



CARSTEN FRICK
Immobilienexperte seit 2009

PORTRAIT

Carsten Frick

„Wenn ich heute überlege, wie alles anfing, warum ich so bin, wie ich bin, wie die Wege waren und warum ich das erreicht habe, wo ich heute stehe, kann ich rückblickend nur mutmaßen und einige Eckpfeiler erkennen“, beginnt Carsten Frick zu erzählen. Wir sitzen im schönen Ambiente seines Besprechungsraums am langen Holztisch, den Beamer hat er eingeschaltet, um jederzeit seine Gedanken durch Bilder auf der Leinwand ergänzen zu können.

„Ich glaube, dass viele Kinder, denen es sehr gut geht, gar nicht den Antrieb entwickeln, Dinge tun, die manche machen, wenn es ihnen richtig schlecht geht. Das heißt nicht, dass ich eine schreckliche Kindheit hatte. Ich kam aus einer einfach strukturierten Familie, mein Vater ging arbeiten, meine Mutter hat sich um uns drei Kinder gekümmert. Ich musste sehen, wie ich als mittleres Kind durchkam.“

Als er in der dritten Klasse war, zog die Familie in ein eigenes Haus. Carsten erlebte früh, dass man Vieles selbst in die Hand nehmen kann und soll. „Mein Vater hat tapeziert, ich hab’ ihm geholfen. Mein Opa war Fliesenleger und Schreiner. Einfache Handwerksarbeiten selbst durchzuführen war bei uns in der Familie normal.“ Fasziniert beobachtete Carsten seinen Großvater bei der Arbeit, als er ihm einen kompletten Schreibtisch mit Ausziehfächern nach seinen Wünschen baute.

Als Carsten 16 Jahre alt war, starb seine Mutter nach dreijähriger Krankheit. „Ich war in einem Alter, in dem man noch nicht weiß, wo man im Leben steht. Ich erinnere mich an die Blicke des Rektors, der Lehrer und Mitschüler, als ich danach wieder in die Schule kam. Mein Leben verlief ab diesem Punkt nicht immer geradlinig. Als eher mittelmäßiger Schüler hab’ ich im Abitur Fächer wie Kunst und Mathematik gewählt, mit denen ich richtig punkten konnte. Obwohl mein Vater immer Wert auf mein Abitur gelegt hat, hat es sich danach nicht besonders angefühlt. Erst später war ich stolz darauf.“

Der einschneidende Verlust seiner Mutter führte ihm vor Augen, dass er sich im Leben an erster Stelle auf sich selbst verlassen musste. Seine zehn Jahre jüngere Schwester brauchte die ganze Aufmerksamkeit seines Vaters. „Ich wollte Geld verdienen und natürlich war damit auch

ein Streben nach Anerkennung, nach seiner Anerkennung, die ich nicht bekam, verbunden“, gesteht er sich ein. „Dieses Kellerkind in uns, das sich nicht respektiert, gesehen und gelobt fühlt, wirkt sich auf's ganze Leben aus.“

Bereits neben der Schule hatte Carsten Frick als Kellner gejobbt, wollte aber mehr Selbstbestimmung und war sehr erfolgreich als selbstständiger Fensterputzer mit 300 Stammkunden. „Bügeln, putzen, Fenster putzen – das konnte ich alles. Mein Grundrezept im Leben ist von Anfang an: Das kann ja nicht so schwer sein, wenn man eine Anleitung hat. Damals habe ich mir bereits mit 16 Gedanken darüber gemacht, wie ich an Kunden komme. Jetzt bin ich 44 Jahre alt, seitdem begleitet mich diese Frage.“ Ohne Wissen über Marketing und Zielgruppen überlegte der Schüler, wer seine Kunden sein könnten, gab Zeitungsannoncen auf und verteilte Visitenkarten.

„Gute Arbeit ist auch gute Werbung. Ich wurde von einem Haushalt in den nächsten weiterempfohlen. Innerhalb kürzester Zeit konnte ich mir ein 1500 DM teures Handy leisten, um für meine Kunden erreichbar zu sein. Leider habe ich es irgendwann im Putzeimer liegen lassen und auch noch Wasser draufgekippt“, lacht er.

Nach dem Abitur entschied er sich für eine Ausbildung in einem inhabergeführten Unternehmen als Offset-Drucker im Hochdruck. „Mir war noch nicht nach Studium, und ein Abiturient, der sich an die Druckmaschine stellen will, wurde mit Kussband genommen.“ Bis heute steht Carsten in gutem Kontakt mit dem Inhaber, obwohl ihn die Leidenschaft für den Job nie gepackt hat. „Das Interessante an dem Job waren für mich die Arbeitszeiten von 6 bis 13 Uhr, danach konnte ich weiter Fenster putzen. War super.“ Nach kurzer Zeit meldete er ein Gewerbe an, hatte einen Mitarbeiter, einen Steuerberater und führte erfolgreich sein eigenes Glasreinigungsunternehmen neben seinem Angestelltenverhältnis. „Das hat sich angefühlt wie ein Spiel. Aber mal ernsthaft – mein ganzes Leben lang war diese Sicherheit in meinem Kopf: Wenn ich irgendwo gescheitert wäre, hätte ich jederzeit wieder Fenster putzen können“, betont er. „Den Fensterputzeimer und die Tücher, die ich aus alten OP-Kitteln zurechtgeschnitten hab', habe ich heute noch.“



Eines Morgens wachte Carsten Frick mit einer neuen Idee auf: Ich will blaues Licht in meinem Handy-Display haben, dachte er sich. „Ich brauchte ein neues Auto, zu der Zeit kam gerade der neue Golf 4 mit blauer Cockpit-Beleuchtung auf den Markt. Gefiel mir sehr gut, konnte ich mir aber nicht leisten.“ Er steht auf und holt sein altes Handy und die Visitenkarte von damals. Als ihm im Nokia-Shop erklärt wurde, dass es Handys mit blauem Display nicht gäbe, dachte er sich: Dann mach' ich das eben selbst.

„Weil ich es selbst haben wollte, kam mir der Gedanke, dass das auch anderen gefallen könnte und damit auch Geld zu verdienen sein müsste. Mein Geld hatte ich verlegt oder in die Eigentumswohnung meiner Freundin gesteckt – ein Fehler, den ich danach nie mehr gemacht habe.“

Eine Rolle mit blauen LEDs kostete damals 5.000 DM, Carsten Frick schöpfte seinen Überziehungskredit aus, investierte in seine Idee und lötete selbst. „Den Fensterputzkunden fühlte ich mich verpflichtet und übergab den Betrieb an meinen Mitarbeiter, der viele Jahre lang damit glücklich war“, sagt er. „Die spitze Nische des Handytunings hatte eigentlich keine Zukunft. Warum ich das konnte? Weil mein Papa mir

damals das Lötten beigebracht hat. So ein Handy hat schon viel Geld gekostet, aber ich hatte immer den Gedanken: So schwer kann es nicht sein. Wenn du das richtig machst, funktioniert das.“

Wieder verfolgte Carsten seine bereits beim Fensterputzen bewährte Werbestrategie: Visitenkarten drucken lassen, Visitenkarten-Aufsteller basteln, Zielgruppen ansprechen. „Ich bin zu den Sonnenbankstudios, Tuningläden und Friseuren gefahren und hab’ freundlich gefragt, ob ich meine Aufsteller dalassen kann – lokales Marketing also. Zehn Minuten später rief der erste Interessent an. Ich hab’ ihn einfach zu mir nach Hause eingeladen, ihn gebeten, eine Runde um den Block zu gehen und dann sein Handy wieder abzuholen. Das dauerte eine halbe Stunde, am Ende nur noch drei Minuten.“ Er lacht.

„Um einen Ablauf zu organisieren, hab’ ich mir nach Feierabend Taschen mit perforiertem Abreißcoupon gedruckt. Trotzdem standen bald zu viele Kunden vor unserer Mietwohnung im Hausflur.“

In derselben Straße mietete er für 500 DM ein Ladenlokal an. „Mein Papa hat mir beigebracht, wie man Holzdecken baut. Also hab’ ich mir eine Arbeitsplatte genommen, ein Gestell gebastelt, eine Holzdecke drumherum gebaut, einen Tisch reingestellt und eine Kasse draufgestellt, und das war’s – fertig.“ Eine Gründung fast wie aus der Garage heraus. Als Öffnungszeiten hatte Carsten zwei Stunden am Nachmittag vorgesehen und damit den Ansturm von Kunden völlig unterschätzt. „Das ist total aus den Fugen geraten. Es gab nachmittags Stau in der Straße, meinetwegen.“ Er lächelt.



„Die Leute, denen ich erklärt habe, wie das funktioniert, haben sich dann leider mit meinem Nischen-Wissen selbstständig gemacht. Das war der erste Dämpfer in meiner Selbstständigkeit. Heute ist meine Mentalität völlig anders: Ich erzähle allen alles, weil ich weiß, dass nicht jeder in der Lage ist, das umzusetzen. Außerdem erreiche ich dadurch viel mehr.“

Man muss kein Geheimwissen für sich behalten. Teile dein Wissen, das ist heute meine Devise“, erzählt er. Schon damals begann er damit, über Radio- und HiFi-Läden Kooperationspartner aufzubauen, indem er ihnen ein Starterpaket mit Leitfaden zuschickte. „Ich hab’ einen Prozess aus dem Ablauf gemacht: Sie mussten nur die Handys annehmen, uns schicken, und wir haben sie nach dem Umbau wieder zurückgeschickt. Daran konnten sie dann partizipieren. Wir hatten schnell einen guten Ruf.“ Schnell fanden sich deutschlandweit Kooperationspartner. „Damals habe ich zum ersten Mal eine völlig dilettantische Website mit ewig langen Ladezeiten erstellt, die exorbitante Zugriffszahlen hatte.“ Wir machen eine Zeitreise in den Shop und die Fotogalerie seiner Website Bluelight, die er mit dem Beamer auf die Wand projiziert.

„Plötzlich kamen 50 Päckchen am Tag. Aus der Familie hatte ich viel Hilfe, wir saßen von Unternehmergeist befeuert bis tief in die Nacht in dem kleinen Laden“, erinnert er sich.

Der Versandhandel lief so erfolgreich, dass der Paketbote sich mit der Hand auf der übervollen Sackkarre erkundigte: „Jungs, was macht ihr hier?“ „Wenn ich heute zurückblicke, hat sich das damals sehr gut angefühlt. Die Tiefschläge, die man als Unternehmer auch erfährt, vergisst man. Das Gefühl war: Jetzt bist du selbstständig. Ein Gefühl, das mich bis heute trägt, ein ganz besonderer Moment, in dem mir bewusst wurde: Jetzt bist du für dich alleine verantwortlich. Heute kann ich darüber lachen. Natürlich sind wir das alle sowieso, aber du erlebst es plötzlich. Mit dieser Dienstleistung, die überhaupt keine Daseinsberechtigung hatte, habe ich damals wahnsinnige Entscheidungen getroffen“, sagt er.

Aus dem kleinen Laden zog er in ein Gebäude im Gewerbegebiet der Essener Weststadt und mietete für 8.000 DM Miete eine Fläche an, baute aus und investierte weiter. Geld beiseitelegen – daran dachte er gar nicht. Vodafone kam auf Carsten zu und bot ihm an, als Vertriebspartner eine Agentur zu eröffnen – in einem Gewerbegebiet ohne Straße, ohne andere Läden und Laufkundschaft. „Der Handyboom war vorbei. Jeder hatte eins. Das Thema Bluelight war auch nach zwei, drei Jahren gestorben, als Farbdisplays produziert wurden. Wieder habe ich mir Gedanken gemacht, wie ich Kunden auf den Standort aufmerksam machen könnte. Ich muss alle Vodafone-Kunden aus Essen anrufen, dachte ich mir und fing an mit Telefonmarketing.“



Dafür habe ich nach kurzer Zeit Mitarbeiter gebraucht.“ Ob das dem Gefühl des freien Unternehmertums mit einer eigenen Idee keinen Abbruch tat, interessiert mich. „Eigentlich war das nicht mein eigenes Ding, und ich bekam dadurch auch nicht die Anerkennung, die ich weiterhin haben wollte. Aus heutiger Sicht war ich nur noch die Marionette eines Konzerns, nicht mehr selbstbestimmt, die Situation hatte viele Parallelen zu einem Angestelltenverhältnis“, räumt er ein. „Ich hab’ trotzdem mit Vodafone noch ein zweites Geschäft eröffnet, mich total vergaloppiert an einem Standort, der sofort gestorben ist. Ich hatte aber einen Zehn-Jahres-Mietvertrag unterschrieben. Dämlich.“ Er zieht Luft durch die Zähne.

„Zu dem Zeitpunkt begann der DSL-Boom, und Arcor war direkt gegenüber von meinem Büro. Irgendwann stand eine Vertriebsmitarbeiterin von Arcor bei mir und bot mir eine Zusammenarbeit an. Es hängt immer von den Menschen ab, mit denen man zusammenarbeitet, und wir kamen extrem gut miteinander zurecht. – Und die Leute standen Schlange bei uns im Laden. Ich hab’ verstanden, dass ich damit schneller Geld verdienen konnte. Innerhalb einiger Jahre hatte ich 12 Standorte, fünf davon gemeinsam mit einer Kollegin. Wir haben wirklich eine tolle Zeit gehabt und ich hab’ auch gelernt, Geld für Marketing in die Hand zu nehmen. Das war einfach, denn der Konzern hat 50 Prozent der Werbekosten erstattet“, schmunzelt er. „Heute würde ich das Farming nennen – also sein Gebiet beackern.“ Durch die Kooperation mit O₂

wurde immer mehr Ware geliefert, die gelagert werden musste und Einbrecher anzog. „Gerade in der Vorweihnachtszeit kam das öfter vor. Wir waren natürlich versichert. Aber wenn du 12 Standorte betreibst und morgens eine Krankmeldung erhältst, weißt du gar nicht, wie du den Laden öffnen sollst“, sagt er. Carsten Frick war der erfolgreichste Vertriebspartner in der Region, Fürsprecher für Nordrhein-Westfalen, Vorbild für andere. „Aber ich musste mir eingestehen, dass meine Leidenschaft sich abgekühlt hatte. Das Produkt war mir zu einfach. Dein einziger Expansionschritt: mehr Läden eröffnen. Ich hatte Monatsmieten von 50.000 Euro, du kannst die Mitarbeiter nicht gut bezahlen. Was mich am meisten frustriert hat: Ein Konzern führt über Nacht eine Veränderung ein, z. B. dass die Provision um die Hälfte reduziert wird. Die Vierzigjährigen wurden abgesägt. Du hast keinen Einfluss darauf, bist nur noch verwoben mit dieser Welt.“

Rückblickend frage ich mich: Warum hab’ ich das eigentlich gemacht? Ich hab’ gerade jemanden in der Mein Makler-Ausbildung, der auch im Handy-laden steht. Ich kann sehr gut beurteilen, wie sich Leute fühlen, die lange in einem Konzern gearbeitet haben. Ich hol’ dich da raus, denke ich, wenn ich ihn sehe.“ Carsten lacht.

Gemeinsam mit einem Partner kam ihm die Idee, mit Vodafone-Kunden zu telefonieren, um Vertragsverlängerungen zu verkaufen. Sie bauten auf seiner Fläche von Bluelight erfolgreich ein Callcenter auf, wurden größter Vertriebspartner und schlossen im Monat über 1.000 Vertragsverlängerungen am Telefon ab. „Ich war der einzige Vertriebspartner mit einer sechsstelligen Monatsabrechnung“, sagt er nicht ohne Stolz. „Da kommt dann der Vorstand aus Düsseldorf. Irgendwann erfuhr ich, dass Vodafone das Callcenter schließen wollte. Vodafone hatte Arcor gekauft. Ich war als Vertriebspartner übrig. Die Begründung: Die anderen verdienen zu wenig. Wir haben den Agenturen im Umkreis zu viel Geschäft weggenommen.“

Eine Ohrfeige, wenn einem das Geschäftsmodell weggenommen wird, ohne dass man einen Fehler gemacht hat, weil man zu erfolgreich ist. Carsten Frick flog kurzerhand nach München, bewarb sich bei O₂ und wandelte einen Teil seiner Mietverträge in O₂-Shops um. „Eigentlich das gleiche Dilemma wie vorher: Mobilfunk und noch mehr Mobilfunk.“

Irgendwann, mit 28, hab' ich mir gesagt, dass ich das nicht mehr will. Mit 29 hatte ich alles abgewickelt, verkauft, verschenkt, geschlossen, mich ganz sauber rausdividiert“, erinnert er sich und zeigt mir Bilder seiner Shops und Mitarbeiter, damals und heute. „Das Kapitel zu schließen war aus meiner Perspektive keine leichte Entscheidung, denn ich war durch Mietverträge und Mitarbeiter sehr stark in das ganze Thema verwoben. Das Gefühl, aufzugeben, und die Angst vor Statusverlust waren auch da“, gesteht er sich ein.

„Aus heutiger Sicht war es eine der besten Entscheidungen, dass ich damals den Absprung geschafft habe.“

Was seine Entscheidung zusätzlich erschwerte: Kurz zuvor hatte Carsten Frick ein Haus gekauft und von seiner damaligen Frau erfahren, dass sie nicht mit einziehen würde und die Ehe nach zwei Jahren am Ende wäre. Beide entschieden, dass der kleine Sohn bei Carsten bleiben sollte. „Ich hatte Verantwortung – ein Haus, ein Kind und eine leerstehende Etage, aus der ich eine WG gemacht habe. Mit meiner Geschäftspartnerin hatte ich damals die Firma Frimus, die die Handyläden betrieb. Für 20.000 Euro hab' ich ihr meine Anteile überlassen und mir meine Freiheit erkaufte.“

Carsten Frick nahm sich ein Jahr lang Zeit nur für sich, Zeit, seinem Leben und Unternehmergeist eine neue Ausrichtung zu geben. „Ich hatte wirklich das Gefühl, frei von diesem Spinnennetz, was an mir hing, zu sein.“ Sei offen für Neues und gib Veränderung Zeit zu wachsen – selbst von ihm durchlebt, ist dies heute einer seiner zentralen Wertesätze aus der Mein Makler-Ausbildung.

„Ein ganz wichtiger Faktor, denn die Immobilienwelt funktioniert nicht von heute auf morgen. Das ist ein sehr langwieriges, sehr gutes Geschäft, keine Eintagsfliege. Dafür biete ich anderen die Schulter, um sie dort hinzuführen – ein wichtiger Aspekt, den man verstehen muss. Das Gras wächst nicht schneller, wenn man daran zieht, sagt das





Sprichwort. Ich war an dem Punkt, an dem ich dachte: Ich weiß noch nicht, was ich mache, aber irgendwo wird mich mein Schicksal hinführen. Ich glaube, es gibt keine Zufälle“, sagt er.

**„Dann hast du Vertrauen in das Leben, heißt das?“
„Ja, aber ich hatte immer irgendwo meinen Fensterputz-Eimer. Auch wenn es lächerlich ist: Der Eimer hat mir immer Halt gegeben, quadratisch, blau, mit meiner alten Handy-Nummer im Griff“, antwortet er spontan. Wir amüsieren uns.**

In dieser Phase lernte Carsten seine neue Freundin kennen, die ebenfalls in einer beruflichen Neuorientierungsphase war und sich vielfältig informierte. Carsten begleitete sie zu einer Franchise-Beratung, hörte sich alles an, blätterte in Prospekten und stieß auf die Werbung von Engel & Völkers. „Immobilien wären eigentlich auch nicht schlecht, dachte ich mir, legte aber die Idee schnell wieder beiseite, denn alle Makler, die ich bis dahin kennen gelernt hatte, waren Verbrecher und Betrüger – zwielichtige Werbemakler.“ Klare Worte. „Meine Ausgangssituation: Ich musste mich um mein Kind kümmern, auch wenn meine neue Lebenspartnerin mich voller Freude dabei unterstützt hat. Ich dachte mir: Viel Geld, wenig arbeiten, das wäre gut. Mein Bild vom

Maklerberuf war allerdings damals: Die schließen zwei Mal die Tür auf und verlangen 20.000 Euro dafür.“ Seinen Wunsch, studieren zu gehen, den er mit 19 nicht ausleben konnte, machte er gut zehn Jahre später auf der Suche nach einer seriösen Immobilienmakler-Ausbildung wahr. Seine frühere Nachbarin machte ihn auf eine berufsbegleitende Fortbildung bei der FOM Hochschule in Essen aufmerksam. „Alleine wollte ich das nicht, ich mach’ gerne Dinge zu zweit oder mit anderen zusammen. Als ich meinem früheren Bluelight-Mitarbeiter, mit dem ich den Kontakt locker aufrechterhalten hatte, am Telefon zum Geburtstag gratulierte, sagte der plötzlich: „Ich bin jetzt Immobilien-Makler.“ Darüber wollte ich mehr erfahren und besuchte ihn. Er hat zwar in Essen gewohnt, war aber in Kleve in einem Versicherungsbüro als selbstständiger Makler tätig.

„Was hältst du davon, wenn wir zusammen zur Schule gehen würden?, fragte ich ihn.“ Gesagt, getan. Beide besuchten drei Jahre lang die private Hochschule. „Von Montagmorgen bis Freitagnachmittag konnte ich arbeiten, freitags und samstags saß ich in der Hochschule. Erst mal hab’ ich in meinem Haus ein Büro eingerichtet – Schreibtisch, Rechner, Drucker, Karte. Ich hab mir gesagt: „Das ist jetzt mein Revier. Da muss ich irgendwie Fuß fassen.“ Das Problem ist nur, dass man nicht einfach an Immobilien kommt. Heute ist es noch schwieriger, aber auch damals war das so“, erzählt er.

Was tun? Wieder stand Carsten Frick vor der Frage: Wie komme ich an Kunden?

„Ich fragte mich, welches Problem ich für andere, die ich schon kenne, lösen kann. Und da fielen mir die Leute bei Arcor ein, die von Vodafone übernommen worden sind und schließen mussten: Ruf sie an und frag’, ob sie den Laden vermieten wollen, dachte ich mir. Nach und nach hab’ ich sie aus ihren Mietverträgen erlöst. Mein erstes Werbemittel waren die Zu vermieten-Schilder, die ich mir gedruckt habe. Ich hab’ mir ein Logo gebastelt und den Anhänger beschriftet mit: Wir können Immobilien. Inzwischen beschriftete ich meinen Wagen nicht mehr. Der Job hat auch viel mit Diskretion, Schweigepflicht und Vertrauen zu tun. Mitten im kältesten Februar stand ich mit meiner Popcorn-Maschine, auf der „Frick-Immobilien“ stand, auf dem Stadtfest, hab’ Popcorn verteilt und mich mit den Leuten unterhalten. Meine Kunden waren also die Kunden, die ich schon kannte. Das ist auch bei uns in der Akademie ein großes Thema“, erklärt er.

„Die angehenden Makler haben alle nicht im Kopf, dass sie schon mögliche Kunden kennen. Sie müssen sich nur mit ihnen beschäftigen. Auf mein Auto mit der Beschriftung „Frick-Immobilien“ wurde ich irgendwann von einer Mutter im Kindergarten angesprochen, als ich meinen Sohn abholte. So habe ich nach acht Monaten meine erste Wohnung verkauft. Nach der Beurkundung hab' ich ihr eine Flasche Champagner gebracht und mit ihr darauf angestoßen. Ich glaube, diese erste Beurkundung bleibt auch bei denen, die ich jetzt begleite, in Erinnerung. Das ist ein besonderer Moment“, weiß er. „Ich dachte: Wow, hier fängt jetzt eine coole Sache an. Und ich hab' mich gefragt, wie ich meinen Kampf gegen die eigene Unbekanntheit gewinnen kann – eine Frage, die sich jedem Makler stellt. Ich kann Schilder aufhängen, aber die hängen nur, bis die Läden vermietet sind. Also habe ich in Heisingen, wo mein Sohn zum Kindergarten ging, mein Büro eröffnet. Der Vermieter kam zu mir nach Hause, um zu sehen, ob ich mir den Laden leisten konnte. So hat alles angefangen, und nach 12 Jahren hab' ich ihn immer noch. Ich hab' damals allein mit einer Vision, ja, mit einer Mission in dem Laden gesessen und war stolz. Ich hab' mir an die Wand gehängt: Essens Makler Nummer eins.“

Du lernst als Makler drei Jahre lang Paragraphen, Wertermittlung, Verwaltung, worauf du achten musst, was du nicht darfst, aber ich wusste überhaupt nicht, wie es funktioniert. Wie man Kunden gewinnt, war niemals Teil meiner Ausbildung. Witzigerweise unterstützt mich jetzt ein Teil meiner damaligen Dozenten in meiner Akademie“, freut er sich. „Wir haben alle ein Dach über dem Kopf, also betrifft das Thema Immobilie jeden. Warum soll ich nicht mit den Menschen darüber sprechen, die mir schon näherstehen?, dachte ich mir und hab' genau diese Leute gefragt, ob ich ihnen helfen kann. Man denkt anfangs oft, dass man noch nicht gut genug ist für die Welt. Das Selbstvertrauen wächst mit der Zeit“, weiß er aus eigener Erfahrung.

„Viele Dinge hab' ich einfach gemacht und danach gesehen, ob es gut oder verbesserungsbedürftig war.“

Ob ein Makler sich spezialisieren sollte?

„Vier Millionen Menschen in Deutschland beschäftigen sich mit Immobilien, dazu gehören auch Handwerk, Bau, Pflege, Verwaltung“, antwortet Carsten. „Ein Makler vermittelt ja nur zwischen Verkäufer und Käufer und hat durch den Nachweis Anspruch auf Provision. Es gibt verschiedene Makler-Typen nach Vorliebe, auch ganz exotische:



Gutshof-Makler, Schloss-Makler, Hotel-Makler, Gewerbemakler – also Büros, Ladenlokale, Hallen – und bei Wohnimmobilien die Kategorien Vermietung, Verkauf und Luxus-Immobilien“, erklärt er.

„Im Idealfall spezialisiert man sich auf eine Kategorie. Wenn man versucht, alles zu machen, ist man nicht in allem gut“, denkt er.

Carsten Frick konzentrierte sich von Anfang an auf Wohnimmobilien. „Damals wie heute war ich mir für nichts zu schade und habe mir gesagt, dass ich erst mal nehme, was kommt, und versuche, das ordentlich zu machen.“ Zwei Wochen nach Eröffnung seines Heisinger Büros wurde das alljährliche Stadtfest gefeiert – die ideale Gelegenheit, sich auf der Straße mit einem Stand bei Prosecco und Luftballons zu präsentieren. Carsten Frick engagierte einen Moderator aus dem Vodafone-Shop. „Kannst du das für mich machen?“, fragte er ihn, „ich traue mich nicht.“ Er schmunzelt. Ich finde das sympathisch.

Seine greifbare Präsenz brachte ihm das erste Haus als Kaufobjekt. „Eine Palette Telefone, die ich noch im Keller hatte, hab' ich mit einem Glücksrad als Tombola-Preise stündlich verschenkt. Wahrscheinlich fanden die Leute das komisch, aber da kam ich her. Welcher Makler stellt sich auf die Straße und macht Tamtam? Hauptsache, man hat

mich gesehen, ich war da. Das war wichtig“, sagt er. Von Beginn an zeigte Carsten Frick, dass er anders als alle anderen Makler war. Die Zeit bei Vodafone und Arcor hatte ihn immer wieder auf Ideen gebracht, wie man an Kunden kommt. „Kunden rennen draußen herum, also musst du vor die Tür gehen, um sie zu treffen und mit ihnen zu sprechen. Und ich habe meine Zertifikate im Laden aufgehängt, um zu zeigen, dass ich das, was ich tue, auch kann. Inzwischen denke ich, dass das nur den eigenen Kopf beruhigt. Wichtig ist, beim Kunden gut und souverän aufzutreten. Jeder hat seine Stärke, er muss sie nur finden. Das ist die Kunst.“



Nach zehn Jahren Selbstständigkeit las er das Buch Entdecken Sie Ihre Stärken jetzt! von Marcus Buckingham, Donald O. Clifton am Pool im Urlaub, beschäftigte sich mit den 34 Talenten des Gallup-Prinzips und fragte sich zum ersten Mal: Wer bin ich eigentlich? Wofür brennt meine Leidenschaft?

„Viele wissen das nicht und stecken deshalb im falschen Job. Ich würde heute jedem empfehlen, auf den Gallup Strengths Finder, der seit Kurzem CliftonStrengths heißt, zu gehen und diesen Test zu machen, der die 34 Talente in ihrer individuellen Ausprägung gewichtet. Das hat mir zum ersten Mal im Leben einen Spiegel vorgehalten, den ich vorher nie gesehen hatte. Wirklich verblüffend. Eines meiner Haupttalente ist das Streben nach Anerkennung, außerdem gehören dazu Zukunftsorientierung – ich interessiere mich für die Technik, die morgen kommt –, dann Bedeutsamkeit, Fokus, Tatkraft“, erzählt er.

„Ich kann aber auch Dinge maximieren – wenn ich verstehe, wie man eine Kugel Eis verkauft, weiß ich auch, wie man 100 Kugeln Eis verkauft.“

Die eigenen Stärken zu erkennen hält Carsten für einen wichtigen Prozess innerhalb seiner Ausbildung. Den Test durchlief er selbst mehrmals und ließ auch seine Mitarbeiter daran teilnehmen. Deutlich wurde: Man versteht sich leichter mit Mitarbeitern, die ähnliche Talente haben wie man selbst. Dass er vor Beginn der Beziehung mit seiner neuen

Frau ihre Talente mithilfe des Tests ermittelt hat, bringt mich zum Lachen. „Wir führen eine sehr angenehme und konfliktfreie Ehe, weil wir ähnliche Talente und Stärken haben. Natürlich unterliegen wir auch ähnlichen Schwächen“, schmunzelt er. Beide führen ihr eigenes Unternehmen und haben auch gemeinsam eine Firma gegründet. „Ich hab’ in der Phase sehr viel gelernt, über mich selbst, über alles, was Immobilien angeht, beim Notar. Mir hat das niemand gezeigt. Ich hätte mir immer jemanden an meiner Seite gewünscht, der mir als Mentor geraten hätte“, sagt er. Genau das, was ihm früher fehlte, bietet Carsten Frick jetzt denen, die bei ihm die Ausbildung durchlaufen und Lizenzpartner werden – Unterstützung, ein offenes Ohr für Fragen, Ansprechbarkeit, Coaching, Orientierung. „Deshalb hab’ ich auch solchen Spaß daran, weil ich das alles, die Höhen und Tiefen der Immobilienbranche, selbst erlebt habe und helfen kann.“

Innerhalb kurzer Zeit hatte er drei Standorte mit einem kleinen Mitarbeiter-Team in Essen, einen davon schloss er wieder, um sich zu fokussieren. „Den Standort in Heisingen gibt es seit 12 Jahren, den in Rüttenscheid seit zehn Jahren, seit sieben Jahren den Flagship-Store für Mein Makler® in Bochum – vorher eine absolute Bruchbude, die wir total renoviert haben. Jetzt ist das ein wohnlicher Laden. Als ich verstanden hab’, wie das Geschäft funktioniert, war mein Ziel, hier in Essen in der Immobilienbranche eine ähnliche Bedeutsamkeit und Anerkennung wie in der Telekommunikation zu erreichen“, sagt er offen. Keine leichte Aufgabe, unter 300 Maklern hervorzustechen.

„Ich kam wie aus dem Nichts und hab’ nur gemacht, was ich gut konnte: Marketing. Ich hab’ auf mich aufmerksam gemacht, den Kampf gegen das Unbekanntsein aufgenommen und wurde plötzlich als Marke wahrgenommen.“

In seiner Ausbildung hörte er: „Der durchschnittliche Makler in Deutschland verdient 83.000 Euro und hat 2,1 Angestellte: er selbst, seine Frau und eine Hilfskraft.“ Carsten Frick wollte nicht zum Durchschnitt gehören. Mit den Vermietungen für Vodafone und Arcor machte er bereits im ersten Jahr 100.000 Euro Umsatz. Im darauffolgenden Jahr machte er daraus 300.000, danach 600.000 Euro. Im vierten Jahr war er bereits unter den Top drei Maklern.



Wie er das geschafft hat?

„Durch Konzentration. Ich hab' noch viele Seminare und Schulungen besucht, in sehr gute Software und eine hochwertige Kamera investiert, bin in Profi-Netzwerke eingetreten und hab' damit angefangen, sehr strukturiert Werbung in meinem Stadtteil zu machen. Ganz ehrlich: Es ist ganz einfach, 100.000 Euro zu verdienen, das sind vier fünf, sechs Aufträge. Das machst du doch fast nebenbei“, meint er.

„Du musst bei allem guten Werkzeug natürlich verstehen, was du tust. Das heißt, nicht die Kamera wurde besser, sondern ich im Umgang mit ihr. Das ist auch in der Ausbildung ein großer Schwerpunkt.“

Eine Erfolgsgeschichte ohne Hürden?

„Nein. Es lief nicht immer geradeaus. Wenn man auf sich allein gestellt anfängt, muss man bereit sein, sich fortzubilden und das erlernte Wissen in die Tat umzusetzen. Die Selbstständigkeit ist definitiv die höchste Form der Sicherheit und bietet mir viel mehr Gestaltungsmöglichkeit. Ein Angestellter ist nicht sicher, haftet für Fehler anderer mit und kann plötzlich auf der Straße stehen. Man muss natürlich auch mal seine Komfortzone verlassen, vor die Tür gehen und bei Eiseskälte Flyer oder Briefe verteilen, um auf sich aufmerksam zu machen. Das Problem fängt erst mit der richtigen Auswahl von Mitarbeitern an. Das

hab' ich erst viel später verstanden. Zuerst muss ein Makler sich selbst finden, dann ist er in der Lage, ein Team aufzubauen. Wenn du dann ein gutes Team um dich herum hast, dann läuft's“, erklärt er.

„Jeder, der meine Ausbildung durchläuft, hat andere Voraussetzungen und einen ganz eigenen Stil – spannend, sie dabei zu begleiten und auch zu erleben, wo sie an ihre Grenze kommen.“

Carsten ist sich seiner großen Verantwortung in der Rolle des Ausbilders sehr bewusst. „Sie vertrauen mir zu 100 Prozent. Das ist das Fundament unserer Zusammenarbeit. Ich will es in keiner Weise erschüttern, aber das Leben ist kein Ponyhof. Du kannst als Makler allein arbeiten oder fünf Filialen betreiben. Du kannst alles machen. So wie es verschiedene Makler-Typen gibt, gibt es auch unterschiedliche Unternehmer-Typen: der Solo-Selbstständige, der Unternehmer, der Geschäftsführer. Es ist wichtig, seine Rolle zu finden – ein großes Thema in der Ausbildung.“

Man sollte sich nicht hinterm Lernen verstecken, sondern sofort in Aktion treten und von Anfang an üben, auf sich aufmerksam zu machen. „Dann geht es einem im besten Fall so wie Markus Feyri, der auf meinen Vorschlag hin all seinen Bekannten sagte, dass er jetzt Makler ist und sich nach 14 Tagen meldete: „Carsten, ich hab' einen Auftrag! Was soll ich jetzt machen?“ Viele denken sich: Ich hör' mir an, was du machst, dann mache ich es besser und dann so, wie ich es für richtig halte. Das ist der Fehler. Sie sollten einfach das tun, was ich vorschlage, dann sehen sie, dass es auch Früchte trägt“, ist er sich sicher.

„Natürlich hab' ich oft zu Hause gesessen und an mir gezweifelt. Vieles, was ich angepackt habe, hat funktioniert, aber nur, weil ich drangeblieben bin. Der Erwartungsdruck war sehr groß, dass das immer so sein müsste. Es gab in meinem Leben Momente, in denen ich mit dem Rücken an der Wand stand. Im Mai 2005 hätte ich den Vodafone-laden eigentlich schließen müssen, weil die Einnahmen zu gering und die Kosten zu hoch waren. Dann hab' ich mit den Leuten geredet, nach einer Lösung gesucht und mich mit dem Callcenter freigeschwommen, mit dem ich wieder Geld verdient hab'.“ Auch schwierige Situationen zu meistern, zu scheitern und wie beim Laufenlernen öfter hinzufallen sieht er als wichtige Erfahrung im Leben an.

„In meinem Leben gab es zwei, drei Momente, an die ich mich sehr gut erinnere, weil ich den falschen Weg eingeschlagen habe, aber man darf dann nicht wegsehen, sondern muss eine Lösung suchen und mit den Menschen sprechen. Ehrlich währt am längsten – damit fährt man am besten.“

Als Mitarbeiter vor 20 Jahren seine Bluelight-Idee unter anderem Namen kopierten und sich damit selbstständig machten, fühlte Carsten sich hart getroffen. Das ist also die freie Wirtschaft, dachte er enttäuscht. „Die Makler hier in der Stadt gönnen sich ja gegenseitig auch nichts. Ich hatte hier niemanden, mit dem ich mich verbrüdern konnte. Warum sind das Konkurrenten? Weil sie im gleichen Teich mit dir fischen. Sie sind alle nett zu mir, denn sie wollten mich gerne aushorchen. Damals habe ich ihnen meine Ideen einfach erzählt. Das ist einfach meine Mentalität“, erklärt er.

Das Resultat? Trittbrettfahrer. Als die Sparkasse damit begann, Carstens Marketingaktionen zu kopieren, fühlte er sich fast geehrt. Er lacht. „Ich war einer der ersten, der ein Homestaging-Seminar besucht hat, zu Ikea gefahren ist und Möbel gekauft hat, um die Immobilie auszustatten und schön in Szene zu setzen. Das fand Nachahmer. Es gab einen Makler hier in der Stadt, der mich kopiert hat und mir alle Mitarbeiter abgezogen hat. Er hatte nie eigene Ideen.

Das Schlimme war: Ich hab' die Leute ausgebildet, und hinterher sind sie zu ihm gegangen. Es gibt inzwischen viele Marken, die sich auch „Mein Makler“ nennen. Die eliminiert mein Patentanwalt gerade erfolgreich.“ Der Spruch Geh mit der Zeit, sonst gehst du mit der Zeit fällt ihm ein. „Ich hab' in der Selbstständigkeit gelernt: Du musst dich bewegen. Die Welt dreht sich weiter. Und natürlich ist es schön, wenn hinter einem erfolgreichen Unternehmer auch eine starke Partnerin steht, die Rückhalt gibt. Das habe ich und bin sehr glücklich darüber.“

Heißt das, dass das Alleinsein oder private Probleme den Erfolg verhindern können? „Total“, stimmt er zu. „Ich würde sagen: Erfolg entsteht im Kopf. Wichtig ist der Glaube daran, das erreichen zu können, was man sich vorstellen kann. Alles, was du dir vorstellen kannst, kannst du auch erreichen. Der Weg dahin sieht manchmal anders aus, aber man muss dranbleiben und das umsetzen. Natürlich



ist es schwierig, wenn wir ungeklärte Familienverhältnisse oder Verbindlichkeiten aus der Vergangenheit haben, die uns belasten. Man kann alles in den Griff bekommen, du darfst allerdings keine hohen Schulden und keine Vorstrafen haben, wenn du Makler sein willst. Das schreibt das Gesetz vor. Der Erfolg hängt von dir selbst, von deinem Fachwissen und dem Geschick, an Kunden zu kommen, ab“, bringt er es auf den Punkt. Die erste Bewerberin saß damals bei Carsten Frick in seinem Büro, sah sich um und sagte: „Ziemlich leer hier. Ich will nicht bei Ihnen arbeiten.“ Ein dreiviertel Jahr und etliche Marketingaktionen später erhielt er 40 Bewerbungen. „Jeder sollte auch als Arbeitgeber attraktiv sein, indem die Mitarbeiter eine entsprechende sinnvolle Aufgabe haben. Was wir hier gerade bei Mein Makler® tun, ist ein wirklich spannendes Projekt: Wir begleiten andere dabei, ihren Traum in Erfüllung zu bringen, während wir uns gleichzeitig noch um die eigenen Geschäfte kümmern und tun, was sie auch tun. Das gibt dem Ganzen einen totalen Sinn. Wir bleiben immer an der Basis, leben unsere Werte und unsere Mission“, erzählt er.

„Heute Morgen hatte ich wieder einen Zoom-Call mit 20 Leuten deutschlandweit. Da trifft sich die Mein Makler-Familie. La familia, wie Marcel Mancinelli uns nennt.“

Carsten Frick kennt auch die Einsamkeiten, die Unternehmer, vor allem Solo-Selbstständige, erleben. Sie zu einer Gemeinschaft zusammenzuführen treibt ihn an. „Wir haben Paare, die sich gegenseitig motivieren, aber die, die alleine sind, brauchen die Community und den Background noch viel mehr. Alle müssen erst mal den Glauben an sich selbst finden, sich trauen, die Aufgaben selbst zu erledigen. Wenn sie sie nicht in Angriff nehmen, wissen sie, dass sie nicht weiterkommen. Aber durch den regelmäßigen Kontakt mit mir und untereinander pushen sie sich gegenseitig und stellen plötzlich fest, dass sie Erfolg haben. Entwickle dich weiter und teile dein Wissen ist einer unserer Wertesätze.“

Die Freude daran, anderen zum Erfolg zu verhelfen, sieht man ihm an. Carsten Frick ist sicher Vorbild ebenso wie Mentor, Coach und Ratgeber in seiner Makler-Ausbildung, deren Geheimnis nicht nur in der Wissensvermittlung, sondern der damit eng verbundenen immanenten Persönlichkeitsentwicklung liegt. Essens Makler Nummer eins hat eine neue Stufe unternehmerischer Lebenskunst erreicht, dirigiert inzwischen ein vielstimmiges Orchester, in dem jedes Instrument eigenen Klang und Bedeutung hat, denke ich.

„Es macht so einen Spaß, ihnen dabei zuzusehen, wie sie erfolgreicher werden, als ich es im ersten Jahr war“, betont er.

„Ich möchte mit unserer Vision die Immobilienwelt besser machen. Ich möchte mit der Marke Mein Makler®, die ich als sehr emotional empfinde, Qualität und Vertrauen verbinden. Es ist mir sehr wichtig, dass hinter der Marke gut ausgebildete Leute stehen. Dafür gibt es mehr Praxiscalls, zum Beispiel Calls zur Wertermittlung. Ich bin die Wertermittlung mit ihnen durchgegangen und merke, wann sie es selbst können – für einige Frauen ist Haustechnik oft ein schwieriges Feld, auch wenn sie vielleicht die empathischeren Makler sind. Man muss sich für die Materie Immobilie interessieren, auch die Heizpumpe im Keller und ein bisschen Technik gehören leider mit dazu“, lächelt er.



„Trotzdem behaupte ich: Das ist ein Beruf von Mensch zu Mensch. In dem Sinne ist ein Makler auch ein Profiler. Er muss sich auskennen mit Scheidung, Tod, Erbengemeinschaften, Wünschen, Traurigem, also erst mal das Motiv, den Antrieb zum Verkauf klären. Vielleicht verkörpere ich das so, weil ich es auch selbst erlebt habe“, sieht er.

Das Verständnis für das Erleben anderer fließt unmittelbar zwischen Menschen, wenn man einfach sagen kann: „Das ist mir auch schon passiert.“ Um sich nicht nur auf die eigene Lebenserfahrung zu stützen, nimmt Carsten seine Makler in Ausbildung als Praktikanten mit zum Kunden, bespricht anschließend deren Wahrnehmungen und Beobachtungen mit ihnen.

Carsten Frick versteht sich als Makler, der andere ein Stück weit auf ihrem Lebensweg begleitet, während er eine gute Arbeit leistet. „Ein guter Makler kann einen guten Preis für eine Immobilie realisieren, aber den Kunden abzuholen und mitzunehmen – das ist die Kunst in dem ganzen Job“, sagt er.

„Highend-Makler können auch in schwierigen Situationen mit Menschen umgehen, die gar nicht ihrem Typenprofil entsprechen, und in deren Sprache antworten – gelber, blauer, grüner, roter Typ –, das kann man erst, wenn man nach vielen Gesprächen nicht mehr so mit sich selbst beschäftigt ist. Du erlebst alles Mögliche: Gestern habe ich in einem Mietshaus, das wir verkaufen, alle Mieter besucht. Wenn man Kapitalanlagen verkaufen will, sollte man auch selbst welche haben. Da kann man dann eine andere Sprache sprechen. Einer der Mieter zeigte mir seinen Schießstand in der Abstellkammer, in der er von der Kloschüssel aus fahrende Pappenten abschießen kann. Es darf nur niemand reinkommen, denn die Eingangstür liegt dazwischen.“ Wir amüsieren uns.

„Die Akademie hat mir die Möglichkeit gegeben, mein Wissen in digitaler Form abzuspeichern, und an den Videos und dem Leitfaden können sich andere orientieren. Der Vorläufer war das Projekt „Immo-School“, das sich an das Buch „Unsere Immobilie im Alter“, das ich im Autorenverbund geschrieben habe, angeschlossen hat. Da hab' ich zum ersten Mal in einem Landhotel Seminare über Marketing und Persönlichkeitsentwicklung vor erfahrenen Maklern abgehalten, denen das allen wichtig war“, setzt er wieder an. „Ich hab' mich gefragt, was ich am Anfang gebraucht hätte, als ich in der Situation steckte. Meine Ausbildung bei der FOM war gut, aber sehr theoretisch. Das Fach „Wie bekomme ich Aufträge?“ gab es nicht. Das ist heute immer noch so. Aber das ist doch das wichtigste Fach!“, empört er sich.

Damals stellte er eine Mitarbeiterin ein, von der er ein Handbuch verfassen ließ, das nie zum Einsatz kam. „Ich glaube, dass das Medium Video mit Live-Unterricht viel besser funktioniert. Im Grunde genommen sind wir eine Erfolgsmarketingagentur für Makler, die gleichzeitig Bildungsträger ist und Zertifikate ausstellen kann, die auch noch eine gute Community bildet, um die Leute mental abzuholen, und Praxispartner ist“, fasst er zusammen.

„Sei du selbst und verfolge mit Freude das gemeinsame Ziel – eines unserer Mottos.“

Als einer seiner ersten Kunden ihn fragte, ob sein Vater auch noch zum Gespräch hinzukäme, wurde Carsten Frick deutlich, dass er die Marke ist und sich als solche bekanntmachen sollte. Eine seiner erfolgreichsten Marketing-Aktionen war sein Foto auf einem digitalen Mega-Screen neben einer vierspurigen Hauptstraße in Essen. „Wir haben

überall mein Bild draufgemacht – wie bei einer Bürgermeister-Wahl. Du führst ständig einen Wahlkampf“, lächelt er verschmitzt und spricht über kontinuierliches Farming durch Dialog-Marketing, Problemtrance, Problemvertiefung, Lösung und Call to action.

„Wir haben Stadtteile in Touren zerlegt und dezidiert beackert“, sagt er. „Wir haben Interviews in Fachmagazine gebracht, einen 20-seitigen Marktbericht entwickelt, Schilder aufgehängt, Zeitungsartikel veröffentlicht – wir waren und sind einfach präsent und wollen unsere Kunden mit allem, was wir tun, in Staunen versetzen, zu jedem Zeitpunkt begeistern und überdurchschnittliche Arbeit leisten.“ Kunden werden zur Besichtigung in Wohlfühl-Atmosphäre bei Getränk und Hintergrundmusik geladen, Banken erhalten mit einem Link alle Daten in der Übersicht, die sie benötigen.

Das meint Carsten Frick mit: Underpromise – over-deliver, schaffe Wow-Effekte. „Dann sind die Leute zufrieden, und das ist weiß Gott nicht schwer in der Maklerwelt.“

Die Marke Mein Makler® drückt für ihn Verbindung zu einer Sache, die man liebt, aus. Er zeigt Fotos aus den Anfängen und betont: „Ich wollte das eigentlich zu zweit mit einem früheren Partner als Pilotprojekt betreiben, der dann aus privaten Gründen ausgestiegen ist, ein emotionaler Tiefschlag. Aber ich musste mit dem Laden in Bochum als Pilotprojekt zeigen, wie man Geld verdient, und habe die Mein Makler® GmbH sieben Jahre lang ehrenamtlich aus reiner Leidenschaft geführt.“

Erster Lizenzpartner wurde Janusz Foit in Münster. Ein Jahr lang begleitete Carsten ihn, von 2017 bis 2018. „Die Kommunikation stimmte nicht zwischen uns. Er ist einfach meinen Empfehlungen nicht gefolgt, hat das Handbuch nicht umgesetzt, er glaubte nicht an sich, ihm ging das Geld aus. Das hat mir die Stolpersteine vor Augen geführt. Vieles musste im Hintergrund erst entwickelt werden, irgendwann hatten wir drei Webseiten, viel zu komplizierte Prozesse. Ich musste ihm etwas an die Hand geben, was funktioniert und vor allem – ihm Mut machen. Ich hab' befürchtet, dass der Name Mein Makler® in Münster verbrannte, und konnte auch selbst kein neues Büro dort eröffnen, obwohl ich nach Emsdetten gezogen war, weil ich ihm das ganze Lizenzgebiet gegeben hatte. All das war ein wichtiger Entwicklungsprozess für mich“, erinnert er sich.



„Das Thema Erwachsenenbildung ist schon ein ganz eigenes Kapitel. Natürlich entstehen Wut, Neid, Missgunst, wenn man keinen Erfolg sieht. Heute ist Janusz in einem guten Fahrwasser, aber er hatte lange Probleme, Aufträge zu generieren. Natürlich fehlte ihm auch noch die Unterstützung durch die Community, die es heute gibt.“ Die Gratwanderung der erwachsenen Lernpartner zwischen Nachahmung, der Befürchtung, ihn zu kopieren, und dem Beharren darauf, den eigenen Weg als Unternehmer zu finden, ist eine der Herausforderungen, mit denen Carsten Frick sich als Ausbilder konfrontiert sieht.

„Wenn du auf dem Weg bist, hast du einen hohen Wissensdurst zu erfahren, was dich zum Ziel bringt. Es liegt an jedem selbst, ob er die Chancen wahrnimmt oder nicht“, meint er.

„Vom ersten Lizenzpartner bis zum zweiten sind vier Jahre vergangen. In dieser Phase war ich nah dran, den Glauben an das ganze Projekt zu verlieren“, räumt er ein. „Es liegt an mir, dass ich immer wieder gesagt habe: ‚Lasst uns das durchziehen. Lasst uns das bewegen.‘ Ich musste der Inspirator sein, aber auf der anderen Seite auch überleben und kenne Jahre, die nicht so rosig waren.“

Wie komme ich an den zweiten Lizenzpartner?, fragte Carsten sich nach einigen erfolglosen Gesprächen mit skeptischen Interessenten. Er machte eine Fortbildung zum Thema Verkaufspsychologie, nahm sich einen Coach, initiierte einen Podcast, begann Videos aufzunehmen und in seinem Kanal zu verbreiten und entwickelte daraus die Idee einer kompletten Ausbildung als ein Seminar, das aus verschiedenen Bausteinen besteht. „Die Domain für die Website hab' ich einem Makler abgekauft, die Seite war ein Riesenprojekt über ein halbes Jahr, neben dem Tagesgeschäft sind wir sehr viele Extrameilen gegangen. Nebenbei hab' ich auf Norderney noch eine Filiale aufgemacht, von der ich mich wieder getrennt habe, um mehr Zeit für die wesentlichen Dinge zu haben. Dann kam über den Kontakt zu Janusz Marcel Mancinelli, der sich zuerst nicht entscheiden konnte, seinen Job zu kündigen, weil er gerade noch mal Vater geworden war.

Das Schöne war, dass er drei Jahre später zurückkam, hier saß und entschlossen sagte: ‚Ich will das jetzt machen.‘ Ich hab' mich sofort hingeworfen, die Ausbildung konzipiert, Skripte verfasst und innerhalb von acht Wochen alle Videos für das Akademieprogramm aufgenommen, zum Teil mit Komparsen. Alle Livecalls sind hier auch gespeichert. Freitags kommen auch mal Gastredner zu Wort, das entwickelt sich immer durch neue Impulse. Wir haben gestern ein Marketingkonzept für Scheidungsimmobilien besprochen“, zeigt er mir begeistert.

„Marcel trägt als Vater von vier Kindern Verantwortung. Mir war wichtig, dass nichts schiefgeht und er Erfolg hat – andererseits hat er auch wieder Energie in das ganze Projekt gebracht und es weitergetrieben. Marcel hat an mich geglaubt, das gemacht, was ich vorgeschlagen habe, und seinen Weg gefunden: Plakate aufgehängt, Schilder aufgehängt, eine Fahne im Vorgarten stehen – Italiener durch und durch. Er hat ein winziges Büro im eigenen Haus und einfach losgelegt, so wie ich es gemacht habe – und im ersten Jahr doppelt so viel verdient wie ich damals“, freut er sich für ihn und lächelt.

„In dem Moment hat das ganze Projekt einen Sinn bekommen.“

Alle Lizenzpartner haben sich für Carsten entschieden, und er hat sich für sie entschieden – ein menschlicher Verbund, der über das Lernen und Geldverdienen als Makler hinausgeht. „Das sind grundsätzlich Menschen, mit denen ich auch zusammenarbeiten will. Das wirst du auch feststellen, wenn du mit ihnen sprichst – einfach total geile