

## THE MONTHLY NEWSLETTER TO HELP OUR CLIENTS BUILD BETTER BUSINESSES

August 2017

### S1: Gedanke des Monats

Implementierung ist der Schlüssel  
für jeden Unternehmensaufbau

## “Implementierung ist der Schlüssel”



Robert(o) Puth

### S2: Die marschierende Parade

Wie Sie ‘Die marschierende  
Parade’ nutzen um zu wachsen

#### Organisatorisches !

Ich habe diesen Newsletter 9  
Monate per Post verschickt.

### S3: Dumme Kriminelle

Die wahre “Dumme Kriminelle-  
Geschichte” des Monats

Aber hatte keine Information  
wer den Newsletter aufmacht/  
liest.

Durch den Newsletterversand  
über's Internet sehe ich nun  
genau wer ihn herunterlädt  
und wer ihn aufmacht.

### S5: Die Billig-Preis-Seuche

Wie Sie ihre Firma gegen die Billig-  
Preis-Seuche imprägnieren

Es sind fast ausschließlich  
Menschen zwischen 30 und 60  
die noch was erreichen  
wollen.

### P6: Gehirn-Jogging

Wissen Sie wie's geht ?  
Die Knochelei des Monats

Daher werde ich in den  
nächsten Ausgaben versuchen  
noch besser auf deren  
Bedürfnisse einzugehen.

Die Ansprache wird in meinen  
Artikeln von Sie auf Du  
wechseln, da ich mit den  
allermeisten bereits per Du  
bin. Wer noch nicht mit mir  
per Du ist dem biete ich es  
hiermit an.

### S8: Zum Schmunzeln

“Es zu wissen ist nicht genug,  
wir müssen es anwenden.  
Wollen ist nicht genug, wir  
müssen es tun.”

Roberto  
aus dem bedeckten Wetzlar

Johann Wolfgang von Goethe

**W**illkommen zur August-  
Ausgabe ihres Newsletters.  
Die Hälfte von 2017 ist um.

Daher meine Frage: Wie weit bist  
du mit deinen Zielen für 2017 ?

Ich habe Kontakt mit vielen  
Unternehmen/Unternehmern.

Die erfolgreichsten unter ihnen  
sind diejenigen die klare Ziele  
haben und regelmäßig messen  
wie weit Sie noch von ihren  
Zielen entfernt sind.

Viele Unternehmer und Inhaber  
von kleinen und mittleren  
Unternehmen setzen sich zwar  
Ziele - sind aber schlecht im  
Controlling der Ziele. Ich kann  
mich davon nicht immer  
ausnehmen.

Es nützt also nichts wenn du dir  
Ziele setzt und diese nur ein oder  
2 oder 3 mal im Jahr  
kontrollierst.

Weiter auf Seite 2

## Die “marschierende Parade” nutzen um zu wachsen

weiter von Seite 1

Jeden ! Monat sollte man...

- seine Ziele anschauen
- prüfen ob man auf Kurs ist. Je nach Business macht es Sinn kurzfristiger zu checken, ob man auf dem richtigen Weg ist. Dann kann man gegebenenfalls noch etwas gegensteuern.

Mit diesen - je nach Geschäft kurzfristigeren Überprüfungszyklen ist es wahrscheinlicher dass man seine Ziele erreicht.

...Das führt uns zum Titel des Artikels: IMPLEMENTIERUNG.

Um deine Ziele zu erreichen ist IMPLEMENTIERUNG und FOLLOW UP entscheidend.

Sicher- man kann auch mal Glück haben und der Business

Die Kernfrage ist:  
Wie sehr willst Du es ?

hat Momentum und es hält eine Weile an. Aber besser ist es, sich nicht auf sein Glück zu verlassen und selbst aktiv zu sein.

Generell gilt: Wenn du deine Leistung verbessern willst mußst du entweder mehr machen oder etwas ändern. Wenn du weitermachst wie bisher ändert sich nichts. Es ist wirklich simpel.

Die entscheidende Frage ist also: Wie sehr willst du dass sich was ändert ? **RP**

Die meisten Unternehmer geben zu früh auf. Was ich damit meine ist dass Sie sich extreme Mühe machen um eine Liste potentieller Kunden zu erstellen, dann E-Mails, Briefe oder Flyer basteln (lassen) um diese an diese Adressen zu mailen oder zu verschicken.

Die Investition in Zeit und Geld ist enorm. Kein Zweifel—Jeder von uns hat genau das in der Vergangenheit sicher das ein oder andere Mal gemacht.

Versteh mich bitte richtig—jeder sollte dir applaudieren. Etwas rauszuhauen ist sicher besser als nichts zu tun. Aber es ist trotzdem kein guter Plan.

Warum?

Weil heute beim Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung auch das Timing entscheidend ist. Nur weil jemand heute nicht daran interessiert ist deine Produkte oder Dienstleistungen zu kaufen heißt das noch lange nicht dass

er morgen nicht daran interessiert ist.

Um was es geht ist etwas dass ich als die “marschierende Parade” bezeichne. Lass es mich kurz erklären...

Nehmen wir einmal an du bist momentan mit deinem Auto ganz zufrieden. Und hast im Moment keine Veranlassung das Auto zu wechseln. Daher ist jede Anzeige oder jedes Mailing eines Autohändlers für die Katz.

Briefe von Autohäusern wandern gleich in den Papierkorb. Wenn Werbung im TV kommt checkst Du deine Mails oder zappst weiter. Momentan interessiert dich das Thema Auto einfach nicht. Nichts könnte dich dazu bewegen dir Gedanken über ein anderes Auto zu machen. 3 Monate später kann das Ganze dann allerdings wieder ganz anders aussehen. Änderungen in der Firma, in der Familie, vielleicht ein Unfall, oder wir



*Die marschierende Parade ist ein einfaches Phänomen, dass Sie zu ihrem Vorteil nutzen können — vor allem da es nur sehr wenige Unternehmer kennen*

# Die “marschierende Parade” nutzen um zu wachsen

wollen jetzt endlich unser Traumaauto fahren.

Nun ist jedes Mailing, jede Anzeige oder jede Diskussion bei der es um Autos geht, plötzlich wieder interessant für dich.

Du bist wieder “im Rennen” um ein neues Auto und entwickelst vielleicht einen unstillbaren Appetit, um so viel wie möglich über dein neues Auto heraus zu finden.

Und das passiert jeden Tag, wenn Menschen Produkte und Dienstleistungen kaufen.

Das Problem ist, dass wir nicht wissen wann sich bei unserem Interessenten/Kunden die Umstände ändern.

Deshalb haben Sie nie “Glück” mit dem Timing, wenn sie nicht mit ihren Kunden regelmäßig in Kontakt bleiben.

Eben weil Leute “auf den Markt gehen” oder “aus dem Markt gehen” - je nach der Änderung ihrer Lebensumstände.(siehe das Diagramm auf Seite 4).

Wenn Du mindestens 1x im Monat mit den Kunden in Kontakt bleibst, dann ver-10-fachst du deine Chancen den Kunden zum richtigen Zeitpunkt anzusprechen. Du hast sozusagen “GLÜCK”.

Dazu kommt: Wenn deine Werbung auf den ersten Blick erkannt wird (Du erinnerst dich - Marketing muss immer auffallen — KEINE LANGWEILER WERBUNG), dann ist es nicht ausgeschlossen, dass ein großer Teil deiner Kunden

die Unterlagen irgendwo aufhebt, abheftet, separat abspeichert oder sich auf's Smartphone schickt, um es später in Ruhe zu lesen.

Je mehr Material der Kunde über dich sammelt desto besser.

Ein Wunschtraum ist das nicht sagst Du? Korrekt ! Niemand hat gesagt dass es einfach ist voran zu kommen.

Aber es geht leichter, wenn du ein paar einfache Schlüsselprinzipien kennst und anwendest, wie zum Beispiel “Die Marschierende Parade” (und andere die wir in diesem Newsletter diskutieren), die dein kontinuierliches Streben nach Erfolg unterstützen und Dich weiter voranbringen.

Aber nun wieder zurück zu unserer Marschierenden Parade.

Was kannst Du deinen Kunden und Interessenten jeden Monat schicken was diese mit Dir, dem Versender, verbindet - auch wenn nicht gleich jeder morgen etwas bei dir kauft.

Nun - deinen monatlichen Newsletter natürlich. Ein gut gemachter Newsletter ist ohne Frage eines der besten Werkzeuge in deinem Marketing -Arsenal. Aber - es erfordert auch einiges an Zeit um so einen Newsletter zu erstellen.

Um die Artikel für diesen 8 seitigen Newsletter zu schreiben habe ich 3—4 Tage gebraucht.

Ich habe den Newsletter 9 Monate als gedrucktes Exemplar versendet—aber dann auf



## Dumme Kriminelle

Wenig Erfolg hatten zwei Männer aus Iowa/USA bei dem Versuch, einen Geldautomaten aus der Wand zu reißen.

Dazu hatten sie den Automaten mit einer Kette an der Stoßstange ihres Pickups befestigt und fuhren an.

Doch statt des Automaten rissen Sie nur ihre eigene Stoßstange ab.

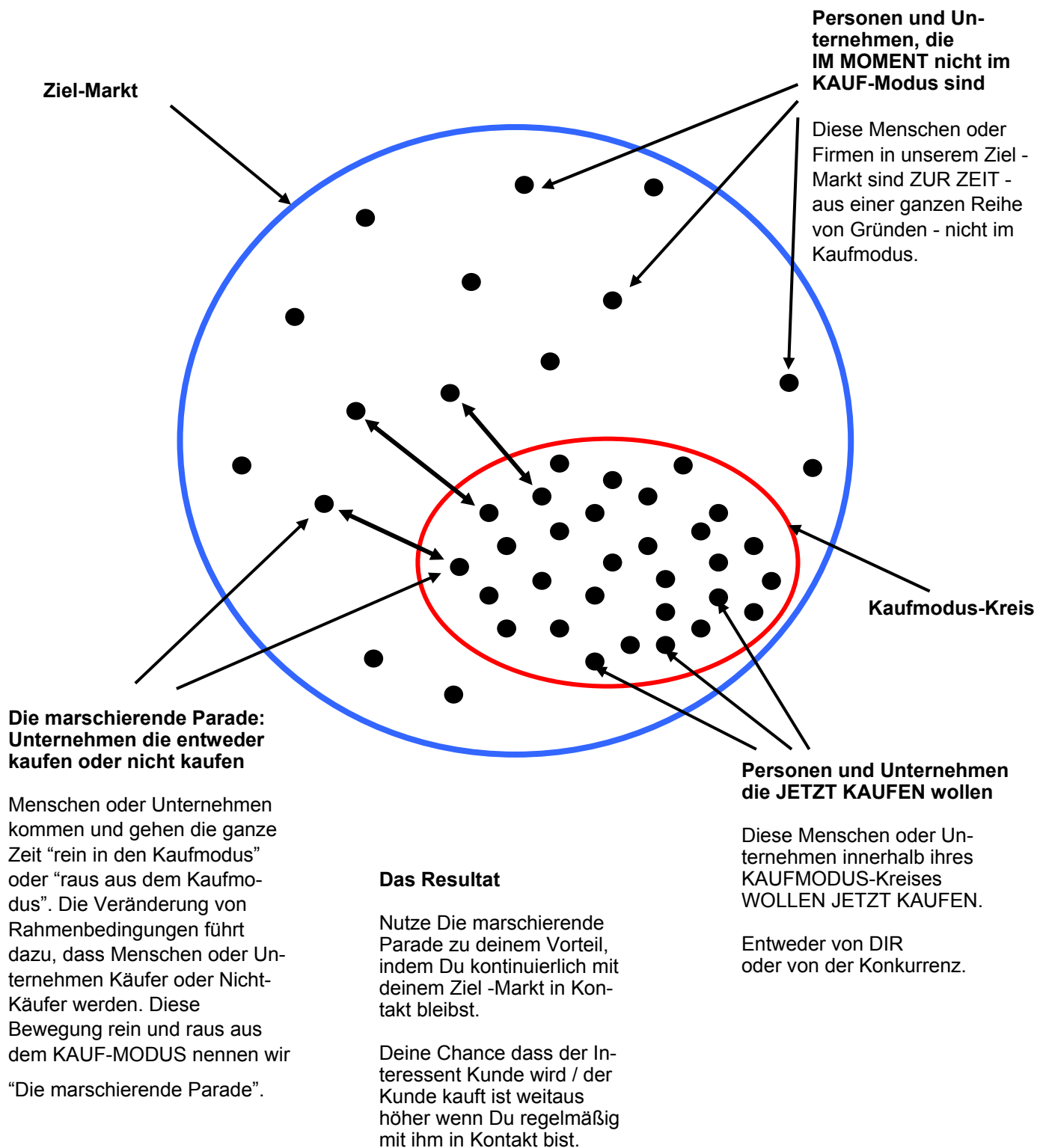
In Panik verließen sie den Tatort. Zurück blieb die Stoßstange inclusive des Nummernschildes !

Versand per Internet umgestellt um zu sehen wer ihn wirklich liest. Ein Freund von mir sagte “Roberto - es war gut, dass du den Newsletter zunächst in gedruckter Form geschickt hast - als email hätte ich den am Anfang vielleicht gar nicht gelesen.”

Meine Erfahrung nach bringen 99% aller Newsletter NICHT die erwünschten Ergebnisse (neue Kunden und neue Aufträge) und schlucken darüber hinaus viel Zeit und Geld.

Das allerwichtigste bei einem Newsletter ist der relevante Content. An einem Mangel an wertvollem relevanten Content

# Die “marschierende Parade” nutzen um zu wachsen



# Wie Sie ihr Unternehmen gegen die 'BILLIG-PREIS-SEUCHE' imprägnieren



Steve Hackney—Experte für  
schnelles Unternehmenswachstum

Vor 18 Monaten habe ich auf einer unserer Mitgliederkonferenzen einen Beitrag geliefert mit dem Namen: 'Die Preisformel'.

Es war und ist immer noch eines der wichtigsten Seminare das ich jemals gegeben habe. Sie sehen dass Unternehmer auf der ganzen Welt durch eine seismische Transformation gehen - seit ca. 4 Jahren aus meiner Sicht.

Durch die Verbreitung von online Discount-Mega-Webseiten wie Amazon, werden Produkte und Dienstleistungen mehr und mehr vergleich- und austauschbar.

Sie können das vielleicht sogar bei sich selbst feststellen. Die Tage wo sie verlangen konnten was sie wollten für ihr Produkt oder ihre Dienstleistungen sind lange vorbei. Vorbei auch die Tage der "fairen Preise". Vorbei auch die Tage wo auch die anderen Wettbewerber einen hohen Nutzen boten. In vielen Branchen geht es nur noch darum sich gegenseitig Marktanteile abzujagen.

Die Schwachen sind am Verzweifeln. Und wenden sich nicht selten ihrem "letzten Freund" zu - dem BILLIGPREIS. Dieser Freund ist allerdings ein teuflischer Freund. Er legt den Arm um Sie und erklärt Ihnen das alles wieder gut wird. Aber er predigt vor allem den Schwachen: Den Unternehmen die mit dem Rücken zur Wand stehen und den Unternehmen die es sich gern einfach machen.

Freund BILLIGPREIS weiß, dass es mit

Tränen endet. Aber das interessiert ihn nicht. Seine Aufgabe ist es Unheil anzurichten unter konkurrierenden Firmen und unter seinen "Freunden".

Viele verstehen sein Spiel nicht ganz. Sie denken Billigpreis ist nicht ihr Thema. Sicher, für einige Wochen oder Monate lullt Freund BILLIGPREIS alle ein. Er weiß allerdings, dass seine Freunde mit ihren kurzfristigen Gewinnen mittel- und langfristig Probleme bekommen. Große Probleme.

Noch schlimmer: BILLIGPREIS kennt keine Loyalität. Er will jeden befallen. Je mehr desto besser. Im Grunde will er nur mehr Stress und mehr Probleme schaffen. Mehr Chancen um so viele Leute wie möglich zu infizieren mit dem BILLIGPREIS.

**Vielleicht haben Sie es schon erraten: Ich glaube dass wir in vielen Branchen auf die schlimmsten Preiskämpfe zusteuern die wir je erlebt haben.**

Ja, die Billigpreis-Seuche ist da.

UND ES IST HEUTE SCHLECHTER ALS VOR 18 MONATEN ALS ICH DAS SEMINAR ÜBER "PRICING" GEHALTEN HABE.

Vielleicht sieht es so aus als ob dieser Artikel depressive Nachrichten verbreiten will. Nichts liegt mir ferner. Im Gegenteil. ES IST JETZT ALLERDINGS NICHT DIE ZEIT UM RUHIG ZUZUSCHAUEN. Wenn Sie allerdings von meinen Aussagen geschockt sind, dann ist es eben so.

Wenn Sie diesen Artikel zu Ende gelesen haben, dann hoffe ich, dass Sie die Billigpreis-Seuche mit Schwung bekämpfen anstatt sich ihr zu ergeben.

Egal wie groß oder wie klein ihre Firma ist—wenn wir in das Billigpreis-Zeitalter eintreten, fallen Sie bzw. Ihre Firma in eine der 3 folgenden Kategorien:

**KATEGORIE 1:** Sie sind ein Fan des BILLIGPREISES und tragen dazu bei die BILLIGPREIS-SEUCHE zu verbreiten.

Ich hoffe inständig dass sie nicht diesen Weg betreten. Vielleicht haben sie ihn sogar schon betreten. Sicher, der Pfad ist



## Kryptisches Puzzle des Monats

Sie haben 2 Seile.

Jedes Seil braucht 60 min.  
um zu verbrennen.

Die Seile sind aus  
verschiedenen Materialien  
und brennen daher auch  
unterschiedlich schnell.

Dazu kommt dass die Seile  
nicht gleichmäßig brennen.

Wie können Sie genau  
messen wann 45 Minuten  
um sind ?

ANTWORT AUF SEITE 6

# Was sagen Kunden über meine Arbeit ?

## Die "marschierende Parade" nutzen um zu wachsen"

Fortsetzung von Seite 3

die meisten Newsletter.

Dazu kommt das Timing.

Wer denkt, dass so ein Newsletter auch was für seine Kunden wäre, der kann mich ansprechen.

Ich gebe Auskunft über:

- Auf was es ankommt beim Newsletter
- Die 7 größten Fehler beim Newsletter
- wieviel Stunden ich dransitze und wie man die Sache dramatisch abkürzen kann ohne Qualitätsverlust
- Was es kostet
  - A die Printversion
  - B die Internetversion
- Wann man es am besten aussendet

Gern höre ich was von Euch. **RP**

### Antwort Kryptisches Puzzle

Zünde 1 Seil an beiden Enden an.

Zünde gleichzeitig 1 Ende des zweiten Seils an.

Wenn das 1. Seil abgebrannt ist, zünde das andere Ende des zweiten Seils an.

Wenn das 2te Seil komplett abgebrannt ist, dann sind 45 Minuten um.

*" Roberto ist unter allen Maklern derjenige, der uns die meisten Mieter gebracht und gute Objekte zugeführt hat."*



"Als einer der aktivsten Akteure im Gewerbe-geschäft der Region kennen wir auch die Maklerlandschaft aus dem FF.

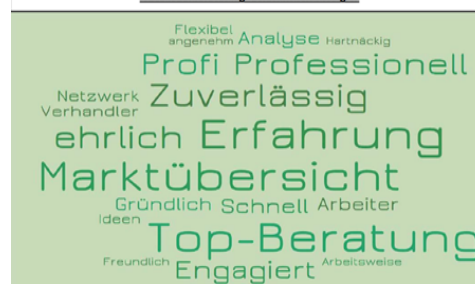
Der Mann der uns bisher die meisten Mieter gebracht und gute Objekte zugeführt hat, heißt Robert Puth.

Ein Profi wie es ihn nur selten gibt."

Ein Profi wie es ihn nur selten gibt."

#### Was schätzen die Kunden an Puth

Wortle Auswertung von Kundenaussagen

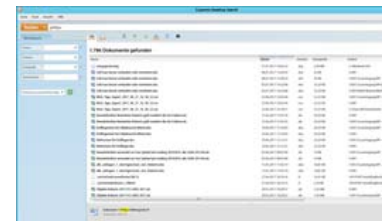


#### Aus Roberto's Werkzeugkiste

Statt dem Brain-Tracker den wahrscheinlich keiner jemals beachtet hat werde ich in den nächsten Ausgaben im Wechsel interessante Bücher vorstellen oder Hilfsmittel, die ich verwende und die für den ein oder anderen von Euch interessant sein könnten.

Was mir die letzten Jahre geholfen hat **Hunderte wenn nicht sogar Tausende von Stunden zu sparen** ist das Programm „Copernic“.

Es ist gewissermassen der Interne Google. Das Programm durchforstet eure Laufwerke und indiziert alles. Man findet was man sucht meist auf Knopfdruck. Sehr viel komfortabler und besser als die normale Windowssuche.



Es gibt Einzelplatz-Versionen und auch eine Serverversion. Einzelplatzversion unter 50 Euro Enterprice unter 100 USD pro User Server: Pro Server 750 USD <http://www.copernic.com> Und nein—ich bekomme keine Rückvergütung.

# Die BILLIG-PREIS-SEUCHE...

breit und wird von vielen begangen und vielleicht sogar einige Zeit funktionieren aber sie verkaufen sozusagen ihre Seele an den Teufel.

Während Sie vielleicht denken dass Sie keine andere Möglichkeit haben, kann ich Ihnen versichern dass Sie den Weg der Traurigkeit gewählt haben, ja oft sogar den Weg in die Katastrophe.

Ich kann Ihnen versichern dass es einen anderen Weg gibt, einen profitableren Weg, der noch dazu mehr Spaß macht. (siehe KATEGORIE 3).

**KATEGORIE 2:** Nichts tun und den Kopf in den Sand stecken.

Die meisten Unternehmen sind in dieser Kategorie. Diese Gruppe ist am anfälligsten für die BILLIGPREIS-SEUCHE. Wenn Sie weiter wachsen wollen, dann ist warten + den Kopf in den Sand stecken keine Option. Merken Sie sich meine Worte: Wenn Sie nichts tun und sich von der Seuche infizieren lassen, dann werden die nächsten Jahre eine echte Herausforderung für Sie sein.

Sie WERDEN Kunden verlieren. Empfehlung? Fehlanzeige. Neue Kunden werden Sie nur wenige und nur mit viel höherem Einsatz gewinnen.

Am allertraurigsten: Sie werden auch in die Billigpreis-Spirale hinein gezogen und fangen an die Preise zu reduzieren, um sich über Wasser halten zu können. Kein schönes Bild. Auch wenn ich mich wiederhole - Sie müssen diesen Pfad nicht gehen.

**KATEGORIE 3:** Sie bekämpfen die BILLIG-PREIS-SEUCHE und haben ein Gegenmittel.

Diese 3. Kategorie wird ein Pfad sein auf dem sich nur wenige bewegen. Viel weniger begangen als die Wege der beiden anderen Kategorien. Aber für ambitionierte

Unternehmen ist dies die EINZIGE Option.

Was gibt es also für Gegenmittel gegen die BILLIG -PREIS-SEUCHE? Nun, wie bei jedem guten Gegenmittel brauchen Sie verschiedene Zutaten. Zutaten die Sie selbst kontrollieren können. Das Gegenmittel besteht aus 5 Schlüsselzutaten; allerdings haben sie ALLE eine Sache gemeinsam— SIE BRINGEN IHRER FIRMA UND IHREN KUNDEN EINEN MASSIVEN MEHRWERT ...

## 1. Differenzierung

Differenzierung ist in der Praxis schwer umzusetzen, aber es gibt keine Alternative dazu. Ihr Unternehmen muss sich von der Konkurrenz unterscheiden, sonst ist ihre Firma aus Marktsicht überflüssig. Es gibt mehr als 10 verschiedene Differenzierungsmöglichkeiten die Sie nutzen bzw. auswählen sollten. Sie werden mit Sicherheit ein oder 2 davon verwenden können um Ihr Unternehmen so zu positionieren, dass es sich von der Konkurrenz abhebt. Wir haben kürzlich unseren legendären kostenlosen Online -Video-Training-Kurs mit dem Titel "Unternehmenswachstum in 5 Tagen" überarbeitet. Ich lege Ihnen ans Herz sich das Video Tutorial, das Transcript und den Aktionsplan unter 'Standing Out' anzusehen. Es ist das Video Tutorial Nr. 6. Sie können sich hier KOSTENLOS registrieren...

[www.BGSvault.co.uk](http://www.BGSvault.co.uk)

## 2. Momente der Wahrheit (Mdw)

Ich kann es nicht genug betonen welchen Einfluss die "Momente der Wahrheit" auf ihre Firma haben können. Weitere Informationen finden Sie im Video-Tutorial 4.

## 3. Beweise / Kundenaussagen

Es erstaunt mich immer wieder dass so wenige Unternehmen Kundenaussagen

verwenden. Mit Kundenaussagen gewinnen Sie potentielle Kunden, halten aktuelle Kunden und gewinnen und halten Mitarbeiter (versteckter Nutzen: Mitarbeiter lieben es zu lesen/hören was Kunden über Sie und die Firma sagen.)

## 4. Verkaufs-Konversions-System (VKS)

Das richtige **Verkaufs-Konversions-System (VKS)** stellt sicher dass Sie viel mehr Kunden **zum richtigen Preis** bekommen. Stellen Sie sicher dass sie mindestens 7 positive Kontakte haben mit jedem Kunden. Es macht einen großen Unterschied. Die meisten Unternehmen versuchen etwas zu verkaufen beim 1. und 2. Kontakt und brechen dann ab wenn es nicht funktioniert! Mehr dazu in den Video-Tutorials 10/11

## 5. Empfehlungssystem

**Wichtiger als jemals zuvor.** Sie können nicht erwarten das man ihnen Empfehlungen gibt. Sichern Sie sich einen Strom von Empfehlungen mit Hilfe einem funktionierenden Empfehlung-Systems. Infos dazu: Video 3 "Die Empfehlungsformel.

### FAZIT:

Nichts davon ist kompliziert. Nichts davon ist Raketenwissenschaft. Aber ich garantiere Ihnen, dass nicht 1 einziges unter 1000 Unternehmen alle 5 dieser Gegenmittel im Einsatz hat. Stellen Sie sich nur einmal vor was ein aktueller oder potentieller Kunde denkt wenn er ihre Firma mit einer Firma vergleicht die ein oder 2 dieser Instrumente im Einsatz hat.. Ein Vergleich ist unnötig - die Kunden werden diejenigen Unternehmen bevorzugen die diese Dinge im Einsatz haben. Wer es nicht hat wird straucheln. Und am Ende auch seine Preise senken und von der BILLIGPREIS-SEUCHE infiziert werden, die sie immer vermeiden wollten.

Steve Hackney ([www.BGSvault.co.uk](http://www.BGSvault.co.uk))

## PSST ! Ja - Du bist gemeint !



Roberto sucht ständig für seine Kunden und Interessenten:

- Mieter die Büros ab 100 m2 und Hallen ab 500 m2 mieten wollen
- Ebenfalls natürlich solide Gewerbeobjekte zum Verkauf ab 300 TE
- Solide Käufer für Gewerbeobjekte ab 300.000 €
- Solide Büros und Hallen die neu vermietet werden sollen

**Wenn Du was weißt**, dann schreib mir eine whatsapp (0178 38 188 38) oder eine email an [robert.puth@puth-wz.com](mailto:robert.puth@puth-wz.com) mit dem Text "Hab vielleicht was Roberto". Ich melde mich dann umgehend bei dir . PS. Es lohnt sich. Gruss Roberto

Weitere Informationen unter <http://puth-wz.com/empfehlen-werden/>

## Ich wette das wissen Sie nicht

- Gäbe es den Weihnachtsmann wirklich, so müsste er mit einer derart hohen Geschwindigkeit fliegen, dass er mitsamt Schlitten und Rentieren verdampft.
- In New York leben mehr Iren als in Dublin, mehr Italiener als in Rom und mehr Juden als in Tel Aviv.
- Ein Ehemann, welcher seine Frau mit einem Liebhaber im Bett erwischt, hat in Uruguay bei der Bestrafung die Qual der Wahl. Entweder kann er den Liebhaber samt untreuer Ehefrau umbringen oder seiner Frau die Nase abschneiden und den Liebhaber kastrieren. Das Gesetz erlaubt beides.
- Apfelsaft hat durch seine natürliche Gärung ca 0,5 Promille Alkohol.
- Ein Koalabär schläft 20 Stunden am Tag.
- Der weltweit gefährlichste Job ist Fischer. Täglich kommen 70 von ihnen bei der Arbeit um.
- Ein Durchschnittsmensch produziert in seinem Leben etwa 14.000 Liter Schweiß.
- Konrad Adenauer ließ sich 1916 eine Sojawurst patentieren.
- Es sterben mehr Menschen an den Neben- und Wechselwirkungen der Medikamente die Sie einnehmen, als an ihren Krankheiten.
- 90% aller protokollierten Fälle von »Mann über Bord«, sind Männer die betrunken vom Heck pinkeln und dabei von Bord fallen.

### Unsere Kontakt-Daten:

#### Puth SCORE e.K.

Schulstrasse 8 b  
35584 Wetzlar  
Tel: 06441 / 38 1880  
Email: robert.puth@puth-wz.com

[www.puth-wz.com](http://www.puth-wz.com)

## Was macht Puth anders als andere Makler ?

### Leistungen für Verkäufer

**Verkauf ihrer Gewerbeimmobilie innerhalb der vereinbarten Kaufpreisspanne + in max. 50 % der marktüblichen Zeit oder Sie zahlen keinen Cent Provision**

- Verkauf innerhalb der vertraglich vereinbarten Kaufpreisspanne
- in weniger als 50% der marktüblichen Zeit (durchschnittlich 11,1 Monate)
- Minimaler Einsatz ihrerseits, kein Stress, keine Überraschungen
- Unterstützung bei Kaufpreis-Verhandlung, Teilnahme am Notartermin

### Leistungen für Vermieter

**Mietausfallsichere Gewerbemieter, die pünktlich zahlen, lange bleiben und auch sonst keinen Ärger machen. Sollte ein Mieter von uns in den ersten 3 Jahren zahlungsunfähig werden, so beschaffe ich Ihnen kostenlos einen Nachmieter.**

- Ausfallsichere Mieter - 99,77% unserer Mieter zahlen immer ihre Miete.
- Mietausfall 0,23% pro Jahr, ca. 17x weniger als in Deutschland üblich
- Hohe Standorttreue - Nach 8 Jahren sitzen 93,4% der Mieter noch am Gleichen Standort
- 20-30 % mehr Nachfrage durch mein Makler-/Multiplikatoren-Netzwerk

### Leistungen für Mieter

**Qualifizierte Mietinteressenten finden in 9 von 10 Fällen bei uns ihr neues Büro / oder die passende Halle – in 8 Stunden oder weniger – garantiert**

Meist können wir Ihnen 98% aller geeigneten Objekte aus 1 Hand anbieten  
Zugriff auf Objekte die noch gar nicht auf dem Markt sind  
Nur vernünftige Büros / Hallen, Vermieter und Mietpreisvorstellungen  
Fast immer 3 und mehr für Sie geeigneten Objekten zu Auswahl  
Besichtigung aller geeigneten Objekte hintereinander an 1 Vor/Nachmittag

### Leistungen für Käufer

**Wenn ich ihr Profil kenne weiß ich nach wenigen Sekunden wieviele prinzipiell für Sie geeignete Kauf-Objekte es in der Region gibt. Dann nehmen wir Kontakt mit den Eigentümern auf - und in 6 von 10 Fällen werden wir fündig.**

Wie soll das gehen fragen Sie sich ?

Nun - Ich habe 2003 begonnen alle Gewerbeobjekte > 1.000 m2 Gebäudefläche in den gut verkehrsangelegenen Gewerbegebieten und guten Bürolagen wirtschaftsaktiver Gemeinden in Mittelhessen zu katalogisieren.

Diese Gewerbeimmobilienbank enthält heute über 2.500 qualifizierte Gewerbeobjekte. Eine war eine sehr mühevoll Arbeit — aber jetzt bin ich der einzige Makler der so ein Werkzeug hat.

**3 von 4 Objekten die ich vermarkte waren vorher gar nicht auf dem Markt. Ich habe Sie sozusagen speziell für die Käufer „ausgegraben“.**

Diese Arbeitsweise hat aber noch einen weiteren Riesenvorteil für meine Käufer: **Wir können durch unser Know-How und unsere Erfahrung wie kein anderer Makler in der Region Eigentümer von vernünftigen Kaufpreisen überzeugen.**

**P.S.** Schieben Sie ihren Anruf nicht auf die lange Bank. Wenn es passende Objekte gibt, dann sind die in der Regel für mehrere Interessenten geeignet. Also - der frühe Vogel fängt den Wurm. Meine Nummer ist die 06441 38 1880. Jetzt anrufen — bevor ein Anderer „ihr Objekt“ kauft.