

Timing und Zeit

Editorial Heft 12-01/2012

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

zu spät ist schlecht, und zu früh ist auch nicht immer gut. Supermarktketten bieten ihre Weihnachtswaren meist doch wieder erst im Oktober an, denn die Erwartung, dass sich Konsumenten im August mit Spekulationen eindecken, hat sich nicht erfüllt. In unserer Branche kam Jahresendstimmung noch später vor. Am 7. November wünschte uns Thomas Daily viel Glück für 2011. Endlich! An diesem Tag wies uns auch das Team von „Immobilien weekly“ auf die besinnliche Weihnachtszeit hin, verbunden mit dem Appell, einmal auf das Erreichte zurückzublicken. Das war proaktiv. Das war stark. Das war Timing.

Manche weisen zurück, andere weisen nach vorn. Nicht jeder wird dabei ernst genommen. Der Himmel ist voller Vergangener, die in grauer Vorzeit unverstanden wegweisende Dinge propagiert haben. Und auf der Erde gibt es Gegenwärtige, die im Hier und Jetzt das Gleiche tun. Zumindest könnten Zukünftige das dereinst so sehen. IVD-Vize Sprenger ist so einer, der Doppeltätigkeit des Maklers oder das Nachweismakeln am liebsten einäschern würde (Beitrag »Interview Hugo Sprenger: Makler: Professionalisierung kommt«). Ich meine, er hat Recht. Aber ist die Branche reif dafür? Kommt der Appell zu früh?

Gutes Timing lässt sich im Investment finden. Der Geschlossene Immobilienfonds Jamestown 25 verkaufte für knapp zwei Milliarden Dollar ein Objekt in New York. In diesem Jahr! Wahnsinn! Doch viele Investoren scheitern - auch am Timing. Das Maklerhaus DTZ war noch vor kurzer Zeit so richtig viel wert. Und jetzt ... Was schützt vor Inflation? Gold? Rohstoffe? Wann lohnt der Einstieg?

Apple-Gründer Steve Jobs mahnte einst an, sich mit dem „Lebens-Timing“ zu befassen. Falls Sie seine Stanford-Rede nicht kennen, scannen Sie den Link (<http://news.stanford.edu/news/2005/june15/jobs-061505.html>). Es würde sich sogar lohnen, ihn abzuschreiben. Zwischen den Jahren haben Sie vielleicht Muße dafür, jedenfalls wünsche ich sie Ihnen herzlich. Timing ist wichtig. Aber nicht so wichtig wie Zeit.

Ihr

Dirk Labusch, Chefredakteur

© HAUFE GRUPPE 2011