozent.

Bei Gewerbeimmobilien spiegelt die Preisentwicklung im zweiten Quartal die weiterhin anhaltende Unsicherheit über die zukünftige Nachfrage wider: Während die Preise im Vergleich zum Vorjahresquartal um 1,1 Prozent nachgaben, verteuerten sie sich gegenüber dem ersten Quartal dieses Jahres minimal um 0,1 Prozent, was insgesamt auf eine Seitwärtsbewegung hindeutet.

Der Vermittler für Immobilienfinanzierungen, BauFi24, hat 200.000 Immobilientransaktionen seit Beginn der Corona-Pandemie untersucht und die Preise zwischen Mai und Oktober 2020 mit denen zwischen November 2020 und April 2021 verglichen. Demnach liegt der durchschnittliche Quadratmeterpreis für eine Eigentumswohnung in Deutschland inzwischen bei 3.065 Euro. Das entspricht einem Preisanstieg von 6,82 Prozent.

In den deutschen Metropolen (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München und Stuttgart) liegt der Quadratmeterpreis sogar im Schnitt bei 5.685 Euro, was einem Plus von gut 6 Prozent entspricht.

Die Preise reichen dabei von unter 2.000 Euro pro Quadratmeter in Gera, Suhl oder Eisenach bis zu über 13.000 Euro pro Quadratmeter in München. Im Schnitt verzeichnete vdpResearch im Jahr 2020 ein Plus von 7,4 Prozent. Und der Boom scheint weiter zu gehen. Für 2021 erwarten die Immobilienexperten einen Anstieg von mindestens vier Prozent. Die regionalen Unterschiede sind in Deutschland sehr groß. Während im Burgendlandkreis in Sachsen-Anhalt gerade einmal elf Nettokaltmieten für den Immobilienkauf aufgewendet werden müssen, sind es im Landkreis Nordfriesland an der Nordsee 72 Nettokaltmieten. Laut dem Postbank Wohnatlas sind 2019 die Immobilienpreise in ländlichen Regionen am heftigsten gestiegen. In der Uckermark in Brandenburg wurden Anstiege von mehr als 48 Prozent verzeichnet. Im bundesdeutschen Schnitt lag der Anstieg bei 9,3 Prozent. In allen größeren Städten, insbesondere Berlin, Hamburg, München, Köln, Frankfurt, Stuttgart und Düsseldorf sind die Immobilienpreise in den vergangenen Jahren explodiert. Sie stiegen laut Marktbericht Wohnimmobilien Deutschland 2020/2021 von Engels & Völkers seit dem 1. Halbjahr 2015 um durchschnittlich 45,2 Prozent und in den vergangenen zwölf Monaten um 8,6 Prozent. In Berlin sind die Kaufpreise für Eigentumswohnungen 2020 laut ZIA am stärksten gestiegen, und zwar um 10,7 Prozent. In der Hauptstadt beträgt der Quadratmeterpreis nun durchschnittlich 4.158 Euro. Hohe Preisanstiege waren auch in Frankfurt und Köln zu beobachten (+10,6 Prozent beziehungsweise +10,5 Prozent). Überwiegend sind die Wohnungspreise 2020 jedoch weniger stark gestiegen als noch 2019. Insbesondere in München scheinen die Kaufpreise mittlerweile ein Niveau erreicht zu haben, das nur noch moderate Steigerungen erlaubt. Ende 2020 lag der mittlere Preis für eine Eigentumswohnung im Bestand bei 7.330 Euro pro Quadratmeter. Das entspricht einer Steigerung von 4,9 Prozent innerhalb eines Jahres.

Auch: Ob Bauholz, Bitumen oder Stahl, die wichtigsten Baumaterialien sind nach Angaben des Statistischen Bundesamtes innerhalb eines Jahres die Preise teils enorm angestiegen, es droht deshalb ebenfalls ein Preisanstieg von dieser Seite her. Trotz oder wegen Corona haben sich Wohnungen und Häuser nicht nur in den Ballungsgebieten, sondern auch im ländlichen Raum deutlich verteuert. Nur bei den Kaufnebenkosten gab es einen leichten Rückgang.

Da Home for the People auch als Bausanierer auftritt, ist es interessant, dass Gebäude in Deutschland, die eine hohe Energieeffizienz haben, durchschnittlich 23 Prozent höhere Preise am Immobilienmarkt erzielen als unsanierte Vergleichsobjekte. Das hat eine Studie der Plattform ImmobilienScout24 im Auftrag des Bundesverbands energieeffiziente Gebäudehülle e.V. (BuVEG) ergeben. Besonders hoch sind die Preisauflschläge bei energieeffizienten Häusern im ländlichen Raum und Altbauten in der Stadt.

Seit dem Jahr 2015 sind die Preise für Ein- und Zweifamilienhäuser nach den Zahlen der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) deutschlandweit insgesamt um rund 35 Prozent gestiegen. Der Anteil der Menschen, die in Deutschland in selbstgenutztem Wohneigentum leben, ist auch deswegen 2018 zum ersten Mal seit 1993 wieder gesunken, wie aus einer Analyse des Berliner Forschungsinstituts Empirica hervorgeht. Demnach leben nur 42 Prozent der Bürgerinnen und Bürger in den eigenen vier Wänden. In keinem anderen Land der EU ist die Wohneigentumsquote so niedrig.

Allein im dritten Quartal 2020 sind die Immobilienpreise in Deutschland weiter gestiegen. Wohnungen und Häuser waren um 7,8 Prozent teurer als im Vorjahreszeitraum, wie das Statistische Bundesamt mitteilte. Immobilien sind in der Corona-Krise die beliebteste Wertanlage der Deutschen, wie aus einer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Yougov im Auftrag des Vermögensverwalters Commerz Real hervorgeht. 56 Prozent der Befragten sehen sie als sinnvoll für die private Vermögensbildung. Vor der Corona-Krise waren es nur 45 Prozent.

Die Baulandpreise in Deutschland steigen seit Jahren an – natürlich mit großen regionalen Unterschieden. So kostete ein Quadratmeter baureifes Land im Jahr 2019 laut Berechnungen des Statistischen Bundesamtes 189,78 Euro – so viel wie nie zuvor. 2009 mussten Bauwillige nur 122 Euro für den Quadratmeter ausgeben. In München kostete im gleichen Jahr 2019 ein Quadratmeter Bauland in bester Lage ganze 5.900 Euro. Zehn Jahre zuvor konnten Käufer den Quadratmeter dort noch für rund 1.600 Euro erwerben.

Grundsätzlich steigen die Preise für Bauland mit der Gemeindegröße. In Gemeinden mit weniger als 2.000 Einwohnern kostet der Quadratmeter baureifes Land im Schnitt 66,04 Euro. In den 14 größten deutschen Städten mit mindestens einer halben Million Einwohnern war es mit 1.128,33 Euro das 17-fache, wie das Statistische Bundesamt berechnete.

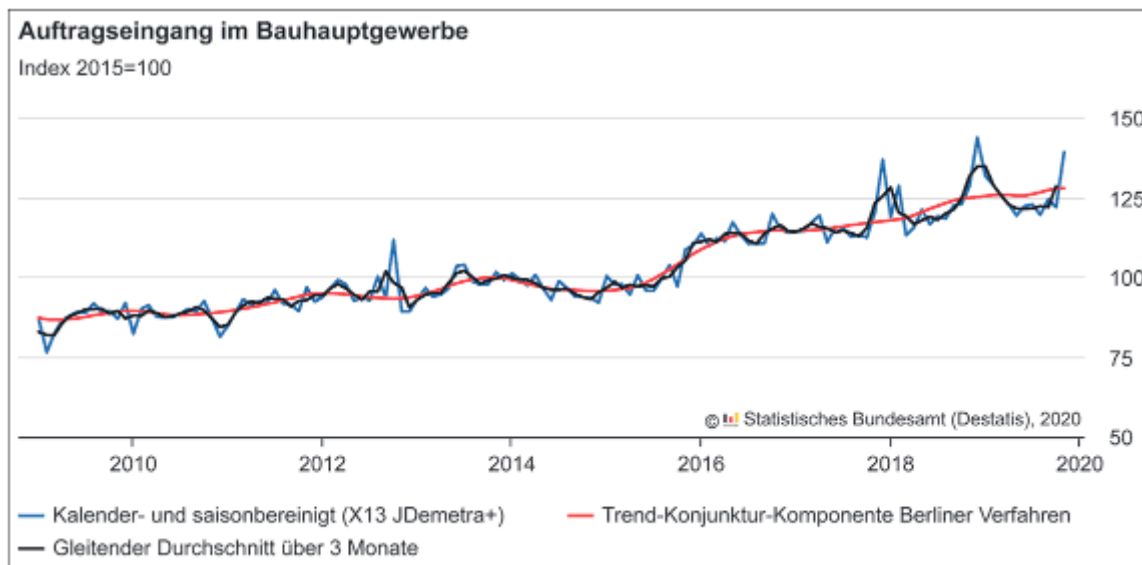
Seit 2007 sind die Kaufpreise für Eigentumswohnungen nach Angaben des Zentralen Immobilien Ausschusses (ZIA) bundesweit um 106 Prozent gestiegen. Dabei gibt es allerdings deutliche regionale Unterschiede. Während in den westdeutschen kreisfreien Städten ein Anstieg um knapp 124 Prozent zu verzeichnen war, betrug dieser in den ostdeutschen Landkreisen lediglich 60 Prozent.

In den Metropolen sinken dabei die Renditen, weil die Mieten dort weniger stark gestiegen sind als die Kaufpreise.

Der Kapitalmarkt ist zunehmend Gegenstand der Politik, die Geldmenge vergrößert sich. Zinsen für Kredite, vor allem Baukredite sind so niedrig wie nie zuvor. Die Kapitalflucht ausländischer Investoren führt zum Erwerb von Immobilien in Deutschland, auch ohne eigenen Bedarf oder angemessene Renditeerwartungen (Betongold). Konjunkturprogramme zur energetischen Verbesserung von Bestandsbauten haben in den letzten Jahren Kapazitäten der Bauwirtschaft gebunden und binden sie weiterhin. Bisher relativ stabile Konjunkturerwartungen lassen Investitionen in einem günstigen Licht erscheinen, besonders in Deutschland.

Auch der Wohnungsbau wird nach vielen Jahren wieder für Investoren interessant, die Wohnfläche pro Einwohner steigt weiter. Vor allem junge Menschen ziehen aus beruflichen und persönlichen Gründen verstärkt in die Großstädte und wirtschaftsstarke Ballungszentren, z. B. Rhein-Main-Gebiet, München, Stuttgart, Köln, Hamburg und seit einigen Jahren Berlin. Auch die große Zahl neuankommender Migranten erfordert schnelle Lösungen der Unterbringung vor allem durch Neubauten. Die Kapazitäten der Bauwirtschaft sind in der Vergangenheit jedoch stetig geschrumpft und die Nachfrage nach Bauleistungen übertrifft die Leistungsfähigkeit der ausführenden Unternehmen inzwischen bei Weitem. Tarifabschlüsse im Baugewerbe verursachten eine Erhöhung der Lohnkosten, zum Beispiel um 5,7% im Jahr 2018.

Der Markt für Bauleistungen ist aus dem Gleichgewicht gekommen. Vermehrt erhalten Auftraggeber auf Ausschreibungen nicht einmal ein einziges Angebot. Infolgedessen stiegen die Preise überdurchschnittlich und teilweise nicht nachvollziehbar. Der Markt für Bauleistungen ist zurzeit schwer einschätzbar. Mit der Fortschreibung bisheriger Preisindices lässt sich dieses Phänomen nicht greifen. Es kommt hinzu, dass die benannten Ursachen regional unterschiedlich wirken. In einzelnen Zweigen der Bauwirtschaft, Regionen oder bei komplexen Bauvorhaben ist die Zahl der Angebote für einen Preiswettbewerb zu gering oder es geht kein Angebot ein.



Quelle: Bau-Hauptverband Pressemitteilung, Hypo Immobilienklima, 2019

Der Baupreisindex des Statistischen Bundesamtes kann diese Entwicklung nur bedingt abbilden. Grundlage der Statistik sind die Preise der Angebote von ausführenden Unternehmen, nicht die Preise der Bauverträge. Wurden vor einigen Jahren in der Privatwirtschaft spürbare Nachlässe im Rahmen von Vertragsverhandlungen vereinbart, so ist dies derzeit kaum möglich. Der Baukostenindex kann die ausbleibende Konkurrenzsituation und somit die teils zwingende Vergabe an hochpreisige Einzelangebote nicht berücksichtigen. Wachsendes Interesse an Fliesen, die gute Auftragslage im Handwerk und am Bau wiesen zuletzt auf eine Stabilisierung des Marktes für Sanierung und Innenausbau in Deutschland hin. Seit März 2020 beeinflusst die Corona-Pandemie die wirtschaftliche Entwicklung und damit auch das Baugeschehen maßgeblich und negativ.

Eine belastbare Prognose der weiteren Marktentwicklung ist derzeit aufgrund der anhaltenden Probleme rund um Mutationen und Impfprobleme kaum möglich. Positiv ist zu bewerten, dass die Bautätigkeit in Deutschland nicht eingeschränkt wurde. So ist im Handwerk die Stimmung überwiegend gelassen, bereits begonnene und beauftragte Arbeiten werden, wo immer möglich, zu Ende geführt. Dementsprechend ist eine große Anzahl von aktiven Baustellen zu beobachten. Die deutschen Hersteller im Bausektor haben ihren Teil dazu beigetragen, die Bautätigkeit weiterhin zu ermöglichen.

Insgesamt kann mit den neusten Zahlen für 2020 ein Umsatzwachstum im Wohnungsbau von ca. 10,5% auf 54,3 Mrd. Euro festgestellt werden. Stabilisierend auf die Nachfrage haben sich die nach dem Wohnungsgipfel umgesetzten Maßnahmen zu Sonderabschreibungen im

Mietwohnungsbau sowie zum Baukindergeld ausgewirkt. Für beide Maßnahmen erachtet der Verband eine Fortführung, anstelle von Befristungen, für sinnvoll.

Die Bevölkerungszunahme ist einer der Hauptfaktoren für die steigende Nachfrage nach Sanierungen. Darüber hinaus hat die Bevölkerungsverschiebung von ländlichen zu städtischen Gebieten in der Welt die Wachstumsrate noch weiter erhöht. Die gesamte Weltbevölkerung wird voraussichtlich bis 2050 9,5 Milliarden erreichen, wobei die städtische Bevölkerung nach Angaben der Bevölkerungsabteilung der Vereinten Nationen mindestens 66,4% der Gesamtbevölkerung ausmachen wird. Eine positive Veränderung des Lebensstandards erfordert eine verbesserte Hygiene und anspruchsvollere Innenräume.

Zum Abschluss soll das allgemeine Investitionsklima in Deutschland und die Situation für Dienstleister, die sich an High Net Worth Individuals richten, betrachtet werden. Mit Großbritannien und Deutschland sind in Westeuropa zwei der wichtigsten Wachstumsmotoren für die globale Investmentaktivität angesiedelt, obwohl der Brexit derzeit die wirtschaftliche Aktivität in gewissem Maße behindert. Mit insgesamt 8 der 20 wachstumsstärksten Länder wird Europa über 20% zum globalen Wachstum dieser Ländergruppe beitragen. Für Westeuropa erwartet man eine jährliche Wachstumsrate von 4,5%, die mehr oder weniger dem globalen Wachstum entspricht, und eine etwas höhere Rate von 6,3% für Osteuropa. Mit Blick auf die regulatorische Standardisierung und interessante Onshore-Märkte wie Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Italien und die Niederlande sowie Schweden und Norwegen behält Europa seinen Status als attraktiver Vermögensverwaltungsmarkt.

Markttendenzen in der speziellen Nische, in der die Home For People GmbH aktiv ist, spielen dabei ebenfalls auch in die Aussichten der Unternehmung ein. Homestaging war zuletzt eine Branche der Interior Designer, sowie der Quereinsteiger und Autodidakten, doch dies ändert sich aktuell rasant. Viele Akteure denken aktuell über professionelles Immobilien-Staging nach, digital wie physisch.

Die Marketingbemühungen der Firmen verschieben sich immer weiter ins Internet und das Digitale durchsetzt sämtliche operative Tätigkeiten. Sobald der Wettbewerb intensiver wird, wird Anforderung an qualitative Komponenten der Staging-Beratung in die Höhe schnellen. Der Preis wird in seiner Position als wichtigstes Kriterium für Beratungskunden geschwächt und kommunikative Qualität wird der entscheidende Faktor. Wenn das geschieht, wird es im Markt Konsolidierung geben. Kunden werden nur noch Berater beauftragen, die viel Erfahrung haben, auf der Herzebene kommunizieren können und exzellente Referenzen vorweisen können.

Das Internet entwickelt sich immer schneller und die Komplexität nimmt ständig zu. Berater haben, gerade wenn sie als Einzelkämpfer unterwegs sind, viele Aufgaben, und es werden

immer mehr. Das Internet durchdringt den Alltag und der Kunde geht dahin über, immer und überall online zu sein. Vor dem Fernseher sitzend, auf Reise, per Wearable. Durch die Spezialisierungserfordernisse, auch sprachlich, wird es deshalb immer schwieriger, den gesamten Markt für alle Kunden abzudecken. Der Fokus auf die spezifische Zielgruppe und Anlagentypen wird daher das Unternehmen entscheidend prägen.

Es macht Sinn, sich mit all diesen Aussichten in kombinierter Dynamik zu beschäftigen, um von den Veränderungen zu profitieren. Anhand der vorliegenden Daten ist deutlich erkennbar, dass das Unternehmen mit hoher Wettbewerbsfähigkeit in einem zukünftig immer ergiebigeren Marktumfeld agiert. Die Weichen wurden bereits von den vergangenen Entwicklungen gestellt, die ökonomische Notwendigkeit für die Leistungen der Unternehmung besteht und die historische Entwicklung weist auf gute Opportunitäten hin. Die Unternehmensentwicklung sollte für die Home For People GmbH auch aufgrund der guten Referenzen und des existierenden Netzwerks rasch und erfolgreich verlaufen.

2.1. Wettbewerbsanalyse

Im Bodensee-Raum gibt es zahlreiche spezialisierte Anbieter mit jedoch völlig unterschiedlich gewichteten Geschäftsfeldern. Auf innovative Kommunikationslösungen können dabei die meisten Unternehmen in der Neukundenakquise nicht mehr verzichten. Um mit dem Endkunden ins Geschäft zu kommen, werden kreative und intelligente Maßnahmen gesucht. Auffällig ist jedoch, dass es angesichts des starken Wachstums aktuell bisher wenige Beratungen gibt, die den Schwerpunkt Homestaging und gezielt emotionalisierte Immobilieninvestment kombinieren. Diese Kombination wird jedoch immer wichtiger werden, wie die Markttendenzen zeigen.

Von den größten Anbietern, die oftmals auch international und mit Nebenfokus auf High Net Worth Käufer agieren, haben einige unter anderem einen Standort in und um den Bodensee. Diese großen Wettbewerber haben meist auch eine eigene Abteilung für das Staging bei Immobilieninvestments, da dieser Bereich aufgrund der Immobilienhausse zuletzt immer stärker in den Fokus rückt. Sie zählen somit zu den Konkurrenten insbesondere in Bezug auf größere Kunden, die die Home For People GmbH allerdings erst langfristig ansprechen will. Hierzu zählen:

Aufgrund von Qualifikationen und Kenntnissen und einer Leistungsbereitschaft auf hohem Niveau geht die Home For People GmbH mit großer Leistungsfähigkeit in den Markt. Die soziale Kompetenz von Herr Haasemann wird in Betrachtung der vorherrschenden Trends im Investmentsektor ebenfalls ein sehr wichtiges Element für eine starke Position sein, auch um die in Eigenregie angelernten In-House Assistenten gut anleiten zu können.

Auf Seiten des Preiswettbewerbs wird sich die Home For People GmbH zu keinem Zeitpunkt auf eine Bieterschlacht einlassen. Durch die Kapazitäten, welche aufgrund der optimalen Symbiose der Gründer innerhalb der Gründungsunternehmung freigesetzt werden, wird sich das Unternehmen erlauben können, ausschließlich in den höherwertigen Leistungsbereichen agieren zu können und den Wettbewerb nur auf diesem Niveau angreifen. Es gilt in diesem Kontext zu beachten, dass die günstigsten Unternehmen als Wettbewerber weniger prädestiniert dafür sind, in einen direkten Wettbewerb mit der Home For People GmbH einzusteigen, da sie es wesentlich schwerer haben, praxiserprobte und optimal individualisierte Moodstaging-Konzepte für die anvisierten Kundengruppen ohne Weiteres zu bewerkstelligen. Und natürlich spielt auch persönliche Sympathie und professionelle Kommunikation eine Rolle, auf die geachtet wird.

Auch die Kombination von Dienstleistungen sowie die Qualität der Kundenbetreuung wird ein Argument im Wettbewerb darstellen. Eine vertikale und langfristig auch noch weiter horizontal ausgleitende Serviceabdeckung im Anlagentypen-Bereich lädt Kunden zu einer langfristigen und extensiven Nutzung der Kooperationsmöglichkeiten mit dem Gründungsunternehmen ein. In allen Bereichen der geschäftlichen Aktivität werden Kunden durch geschickte Kommunikation dahingehend ermutigt, durch Referenzangabe den Geschäftserfolg der Home For People GmbH zu steigern. Eine übersichtliche und professionell formulierte Website sowie die Nutzung vielfältiger Marketingkanäle werden ausschlaggebend dafür sein, die Vorteile der Home For People GmbH am Markt bekannt zu machen (siehe Marketingplan). Wettbewerbsaspekt ist auch das kontinuierliche Streben nach Fortschritt und stetige Implementierung der neusten Technologie.

Trends wie der Nutzung von künstlicher Intelligenz für Reporting und Analyse sowie automatisierte App-Dienste und Zugriff wird die Home For People GmbH ohne Probleme folgen können und nach der erfolgreichen Etablierung im Kernsegment weitergehend technisch ausgefeilte Angebote im Markt platzieren. Auch deswegen wird das Unternehmen dem starken Wettbewerb gut standhalten und die Position am Standort sukzessive erweitern können.

2.2. Zielgruppe

Die aktuelle globale Krise und ihre Folgen sind für alle allgegenwärtig. Einer der Hauptgründe, warum es heute wichtig ist, Ihr Geld mit der richtigen Anlage und Diversifikation zu schützen, ist, dass genau dieses Szenario so wichtig ist. Eine angemessene Kapitalanlage zielt auf eine Vielzahl von Zielen ab, darunter Sicherheit, Werterhalt, Rentabilität, Inflationsschutz, Tracking und vieles mehr. Man erinnert sich an Anlagestrategien, die auf realen Vermögenswerten wie Edelmetallen und Immobilien in wirtschaftlich schwierigen Zeiten basieren. Da die Nachfrage nach Immobilien derzeit sehr hoch ist, werden Immobilien in mehreren Demografien sehr stark nachgefragt. Eine attraktive Immobilie an einem Standort ihrer Wahl und in bestem Zustand sorgt für höhere Erträge und ermöglicht eine Inflationsanpassung.

Im Zuge der Finanzkrise rückten Immobilien als konventionelle und sichere Anlageform immer stärker in den Fokus. Immobilien in Deutschland haben sich für viele Anleger als hervorragendes Investment erwiesen. Da ausländische Großinvestoren das erhebliche langfristige Investitionspotenzial des deutschen Immobilienmarktes längst akzeptiert haben, investieren sie massiv in Immobilienvermögen, um das Beste aus ihren Gewinnen herauszuholen.

Die Home for People GmbH hat sich auf eine bestimmte Personengruppe, wie zum Beispiel Hauskäufer oder Eigenheimbesitzer, mit Potenzial für größere Gewinne auf dem Immobilienmarkt konzentriert. Wir entscheiden uns oft für ein spezifischeres Szenario, das das Wachstum eines Immobilienprojekts mit besonders profitablen Eigenschaften erleichtert. In einer gesonderten Anmerkung können Anleger von einer renditeorientierten Beteiligung an einer Mitunternehmerbeteiligung profitieren, da sie sich an einer einzigartigen Immobiliengesellschaft mit höherem Investitionsvolumen beteiligen können, die sonst nur Institutionen zur Verfügung steht.

- Nationale und internationale Unternehmer, Vorstände, Geschäftsführer, Obere Führungskräfte, Aufsichtsräte, Manager, Rechtsanwälte, Unternehmensberater, die an den Bodensee oder innerhalb der Bodenseeregion umziehen
- Ältere Menschen/Senioren, die ihr Haus aus Altersgründen verkaufen müssen und nun nach einer altersgerechten Wohnalternative suchen
- Erbgemeinschaften, die geerbte Immobilien wertsteigernd verkaufen möchten
- Familien, die nach einer Trennung oder Scheidung ihre Immobilie verkaufen müssen und neue Räume suchen

Im ersten Gespräch mit den Kunden wird in Erfahrung gebracht, welche Ziele der Kunde hat

und ob das Verständnis und Selbstverständnis des Kunden soweit mit der Home For People GmbH-Mentalität harmoniert, und somit eine gute Zusammenarbeit gewährleistet ist.

Eine gute Zielgruppenstrategie ist herauszufinden, was Kunden umtreibt – sprich, welche Punkte bei der Optimierung der Primär-Kommunikationskanäle wichtig sind. Die Erfahrung hat gezeigt, dass man am erfolgreichsten überzeugen kann, wenn man sich auf Vertragspartner und ihre Bedürfnisse einstellt, um den Kunden mit einem zu 100% passenden Maßnahmenpaket zu versorgen.

Auf diesem Wege signalisieren Akteure Vertrauen und wirken um ein Vielfaches glaubwürdiger, vor allem langfristig, als wenn die Interessen und Anliegen der Kunden nicht oder wenig Berücksichtigung finden würden. Soziale Kompetenz ist hier ebenfalls sehr wichtig. Kunden haben im Allgemeinen ein gutes Gespür dafür, ob Agenturen Vertriebsdruck aufbauen, oder aber die jeweils beste Lösung identifizieren und verkaufen möchten. Ein hohes Maß an Charisma im Vertrieb führt auch zu besseren Kundenbewertungen in einschlägigen Internetforen.

2.3. Risiken

Das größte Risiko, dem Home For People GmbH ausgesetzt ist, ist die mangelnde Nachfrage nach Immobilien in Deutschland, insbesondere am Bodensee. Bei der Beurteilung des Marktes besteht seitens der Kunden immer die Forderung, in stabilere Lagen zu investieren. Auf der anderen Seite könnten in Trendorten jedoch Preise bereits so hoch stehen, dass potentielle Anlagemöglichkeiten mit hohem Renditepotenzial eher nicht mehr frei sind.

Auch ist es wichtig, dass teure Marketinginvestitionen zu mehr Umsatz führen und Preise und Leistungen richtig abgestimmt sind. Um die Effektivität der Marketinginvestitionen gut abschätzen zu können, wurde über einen längeren Zeitraum der Wettbewerb beobachtet sowie umfassende Informationen von den bisher im Rahmen der Ausführung der selbstständigen Tätigkeiten der Gründer kooperierenden Partnern eingeholt.

Krankheits- und Unfallversicherungen sowie vertragliche Feinheiten, insbesondere bei Einstellung neuer Mitarbeiter, werden sehr sorgfältig abgeklärt, um rechtlich abgesichert zu sein. Versicherungen werden auch für Bruch- und Diebstahl teurer Laptops zum Einsatz kommen, ein leistungsfähiges Backup-System, Verschlüsselung kritischer Daten und eine professionelle Antivirensoftware schützt das Unternehmen vor Datenverlusten und anderen onlinefinanzspezifischen Risiken, speziell im Bezug auf Cybercrime. Aufgrund des komplexen Charakters des Geschäftsvorhabens ist es extrem wichtig, bei der Leistungsausführung keine Kompromisse einzugehen und den Fokus auf Qualität, Sorgfalt und Zuverlässigkeit zu legen. Nur so können angemessene Preise berechnet werden und nur so können langfristig

professionell arbeitende Unternehmen für Kooperationen gebunden werden. Durch korrekte Ausführung von Aufträgen werden langfristig Zusatzkosten für die Home For People GmbH vermieden und im Resultat durch den Qualitätsfokus sogar günstigere, planbare und transparentere Kostenstrukturen realisiert.

Aufgrund der Erfahrung und Qualifikation des Geschäftsführers sowie dem Vorhandensein eines soliden Geschäftsmodells und diversifizierten Einnahmequellen werden so die zahlreichen Herausforderungen des anspruchsvollen Geschäftsmodells mit hoher Wahrscheinlichkeit gut zu bewältigen sein.

2.4. SWOT-Analyse

Auf der nachfolgenden SWOT-Tabelle sind die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken übersichtlich aufgeführt:

Stärken:	Schwächen:
<ul style="list-style-type: none"> • Personelle Stärke durch erfahrenen und führungsstarken Geschäftsführer • Gutes Kontaktnetzwerk besteht bereits, zudem zusätzliche, signifikante immaterielle Vermögensgegenstände bereits geschaffen • Branche hat viel Potential, da hoher Bedarf 	<ul style="list-style-type: none"> • Kapitalinvestments benötigt, die nicht ausschließlich durch eigene Mittel zu decken sind • Ggf. weitere Marketingbemühungen nötig, hoher Kommunikations- und Anbahnungsaufwand
Chancen:	Risiko:
<ul style="list-style-type: none"> • Investmentstandort Deutschland ist in vielen Ländern hoch angesehen, was skalierendes Wachstum zu einem späteren Zeitpunkt stark erleichtern wird • Top-Immobilien als Investment sind beliebt und werden in den nächsten Jahren bei Investoren weiterhin nachgefragt bleiben 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Nachfrage könnte durch das Auftreten einer Preisblase sinken • Anziehender Wettbewerb • Liquiditätsprobleme

3. Standort

Die Region rund um den Bodensee verfügt über zahlreiche Vorteile um als Standort der Firma eine gute Wahl zu sein. In Bezug auf der Suche nach geeigneten Kunden bietet der Bodensee der Home For People GmbH gute Akquisemöglichkeiten. Der Bodensee ist als gut erreichbarer Standort beliebt und bietet zahlreiche Möglichkeiten für Kooperationen und Networking. Der Friedrichshafener Flughafen ist als Drehkreuz mit guten Verbindungen ebenfalls ein Standortfaktor. Besonders Konstanz ist ein exzellenter Standort für Dienstleistungen für Premium-Immobilienbesitzer.

Miet- und Immobilienpreise sind im Bodenseeraum in den letzten drei bis vier Jahrzehnten aufgrund der lokalen und globalen wirtschaftlichen Instabilität deutlich gestiegen. Immobilien sind in dieser Gegend rund um den Bodensee seit jeher sehr beliebt, da die Nachfrage das Angebot bei weitem übersteigt. Darüber hinaus wird der Wert wahrscheinlich auch in Zukunft steigen.

Auch wenn im letzten Monat weltweit an den Finanzmärkten Milliarden ausgegeben wurden, erzielt Home for People von der Corona-Krise unbeeinflusst die gleichen Mieteinnahmen. Die Wertsteigerung bleibt gleich trotz der verschobenen Zahlungspflicht. Diese Möglichkeiten ergeben aufgrund der gegenwärtigen Krise. Dank des gegenwärtigen politischen Klimas gibt es jetzt einige glückliche Momente.

Es gibt viele mittelständische Unternehmen, die ständig Mitarbeiter brauchen. Eine ständige Nachfrage nach günstigem Wohnraum ist möglich, da es auf dem Markt nicht genügend hochwertige Immobilien gibt. Statt in einen halsbrecherischen Luxusimmobilienmarkt zu investieren, ist nicht nur nachhaltiger und sicherer, sondern langfristig auch rentabler. Es ist davon auszugehen, dass der Verkehrswert der Liegenschaft am Bodenseenähe in den letzten 15 Jahren um 50 % gestiegen ist, während sich der Verkehrswert der Liegenschaft im Rest des Landes nur um 15 % erhöht hat. Der Wertzuwachs im Bodenseeraum ist so groß wie im Rest des Landes.

Liechtenstein, Deutschland, Österreich und die Schweiz spielen im Vierländereck Bodensee jeweils eine eigene Rolle, weshalb diese Länder gut zusammenarbeiten. Aufgrund der reizvollen Landschaft, der ausgezeichneten lokalen Wirtschaft und der positiven Lebenseinstellung genießen die Bewohner dieser Gegend eine gute Lebensqualität.

Die Infrastruktur am Standort ist gut ausgebaut und die Lebensqualität ist hoch, so dass ein produktives, inspiriertes Arbeiten in Balance mit einem ansprechenden Gesellschafts- und Familienleben möglich ist. Gut ausgestattete Büroflächen, von denen es vor Ort reichliche gibt, liefern eine gute Basis für Geschäftsaktivitäten verschiedenster Natur. Schnelle Internetverbindungen sorgen für einschränkungslose Ansiedlung auch internetbasierter

Unternehmen.

4. Partner

Die Home For People GmbH wird durch die vorangegangenen Geschäftsaktivitäten bereits auf ein Kontaktnetzwerk von Anfang an zurückgreifen können. Zudem bestehen Kooperationen auf weiteren Ebenen mit anderen in der Gegend ansässigen Unternehmen. Details und Natur der Kooperationen sollen an anderer Stelle erläutert werden.

Auch das Schwesterunternehmen Lake of Constance Investment ist mit seinem eigenen Kontakten an Geschäftsbeziehungen und einer eigenen Internetpräsenz (lakeofconstance-plc.com) gut vorbereitet, um die Geschäftszwecke von Herrn Haasemann zu unterstützen.



Abb.: Logo der Lake of Constance Investment PLC

5. Marketingstrategie

5.1. Kommunikationsstrategie

Das Hauptaugenmerk der Marketing-Aktivitäten von Home For People GmbH wird naturgemäß auf dem Internetmarketing liegen, da dies am effizientesten alle Geschäftsbereiche der GmbH bekannt machen kann. Zwar bietet man die Dienstleistungen zunächst v.a. am Bodensee an, alles Marketing für Kunden soll aber so formuliert werden, dass es auch an zukünftigen Standorten ohne Probleme übernommen werden kann.

Insbesondere Adwords und Werbung über soziale Karrierenetzwerke wie Xing oder LinkedIn werden eine Rolle spielen. Die Website www.home-for-people.de wurde nach allen Best Practices erstellt und wird zukünftig noch über weitere Instrumente der Lead-Generierung wie Downloads, Merkblätter, Formulare und Showcases verfügen, so dass von dem Besucherverkehr ein substantieller Anteil zur Kontaktaufnahme angeregt wird. Ein sorgfältig durchdachtes Emailmarketing und direkte telefonische Kontaktaufnahme rundet den Marketingmix in dieser Beziehung ab.

Anzeigen in Zeitschriften sind für die Home For People GmbH ebenfalls ein praktizierter Ansatz. Dadurch können lokale Entscheider erreicht und Kunden gewonnen werden, die nicht primär im Internet nach Dienstleistern suchen. Zudem werden bei postalischen Korrespondenzen sowie bei Briefings bei Kunden vor Ort Werbegeschenke und

Informationsbroschüren der Home For People GmbH verteilt werden, in der Erwartung, dass weitere Aufträge durch die Präsenz von Werbeträgern generiert werden können, z.B. dadurch, dass Kunden die Firma im Gespräch mit anderen Kunden erwähnen. Auch wird dadurch die Wahrnehmung der Firma als professioneller Marktteilnehmer gestärkt. Im Detail werden folgende spezifische Maßnahmen verfolgt bzw. werden implementiert.

- Beiträge zu aktuellen Themen, z.B. Wohnen für sensible Menschen, Beratung bei privatem Immobilienverkauf (Checklist „Wie bereite ich meine Immobilie optimal für den privaten Verkauf vor“, „fühlen ist das neue Wohnen“) auf Website, XING, Facebook
- Newsletter über aktuelle Themen
- Mitglied in den XING-Gruppen
- Networking auf den Veranstaltungen der Gruppen
- Verteilung von Motivkarten mit den wichtigsten Informationen zu Home For People GmbH
- Regelmäßige Anzeigenschaltung und Textbeiträge
- Präsenz auf Straßenfesten
- Werbeschaltung auf Litfasssäulen
- Vorträge zum Thema „Kreativsanierung und seine Wirksamkeit“
- Nutzung sonstiger öffentlicher Werbeflächen

Kommunikationsmaßnahmen der Home For People GmbH sind auch eigene Auftritte bei Messen. Viele Networking-Events und Vortragsreihen sind auch speziell für kleine und mittlere Unternehmen konzipiert und bilden einen optimalen Rahmen für den Austausch mit anderen Unternehmen.

Die wichtigste Vertriebskomponente ist zu jedem Zeitpunkt allerdings der direkte Kundendialog. Im Vertriebsgespräch mit den Entscheidern der Zielgruppe kommt der Informations- und Beratungsqualität besondere Bedeutung zu. Dem idealen Zielkunden wird es wichtig sein, dass Berater selbstsicher, glaubwürdig und kompetent auftreten, ohne den Kunden unter Kaufdruck zu setzen. Umfassende Kenntnisse über die jeweilige Branche des Kunden sind unerlässlich, um Kunden nicht nur qualifiziert, sondern auch situationsgebunden zielführender als der nächste Wettbewerber zu betreuen.

5.2. Preis

Die Home For People GmbH Agentur bewegt sich im Bereich der High-End Real Estate

Investment Projekte, welche ab einem Investmentwert von mindestens 100.000 Euro beginnen und einen generellen Stundensatz von wenigstens 75,00 Euro ermöglichen sollten, zzgl. verschiedener Provisionen abhängig von der Art des Auftrags.

Verkauf einer leeren/unbewohnten Immobilie inkl. Sanierung und Wiederverkauf

Bei einem Immobilienverkauf orientiert man sich an der am Bodensee „marktüblichen“ Provision in Höhe von 6% inkl. 19% MwSt. Diese wird vom Käufer entrichtet.

Vermietung einer Immobilie inkl. Sanierung und Wiederverkauf

Preise bei Vermietung inkl. Kreativsanierung 2,38 Nettokaltmieten inkl. MwSt. zuzüglich Leihgebühr für Möbel, Accessoires. Die Preise können je nach Aufwand und Wünschen variieren und entsprechend angepasst werden. Dies ergibt sich im Rahmen der Bedarfsanalyse.

Komplettpaket (all-inclusive-Package) bei Verkauf einer leeren oder geerbten Immobilie:

1% bis 3% des angestrebten Verkaufspreises - je nach Größe und Zustand des Objektes sowie in Abhängigkeit zum gewünschten Kaufpreis – ebenso denkbar ist eine individuelle Einpreisung von Kreativsanierung analog zum Preis.

Tagespaket (one day package) bei Verkauf einer bewohnten Immobilie (in Zusammenarbeit mit dem Kunden):

ab 599,00 Euro zzgl. 19% MwSt. inkl. Fotoaufnahmen für das Exposé

Preise:

- Wohnfläche bis 100 qm: 599,00 Euro
- Wohnfläche von 101 bis 140 qm: 799,00 Euro
- Wohnfläche ab 141 qm: ab 899,00 Euro

Kreativsanierung Paket (do it yourself), wenn Kunde sein Objekt selbst verkaufen möchte

Das ca. 1,5-stündige Beratungsgespräch (je nach Größe des Objektes) wird mit einem Preis von 299,00 Euro (inkl. MwSt.) berechnet.

Umzugsdienste

Werden individuell bepreist.

Die Auftragsausführung der Dienstleistungen der Home For People GmbH orientiert sich qualitativ an dem Maßstab der Spitzenklasse. Durch die Zusammenarbeit mit loyalen Kundenunternehmen und dem Abschluss langfristiger Verträge soll zudem eine höhere Planbarkeit der Umsätze sowie zugleich ein Kundenbindungsvorteil im Wettbewerbsvergleich bei der Ausführung von Aufträgen erreicht werden.

Den Qualitätsanspruch wird die Home For People GmbH in allen Kommunikationsmaßnahmen besonders hervorheben, um die seriöseren, zahlungskräftigeren Kunden zu gewinnen. Tendenziell will sich das Gründungsunternehmen komplett im Premium Segment ansiedeln, auch um den In-House Mitarbeitern ein attraktives Gehalt zahlen zu können.

6. Der Geschäftsführer

Herr Cord Haasemann wird die Home For People GmbH als Geschäftsführer dank zahlreicher Qualifikationen gut leiten können. Aufgrund zahlreicher beruflicher Stationen in unmittelbarer Nähe, viel Praxiserfahrung im Bereich Sanierung und gutem Immobilienverständnis bringt Herr Haasemann ein ideales Gerüst an Stärken mit. Herr Haasemann verfügt zudem über bemerkenswerte Soft Skills, wie eine problemlösungsorientierte Arbeitsweise, Teamfähigkeit und sehr gute analytische Fähigkeiten. Durch eine auf Systematik beruhende Arbeitseinstellung, Kommunikationsfähigkeit und schnelle Auffassungsgabe ist er hocheffizient in allem, was er anpackt.



Er kann sehr gut mit Führungsverantwortung umgehen, da er viele Jahre als Bauleiter gearbeitet hat und dort in ständiger Absprache mit Architekten, Bauherren etc. war. Er war auch mit eigenen Baustellen selbständig und hat zudem langjährige Erfahrung im Facility Management bei der MTU (hier war er für die Trinkwasseraufbereitung und -verarbeitung sowie die Einhaltung der Hygienevorschriften für ca. 4.200 Mitarbeiter verantwortlich).

Zudem hat Herr Haasemann privat 12 Wohnungen in Vermietung und Verwaltung. In der Position innerhalb der Lake of Constance PLC (in Zusammenarbeit mit der Home for People GmbH) ist die kompetente Leitung der Koordination von Handwerkern, Architekten, Statiker, Gipser und allen anderen Gewerken, welche zur Verwirklichung der Immobilien nötig sind, sehr wichtig. Aufgrund seiner beruflichen Stationen ist er hierzu optimal in der Lage.

- Ausbildung Gas-Wasserinstallateur (1982-1983)
- Monteur (1983-1986)

- selbständiger Monteur (1986-1989)
- selbständiger / bauleitender Monteur (1992)
- mit eigenen Baustellen tätig (1993-1995)
- leitender Mitarbeiter, Seminarleiter Förderverein Miteinander (1995-1997)
- Subunternehmer (1999-2018)
- Facility Management im eigenverantwortlichen Bereich (2018-heute)

Herr Haasemann konnte in all seinen Betätigungen die Erwartungen der Arbeitgeber und Kunden erfüllen und unterhält weiterhin gute Beziehungen bzw. laufende Projekte mit Entscheidern. Diese guten Beziehungen in Verbindung mit Partizipation in branchennahen Vereinigungen sowie abgeschlossenen Weiterbildungen und Zertifizierungen werden mit Sicherheit dazu beitragen, weitere Kunden leicht akquirieren zu können. Standortkenntnisse, in Verbindung mit über die Jahre erworbenen Soft-Skills im Bereich Teamführung und Projektmanagement, werden dem Deutsch-Muttersprachler helfen, seiner Geschäftsführertätigkeit vollumfassend gerecht zu werden.

7. Mitarbeiterplanung

Es werden innerhalb der nächsten 5 Jahre für wachsende Bestandteile der Projektarbeiten In-House Experten und Assistenz ausgebildet. Mit einem achtsamen Vorgehen bei Personaleinstellungen kann das junge Unternehmen Fixkosten drücken und flexibler agieren. Auf 10-Jahressicht ist geplant, 4-6 weitere feste Mitarbeiter/innen einzustellen, um die Kapazitätsplanung zu vereinfachen und eine bessere Sicherheit zu erlangen.

Langfristig werden weitere Geschäftsführer und/oder Spezialisten in den angestrebten Geschäftsbereichen eingestellt, um die Firma im Sinne stärkerer Profitabilität noch leistungsfähiger zu machen und den innerbetrieblichen Ablauf zu stärken und effizienter zu gestalten. In den ersten drei Geschäftsjahren werden allerdings die meisten erfolgsentscheidenden Tätigkeiten von dem Gründern und seinem Kernteam von lediglich zwei weiteren Personen vorgenommen.

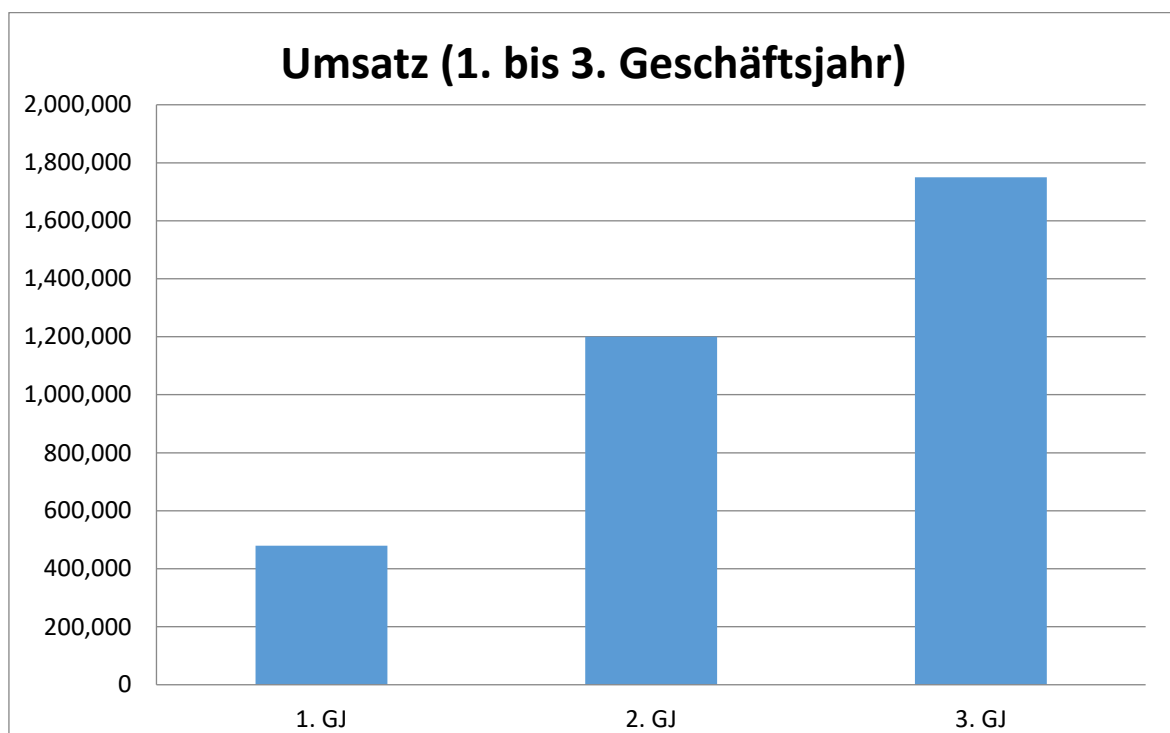
8. Finanzplanung

8.1. Erläuterungen

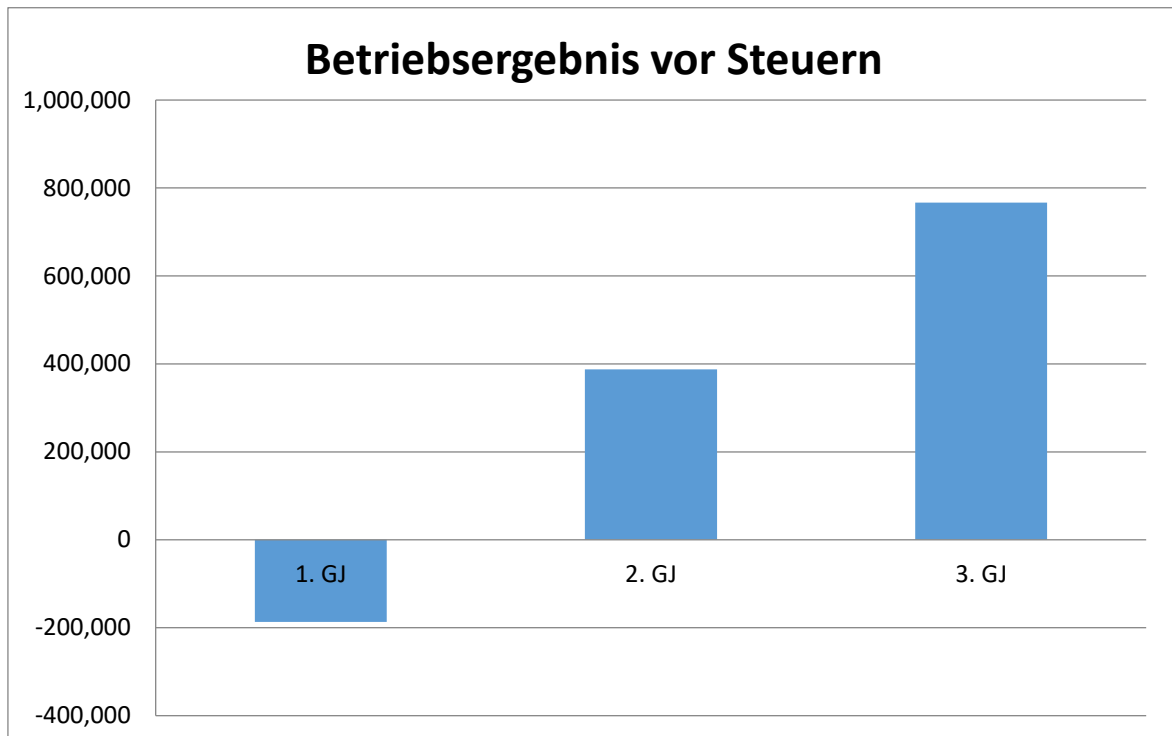
Es stehen dem Unternehmen die versunkenen Investitionen und liquiden / halbliquiden Mittel des Gründers zur Verfügung, die nunmehr mit einer Fremdkapitalfinanzierung aufgestockt werden müssen, um die längerfristige Entwicklung zu finanzieren. Die Home For People GmbH

wird aufgrund der vorhandenen Kontakte das Geschäft immer dynamischer betreiben können und mit den bekannten Partnern gute Zahlungsziele vereinbaren, um Liquiditätsreserven schonen zu können.

Es wird trotz mittelfristig weiterhin signifikanten Expansionskosten (Marketing- und Anbahnungsinvestitionen) damit gerechnet, dass die Home For People GmbH durch straffe Organisation der innerbetrieblichen Abläufe und der engen Kooperation mit Kunden und Partnern ohne weitere Fremdkapitalfinanzierung in den nächsten 3 Geschäftsjahren auskommen und aus eigener Kraft wachsen wird.



Quelle: Finanzplan, Schätzungen des Gründers



Quelle: Finanzplan, Schätzungen des Gründers

8.2. Kapital

Der Gründer hält ca. 830.000,- Euro Kapital am Unternehmen, der größte Teil wurde bereits investiert / anderweitig eingebracht. Es wird aktuell eine Fremdkapitalfinanzierung i.H.v. 8 Mio. Euro benötigt.