

Claus Peter Müller-Thurau

Verkaufskompetenz für Immobilienmakler

MIT
**ARBEITS
HILFEN**
ONLINE

HAUFE.



Exklusiv für Buchkäufer!

Checklisten:

- Umgang mit schwierigen Gesprächspartnern
- Wettbewerbsparameter Kommunikation
- Outfit und Image, Kundenorientierung Service

Tests:

- Soll ich den Schritt in die Selbstständigkeit wagen?
- Wie stilsicher ist Ihr Auftritt? u. a.

Gesetze:

- Wohnraumvermittlungsgesetz (WoVermRG)
- Auszüge aus BGB und
- Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb

Und so geht's:

- Einfach unter www.haufe.de/arbeitshilfen den Buchcode eingeben
 - Oder direkt über Ihr Smartphone bzw. Tablet auf die Website gehen
-

Buchcode:

GN4 – 9ATV

www.haufe.de/arbeitshilfen



Verkaufskompetenz für Immobilienmakler

Verkaufskompetenz für Immobilienmakler

Claus-Peter Müller-Thurau

1. Auflage

Haufe Gruppe
Freiburg · München

Zitervorschlag: PwC-Bearbeiter, Entflechtung und Regulierung, Abschnitt 8.2.4.2.

Bibliographische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Print ISBN: 978-3-648-03821-5

EPUB ISBN: 978-3-648-03822-2

EPDF ISBN: 978-3-648-03823-9

Bestell-Nr. 06754-0001

Bestell-Nr. 06754-0100

Bestell-Nr. 06754-0150

Verkaufskompetenz für Immobilienmakler

1. Auflage 2013

© 2013, Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Munzinger Straße 9, 79111 Freiburg

Redaktionsanschrift: Fraunhoferstraße 5, 82152 Planegg/München

Telefon: (089) 895 17-0

Telefax: (089) 895 17-290

Internet: www.haufe.de

E-Mail: online@haufe.de

Produktmanagement: Jasmin Jallad

Lektorat: Lektoratsbüro Cornelia Rüping, 81245 München

Satz: Reemers Publishing Services GmbH, 47799 Krefeld

Umschlag: RED GmbH, 82152 Krailling

Druck: Bosch-Druck GmbH, 84030 Ergolding

Alle Angaben/Daten nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

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

Vorwort: Was machen Sie eigentlich?

Wenn man Menschen fragt, was sie eigentlich machen, liefern sie meist eine Berufsbezeichnung ab: Psychiater, Buchhalter oder eben Makler. In bestimmten Berufen liegen dabei Urteil und Vorurteil dicht beieinander. Makler gehören zu diesen Berufsgruppen, sie bekommen sofort ein Etikett verpasst.

Was also macht ein Makler? Mit dem richtigen beruflichen Selbstverständnis fängt der Erfolg an. Die Sprache hilft uns hier auf die Sprünge: „Makeln“ leitet sich ab vom Niederdeutschen „maken“, was so viel bedeutet wie „machen“.

Wohnungs- und Immobilienmakler sind die Mittler und Macher in einem sensiblen Dreiecksverhältnis. Dafür brauchen sie neben Fachwissen eine gehörige Portion an Verkaufs- und Beratungskompetenz. Beides gehört zusammen, denn es reicht bekanntlich nicht aus, das Richtige zu wissen — man muss es auch gut umsetzen und gegebenenfalls durchsetzen können. Genau darin besteht das Angebot dieses Titels: Mobilisieren Sie Ihre Fähigkeiten und Kenntnisse — von „Akquisitionsstärke“ bis „Zielorientierung“ und von „Auflassung“ bis „Zwangsversteigerung“.

Claus Peter Müller-Thurau

Hamburg, im Frühjahr 2013

1 Was erfolgreiche Berater auszeichnet

Unternehmensberater, Personalberater, Steuerberater, IT-Berater, Energieberater, Immobilienberater — eine vollständige Liste sämtlicher Beratungsberufe würde recht lang ausfallen. Eines aber ist ihnen allen gemein: sie sind mit Verantwortung verbunden. Wer seine Aufgabe ernst nimmt und nicht nur das schnelle Geschäft sucht, muss bereit sein, diese Verantwortung zu übernehmen.

Wenn ein Berater einen Auftrag erhält, bekommt er einen Vertrauensvorschuss, den es einzulösen gilt. Wer dabei versagt, ist erst den Kunden los und, wenn dies häufiger passiert, auch noch seinen guten Ruf. Was also zeichnet langfristig erfolgreiche Immobilienberater aus? Die folgenden Eigenschaften sind entscheidend:

Erfolgreiche Immobilienberater ...

- profilieren sich beim Kunden durch ein uneingeschränktes Interesse und Engagement.
Vielen Kunden fehlt es an Sachkompetenz, denn andernfalls bräuchten Sie ja keinen Berater. Jeder kann aber beurteilen, ob der Auftragnehmer sich an seinem Kunden interessiert zeigt und wirklich ins Zeug legt.
- kennen das Umfeld des Kunden und werden dadurch als Geschäftspartner akzeptiert.
Wer sich beispielsweise vorab nicht gründlich mit der Makro- und Mikrolage einer zu vermarktenden Immobilie befasst hat, sollte nicht auf einen Auftrag hoffen. Es zählt also nicht nur das allgemeine Fachwissen, sondern ebenso die kundenbezogene Sachkenntnis. Folglich heißt es, sich auf jeden Kunden neu und individuell einzustellen.
- reagieren schnell und konstruktiv auf die Bedürfnisse des Kunden.
Schnelligkeit ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor im Geschäftsleben. Das gilt für das Erkennen von Chancen im Markt, das Erstellen professioneller Exposé sowie für Terminvereinbarungen und telefonische Rückrufe.
- sehen die Bedürfnisse des Kunden voraus und handeln proaktiv.
Aufgeweckte Immobilienmakler machen ihre Kunden von sich aus auf interessante Entwicklungen im Markt aufmerksam und haben bereits beim ersten Kundenkontakt Vorschläge im Gepäck.

Was erfolgreiche Berater auszeichnet

- treten im Markt seriös und vertrauenswürdig auf und bestätigen damit die Wertigkeit ihrer Dienstleistungen.
Beratungsgeschäfte sind personengebundene Geschäfte. Während die Qualität eines Autos durch einen inkompetenten Automobilverkäufer nicht schlechter wird, kann ein unkundiger Immobilienmakler durch sein persönliches Auftreten finanzielle Schäden verursachen.
- nehmen ihren Beruf aus einer verkäuferischen Haltung heraus wahr, vergessen dabei aber nie, dass der Kunde der Auftraggeber ist.
Die Grundgesamtheit der Wohnungs- und Immobilieneigentümer repräsentiert die Grundgesamtheit aller denkbaren Persönlichkeitstypen. Die einen sind misstrauisch und wollen alles unter Kontrolle haben, andere halten sich selbst für die besten Makler, haben aber gerade Wichtigeres zu tun, und manche sind eitel und möchten hofiert werden. Sie alle gilt es dort abzuholen, wo sie mental stehen.

Diese Qualitätsstandards für das eigene Verhalten im Markt erfordern ein solides Fachwissen und jede Menge Psychologie. Deshalb wollen wir uns als Erstes mit der Psychologie befassen.

Studie zur Beratungsqualität von Immobilienmaklern

Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat 2012 die Beratungsqualität im Bereich „Kauf und Verkauf privater Wohnimmobilien“ untersucht. Insgesamt 26 Immobilienmakler in Berlin, Hamburg und Köln wurden anhand von jeweils vier verdeckten Testbesuchen analysiert. Dabei ergaben sich folgende Schwächen:

- In fast 80 Prozent aller Fälle gestaltete sich die Terminvereinbarung zur Besichtigung einer Immobilie schwierig. Versprochene Rückrufe blieben teilweise aus.
- Bei ca. 30 Prozent der Fälle bemängelten die Tester die Kenntnisse der Makler zur Immobilie und zur Umgebung.
- Auskünfte zur Wärmedämmung konnte nur jeder dritte Makler geben.
- Die Beratungsqualität per E-Mail war nur ausreichend.
- Jede dritte E-Mail wurde nicht beantwortet.

Kunden, die ein Maklerbüro aufsuchten, wurden aber insgesamt gut beraten. Sehr positiv wurden die Räumlichkeiten und die motivierten und freundlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bewertet.