

# IMMOBILIEN PROFI

Alles für den schönsten Beruf

Makler-CMS  
Kopflös  
ins Web



Makler-CRM  
Welches  
für wen?

# Welches Makler-CRM ist das beste (für mich)?

Robert Kaiser

Die Digitalisierung von Unternehmen und Gesellschaft ist ein essenzielles Thema unserer Zeit. Auch in Maklerunternehmen stehen sehr große Veränderungen ins Haus und erfordern die Anpassung der Prozesse. Customer Relationship Management (CRM) Systeme deshalb im Mittelpunkt unserer Betrachtung.

Ein CRM System ist in Maklerunternehmen die zentrale Softwarelösung. Hier laufen alle Fäden zusammen. Der Aufwand, ein CRM zu wechseln, ist sehr hoch. Viele Mitarbeiter im Unternehmen sind lange vor und nach der Umstellung mit der Auswahl und der Migration beschäftigt.

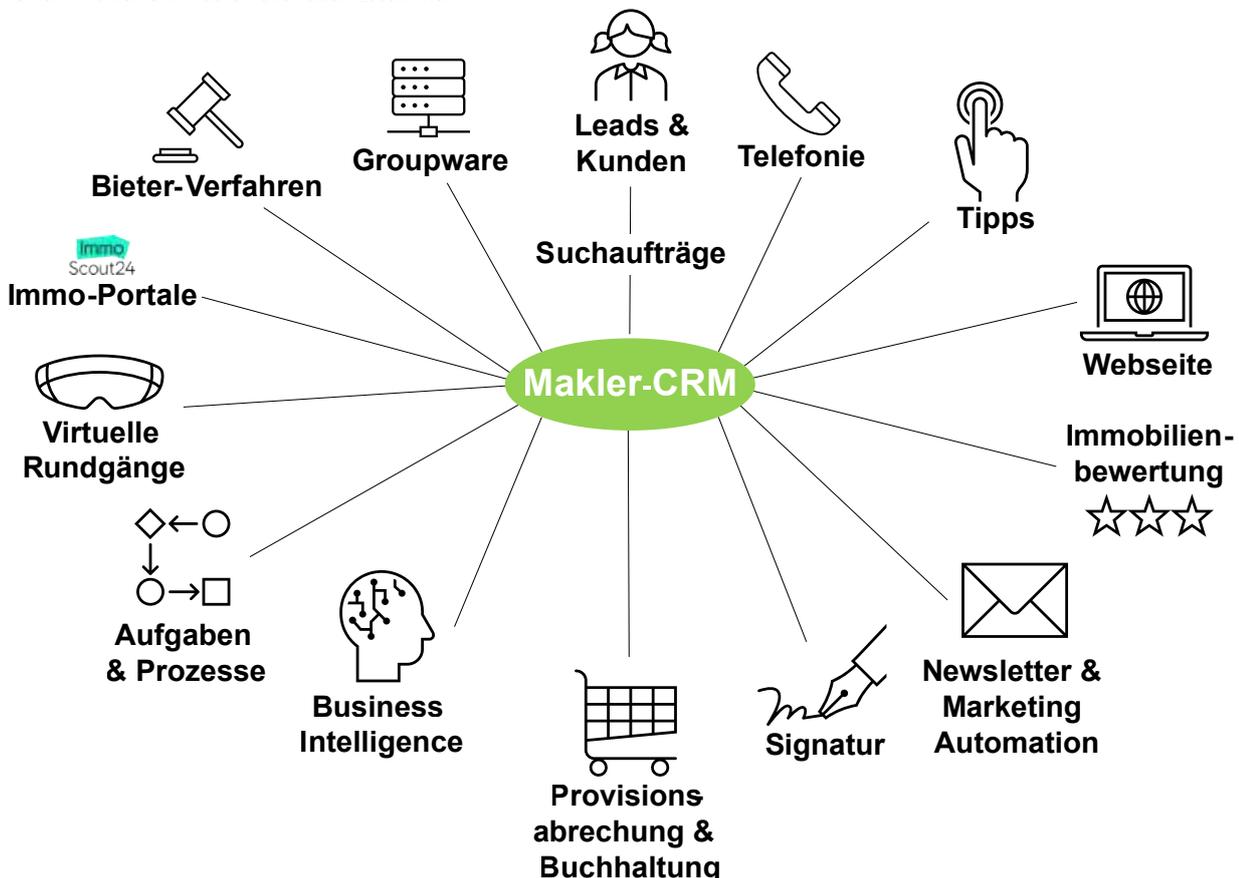
”

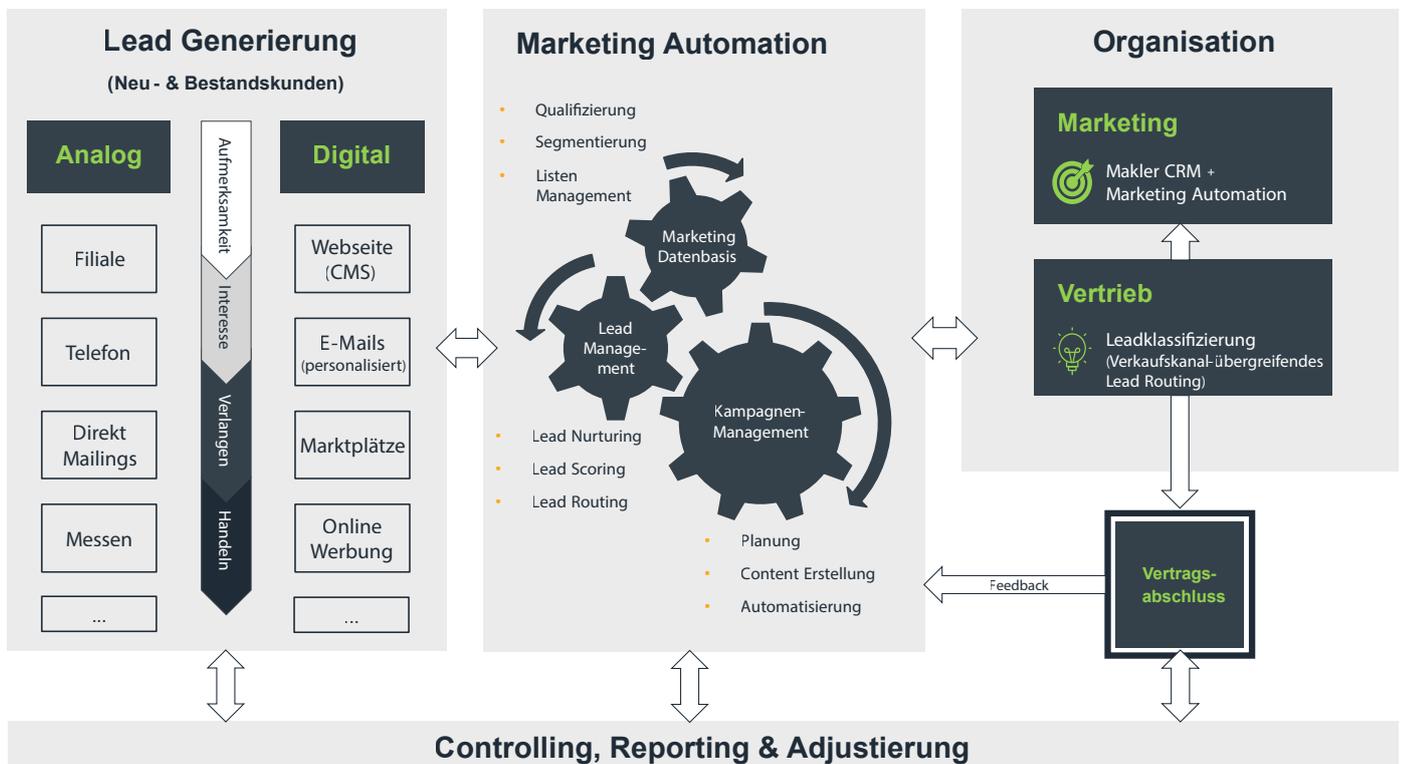
Die Entscheidung für ein CRM trifft man meistens nur einmal in einem Jahrzehnt. Prüfen Sie daher sorgfältig, welches CRM am besten zu Ihnen passt.“

Der Fokus der Firma ist häufig, während der Zeit des Umstiegs stark nach innen gerichtet. Daher sollte die Auswahl des passenden CRM-Systems entsprechend sorgfältig abgewogen werden.

Basierend auf den in unserer Beratungspraxis gemachten Erfahrungen bei der Einführung neuer Software bei Immobilienmaklern, werden wir Ihnen in diesem Beitrag folgende Fragen beantworten:

In einem Makler-CRM laufen alle Fäden zusammen





Transformation des Immobilienmaklers zum Hybrid-Makler

- Was sind die wesentlichen Aufgaben eines Makler-CRMs?
- Wo stößt ein CRM an seine Grenzen?
- Welche Aspekte sollten Sie bei Ihrer CRM-Auswahl auf jeden Fall mit betrachten?
- Wer sind die führenden CRMs für Makler?
- Wie gehe ich am besten bei der Auswahl meines CRMs vor?

## A. Was macht ein Makler-CRM?

CRM oder Customer Relationship Management ist **Kundenbeziehungsmanagement**. Es geht also um ein systematisches Vorgehen bei der Gestaltung der Beziehung und Interaktionen eines Maklers mit bestehenden und potenziellen Kunden. Da die Kundenkontakte eines Maklers in der Regel mit einer Immobilie zusammenhängen, werden im Makler-CRM auch alle **Objekte** erfasst und deren Übertragung an die Immobilienportale gesteuert. Hieraus ergibt sich der Vorteil, dass sämtliche Informationen zu und Interaktionen mit Kunden und Objekten im CRM übersichtlich abgebildet werden.

Damit dies effizient geschehen kann, ist es wichtig, dass zu allen wesentlichen Kommunikations- und Marketing-Kanälen über **Schnittstellen** Informationen ausgetauscht werden. Erreicht Sie z. B. eine E-Mail oder ein Anruf oder erstellt ein Website-User einen Suchauftrag, sollte dies automatisiert im CRM beim Kundendatensatz protokolliert werden.

## B. Was sind die Grenzen eines Makler-CRMs?

Ein Makler-CRM hat auch Grenzen.

### 1. Reporting & Auswertbarkeit

Die liegen z. B. bei der Auswertbarkeit. Aufgrund der Vielzahl an Informationen, die in einem CRM gesammelt werden, zeigt die Erfahrung, dass die Anforderungen größerer Maklerunternehmen nicht durch die Standard-Reportings und Dashboards eines Makler-CRMs abgedeckt werden können. Hier werden Ihnen auf die Auswertung großer Datenmengen spezialisierte Softwarelösungen wie z. B. #powerBI aus dem Hause Microsoft, Tableau aus dem Hause

Salesforce oder Qlik bessere Dienste leisten können. Für den Datenabgleich zwischen Makler-CRM und Business Intelligence Lösung ist eine funktionsstarke Schnittstelle (API) bei Ihrem Makler-CRM Voraussetzung.

### 2. Marketing Automation

Gerade, wenn

- Sie eine gewisse Unternehmensgröße haben,
- für Sie Marketing Automation ein wesentlicher Bestandteil Ihrer Digital-Strategie ist, und
- Sie eine funktionsstarke Webseite als Hub für Ihre digitalen Aktivitäten sehen,

dann werden Sie mit den Möglichkeiten Ihres Makler-CRMs schnell an dessen Grenzen stoßen. Hier sollten Sie sich nach spezialisierten Lösungen umschauen, die diese Lücke schließen können. Das könnte in Abhängigkeit von Ihren Anforderungen und finanziellen Möglichkeiten z. B. HubSpot oder Sendinblue sein. Wenn Sie ein sehr großes Maklerunternehmen sind, könnten Sie auch Salesforce mit in Ihre Betrachtung einfließen lassen. Vergleichen lohnt sich auch hier, da Funktionen und Preise der Anbieter stark variieren.

Marketing Automation kann auf dem Weg der Transformation eines großen Immobilienmaklers zum Hybrid-Makler ein wesentlicher Baustein sein.



### 3. Newsletter

Makler-CRMs können Newsletter versenden, aber ab mehreren Hundert Empfängern ist es nicht mehr ratsam, weil Ihre E-Mails es dann mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht mehr in den Posteingang Ihrer Newsletter Abonnenten schaffen. Hier sollte je nach Ihren Anforderungen ein spezialisiertes Newsletter-Tool zum Einsatz kommen, etwa Mailchimp, Sendinblue, Mailgun by Sinch oder GetResponse. Vergleichen lohnt sich auch hier, da Funktionen und Preise der Anbieter stark voneinander abweichen.

## C. Worauf sollten Sie bei der Entscheidung für ein Makler-CRM achten?

Erstellen Sie Ihre Anforderungen an Ihr zukünftiges CRM. Wichtige Fragen sind:

- Wie ist Ihre Unternehmensgröße und sind Sie ggf. Teil einer größeren Institutsgruppe? Kleine Makler, mittelgroße Makler, Großbetriebe und in Bankensysteme eingebundene Makler haben ganz unterschiedliche Anforderungen. Bei Banken-verbundenen Maklern spielen z. B. häufig die Revision-Anforderungen der Mutter eine größere Rolle.
- Wie sieht Ihre Unternehmens-, Digital- und IT-Strategie aus?
- Planen Sie eine funktionsstarke Website, die Daten aus dem CRM benötigt und auch Daten ins CRM hineinschreiben soll?
- Ist Ihnen eine tiefgehende Integration mit Microsoft365 wichtig?
- Ist eine Schnittstelle ins Kernbankensystem zu Ihrer Konzern-Sparkasse / Volksbank relevant für Sie?
- Sind Gewerbe-Immobilien ein relevantes Geschäft, aus dem sich spezielle Anforderungen an das Makler-CRM ergeben?
- Muss das CRM umfangreich individuell an das eigene Unternehmen angepasst werden oder möchten Sie lieber auf einem erprobten Branchen-Standard aufsetzen?

Ihre Anforderungen sollten Sie in einem Katalog zusammenfassen, der vorrangig die folgenden Themen für die Bereiche Vertrieb, Vertriebsunterstützung und die Corporate Services (Management, Marketing, IT, Finanzen, Personal) abdeckt:

- Active Directory & Sicherheit: Ist Ihnen z. B. eine tiefe Integration mit Microsoft Azure wichtig oder wollen Sie aus Datenschutzgründen möglicherweise genau das



Möchten Sie in einer Suche übergreifend über Adressen, Objekte und Aktivitäten suchen können? Sind Ihnen statische Arbeitslisten und private Filter wichtig?“

nicht? Möchten Sie eine Zwei-Faktor-Authentifizierung oder ggf. mit Ihrer Windows Anmeldung eine automatische Anmeldung im Makler-CRM?

- Groupware (v.a. E-Mail, Kalender, Aufgaben und Arbeitsabläufe): möchten Sie z. B. eine bidirektionale Schnittstelle zu Outlook365 von Microsoft nutzen? Wollen Sie zu einer E-Mail einen internen Chat-Verlauf erstellen können, um sich zu einer E-Mail intern mit KollegInnen auszutauschen?
- Auswertungen: Möchten Sie funktionsstarke Auswertungen fahren und z. B. #PowerBI Reports von Microsoft unter Berücksichtigung Ihres Rollen- und Rechte-Konzepts integrieren?
- Adressen: Ist es Ihnen z. B. wichtig, Adress-Hierarchien für Konzern-Strukturen abbilden zu können?
- Objekte: Benötigen Sie z. B. eine dritte Objekt-Ebene für Areale oder Quartiere neben Einheiten und Objekten?
- Exposés und Portalübertragung: Möchten Sie mehrere unterschiedliche Exposévorlagen verwenden?
- Suchen und filtern: Möchten Sie in einer Suche übergreifend über Adressen, Objekte und Aktivitäten suchen können? Sind Ihnen statische Arbeitslisten und private Filter wichtig?
- Faktura: Möchten Sie z. B. eine integrierte Faktura-Lösung, sodass Sie alles in einer Software haben oder möchten Sie Ihre Faktura Lösung anbinden?
- Rollen-Rechte-System: Fahren Sie ein eher offenes oder sehr restriktives Berechtigungskonzept? Ist es Ihnen z. B. wichtig, Aktivitäten bestimmter Mitarbeiter bei bestimmten Objekten und Adressen auszublenden? Wollen Sie einzelne Informationen in einem Adress- oder Objektdatensatz verrechten?
- Mobiles Arbeiten: Ist Ihnen eine funktionsstarke mobile App oder Website wichtig? Möchten Sie z. B. Fotos für Objekte von unterwegs über Ihr Smartphone hochladen, speichern und umbenennen können?
- Offenheit & Erweiterbarkeit: Ist Ihnen eine gute Dokumentation der Anwendung insgesamt und eine offene Schnittstelle für eine individuelle Programmierung, etwa für eine funktionsstarke Website wichtig?
- Nutzerfreundlichkeit & Service-Orientierung: Bedeutet es Ihnen viel, eine gute Dokumentation und Video-Anleitung für das Onboarding Ihrer Mitarbeiter zu haben?
- Performance & Stabilität: Ist Ihnen eine hohe Ladegeschwindigkeit besonders wichtig?

## D. Welche Makler- CRMs sollten Sie sich anschauen?

Es gibt zahlreiche Anbieter von Makler-CRMs. Wir konzentrieren uns in diesem Beitrag auf die fünf führenden Makler-CRM Lösungen von estatePro, FIO, Flowfact, onOffice und Propstack (Sortierung in alphabetischer Reihenfolge). Nicht betrachtet werden in diesem Beitrag die Systeme der Branchen übergreifenden CRM Anbieter wie z. B. Salesforce, da die einmaligen Customizing-Aufwände sowie die laufenden Betriebskosten erfahrungsgemäß deutlich über denen der spezialisierten CRM-Anbieter liegen und damit das Budget der meisten Makler sprengen.



### 1. estatePro

estatePro

estatePro ist seit 1991 am Markt und ein Geschäftsbereich von immowelt. Das Produkt ist vorwiegend für größere Gewerbeimmobilienmakler, Projektentwickler und Bauträger interessant.

#### Besondere Stärken (Auswahl)

- Gewerbeimmobilienmakler werden die Möglichkeit zur Abbildung ganzer Areale und Quartiere über Stammobjekte, Etagen bis runter auf die Einheit schätzen;
- Vor allem für Investment Immobilien ist das Angebot von Datenräumen in der eigenen Cloud attraktiv;
- Möglichkeit zur komfortablen Abbildung von Mietverträgen mit automatischer Erinnerungsfunktion vor Mietvertragsende.

#### Ausbaupotenziale (Auswahl)

- Die Software muss lokal installiert werden. Hierfür gibt es Systemvoraussetzungen, die zu beachten sind, wie z. B. softwareseitig der Einsatz von Microsoft Produkten auf Ebene des Betriebssystems, des Netzwerks, des Textsystems, des E-Mail-Systems und des Datenbank-Systems.
- Es gibt fast keine offenen Schnittstellen, um hierüber auf die Daten zuzugreifen. An einer Cloud Version wird bei estatePro gearbeitet. Immowelt hat im Dezember 2021 einen ersten sehr überschaubaren Teil von estatePro über eine neue Webanwendung verfügbar gemacht. Seitdem gibt es keine von außen sichtbaren Fortschritte;
- Die mobile Anwendung über Tablets und Smartphones ist limitiert. Die Nutzung auf Tablets ist nur mit einer Tastatur funktional.



## 2. FIO

Der FIO Webmakler ist besonders bei mit Sparkassen und Volksbanken verbundenen Maklern beliebt. FIO gehört zur börsennotierten Hypoport SE, zu der u. a. auch Dr. Klein gehört. Der Webmakler hat eigenen Angaben zufolge bei Sparkassen einen Marktanteil von ca. 90 Prozent, bei Volks- und Raiffeisenbanken von etwa 50 Prozent.

### Besondere Stärken (Auswahl)

- FIO verfolgt wie Apple den Ansatz eines geschlossenen Öko-Systems. Viele für Immobilienmakler relevante Komponenten aus dem Hypoport Konzern sind bereits in den FIO Webmakler integriert, wie z. B. eine Applikation für virtuelle Besichtigungen, ein Bieterverfahren oder die Erstellung von Wertgutachten. Bei den Marktbegleitern müssen hierfür meistens separate Produkte genutzt werden.
- Die Schnittstelle in die Kernbankensysteme der Sparkassen und Volksbanken macht es einfach, Immobilien Tipps hieraus an den hauseigenen Makler zu geben; umgekehrt kann der Makler unkompliziert Baufinanzierungen an die Bank tippen.
- Das interaktive Exposé ist funktionsstark und kann z. B. auch Zinssätze für eine passende Baufinanzierung enthalten.

### Ausbaupotenziale (Auswahl)

- Der FIO Webmakler verfügt aktuell über den OpenImmo Standard für den Austausch von Immobiliendaten im Internet hinaus über limitiert extern zugängliche Schnittstellen, über die man etwa Adressdaten mit dem CRM austauschen oder Prozesse triggern kann. Das limitiert die Entwicklung einer funktionsstarken Website in Hinblick auf einen geschlossenen Nutzerbereich durch Web-Agenturen.
- Das geschlossene Öko-System hat den Nachteil, dass es nicht ohne Weiteres um externe Anwendungen außerhalb des Öko-Systems erweiterbar ist. Wenn etwa einen anderen Anbieter ergänzend zum Einsatz kommen soll, ist dies nicht ohne Weiteres in das FIO Öko-System integrierbar.
- Aufgaben und Workflows könnten für die Zusammenarbeit im Unternehmen noch funktionsstärker sein. So ist es beispielsweise nicht möglich, Aufgaben im Rahmen einer Objektaufbereitung mit Kollegen zu teilen, zu kommentieren oder mit Anlagen zu versehen, um kollaborativ am Projektfortschritt zu arbeiten.

FIO arbeitet nach eigenen Angaben daran, die Potenziale externer Anwendungen und ausgewählter Partner in die Systemlandschaft zu integrieren oder zugänglich zu machen.

## 3. Flowfact

Die Kölner waren mit der „Performer-Version“ lange Zeit der Platzhirsch unter den Makler-CRMs. An die Stelle des Performers ist eine neu entwickelte Cloud-basierte Lösung getreten, die mit hoher Geschwindigkeit weiterentwickelt wird. Flowfact grenzt sich gegenüber dem hauseigenen Marktbegleiter Propstack vorrangig mit seiner Commercial-Edition für Gewerbeimmobilienmakler ab. Flowfact ist ein Tochterunternehmen von ImmoScout24.

### Besondere Stärken (Auswahl)

- Für Gewerbemakler attraktive Funktionalitäten sind u. a. der sogenannte Stacking Plan, also die grafische Darstellung der Vermarktungssituation eines Mehrparteien-Objekts und die Möglichkeit, unterschiedliche Marketing-Exposé-Varianten zu einem Gewerbeobjekt anbieten zu können.
- Flowfact ist stark individualisierbar. Neben individuellen Feldern kann das CRM auch um sog. Schemata erweitert werden, um etwa Quartiere oder Mietverträge besser abbilden zu können.
- Das CRM ist tief mit Microsoft365 integriert.

### Ausbaupotenziale (Auswahl)

- Der Kalender des CRMs hat noch nicht den vollständigen Funktionsumfang, sodass der Outlook / Google Kalender zusätzlich parallel genutzt werden sollte. So ist es noch nicht möglich, Video-Konferenz-Links von Teams direkt in Termine einzufügen oder Ressourcen (Räume / Hardware / Autos) für einen Termin zu buchen.
- Mit dem bestehenden Rollen-Rechte-System ist es aktuell nicht möglich, einzelne Informationen innerhalb von Objekt- und Adressdatensätzen für bestimmte Nutzer oder Gruppen ein- oder auszublenden.
- Die Nutzerführung wird von Usern als optimierbar beschrieben. Etwas, das Flowfact erkannt hat und eine hohe Priorität im Jahr 2023 haben soll. Daneben ist die Dokumentation der Funktionalitäten noch stark ausbaufähig.



Laden Sie die CRM-Anbieter zu einer Produktvorstellung ein, lüchtern Sie sie mit Ihren Fragen, besorgen Sie sich Testzugänge und testen Sie die Makler-CRMs auch selbst.

#### 4. onOffice



Das CRM aus Aachen ging 2001 an den Start und hat 35.000 Anwender. onOffice ist anders als seine größten Marktbegleiter in Privatbesitz von Stefan Mantl.

##### Besondere Stärken (Auswahl)

- onOffice Kunden schätzen die Funktionstiefe und -vielfalt des CRMs insbesondere den Prozessmanager, mit dem weitgehende Prozessautomatisierungen möglich sind. onOffice ist stark individualisierbar.
- Über den Marketplace kann onOffice um weitere Software erweitert werden, um etwa Grundrisse bei einem anderen Anbieter zu ordern.
- Zudem ist onOffice das einzige CRM mit einer eingebauten Faktura-Lösung.

##### Ausbaupotenziale (Auswahl)

- Die Übersichtlichkeit und Nutzerfreundlichkeit leiden unter der Funktionsvielfalt und die Optik könnte noch moderner sein. onOffice hat allerdings mit dem Release im Januar 2023 eine umfangreiche optische Modernisierung eingeleitet.
- Wechsler von Flowfact Performer vermissen insbesondere das „mit ins Merkmal nehmen“ bei E-Mails. Hierfür bietet onOffice einen internen Messenger, den man bei den anderen Makler-CRMs vergeblich sucht.
- Eine bidirektionale Schnittstelle zur Einbindung des Kalenders von Microsoft Outlook ist noch nicht verfügbar, aber für den Herbst 2023 angekündigt.

#### 5. Propstack



Die Berliner sind das jüngste Unternehmen unter den Top 4 Makler-CRMs. Flowfact hat das Unternehmen im Jahr 2021 aufgekauft, sodass Propstack ebenfalls zu ImmoScout24 gehört.

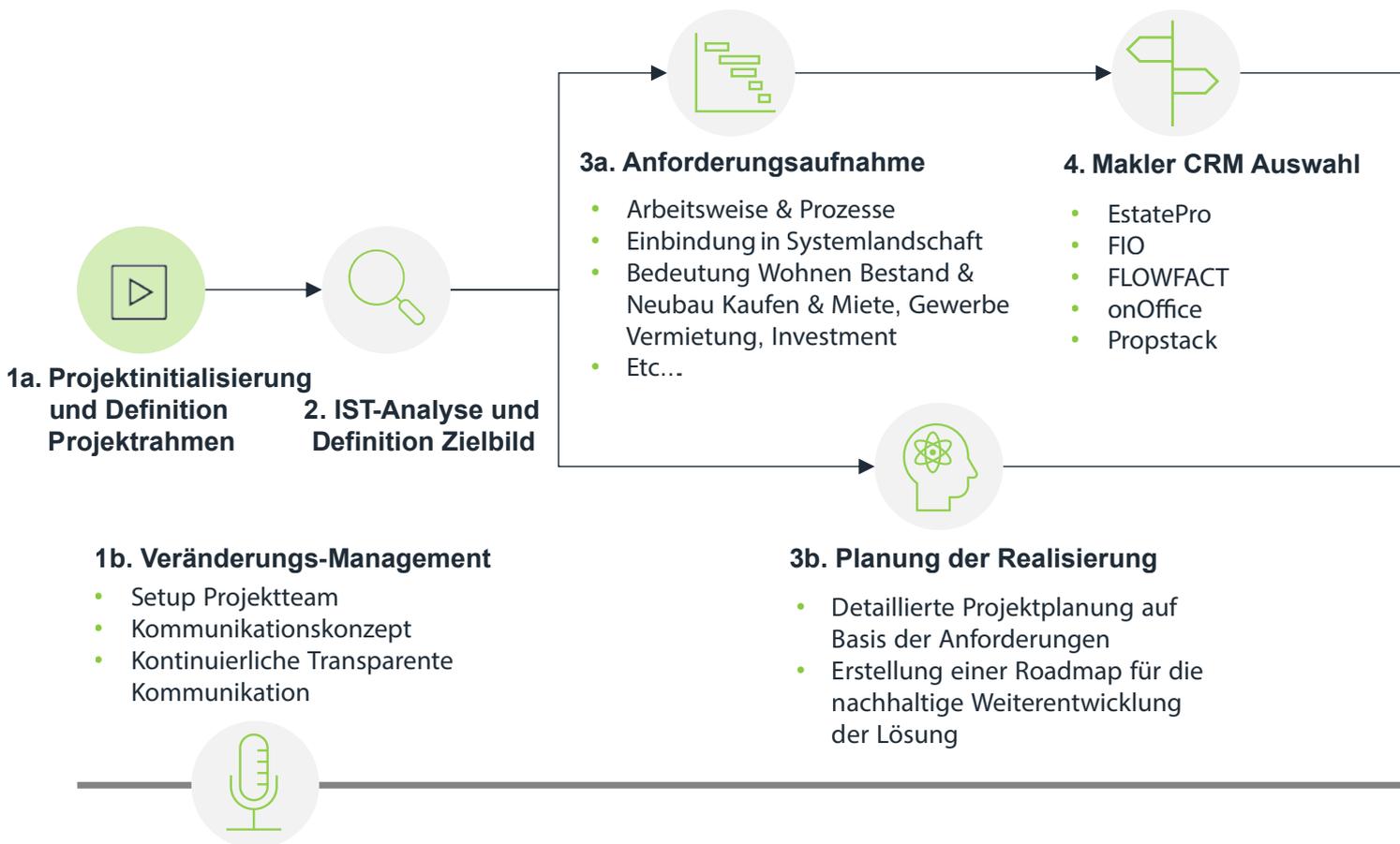
##### Besondere Stärken (Auswahl)

- Kunden schätzen die intuitive Bedienbarkeit,
- die schnelle Ladegeschwindigkeit,
- innovative Funktionen durch Erweiterungen wie u. a. die Integration von ChatGPT von OpenAI für die Generierung von Objekt- und Lagebeschreibungen oder die Schnittstellen zu DocuSign für die digitale Signatur und zu Meta für die Veröffentlichung von Immobilien auf Instagram.

##### Ausbaupotenziale (Auswahl)

- Kunden müssen bereit sein, Abstriche bei der Individualisierbarkeit des CRMs in Kauf nehmen.
- Es gibt nur eine einheitliche Exposé-Vorlage, die Unternehmens-übergreifend zum Einsatz kommen kann. Um mehrere Web-Exposé-Vorlagen zu verwenden, existiert allerdings ein Workaround.
- Gewerbeimmobilienmakler vermissen die Abbildung von Adress-Hierarchien sowie die visuelle Abbildung von Mehr-Parteien-Immobilien in einem Stacking-Plan. Adress-Hierarchien wird Propstack eigenen Angaben zufolge noch im Jahr 2023 umsetzen.





## Pragmatisches Vorgehen für eine erfolgreiche CRM-Einführung

### E. Wie sollten Sie bei der CRM-Auswahl vorgehen?

#### 1. Bilden Sie eine interdisziplinäre Projektgruppe

Die Projektgruppe sollte die Key User aus Ihren wichtigsten Abteilungen beinhalten. Die Projektleitung sollte nach Möglichkeit ausreichend Freiraum haben, um die CRM Auswahl und spätere Migration mit der nötigen Intensität auch verfolgen zu können. Der oder die Projektleiterin sollte erfahren in großen Software-Einführungsprojekten sein.

#### 2. Analysieren Sie die Ist-Situation und definieren Sie Ihr Zielbild

Die Anforderungen von kleinen, mittelgroßen, großen oder Konzern-verbundener Makler variieren stark. Sammeln Sie hierfür aus allen Abteilungen die Anforderungen: Geschäftsführung, Vertrieb, Vertriebsunterstützung, Marketing, Personal, Buchhaltung, Controlling, IT, Unter-

nehmenskommunikation, Research, Risikomanagement, ggf. auch Ihr Mutter-Unternehmen.

#### 3. Priorisieren Sie Ihre Anforderungen

Machen Sie sich bereits bei der Erstellung der Anforderungen Gedanken dazu, was für Sie unverzichtbar und was „nice-to-have“ ist. Auf welcher Basis wollen Sie Ihre Entscheidung fällen? Hierzu sollte sich die Projektgruppe abstimmen.

#### 4. Vergleichen Sie die Software-Anbieter

Gleichen Sie Ihre gesammelten Anforderungen mit den Möglichkeiten der CRM-Systeme ab. Laden Sie die CRM-Anbieter zu einer Produktvorstellung ein, löchern Sie sie mit Ihren Fragen, besorgen Sie sich Testzugänge und testen Sie die Makler-CRMs auch selbst. Und befragen Sie befreundete Maklerunternehmen nach ihren Erfahrungen mit den unterschiedlichen Makler-CRMs.

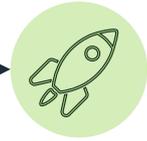
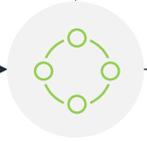
#### 5. Binden Sie Ihre Mitarbeiter in Ihre Entscheidungsfindung ein

Auf Basis des Vergleichs der Funktionalitäten der Makler-

## Implementierungsphase

...

## 5a. Test Migration



### 5c. Customizing & Schnittstellen Implementierung

- Groupware
- Website
- E-Mail-Newsletter
- Marketing Automation
- Bewertungen
- Business Intelligence
- Virtuelle Rundgänge
- Digitale Signatur
- Etc.

### 6. Schulung

- Einbindung Key User
- Basis und Abteilungs-spezifisch
- Hybrides Konzept

### 7. Go Live

Danach im Rahmen der Post-Implementierung:

- Bugfixing
- Stetige Weiterentwicklung entlang der Roadmap
- Kontinuierliche Optimierung
- Kontinuierliche Schulungsmaßnahmen

”

CRMs mit Ihren Anforderungen wird es einen oder möglicherweise zwei CRM Systeme geben, die hervorste-  
hen. Machen Sie Ihr Vergleichsergebnis in Ihrem Unternehmen öffentlich und holen Sie Ihre Mitarbeiter hierzu ab. Stimmen Sie etwaige Bedenken frühzeitig ab.

F.

## Zusammenfassung

Ein Makler-CRM ist der zentrale technische Baustein in einem Makler-Unternehmen. Fast jeder Ihrer Mitarbeiter wird hiermit arbeiten. Die Makler-CRMs unterscheiden sich in den Funktionen teilweise deutlich.

Um das zu Ihnen am besten passende Makler-CRM herauszufinden, gehen

Schauen Sie sich die führenden Makler-CRMs an und vergleichen Sie deren Funktionsumfang mit Ihren Anforderungen. Sollten Sie nicht genügend Kapazitäten oder die nötigen Skills hierfür im Unternehmen haben, holen Sie sich externen Rat ein.“

Sie am besten wie folgt vor: Bilden Sie eine interdisziplinäre Projektgruppe, stellen die Anforderungen an Ihr neues Makler-CRM zusammen und priorisieren diese. Schauen Sie sich die führenden Makler-CRMs an und vergleichen Sie deren Funktionsumfang mit Ihren Anforderungen. Sollten Sie nicht genügend Kapazitäten oder die

nötigen Skills hierfür im Unternehmen haben, holen Sie sich externen Rat ein.

Machen Sie Ihr Vergleichsergebnis in Ihrem Unternehmen öffentlich und binden Sie Ihre Mitarbeiter in Ihre Entscheidungsfindung ein. So sichern Sie sich auch eine hohe Akzeptanz in Ihrem Unternehmen. ■



#### Der Autor

**Robert Kaiser** hat zahlreiche Unternehmen bei der Einführung von CRM Systemen beratend begleitet, u. a. die KSK-Immobilien GmbH. Er ist geschäftsführender Gesellschafter der ProFido Consulting für Immobilienvermittlung GmbH mit Sitz in Bergisch Gladbach.