

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Sechs Richtige – so gewinnen Sie immer!</b>	<b>1</b>
1.1	Die erste Richtige: Planung	2
1.2	Die zweite Richtige: realistische Darstellung	5
1.3	Die dritte Richtige: vernünftige Preisvorstellung	11
1.4	Die vierte Richtige: vollständige Dokumente	22
1.4.1	Wichtigstes Dokument: Grundbuchauszug	23
1.4.2	Nächstes Dokument: Auszug aus dem Baulastenverzeichnis	26
1.4.3	Lageplan oder Flurkarte	27

1.4.4	Baugenehmigung und Baubeschreibung	28
1.4.4.1	Baubeschreibung	29
1.4.4.2	Bauzeichnungen	30
1.4.5	Berechnungen der Wohnfläche, des umbauten Raumes und der Brutto-Grundfläche	31
1.4.5.1	Besonderheiten bei Wohnungseigentum oder gewerblichem Teileigentum	39
1.4.6	Versicherungsnachweis	41
1.4.7	Grundsteuerbescheid der Gemeinde	43
1.4.8	Energieausweis	44
1.4.9	Reparaturen, Renovierungen, Sanierungen und Modernisierungen	45
1.4.10	Besonderheiten beim Verkauf eines unbebauten Grundstücks	47
1.4.11	Altlasten, Baumkataster, Bodendenkmal, Bombenfunde, alte Munition	49
1.4.12	Besonderheit für bebaute, aber „übergroße“ Grundstücke	52
1.4.13	Besonderheiten bei vermieteten Gebäuden oder Wohnungen	54
1.4.14	Steuerliche Hinweise	55
1.4.15	Erschließungskosten	56

1.5	Die fünfte Richtige: Erreichbarkeit	58
1.6	Die sechste Richtige: gutes Zeitmanagement	61
	Literatur	64
<b>2</b>	<b>Machen Sie es wie die Profis!</b>	<b>65</b>
2.1	Machen Sie einen Plan – abhängig vom Verkaufsgrund	67
2.2	Es gibt immer einen Grund	68
2.2.1	Aus eins mach zwei ...	70
2.2.2	Hilfe ich habe geerbt – was tun?	76
2.2.3	Wirtschaftlicher Abstieg – Insolvenz – die Bank will das Geld zurück	81
2.2.4	Neuer Arbeitsplatz – neue Liebe – neues Heim – Familienzuwachs	92
2.2.5	Haus zu groß – Pflegefall – Was ist zu tun?	98
<b>3</b>	<b>Finden Sie den richtigen Preis</b>	<b>113</b>
3.1	Prägnante Beispiele von Persönlichkeitsstrukturen	114
3.2	Sonderbares und Exotisches – der „merkantile Minderwert“	156
	Literatur	163
<b>4</b>	<b>Bieten Sie Ihre Immobilie wirkungsvoll an</b>	<b>165</b>
4.1	Vorbereitung	165
4.2	Legen Sie die Zielgruppe fest	177
4.3	Sog statt Druck	178

4.4	Es muss nicht immer Homestaging sein – zeigen Sie Ihre Immobilie von der Schokoladenseite	197
4.5	Zielgruppenansprache	203
	Literatur	204
<b>5</b>	<b>Exposé und Präsentation: Schnittpunkt auf dem Weg zum Käufer</b>	<b>205</b>
<b>6</b>	<b>Marketing – Ihre Immobilie wird öffentlich</b>	<b>249</b>
6.1	Marketing – was ist das und warum ist das wichtig?	251
6.1.1	Nachbarschaftsbriefe	254
6.1.2	Flyer	255
6.1.3	Verkaufsschilder	257
6.1.4	Inserate	261
6.1.5	Internet	262
6.1.6	Öffentliche Besichtigungen	264
6.2	Erster Kontakt: Blind Date mit Vorspiel am Telefon	267
<b>7</b>	<b>Let's begin with the show! – die Immobilienpräsentation</b>	<b>279</b>
7.1	Grundgedanken	279
7.2	Drehbuch und Regieanweisung	290
7.2.1	Der erste Eindruck ist nicht wiederholbar	291
7.2.2	Seien Sie anwesend!	294
7.2.3	Der Umgang mit Interessenten	295
7.2.4	Was verbleibt im Haus? – das Zubehör	302

7.2.5	Jetzt wird es ernst: Preisverhandlungen	302
7.2.6	Wenn Interessenten zum Problem werden	309
7.2.7	Einigung und weiterer Ablauf	311
<b>8</b>	<b>Krönung all Ihrer Bemühungen – der Kaufvertrag</b>	<b>315</b>
<b>9</b>	<b>Nachtrag: Oder doch lieber zum Profi?</b>	<b>383</b>
9.1	Kompetenzen – die drei wichtigsten Fähigkeiten	386
9.2	Immobilienmakler als Partner des Verbrauchers	387
9.2.1	Immobilienberater als neues Berufsbild	389
9.2.2	Honorar statt Provision	389
9.3	Maklerstrukturen in Deutschland	393
9.4	Wie und von wem wird ein Makler beauftragt?	400
9.4.1	Was bedeutet „Nachweis der Gelegenheit zum Abschluss eines Vertrages“?	403
9.4.2	Was bedeutet „Vermittlung eines Vertrages“?	410
9.4.3	Was sind „aufschiebende Bedingungen“?	411
9.4.4	Was sind Aufwendungen, die ersetzt werden können?	411
9.4.5	Was bedeutet: „den Umständen nach“?	413

**xviii      Inhaltsverzeichnis**

9.5	Jeder macht was er will, keiner was er soll, aber alle machen mit...	421
9.6	Wie finde ich jetzt den richtigen Makler für den Verkauf bzw. die Vermietung meiner Immobilie?	432
9.6.1	Sie werden jetzt Chef	436
9.6.2	Zehn Grundsätze des Immobilienverband Deutschland (IVD)	439
9.6.3	Letzter Filter: der Marketingplan	443
9.6.4	Vertragstypen	445
9.6.4.1	Allgemeinauftrag	446
9.6.4.2	Einfacher Alleinauftrag	448
9.6.4.3	Qualifizierter Alleinauftrag	449
9.6.4.4	Mein eigener Vertragsentwurf: Verkaufs-/ Marketingauftrag	451
9.6.4.5	Haben Sie jetzt einen sogenannten „Vertragskater“?	469
	Literatur	473