

Gliederung

Vorwort	5
Gliederung	7
Inhaltsverzeichnis	9
Abkürzungsverzeichnis	15
1. Historischer Rückblick	17
2. Makler im europäischen Vergleich	37
3. Der gesetzliche Rahmen	45
4. Der Maklervertrag	85
5. Leistungsspektrum des Maklers	127
6. Marktfunktionen des Maklers	141
7. Auftragsakquise	159
8. Auftragskalkulation und Benchmarking	197
9. Marktrisiken	211
10. Aus- und Weiterbildung für Makler	225
11. Verbände und Organisationen	237
12. Berufs- und Verbandsethik	251
Stichwortverzeichnis	269

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Gliederung	7
Abkürzungsverzeichnis	15
1. Historischer Rückblick	17
1.1 Vorbemerkung	17
1.2 Die Entstehung des deutschen Maklerrechts	19
1.2.1 Ausgangssituation	19
1.2.2 Orientierung am Handelsmakler	20
1.2.3 Das Maklerrecht im BGB	21
1.2.4 Der Alleinauftrag entwickelt sich	22
1.2.5 Die Folgen des deutschen Maklerrechts	25
1.2.6 Der qualifizierte Alleinauftrag als Lösung?	26
1.3 Gedankenexperimente zur Provisionszahlung	27
1.3.1 Wer zahlt die Provision und wer trägt sie?	27
1.3.2 Das subjektive Empfinden entscheidet	28
1.3.3 Leistung sichtbar machen	29
1.3.4 Deutsche Maklerprovision mit Risikozuschlag	29
1.4 Die Geschichte des Fachkundenachweises	31
1.4.1 § 34b Gewerbeordnung	31
1.4.2 Immobilien- und Finanzierungstreuhandergesetz	31
1.4.3 Fachkundenachweis im Koalitionsvertrag	32
1.4.4 Berufszulassungsregelung wird Gesetz	33
1.4.5 Wohnungseigentums-Modernisierungsgesetz	35
2. Makler im europäischen Vergleich	37
2.1 Abgrenzung zum europäischen Maklerrecht	37
2.2 Regeln in europäischen Ländern	37
2.2.1 Österreich	37
2.2.2 Frankreich	38
2.2.3 Griechenland	39
2.2.4 Großbritannien	39
2.2.5 Italien	41
2.2.6 Spanien	41
2.2.7 Schweiz	42
2.3 Grenzüberschreitende Tätigkeit	43

3.	Der gesetzliche Rahmen	45
3.1	Gewerbeordnung (GewO)	45
3.1.1	Geltungsbereich	45
3.1.2	Erlaubnis nach § 34 c GewO	46
3.1.3	§ 34c Ausweitung auf WEG Verwalter	50
3.1.4	§ 34f Finanzanlagenvermittler	51
3.1.5	§ 34i Immobiliendarlehensvermittler	52
3.1.6	Erlöschen der Gewerbeerlaubnis	53
3.2	Makler-Bauträger-Verordnung (MaBV)	53
3.2.1	Die MaBV dient dem Verbraucherschutz	53
3.2.2	Anzeigepflicht – § 9	55
3.2.3	Buchführungspflicht – § 10	55
3.2.4	Informationspflichten – § 11	56
3.2.5	Unzulässige Vereinbarungen – § 12	58
3.2.6	Aufbewahrung – § 14	58
3.2.7	Weiterbildungspflicht – § 15 b	59
3.2.8	Prüfungen – §§ 16, 17	60
3.2.9	Entgegennahme von Vermögenswerten – § 2	61
3.3.	Gesetz zur Wohnungsvermittlung (WoVermG)	61
3.3.1	Regelung zum Provisionsanspruch – § 2 Abs. 1	62
3.3.2	Formvorschriften zu Provisionsangaben – § 3	63
3.3.3	Provisionsverbote – § 2 Abs. 2	63
3.4	Geldwäschegesetz (GWG)	64
3.4.1	Identifizierungspflicht	65
3.4.2	Transparenzregister	66
3.4.3	Allgemeine Sorgfaltspflichten	67
3.4.4	Aufzeichnungs- und Aufbewahrungspflicht	67
3.4.5	Meldung von Verdachtsfällen	68
3.4.6	Interne Sicherungsmaßnahmen	68
3.5	Widerrufsbelehrung (BGB)	69
3.6	Gebäudeenergiegesetz (GEG)	70
3.6.1	Allgemeine Grundsätze – § 79	71
3.6.2	Verwendung von Energieausweisen – § 80	71
3.6.3	Pflichtangaben in Immobilienanzeigen § 87	72
3.6.4	Zusammenfassung	73
3.7	Telemediengesetz (TMG)	74
3.8	Verbraucherstreitbeilegungsgesetz (VSBG)	75
3.9	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	76
3.10	Preisangabenverordnung (PangV)	78
3.10.1	Preisklarheit und Preiswahrheit	78
3.10.2	Die Begriffe „Anbieten“ und „Werben“	79
3.10.3	Der Begriff „Letztverbraucher“	79

3.11	Gesetz zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung	80
3.12	Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG)	81
3.13	Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)	81
	3.13.1 Datenerhebung	81
	3.13.2 Datensparsamkeit	82
	3.13.3 Zweckbindung	82
	3.13.4 Datensicherheit	82
	3.13.5 Transparenz	83
3.14	Zusammenfassung	83
4.	Der Maklervertrag	85
4.1	Formale Vorschriften des BGB	85
	4.1.1 Provisionsversprechen	86
	4.1.2 Nachweis oder Vermittlung?	88
	4.1.3 Der rechtswirksame Hauptvertrag	91
	4.1.4 Ursächlichkeitserfordernis	92
4.2	Neuregelung der Maklerprovision	93
	4.2.1 Beidseitige Interessensvertretung	94
	4.2.2 Einseitige Vertretung für den Verkäufer	96
	4.2.3 Einseitige Vertretung mit Abwälzung	97
	4.2.4 Einseitige Vertretung des Käufers	98
	4.2.5 Einseitige Vertretung bei Gemeinschaftsgeschäften	99
	4.2.6 Übersicht Varianten der Provisionsvereinbarung	100
	4.2.7 Anwendungsbereich	100
	4.2.8 Textformerfordernis	101
4.3	Vertragskonstruktionen	102
	4.3.1 Gewöhnlicher Maklervertrag	102
	4.3.2 Makler-Alleinauftrag	104
	4.3.3 Qualifizierter Makler-Alleinauftrag	106
4.4	Provisionsstrategien	111
	4.4.1 Das Erfolgsprinzip	114
	4.4.2 Entscheidungsfreiheit des Auftraggebers	116
	4.4.3 Das Neutralitätsprinzip	116
	4.4.4 Erlöschen des Provisionsanspruchs	117
4.5	Provisionssicherungsstrategien	119
	4.5.1 Transparenz und Wertschöpfung	119
	4.5.2 Maklerklausel	123
	4.5.3 Weitergabeverbot	124
	4.5.4 Aufwendungsersatz	124
	4.5.5 Wertersatzklausel bei Widerruf	125

5.	Leistungsspektrum des Maklers	127
5.1	Haupt- und Nebenleistungen	127
5.1.1	Vermittlung, Aufklärung und Beratung	127
5.1.2	Wohnraumvermittlung	129
5.1.3	Nebenleistungen	130
5.1.4	Monetarisierung von Nebenleistungen	130
5.1.5	Service	132
5.1.6	Fünf Phasen der Auftragsbearbeitung	133
5.2	Diversifikation	135
5.2.1	Immobilienbewertung	135
5.2.2	Projektberatung	136
5.2.3	Verkaufsbetreuung	138
5.2.4	Investment- und Vermögensberatung	138
5.2.5	Gebäudemanagement	139
5.2.6	Orientierung auf Marktnischen	140
6.	Marktfunktionen des Maklers	141
6.1	Transparenzfunktion des Maklers	141
6.2	Zehn Thesen zum Thema Makler und Markt	145
6.3	Marktsegmentierung	146
6.3.1	Raumbedarf als Entscheidungsgrundlage	147
6.3.2	Qualität als Entscheidungsgrundlage	148
6.3.3	Baujahr als Entscheidungsgrundlage	149
6.3.4	Die Lage als Entscheidungsgrundlage	150
6.4	Marktstrukturen und Teilmärkte	151
6.4.1	Teilmärkte nach Entwicklungszustand	152
6.4.2	Teilmärkte nach Nutzungsarten	153
6.4.3	Teilmärkte nach Vertragskriterien	153
6.4.4	Teilmärkte nach räumlichen Kriterien	154
7.	Auftragsakquise	159
7.1	Der Markt bestimmt die Art der Akquise	159
7.1.1	Aktive Auftragsakquise	161
7.1.2	Passive Auftragsakquise	161
7.1.3	Vor- und Nachteile der Methoden	162
7.2	Methoden der Offline-Akquise	164
7.2.1	Imagewerbung	164
7.2.2	Netzwerk	165
7.2.3	Kundenzeitung	166
7.2.4	Das Exposé	167
7.2.5	Veranstaltungen und Sponsoring	172
7.2.6	Farming	174

7.3	Methoden der Online-Akquise	175
7.3.1	Homepage	175
7.3.2	Online-Exposé	177
7.3.3	Social-Media-Kanäle	178
7.3.4	Online-Werbung	180
7.3.5	Lead-Einkauf und Lead-Generierung	183
7.3.6	Content-Marketing	187
7.3.7	Snackable Content und Storytelling	190
7.3.8	Newsletter-Marketing	192
8.	Auftragskalkulation und Benchmarking	197
8.1	Die Erfolgsanalyse im Maklergeschäft	198
8.1.1	Die Erfolgswahrscheinlichkeit	199
8.1.2	Zeitbestimmung bei der Erfolgsanalyse	199
8.1.3	Total- und Partialanalysen	200
8.1.4	Der Erfolgsquotient	202
8.1.5	Analyse des Nichterfolgs	203
8.2	Die Auftragskalkulation	205
8.2.1	Auftragslaufzeit	205
8.2.2	Alleinauftragsbindung	206
8.2.3	Kalkulationsbeispiel	207
8.2.4	Änderung der Erfolgswahrscheinlichkeit	209
8.2.5	Konkurrierende Makler	209
8.2.6	Die Wirkung des Gemeinschaftsgeschäfts	210
9.	Marktrisiken	211
9.1	Konkurrenzrisiken	211
9.1.1	Verschiebungen in den Geschäftsbereichen	211
9.1.2	Entwicklung des Wettbewerbs	212
9.1.3	Berufliche Herausforderungen	214
9.2	Konjunkturelle Markteinflussfaktoren	215
9.2.1	Bevölkerungsentwicklung	217
9.2.2	Haushaltsgröße und Wohnfläche	218
9.2.3	Einkommen und Inflation	219
9.2.4	Zinsentwicklung	220
9.2.5	Erschwinglichkeitsindex	221
9.2.6	Bautätigkeit	221
9.2.7	Immobilienumsätze	222
10.	Aus- und Weiterbildung für Makler	225
10.1	Ausbildung zum/zur Immobilienkaufmann/-kauffrau	225
10.1.1	Entwicklung des Berufsbildes	225

10.1.2	Ausbildungsverordnung	227
10.1.3	Ausbildungsrahmenplan	228
10.2	Die akademische Ausbildung	230
10.3	Fort- und Weiterbildung	231
10.4	Zertifizierungen	232
10.4.1	Zertifizierter Immobilienmakler DIN EN 15733	233
10.4.2	Zertifizierter Immobiliensachverständiger	234
10.4.3	Zertifizierter Immobilienverwalter	235
11.	Verbände und Organisationen	237
11.1	Verbände	237
11.1.1	Aufgabenspektrum von Verbänden	237
11.1.2	Unterschiede zwischen Verband und Kammer	237
11.1.3	Verbandszugehörigkeit – ein Imagezuwachs	239
11.2	Verbandsstrukturen in Deutschland	240
11.2.1	Der Immobilienverband Deutschland (IVD)	240
11.2.2	Bundesverband für die Immobilienwirtschaft	246
11.3	Internationale Verbandsstrukturen	247
11.4	Organisationen	249
11.4.1	Franchise-Systeme	249
11.4.2	Banken- und Systemmakler	249
12.	Berufs- und Verbandsethik	251
12.1	Ethik – was ist das?	251
12.1.1	Wirtschaftsethik im Allgemeinen	252
12.1.2	Berufsethik des Maklers	253
12.1.3	Verbandsethik	254
12.2	Ombudsmann Immobilien	256
12.3	Standesregeln	257
12.3.1	IVD-Standesregeln	257
12.3.2	RICS Verhaltenskodex „Rules of Conduct“	264
12.3.3	CEPI European Code of Conduct	266
	Stichwortverzeichnis	269