
Inhaltsverzeichnis

Vorwort: Was machen Sie eigentlich?	11
1 Was erfolgreiche Berater auszeichnet	13
1.1 Zielorientierung	17
1.2 Flexibilität	20
1.3 Soziale Intelligenz	22
1.4 Kreativität	26
1.5 Belastbarkeit	27
2 Effiziente Verkaufsgespräche, Verhandlungen und Besichtigungen durchführen	31
2.1 Preis und Wert von Dienstleistungen	31
2.2 Drei Grundsätze für Verkaufsgespräche	32
2.3 Rhetorik: Die Kunst der gewinnenden Rede	34
2.4 Der Aufbau eines Akquisitionsgesprächs	41
2.5 Kundenwünsche und -vorstellungen ermitteln	46
2.6 Einwände elastisch abfedern	52
2.7 Praktische Menschenkenntnis	56
2.8 Umgang mit schwierigen Gesprächspartnern	64
2.9 Die Erfolgsformel: „Sehen, was Sache ist“	66
3 Business-Knigge für Immobilienmakler	73
3.1 Dresscodes	73
3.2 Begrüßung und Small Talk	73
3.3 Sitzordnung und Gesprächseröffnung	75
3.4 Verhalten an Türen, Treppen und Fahrstühlen	76
4 Verhalten bei Beschwerden von Auftraggebern, Käufern und Mietern	79
4.1 Konsens- und konfliktorientiertes Verhalten	79
5 Methodenkompetenz für Immobilienberater	83
5.1 Konfliktanalyse und Konfliktregulierung	83
5.2 Der Makler als Moderator und Mediator	89
5.3 SWOT-Analysen durchführen	95

5.4	Projektmanagement	97
5.5	Prioritäten setzen: Das Eisenhower-Prinzip	100
6	Der Schritt in die Selbstständigkeit als Makler	103
6.1	Die Folgen der Selbstständigkeit	103
6.2	Franchising im Immobilienmarkt	104
6.3	Das Einzelunternehmen als Rechtsform	108
6.4	Die Antragsstellung als Immobilienmakler	109
7	Aufbau und Entwicklung eines eigenen Immobiliengeschäfts: Strategie und Taktik	113
7.1	Über „ballistisches“ Verhalten	114
7.2	Die Unique Selling Proposition (USP)	115
7.3	Das Strategische Wettbewerbsdreieck	115
7.4	Den eigenen USP definieren	120
7.5	Unverwechselbare Akquisitionsbriefe texten	124
7.6	Das inhaltlich und optisch gewinnende Exposé	127
7.7	Professionelles Kundenmanagement	136
8	Neue Wege in der Objektakquisition	143
8.1	Die Tipp-Provision	143
8.2	Die Open-House-Besichtigung	144
8.3	Das Bieterverfahren	145
9	Image und Ethik	147
9.1	Ehrenkodex für Immobilienspezialisten in Europa	147
10	Der Makleralleinauftrag	149
10.1	Grundsätze und Bestandteile	149
10.2	Die Provision	152
10.3	Die Provisionshöchstgrenzen beim Verkauf nach Bundesländern	152
10.4	Die Preisstärke	153
10.5	Die „Berliner Tischregel“	154
11	Preisbildung in der Immobilienbranche	157
11.1	Angebot und Nachfrage	158
11.2	Der Gleichgewichtspreis	159

11.3	Vergleichspreise und Bauchpreise	162
11.4	Die Mietpreisbremse	165
12	Das „Bestellerprinzip“	167
12.1	Pro und Contra „Bestellerprinzip“	167
12.2	Die Berichterstattung über Immobilienmakler und das „Bestellerprinzip“	168
13	Wichtiges Fachwissen von A bis Z	171
14	Wichtige Rechtsgrundlagen von A bis Z	193
15	Ausbildungswege in der Immobilienbranche	207
15.1	Aus- und Fortbildung in der Immobilienbranche	207
15.2	Studium in der Immobilienwirtschaft	210
15.3	Fort- und Weiterbildungsträger in der Immobilienwirtschaft	212
15.4	Verbände in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft	214
	Abkürzungen in der Immobilienbranche	215
	Literatur	219
	Stichwortverzeichnis	221