

Professionelles Immobilienmarketing

Kippes

2., vollständig überarbeitete Auflage 2020

ISBN 978-3-8006-5645-5

Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei

beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Stichwortverzeichnis

Symbole

- 1b-Geschäftskernlage 537, 543
- 4-Felder-Matrix zur Quelle von Mailing-
Listen 186
- 4 P's des klassischen Konsumgütermarketing
27
- 7 P's des Dienstleistungsmarketing 27
- 360-Grad-Besichtigung 92

A

- Abbildungen 353
- Abbindematerial 469
- Abgrenzung der Zielgruppen 101
- Abgrenzung eines potenziellen Marktes
 - regional 139
 - sektoral 139
- Abhol-Boxen 519
- Abkürzungen 376
- Ablauforganisation 25
- Ablehnungsschreiben 418
- Ablösesummen für die Ladenausstattung
519
- Abmahnungen 184, 375 ff.
- Absatzförderungsfluss 69
- Absatzkanäle 21, 66
 - dreistufige 66
 - einstufige 66
 - unterschiedliche 66
 - zweistufige 66
- Absatzmarketing 90
- Absatzmarkt 127, 159
 - Bestimmung 69
- Absatzwege 76
 - räumliche 69
 - sachliche 69
- Absatzwegropolitik 23, 30, 69, 70, 76
- Abwägungsphase 153
- Abwanderungsursachen 311
- Adressaten von Angebotsanzeigen 94
- Adressenmaterial 184, 185
- After-Sales-Marketing 395
- After-Sales-Marketingmaßnahmen 398
- After-Sales-Phase 221

- Agenturen 434
- Akquisition 276
 - neuer Objekte 324
- Akquisitionsbesichtigungen 317
- Akquisitionsbroschüre 158
- Akquisitions-Erfolgskontrolle 315, 316
- Akquisitions mailing 184
- Akquisitionsmittel 160
- Akquisitionsorientiertes Verkaufen 224
- Akquisitionspräsentation 157
- Akquisitionsprospekte 97, 155, 156, 363
- Akquisitionswerbung 88
- Akquisitions-Zieltriade bei Immobilien-
verwaltungen 624
- Akquisition von Grundstücken 563
- Aktivitäten der Konkurrenz 178
- Algorithmus 435
- Alleinaufträge 508, 587
 - einfache 58
 - qualifizierte 58, 120, 491
- Allfinanzdienstleister 8
- Allgemeine Entwicklung der PR 463
- Alliterationen 339
- Altersentwicklung 142
- Altersstruktur 142, 143
- Alterung der Bevölkerung 142
- Altlast 465
- Amazon 433, 514, 515, 518, 519, 538
 - Buchhandlung 515
 - Go 516, 518, 538
 - Go-Läden 515
 - Lockers 538
 - Prime 515, 560
- Analysephase 149
- Anbieter
 - stationäre 538
- Anchor 522, 523
- Anchor-Schwund 522
- Anchor-Tenant 522
- Android 440, 441
- Anforderungen
 - berufsethische 119

- Angebotsanzeigen 95, 96, 159, 321
 – Gestaltung der 356
 – klassische 95
 Angebotspolitik 22, 29, 30
 Angebotspräsenz in Portalen 414
 Anhänger für die eigene Social-Media-
 Präsenz 406
 Anknüpfungspunkte
 – immobilienwirtschaftliche 240
 Anlageobjekte 363
 Ansatzpunkte für die Namensvergabe 576
 Anschreiben 195
 Anteil der passiven Auftragsakquisition 280
 Anzahl der Personen pro Wohnung 143
 Anzeigen 97, 373
 Anzeigensystem 360
 Anzeigentext 347
 Anzeigenwerbung 158, 326, 462
 – mit Konzept 637
 App 441, 516
 App-Filter für Immobilienunternehmen 441
 App-Kosten 441
 Apple 440
 Apps 439, 440
 App Store 440
 AR (Augmented Reality) 430
 Arbeitslosenzahlen 144
 Arbeitszeitgesetz 542
 Architektur 550, 574, 579, 581 ff.
 – außergewöhnliche 576
 Argumentation
 – rationale 490
 Ärztehaus 579
 Arztpraxen 551
 Auction 489
 Audible 515
 Aufbau von Homepages 408
 Auftraggeber
 – bisheriger 621
 – potenzieller 621
 Auftragsakquisition
 – die beiden Stoßrichtungen der 152
 – passive 226, 231, 280, 281
 Auftragsakquisition = Erfolgskontrolle 315
 Aufwendersersatzvereinbarungen 56
 Augmented Reality 566, 600
 Ausnahmekomponente 263
 Auspenderregion 144
 Ausrichtung einerseits des Objektsortiments
 30
 Außendienst 26
 Außendienstmitarbeiter 23
 Außendienstorganisation 70
 Außengastronomie 544
 Außengestaltung des Büro 294
 Außer-Haus-Geschäft 541
 Aussichtsturm 592
 Ausstattung, geforderte
 – mit Eigenkapital 17
 Ausstattungspolitik 25, 28, 30
 Australien 174
 Aus- und Fortbildungsmaßnahmen 75
 Autobahnraststätten 134
 Autohaus 319
 Autohersteller 81
 Automatisierung 545
 Automobilhersteller 105
 Automobilwirtschaft 1
- B**
 Back-Office 26
 Back-Office-Bereich 275
 Back-Office-Kosten 26
 Badezimmer 346
 Bahnhöfe 577
 Baissespekulation 324
 Bandenwerbung 234
 Bankbereich 9
 Bankensektor 269
 Banner 404
 Banner-Werbung 408
 Basquiat 607
 Battersea Power Station 612
 Bauabschnitte 611
 Baufertigstellungen 141
 Baugebiet 604
 Baugenehmigungen 141
 Baugrund für Gewerbe 556
 Baumassenzahl (BMZ) 556
 Bauschild 591
 Baustelle 566, 591
 Baustellenschilder 495
 Bauträger 5, 11, 21, 111, 127, 130, 131, 137,
 151, 251, 300, 451, 457, 563, 564, 568, 571,
 585 ff., 589, 596, 600, 614, 615, 621, 629
 – Absatzwegpolitik von 587
 – Konditionenpolitik von 587
 – Preispolitik des 586
 – Preispolitik von 586, 588
 – Vermarktungskanäle 589, 615
 Bauträger-Kunden-Interaktion 568
 Bauträger-Marketing 563, 566
 Bauträgermaßnahmen 97
 Bauträgern/Developer 13

- Bauträger-Objekte 389, 565, 607
 Bauträgerprojekte 464
 – Preisdifferenzierung bei 610
 Bauträgertätigkeit 620
 Bauträgerverkauf 564
 Bauunternehmer Jürgen Schneider 126
 Bauzäune 178, 495, 496, 591, 595 ff.
 – an Bauvorhaben 606
 Bauzustand 575
 Beacons 433
 Bedarfsträger 142
 Bedeutung des ersten Inserates 324
 Bedürfnisse
 – latente 297
 Befragungen 133, 149
 Beiräte 628
 Beispiele für die Behandlung vermeintlicher
 Nachteile in Immobilienanzeigen 349
 Bekleidungsgeschäfte 512
 Belohnungserleben 329
 Bemühen
 – ökologisches 596
 Benchmarking 627
 Benutzerführung/Navigation 411
 Benutzer-Tracking 435
 Beobachtung 133, 277
 Bepflanzung 600
 Beratungsgremium 215
 Berechnungsgrundlage der Umsatzmiete 532
 Berichte der Gutachterausschüsse 146
 Beschaffungsmarketing 88, 89
 Beschaffungsmarkt 127, 159
 Beschaffungs-Marktforschung 129
 Beschilderungen 593
 – attraktive 382
 – der Parkplätze 591
 – des Weges zur Immobilie 591
 Beschränkungsprinzip 475, 476
 Beschwerde-Management 303
 Beschwerde-Management-System 26
 Beschwerden 307
 – und Reklamationen 295
 Beschwerdezufriedenheit 264
 Besichtigung der Immobilie
 – virtuelle 320
 Besichtigungen 346, 363, 373, 379, 382, 383,
 386, 393, 418
 Besichtigungs-Dramaturgie 384
 Besichtigungskontrolle 372
 Besichtigungssituation 552
 Besichtigungsstrategien 552
 Besichtigungstermine 99, 451
 Besonderheiten von Immobilien-Angebots-
 anzeigen 322
 Bestand an Wohngebäuden und Wohnungen
 146
 Bestandsimmobilien 499
 Bestellerprinzip 19
 Betrachtungsreihenfolge 190
 Betreffzeile 189
 Betriebsformenwettbewerb 8
 Betriebskosten 554
 Betriebsorganisation 70
 Betriebspflicht 532, 533
 Betriebsstandorte 364
 Betriebszeiten 533
 Bevölkerungsentwicklung 143
 Bewerbungstraining 176
 Bewertungen 421
 – abgelehnter Miet- und Kaufinteressenten
 417
 – im Internet 412
 – in Bewertungsportalen 399
 – negative 419
 Bewertungsbogen des Immobilienunter-
 nehmens 415
 Bewertungsphase 147, 149
 Bewertungsportale 154, 414 ff., 421, 433
 – branchenübergreifende 434
 Beziehungsmarketing 24, 78, 179, 203 ff.,
 208, 209, 212, 214, 215, 221, 223, 442, 619,
 629
 Beziehungsmarketing-Prioritäten 208
 Beziehungsnetz 208, 221, 296
 Beziehungsnetzwerke 210, 211
 Bieterverfahren 563
 Big7 134
 Bilder 437
 Bilder-Exposé 373
 Bildunterschriften 356
 Bild-Untertitel 373
 Binoculars Building 549
 Blender-Homepage 414
 Blickfangeffekt 331
 Blockchain-Kaufpreiszahlung 433
 Blog-Einträge 154
 Blogs 130, 160, 403, 429
 Blueprinting 132, 274, 275, 277
 Booking.com 414
 bottom-up 123
 Boulevard-Journalismus 472
 Bowling-Anlagen 559
 Branding 14, 435, 565, 568 ff., 573, 574, 582 ff.
 – Bezugspunkte 577

- für den ganzen Standort 565
- in der Immobilienwirtschaft – Typologisierung 575
- standortspezifisches 565
- Strategien 569
- Brexit 19
- Briefbogen 476
- Brieftechnik 190
- B-to-B 11
- Buchhandlungen 8, 514
- Bürgerinitiativen 563
- Bürgschaften 555
- Büroflächen 537, 546
- Büroimmobilien 550
- Bürokomplexe 573
- Büroobjekte 550, 552
- Büros 134, 546
- Büros mit Sub-Standard 549
- Bürostandort 546
- Business-to-Business-Bereich 195
- Business-to-Business-Marketing 11
- Buying Center 93
- Buying Center-Ansatz 548
- BWM SII 628
- by-the-way art 607
- C**
- CAD-Animationen 547
- CAD-Ansichten 607
- Call-to-Action-Button 424
- Captive Competitors 10
- Car-Sharing 550
- Center Manager 534, 574
- Checkliste
 - Bestandserhaltendes Marketing 625
 - Bestandserhaltendes Marketing – Maßnahmenplan 626
 - für den „Tag der offenen Tür“ 390
 - möglicher Inhalte von Akquisitionsprospekten 157
 - möglicher Inhalte von Firmenprospekten 156
 - zur Ermittlung möglicher USP 331
 - zur Generierung von PR-Zielen und Strategien 469
 - zur Rekonstruktion des eigenen Netzwerkes 206
- Checkpoint Charlie 577
- Chiat/Day Building 549
- Chiffre-Anzeigen 184, 196
- Chiffrebrief 79
- Chiffre-Schreiben 316, 318
- CI 173
- City Point 526
- Clienting 245
- Communities
 - lokale 429
- Compiled List 185
- Container 605
- Content 423, 434, 435, 439
 - Broker 434, 435
 - Marketing 426
- Content generieren 421
- Content-Mix 425
- Content-Optionen 427
- Contentplan 422, 425
- Convenience-Bereich 515
- Corporate
 - Communication 106 ff.
 - Culture 106, 109, 110
 - Design 106 ff., 195, 476, 480, 496
 - Giving 226
 - Identity 24, 105, 106, 109, 123, 124, 368, 496, 546
- Co-Sponsoren 235, 241
- Covent Garden Market 578
- Credence-Qualities 82, 83, 211, 274
- Critical Incident Technique 132, 278
- Cross-Selling 176, 296, 395, 400, 401
- Cross-Selling-Potenziale 92, 398
- Customer
 - Recovery-Aktivitäten 312
- Customer Journey
 - immobilienwirtschaftlicher 153
 - potenzielle Verkäufer oder Vermieter 153
- Customer Recovery-Programm 311
 - Ablauf eines 312
- Customer Relationship Management (CRM) 19, 395
- Customer Service 245, 249, 260, 265
- Customer Service-Komponenten 253, 254
- Customer Service-Philosophie 253
- Custom Realty Interrelational Scoring System (CRIS) 431
- D**
- Dachmarke 574
- Database Marketing 184, 185
- Decken-Tragfähigkeit 555
- Denkmodell Kundenbedürfnisse 296
- Denkrahmen für die Entwicklung von Werbebotschaften 329
- Desk-Research 136
- Developer 574, 600

- Dialog-Anzeigen 332
 Dienstleistungen 3, 261
 – automatisierte 4
 – immobilienwirtschaftliche 81
 – persönliche 4
 – produktbegleitende 81
 – zentrale 81
 – zusätzliche 397
 Dienstleistungsbereich 513
 Dienstleistungsbetriebe 539
 Dienstleistungsmarketing 11, 29
 Dienstleistungsnutzung 527
 Dienstleistungsproduktionsprozesse 275
 Dienstleistungssektor 551
 Dienstleistungszwiter 81
 Digital Branding 404
 Digitalisierung 541
 Digitalisierungsstrategie 117
 Direct Mail-Aktionen 182
 Direct Mailing 155
 Direct Mail-Kampagnen 158
 Direktanbieter 7
 Direkte Kontrolle
 – nach dem Kauf 82
 – vor dem Kauf 82
 Direktnachfrager 7
 Direktverkauf 92
 Direktvermietung 92
 Discounter 525
 Disruption 8
 Dissonanzen
 – kognitive 400, 628
 Distributionssystem 67
 Dot-Com Boom 16
 Double-Opt-in 427
 Dramaturgie
 – der Besichtigung 383, 553
 – der Text-/Bildabfolge 358
 – des Besichtigungsablaufs 607
 – des Marketingkonzeptes 372
 – von Text- und Bilderfolge 370
 Drei-Preis-Argumentationsschema 62
 Drittverwendungsfähigkeit 557
 Druckkosten 182
 DSGVO (Datenschutz-Grundverordnung)
 184 ff., 418
 DSGVO 428
 Durchschnittliche Haushaltsgröße 141
- E**
- Earned Media 403, 404
 Echtes Mäzenatentum 227
 Echtes Sponsoring 227
 EDV-Systeme 28
 Eigenmarktforschung 136, 137, 147, 148
 Eigennutzer 320
 Eigentümererlebnis 388
 Eigentumsbüros 550, 551
 Einblickprinzip 474, 476
 Einkaufscenter 534
 Einkaufserlebnis 512
 Einkaufsstraßen 512
 Einkaufszentrum 523
 Einmalgeschäfte 247
 Einmalgeschäft-Mentalität 252
 Einmal-im-Leben-Entscheidung 83
 Einpendlerregion 144
 Einsatz von Verkaufsschildern 498
 Einsteueraufwand 634
 Einstweilige Verfügung 378
 Einzelhandel
 – klassischer stationärer 514
 – nicht filialisierte 512
 – traditioneller stationärer 536
 Einzelhandelsfluktuation 512
 Einzelhandelskomplex 527, 530, 531
 Einzelhandelslagen 538
 Einzelhandelsnutzung 556
 Einzelhandelspanels 133
 Einzelhandelsumsätze 145
 Elastizität im Anbieterverhalten 132
 Electronic Word of Mouth 414
 Elektro-Industrie 105
 Elektronikfachmärkte 525
 electronic Word of Mouth (eWOM) 154
 E-Mails 182
 Empathie 420
 Empfehlungen 154, 211, 232
 – gegenseitige 213
 – persönliche 154
 Empfehlungsgeber 211, 212, 219, 296
 Empfehlungsgeschäfte 204
 Empfehlungskampagne 205
 Empfehlungsmarketing 209
 Empfehlungsnehmer 211
 Empfehlungsnetzwerk 212
 Empfehlungsschreiben 157, 218
 Energieangaben 375
 – gesetzlich geforderte 376
 Energieausweis in Vorbereitung 376
 EnEV 2014 378
 Entertainmenteinrichtungen 539
 Entwicklung der Immobilienumsätze in
 Deutschland 15

- Entwicklungsabschnitte des Immobilien-Re-
 searches 125
 Erbschaftsteuer 146
 Ereignismethode
 – sequentielle 132, 278
 Erfahrungseigenschaften 82
 Erfolgskontrolle 366, 445, 471, 480
 Erfolgsprinzip 58
 Ergebnis-Dimension 262
 Erklärungsbedürftigkeit 8
 Erlaubnis nach § 34c GewO 28
 Erlebnis beim klassischen Einzelhandel 522
 Erlebnis-Shopping 530
 Erlebniswelt 474
 Ersatzdienstleistungen 7
 Erstkontakte 325
 Erzielbarer Wert für Immobilien mit zuneh-
 mender Anzeigenschaltung 328
 Eurozone 19
 Events 427, 573
 eWOM 414
 eXp 432
 Expansionsabteilungen 93, 508
 experience qualities 82
 Experimente 133
 Exposé 26, 81, 99, 346, 365, 366, 370, 372 ff.,
 445, 446
 Exposéaktionismus 365
 Exposéfunktionen 364
 Exposégruppen 363, 364
 Eye-Mark-Recorder 357
 Eye-Tracking 357
 Eye-Tracking-Forschung 358
- F**
- Fabrikanlagen 577
 Facebook 90, 399, 403, 404, 422, 424, 428,
 433, 628
 Facebook-Ad 424
 Facebook-Marketing 423, 425, 428
 Facebook-Mitteilungen 154
 Facebook-Profil 422, 423
 Facebook-Werbung 637
 Facheinzelhandel
 – mittelständischer 512
 – traditioneller 512
 Fachkräftemangel 542
 Fachkundenachweise 119
 Fachmarkt 298
 Fach-Videos 427
 Fähigkeitsanforderungen an Verkäufer 73
 Fakten 353
 Faktisches Sponsoring 227
 Faktoren
 – externe 84
 – interne 84
 – kognitive 83
 – motivationale 83
 – situative 83
 Familienzyklus 256
 Fans 407, 422
 Farm 175, 177, 452
 Farming 174, 177, 203, 442, 452
 – extensives 175
 – intensives 175
 Farming-Checkliste 180
 Farming im Offline- und Online-Bereich
 175
 Farming-Konzepte 179
 – Beispiel eines 181
 – Generieren von 180
 Fast-Food-Ketten 542
 Fernsehen 469
 Festgehalt 72
 Filialisten 508
 Filmsequenzen 469
 Filtersystem 440
 Finanzierung eines Projektes 617
 Finanzierungskosten 566
 Finanzmarktkrise 19
 FinTech 5
 firmenbezogene PR 638
 Firmenevents 629
 Firmenprospekte 97, 155
 – Inhalte 156
 Firmenverflechtungen 508
 Firmenwerbung 24, 77, 90, 91, 158, 231, 363
 Firmenzeichen 108
 First-Moment-of-Truth 319, 320
 Fitnesscenter 526
 Fitnessstudios 539
 Fixum plus anrechenbarer Provision 72
 Fläche
 – weiße 356
 Flächenbedarf 142
 Flächenkonzept 149
 Flächennutzungen 145
 Flächenumsatz 146
 Flaggen 605
 Fließtext 331, 335
 Fließtextanzeigen 323, 324
 Fluggesellschaft 81
 Fluktuation 106, 273, 621
 – der Mieter 544

- Fokussierungsansatz 163
 Fokussierungsstrategien 164
 Folgeaufträge 401
 Folgegeschäfte 247, 296, 396, 397
 Folgen-Buttons 407
 Folgeobjekt 502
 Follower 407, 424, 425
 Food Court 526
 Foren 130
 Formen der Maklerkooperation 76
 Formulierungen
 – aktive 336
 Fortbildungsnachweise 157
 Fortschreibungsprozess 123
 Fotos 339
 Fragestellungen
 – abschlussrelevante 554
 Franchise 9, 29
 Freisetzung von Flächen beim traditionellen
 Handel 537
 Freizeitbäder 134
 Freizeitmöglichkeiten 100
 Freizeitparks 557, 559
 Freizeit-Trends 558
 Fremdmarktforschung 138, 147, 148
 Fremdvergabe 137
 Frontalansichten 358
 Frontalaufnahme 370
 Früherkennung 256
 Frühstarter 589
 Funktionsflüsse 67
 Fußgängerzone 526, 538, 539
- G**
- Galeria Karstadt Kaufhof 525
 Galerie 531
 Galerieraum 607
 Gastro-Konzepte 541
 Gastronomie 546
 Gastronomiebereich 540, 541
 Gastronomiebetriebe 543
 Gastronomiekonzept 546
 Gebäudezählung vom Mai 1987 132
 GEG 378
 Gendarstellung 420
 Gehry Frank 549, 581
 Gemeinde 134
 Gemeinschaftsgeschäfte 23, 68, 76, 117, 267,
 327
 Gemeinschaftswerbung 91
 Generation der Erben 146
 Generierung von Leads 436
 Gesamt-Vermarktungszeitraum 565
 Geschäftskernlagen 513, 519
 Geschichte der Immobilie bzw. der direkten
 Umgebung 606
 Geschichte des Vorgängerobjekts 575
 Geschichte von SEO 434
 Geschossflächenzahl (GFZ) 556
 Gesetz zur Bekämpfung unlauterer
 Telefonwerbung und zur Verbesserung
 des Verbraucherschutzes bei besonderen
 Vertriebsformen 175
 Gesprächsstrategie 387
 Gestaltung
 – der ersten Anzeige 326
 – des Exposé 368
 – des Kuverts 189
 – von Immobilienanzeigen 355
 – von Schaufenstern 474
 Gestaltungsoptionen der Werbung für Im-
 mobilien-Dienstleistungen 86
 Gesundheitsimmobilien 539
 GEVIN 174
 Gewährleistung 615
 – für das Gemeinschaftseigentum 566
 Gewerbeabmeldungen 142
 Gewerbebeanmeldungen 142
 Gewerbegrundstücke 556
 Gewerbeimmobilien 55, 88, 92, 93, 133, 263,
 354, 355, 469, 507, 540, 621
 Gewerbeimmobilien-Bereich 64
 Gewerbeimmobilien-Marktberichte 134
 Gewerbeimmobilien-Objekttypen 134
 Gewerbemietvertrag 533
 Gewerbeobjekte 527
 Gewerbeoparks 263
 Gewerberaumvermittlung 507
 – Besonderheiten der 507
 – für Shopping-Center 534
 Gewerbetreibende 353
 Gewerbeverbände 222
 GfK 145
 Gleisanschluss 556
 Glückwunschkarten 457, 460, 462
 Go-Kart-Bahnen 559
 Golfanlagen 559
 Golfplatz 530
 Google 434, 435, 437 ff., 549, 628
 – Ads 88, 90, 158, 160, 433, 637
 – Ads-Kampagne 439
 Google-Alerts 130, 416
 Google-Alerts-Benachrichtigung 417
 Google-Bewertungen 414

- Google-Falle 439
 Google-Suche 421
 Grafiken 469
 Green-Washing 513, 596
 Grenzkosten-Objekte 636
 Grid for Sales Excellence 74
 Griechenland-Krise 17, 19
 Großaquarien 134, 557
 Großmieter 574
 Grunderwerbsteuer 15
 Grunderwerbsteuerstatistik 140
 Grundflächenzahl (GRZ) 556
 Grundmietdauer 507
 Grundrisszeichnung 607
 Grundstück 591
 Grundvergütung 623
 grünes Licht 454, 455
 Gruppassa 173, 174
 Guerilla Marketing 449 ff., 456, 457
 – negatives 451
 – positives 451
 Guerilla Marketing-Aktion 457
 Guerilla Marketing-Filter 456
 Guerilla Marketing-Stoßrichtungen 451
- H**
- Hafenanlagen 577
 Hallen 555
 Hamburger HafenCity 592
 Handel
 – stationärer 536, 541
 Handelsvertreter 67
 Handelsvertretervertrag 26, 28
 Handlingkosten 182
 Handlungen mit Auswirkung auf die Beziehung zwischen Käufer und Verkäufer 252
 Handlungsaufforderung 104, 352, 408
 Handlungsaufruf 329
 Handwerksbetriebe 556
 Hard Selling 18
 Hashtags 429
 Haupt-Sponsor 235, 241
 Hauptursache für das Fehlen eines Nachkaufmarketings 397
 Hausbesichtigung 279, 391
 Hausbesuche in der Nachbarschaft 491
 Haus der Verbände 578
 Hausgemeinschaft 624
 Haushaltsgröße 141
 Haushaltspanel 133
 Haushaltsstandorte 363, 364
 Hausmakler 508
 Hausmeister 271
 Hausordner 626
 Hausverwalter 105, 108, 111, 118, 250, 457, 463
 Hausverwalter-Gebühren 248
 Hausverwaltungen 622, 624, 632 ff., 636
 Hausverwaltungsanzeigen 638
 Hausverwaltungs-Objekte 638
 Headline 329
 Headline-Gestaltung 332
 Headline/Schlagzeile 331
 Hemmschwelle der Zusammenarbeit 129
 Herstellersicht 261
 Hervorhebungen 195
 Hidden Champions 138
 High-End-Immobilien 424
 Hintergrundgespräche 470
 Hinweisschilder
 – auf Besichtigungen 479
 – auf das nächstes Bauträgerprojekt 495
 Hochhäuser 608
 Hollywood-Zeichen 570
 Home-Office 550
 Homepage 160, 194, 265, 398, 406, 411, 414, 432, 434, 436, 440, 441, 467, 627
 – als zentrales Marketing-Instrument 407
 Homing 541
 Hook 192
 Hörfunk 470
 Hotel.com 414
 Hotels 537, 557
 Huckepack-Verfahren 224
 Hugendubel 545
 Hybrid-Makler 8, 111
- I**
- iBuyer 432
 Identität des zukünftigen Objektes 574
 Imageaffinitäten 229
 Imageanzeigen 95 ff., 158, 159
 Image-Anzeigen als Alternative zu Objektsuchanzeigen 173
 Imagebroschüre 158, 627
 Image des Unternehmens 552
 Image-Tracking 242
 Imagewerbung 188, 324
 Imageziel 95
 Immaterialität 29, 81
 Immobilien 538
 – als Referenzimmobilie 400
 – erwartete 296
 – erweiterte 296

- potenzielle 297
 - ursprüngliche 296
 - Immobilienaktiengesellschaften 3
 - Immobilienanzeigen-Pyramide 95
 - Immobilienbörsen 76, 117, 163, 438
 - Immobilienbüro 483
 - Immobilienfonds 3
 - offene und geschlossene 13
 - Immobilienmarketing
 - Teildisziplin des 15
 - Immobilienmarketing-Award 455
 - Immobilienmarktberichte
 - mit dem Stadtteil befassend 179
 - Immobilienmärkte
 - regionale 128
 - Immobilien-Pipeline 300
 - Immobilienportale 7, 19, 154, 436
 - Immobilien-Research 125, 127, 135
 - Entwicklungsabschnitte des 126
 - Immobilienfachverständige 5
 - Immobilien Schild 490
 - Immobilien Scout-Bewertungen 399
 - Immobilienumsätze 140
 - pro Einwohner 140
 - Immobilien-Verkaufsschilder 573
 - Immobilienverwalter 21, 80, 130, 131, 251, 574, 619, 630
 - Immobilienverwaltungen 3, 12, 622, 624, 625
 - Immobilienverwaltungs-Marketing 623, 629
 - derivatives 621
 - originäres 621, 622
 - Immowelt 414
 - IMV 62
 - Indexierung des Mietzinses bei der Gewerbeeräumvermittlung 507
 - Indikatoren des Immobilien-Research 140
 - Individualisierung 196
 - Industriegrundstücke 556
 - Industriegütermarketing 11
 - Industrie- und Handelskammern 139
 - Influencer 545
 - Infobriefe 179
 - Informationen über den Kunden 548
 - information overload 226
 - Informationsbausteine 382
 - Informationsbriefe 459
 - Informationsdichte 133, 134
 - Informationsfluss 68
 - Informationssubstitute 414
 - Informationsveranstaltungen für
 - Verwaltungsbeiräte 630
 - Informationszeitungen 459
 - Inhalte der Firmenprospekte 155
 - Innenaufnahmen 358
 - Innendienst 70
 - Innendienstkosten 26
 - Inserat 446, 447
 - Inserateteil 331
 - Inserattext 445
 - Insolvenz von Lehman Brothers 17
 - Instagram 423, 426, 428, 433
 - instant buyer-Programme 432
 - Interessentengruppen 589
 - Interessentenmakler 66
 - Interieur 545
 - internationale Filialisten mittleren Genres
 - 512
 - Internet 90
 - Internet-Auftritt 476
 - für das Projekt 567
 - Internetbewertungen 412
 - Internet-Handel 537, 538
 - Internetshops 538
 - Interruption Marketing 80
 - Interviewer 138
 - Investitionsgüter 74
 - Investitionsgütermarketing 11
 - Investment 14
 - Investment-Hype 16
 - Investoren 543, 550, 558
 - Involvement 86, 87
 - IP-Adresse 420
 - iPhone 441
 - IVD 110, 114, 132
 - IVD24 59, 117
 - ivd24.de 438
- J**
- Journalisten 222
- K**
- Kaltakquise 201, 202, 214, 316
 - kalte Adressen 186
 - Kanada 174
 - Kanäle 421
 - Kapitalanleger 18, 131, 320, 353, 620, 621
 - Kapitalchen 356
 - Kapitalgeber 564
 - Kapitalsammelstellen 128
 - Kauf
 - habitualisiert 11
 - Käufer
 - des späteren Mittelfelds 590
 - potenzielle 622, 623

- Kaufhäuser 511, 525, 546
- Kaufinteressenten
 - abgelehnte 417
- Kaufkraft 100
- Kaufkraftindex 145
- Kaufmotive 193
- Kaufreue 400
 - nach der Verwalterbestellung 628
- Kaufrisiko 83
 - subjektiv empfundenes 83
- Kaufwiderstände 388
- Kegelbahnen 559
- Kernaufgaben des Marketings 20
- Kernbausteine 106
- Kernleitbild 113
- Ketten
 - internationale 542
- Keyword-Advertising 433
- Keywords 437 ff.
- Keyword Stuffing 434, 435
- King's Cross 593
- Kinowerbeeinspielungen 90
- Kirche 572
- KISS-Regel 336
- Kleinstadt 134
- Klima in der Anlage
 - zwischenmenschliches 623
- Knappheitswirtschaft 18
- Knochen-Center 525
- knock 432
- Kommentare
 - im Internet 414
 - in Foren 154
 - negative 419
- Kommunikationsbeziehungen
 - direkte 78
 - mittelbare 78
 - persönliche 78
 - unpersönliche 78
- Kommunikationskonzept 441, 456, 496
- Kommunikationsmaßnahmen 239
- Kommunikationsmittel 456
- Kommunikationsmix 94
 - originärer 94
- Kommunikationsmöglichkeiten
 - im Dienstleistungsbereich 79
- Kommunikationspolitik 1, 24, 30, 77, 79, 440
- Kompensation 420
- Konditionenpolitik 57, 587
- Konkurrenten 138
- Konkurrenzanalyse 139, 140
- Konkurrenzentwicklung 138
- Konkurrenzschutz 533, 534, 555
- Konkurrenzsituation 544
- Konkurse 142
- Konsumentensicht 261
- Konsumentenverhalten der Kunden von
 - Gastronomiebetrieben 540
- Konsumgüter 74, 324
- Konsumgüterbereich 125
- Konsumgütermarketing 11
- Konsumverhalten 133
- Kontaktmailing 183
- Kontaktmittler 211, 212, 214
 - aktiver 212
 - aktiver/passiver 204
 - passiver 212
- Kontaktmöglichkeiten 216, 217
- Kontaktpartner 213, 215
- Kontaktvermittlung 204
- kontrolliertes Kommunizieren möglicher
 - Nachteile 345
- Konvergenz von stationärem und Online-
 - Handel 518
- Konzentration der Filialisten 512
- Konzept
 - gastronomisches 544
- Kooperationspartner 459
- Krisen-PR 470
- Küche
 - offene 345
- Kultur-Sponsoring 467
- Kunden 120, 214
 - aktuelle 255
 - ehemalige 221, 457
 - potenzielle 255
- Kundenabwanderung 248, 295, 309
 - als Chance 308
- Kundenakquisition 20, 268
 - (Suchaufträge) 152
- Kundenanalyse 299
- Kundenansprache
 - persönliche 352
- Kundenansprechpartner
 - zentrale 271
- Kundenbefragungen 295, 304
- Kundenbeschwerden als Chance 303
- Kundenbewertung 413
- Kundenbindung 425, 569, 614
- Kundenbindungs-Aktivitäten 303
- Kundenbindungs-Maßnahmen 20
- Kundenbindungs-Strategien 245
- Kundenerwartungen 262, 265
- Kundenfrequenz 133

- Kundengewinnungs-Strategien 245
 Kunden-Informationsbriefe 457, 460
 Kundenkontaktpunkte 277, 278, 592
 – bei der Besichtigung eines Bauträgerobjek-
 tes 593
 Kundenlauffrequenz 533
 Kundenloyalität 248
 Kundennutzen 189, 192, 329, 335, 336, 340,
 355, 366, 370, 373, 408, 638
 – im Vermarktungsprozess 373
 – statt karger Fakten 102
 Kundenorientierter Aufbau des Exposés 372
 Kundenrückgewinnung 311
 Kundenrückgewinnungsprogramme 313
 Kundenschwundanalyse 445
 Kundenservice 260, 400
 Kundenzeiteinheiten 179, 457 ff., 462, 630
 Kundenzufriedenheit 266
 Kundenzufriedenheitstypen 264
 Kununu.de 414
 Kurzexposé 327
 Kurzvideos 430
 Kurzzeit-Hinweisschilder auf Besichtigungen
 452
 Kuvert 189
- L**
- Läden 550
 Ladenlokale 29, 134, 480, 483, 513
 Ladenlokal-Lagen 511
 Lagerplätze 556
 Landing-Pages 436
 Landschaftsgestaltung 382
 Länge von Text und Headline 351
 Lärm durch nahen Spielplatz 350
 Lärmsituation 550
 Laufkundschaft 511, 522
 Lead-Portale 442
 Leads 214, 431, 436, 442, 445
 Lebensqualität 609
 Lebenszyklen 543, 557, 558
 – von Gastronomieimmobilien 543
 – von Sonder- bzw. Spezialimmobilien 557
 Leerstände 513, 537 ff., 544, 554, 621
 – strukturelle 526, 543
 Leerstandsmanagement 20, 299
 Leerstandsrate 143
 Legitimationsfunktion 112
 Leideform 336
 Leistungen
 – des Sponsors 234
 – mittelbar ertragsorientierte 22
 – unmittelbar ertragsorientierte 22
 Leistungsinnovation 20
 Leistungspflege 20
 Leistungspolitik 22
 Leistungsspektrum des Unternehmens 262
 Leitbilder 106, 110
 – Aufbau von 114
 – erweitertes 113
 – Identifikation mit dem 123
 – Nachwort zum 122
 Leitbilder = Wirkungsrichtungen 115
 Leitbilderstellungsprozess 123
 – Beispiel für einen 124
 Lernen vom Kunden 299, 308
 Lernen von und über Kunden 295
 Lieferanten 210
 Life-Style 100, 545
 Lifestyle-Technik 341
 Likes 425
 Line of Visibility 275, 278, 630, 631
 – aus Käufer-/Mietersicht 277
 – aus Verkäufer-/Vermietersicht 276
 – bei der Akquisition von Verwalter-
 verträgen 631
 – der Immobilienverwaltung aus Mietersicht
 632
 Link Building 434, 435
 LinkedIn 399, 426
 Link Qualitäts-Analyse 434
 Links 410, 435
 Lions 222
 Logistikimmobilien 14
 Logo 108, 571
 Lokalfunk 90
 Lokalteile 468
 London Court 530
 Low-Involvement-Produkte 11
- M**
- Magnet-Mieter 344, 522, 525
 Mailing-Formen 183
 Mailingliste 184
 – Qualität einer 184
 Mailings 195, 316
 – Betrachtungsreihenfolge bei 191
 – für Immobilienunternehmen 181
 – Steigerung der Werbewirkung von 194
 Make-or-Buy-Entscheidung 434
 Makler 111, 151
 Maklerauftrag 153, 588
 Makler-Bauträger-Verordnung (MaBV) 363
 Maklerbewertung 414

- Maklereinschaltquote 508
- Maklereinschaltungsgrad 93
- Makler-Empfehlung.de 415
- Maklerkonkurrenz
 - potenzielle 6
- Maklerkooperation 76, 163
- Maklerprogramm 28, 131
- Maklerprovision 277
- Makler- und Bauträgerverordnung (MaBV) 367
- Maklerverbund 23, 76, 117
- Maklerverkauf 564
- Maklervertrag 59
- Maklervertragsbedingungen 23
- Makrolage 131
- Makrostandort 131, 564
- Mängelrügen 614
- Maremagnum Shopping-Center 531
- Marken 571
- Markenbildung 430
- Markenführung
 - digitale 404
- Markenprodukte 571
- Marketing
 - atypische 454
 - auch nach dem Kauf 614
 - auftragserhaltendes 401
 - bestandserhaltendes 625, 627 ff.
 - bestandserweiterndes 625, 628, 629
 - derivatives 21, 90, 94, 97, 158, 184, 363, 620, 621, 623
 - des Verwaltungsunternehmens 620
 - doppeltes 21, 620
 - für Immobilienverwaltungen 619
 - immobilienwirtschaftlicher Dienstleistungen 80
 - originäres 21, 90, 97, 158, 183, 463, 620, 621, 623
 - vertragserhaltendes 401
- Marketing-Aktionen
 - atypische 449 ff.
- Marketing-Controlling 188
- Marketing-Erfolgskontrolle 15
- Marketingmaßnahmen
 - direkte 155
 - von Immobilienunternehmen 151
- Marketing-Mix 14, 21, 25, 29, 471
 - Rolle des Sponsorings im 230
- Marketing-Mix auf Basis der 7P
 - erweitert 30
- Marketingstoßrichtung 97
- Marketingunterschiede zwischen Wohn- und Gewerbeimmobilien 93
- Marketingziele 151
- Marketing-Zielgruppe 450
- Markt
 - überregionaler 128
- Marktanalysen 15, 128, 132, 146
- Marktaustrittsbarrieren 9
- Marktbeobachtung 128
- Marktberichte 126, 136, 427
- Marktberichtersteller 121
- Marktdaten 222
- Marktdeterminanten 132
 - von Angebot und Nachfrage 130
- Marktdiversifizierung 126
- Markteinflussfaktoren 129
- Markteintrittsbarrieren 9
 - für neue Wettbewerber 246
- Marktforschung 256, 326, 564
- Marktforschungsmethoden 131
- Markthallen 529, 577
 - von Covent Garden 578
- Marktindikatoren 140
- Marktmonitor Immobilien 347, 395 ff., 404, 411, 413, 443
- Marktpotenziale 130, 132
- Marktteilnehmer
 - potenzielle 256
- Markttransparenz 76
- Marktvorfeld 129
- Massen-Besichtigungen 418
- Materialisierung 84
 - außerhalb des Betriebs liegender Faktoren 84
 - interner Faktoren 85
- Matterport 433
- Mäzenatentum 226, 228, 229, 234, 237
- Media Markt 525
- Medienauswertungsdienst 471
- Medienhafen 581
- Medienvertreter 222
- Mesostandort 320
- Metadaten 437
- Metapher 339, 340
- Methode der kritischen Ereignisse 278
- Methoden-Know-how 138
- Michael Bauer Research 145
- Mieter 622
 - als Kunden 122
 - in der Anlage 623
 - potenzielle 622, 623

- Mieter-Mixes 14, 344, 522, 535, 546, 575, 576, 578, 579
 Miethausverwalter 622
 Mietinteressenten 547
 – abgelehnte 417
 Mietniveau 520
 Mietverträge 396
 – Befristung der 507
 Mietvertragslaufzeiten 543
 Mikrolage 131
 Mikrostandorte 131, 320, 490, 547, 564
 Mitarbeiter
 – freie 27, 28, 71
 Mitarbeiterbeteiligung 28
 Mitarbeiterbindungsprogramme 28
 Mitarbeiterfluktuation 71
 – in der Immobilien-Branche 26
 Mitarbeitergewinnung 430
 Mitarbeitermotivation 123
 Mitarbeiterschulung 28
 Mitarbeiterwechsel 272
 Mitarbeiterweiterbildung 28
 mixed-use 538
 MLP 176
 Modelle 609
 Moment-of-Truth-Konzept (MOT) in der Immobilienwirtschaft 320
 Moments-of-Truth 275, 278, 319
 Monitoring 426
 Motivationsfunktion 112
 Motivauswahl 356
 Motive des Lesers 192
 Motiven für einen Immobilienkauf 193
 Motivstruktur 132
 Multiplex-Kinos 134, 299, 557, 560
 Multiplikatoren 622, 633
 Multi-Problem-Immobilien 343
 Multisensorales Konsumerlebnis 386
 Mundpropaganda 250, 401
 – negative 302, 399
 – positive 628
 Musical-Technik 341
 Musical-Theater 557, 560
 Muster eines Maßnahmenplans 627
 Musterwohnungen 81, 382, 388, 566, 593, 599, 601, 604, 607, 608, 610
 mymuesli 520
- N**
- Nachbarschaft 604
 Nachfassschreiben 225
 Nachfolgermangel 542
 Nachfrageüberhänge 585
 Nachkaufmarketing
 – eingesetzter Marketing-Maßnahmen 397
 Nachkauf-Marketing 255, 395, 398, 400, 405, 411, 457
 Nachkaufphase 267
 Nachnutzung frei werdender Kaufhäuser 525
 Nachteilbewältigungsstrategien 349
 Nachteile
 – der Immobilie 343, 346
 – kontrolliert kommunizieren 343, 348
 Nachverdichtung 513
 Nachweistätigkeit 508
 Nachwort 113
 Name
 – marketingträchtiger 570
 Namensrechte für ein attraktives Objekt 574
 Nearbank-Segment 9
 Nebenflächengrößen 519
 Nebenkernlagen 513, 519, 537, 543
 Negativbewertungen 415
 Netflix 560
 Networking 204
 Netzwerke 209
 – soziale 428
 Netzwerkorganisationen 209
 Neubaumaßnahmen 499
 Neubauprojekte 573
 Neubauvertrieb 430
 Neuentwicklungen von Centern 522
 Newington 604
 New Work 430
 Niemeyer Oscar 582
 Nominalgüter 3
 Nonbank-Bereich 9
 Notartermin 399, 401
 Notarvertrag 396
 – digitaler 433
 Nutzerwechsel 143
 Nutzungsform 558
 Nutzungskonzepte 22, 149
 Nutzwertanalyse 149
- O**
- Oberpollinger 545
 Objektakquise 26, 28, 425
 Objektakquisition 127, 152, 428, 445, 491
 Objekt-Akquisitionsbemühungen 476
 Objektakquisitionsziel 95
 Objektanalyse 64
 Objektanbieter 6
 Objektauswahlpolitik 23, 30

- Objektbegehung 149
 - Objektberatungspolitik 60, 70
 - Objektdatenbank 132
 - Objekte
 - gemischt genutzte 522
 - zur wohnlichen Eigennutzung 363
 - Objektmakler 66
 - Objektnachfrager 7
 - Objektnamen 571
 - Objektpolitik 22, 31
 - Objekt-Postings 425
 - Objekt-PR 465
 - Objektpreisberatung 64
 - Objektpreisberatungspolitik 64
 - Objektqualität 261
 - Objektsuchanzeigen 95 ff., 158 ff., 173
 - Objektsuchhinweise
 - integrierte 172
 - Objekttypen 128
 - Objekt und Erscheinungsbild des Unternehmens 356
 - Objektunterlagen 548
 - Objektvermarktung 428, 548
 - Objektvertrieb 127
 - Objektwerbeplan 24
 - Objektwerbung 24, 77, 89, 91
 - Offene Stellen 144
 - Öffentlichkeit
 - breite 621 ff.
 - Öffentlichkeitsarbeit 24, 78, 89, 151
 - Öffentlichkeitsarbeit als Chance 638
 - offerpad 432
 - Offline-Aktivitäten 418
 - Offline-Immobilienmarketing 403
 - Offline Marketing 80
 - Off-Market-Deals 563
 - Öffnungszeit des Ladenlokals 532
 - Ökologische Fragen
 - 513
 - Öko-Sponsoring 241, 242
 - Ombudsleute 118
 - Online-Angebot 92
 - Online-Angebotsanzeigen 94
 - Online-Bewertungsportale 414
 - Online-Companies 538
 - Online-Customer Journey 133
 - Online-Handel 514, 519, 536, 541
 - Online-Immobilienmarketing 403
 - Online-Kanäle 518
 - Online-Konkurrenz 514
 - Online-Marketing 80, 153, 428
 - Online-Medikamentenhandel 515
 - Online-Reputation 414, 417
 - von Immobilienunternehmen 411
 - Online-Strategie 426
 - Online-Unternehmen 537
 - Online-Werbung 568
 - On-Site-Marketing 590, 591, 593
 - Opendoor 432
 - Open House 379, 389
 - Open House-Aktionen 451
 - Optionsrecht 507
 - Ordnungsprinzip 475, 476
 - Organisation
 - der gesamten Kernprozesse 25
 - des Außendienstes 23
 - Orientierungsfunktion 112
 - overselling 190
 - Owned Media 403, 404
- P**
- Paare 608
 - Paddington Central 602
 - Page Rank 434
 - Page Views 409
 - Paid 403
 - Paid Media 404
 - Palais am Obelisk 579, 580
 - Parkhausdaten 149
 - Parkmöglichkeiten 593
 - Parkplätze
 - abzulösende 550
 - Passage 531
 - Passantenfrequenz 511, 522
 - Passantenstopper 478
 - Passantenzählungen 149
 - Pendlerverhalten 144
 - Permission Marketing 80
 - Personal 25, 27, 30
 - Personalauswahl 272, 273
 - Personalauswahlprozess 28
 - Personalbereich 273
 - Personalfluktuations 272, 273
 - Personalpolitik 27, 273
 - Personengruppen-orientierte Farmings 176
 - Personifizierung 84, 166
 - externer Faktoren 85
 - interner Faktoren 85
 - Persönlichkeit als Symbolfigur 341
 - Phantasiefenster 474
 - Phantom-Updates 434, 435
 - Phasen des Bauträger-Marketings 568
 - Phasenschema 326
 - Physical Facilities 25

- PillPack 515
Pitch 617
PKW 319
Place 25
Plakatfenster 474
Platzierungskonzepte für den „Anchor“ 523, 524
Podcasts 427
Point of Sale 566
Pop-Up-Gastronomie 544
Pop-Up-Restaurants 544
Pop-up-Stores 513, 514
Postämter 577
Post Content-Ära 438
Post-Mortem-Analyse 139
Posts 424
Post-Sale-Selling 252, 457, 622
Post-Selling-Phase 614
Post Skriptum 190
potenzielle Standorte 364
PR 470
– auf Basis von Marktdaten 464
– firmenbezogene 464
– objektbezogene 464
Präambel 111, 113
PR-Aktion 466, 469, 470
PR-Arbeit 468, 472
Präsentation der Immobilie 380
Präsentation des zu bebauenden Grundstücks 591
Präsenz im Bereich Social Media 406
Preis
– marktgerechter 62
Preisanalyse 149
Preisberatungspolitik 60, 70
Preisdifferenzierung 55
Preis-Dumping 248, 635, 637
– von Immobilienverwaltungen 634
Preiselastizitäten 131
Preisgestaltung 611
Preislimit 387
Preispolitik 23, 30, 586, 634
Preissuchmaschinen 433
Preistransparenz 81
Preistreppeneffekt 586
Preisvergleichsportale 433
Premium-Strategie-Argumentation 491
PR-Erfolgskontrolle 471
Pressearbeit 179, 462, 465, 638
Pressegespräch 464
Pressekonferenzen 471
Pressemeldungen 156, 467 ff., 573, 630
Pressesprecher 470
Presseverteiler 467, 471
Price 25
Pricing-System 567
Primärmarktforschung 131, 135
PR im Bereich Immobilienwirtschaft 462
Print-Angebotsanzeigen 94, 321
Printmedien 469
PR-Maßnahmen 468
PR-Material 469
Probleme bei der Provisionszahlung 250
Problem-Frequenz-Relevanz-Analyse 307
Problem-Früherkennung 416
Problemimmobilien 343, 344
Problemimmobilienmarketing 15
Problemkenntnisanforderungen an Verkäufer 73
Problemlösungen 372
Problemprävention 415, 416
Process 25
Product 25
Produktaffinitäten 229
Produktionsbetriebe 556
Produktionsimmobilien 14
Produktlebenszyklen der Immobilien 540
Produktnutzung 330
Produktpolitik 22, 29
Produktreihe 574
– bei Fertighausherstellern 569
Produktwerbung 232
Programmkinos 560
Projekte 459
Projektentwickler 3, 565, 574
Projektentwicklungen 147, 148, 525 ff., 564, 574
Promotion 25
property stigma 344
PropTech 5, 7, 19
Prospekt 610
Prospekte des Immobilienunternehmens 97
Provision 586
Provisionsbasis 72
Provisionspolitik 23
– originäre 57
Provisionsteilung 77
Prozess-Dimension 262
Prozesse (Process) 30
Prozesspolitik 25
PR-Referent 470
PR-Stil 472
PR-Text 469

- PR-Themen im Bereich Immobilienwirtschaft 464
 PR-Veranstaltungen 204
 PR-Ziele 468
 Psychologische Rezeption 86, 87
 Public-Relations 24, 78
 Pure-Online-Company 518, 520
- Q**
- Qualität des Verwaltungsbestandes 625
 Qualitätsdimensionen 261
 Qualitätsempfinden 590
 Qualitätserfüllungsgrad 268
 Qualitätserwartungen eines Immobilienkunden 262
 Qualitätstransparenz 81
 Qualität und Kundenservice 260, 295
 Quality Content Broker 434
 Quality Link Building 435
 Queen Victoria Building 529, 583
 Querschnittsfunktionen 15
- R**
- Rahmenbedingungen 622 ff.
 Rankings 437
 RATER-Technik 279
 Raumaufteilung
 – flexible 549
 Raumaufteilungsoptionen 554
 Reaktion bei Problemen 416
 Realgüter 3
 Recht auf freie Meinungsäußerung 415, 419
 Redfin 433
 Reduktion der Personalfuktuation 28
 Referenzanlagen 627
 Referenzkunden 85, 628
 Refurbishment 147, 148, 522, 574
 Reime 339, 340
 REITs 3
 Reizüberflutung 450
 Reklamationen und Beschwerden als Chance 302
 Rekonstruktion eines Beziehungsnetzwerkes 224
 Relation Baugenehmigungen und -fertigstellungen 141
 Relationship Marketing 204
 Rendering 92, 355
 Renovierungskosten 621
 Renovierungsüberhang 349, 573
 Renovierungsverpflichtungen 554
 Reporting 626
 Reputation im Netz 416
 Reputationsrisiken 418
 Research 150
 – abhängiges 125
 – unabhängiges 126
 Research-Phase 148
 Research-Produkte 134
 Research-Unternehmen 138
 Research-Wissen 138
 Response List 185
 Ressourcen-Planung 426
 Restanten 565, 567, 617
 Restanten-Marketing 567
 Restanten-Prophylaxe 567
 Restanten-Wohnungen 588
 Restaurant-Ketten 542
 Restaurant-Konzepte 543
 Restaurants 81
 – stationäre 541
 Retail-Besonderheiten bei Shopping-Centern 522
 Return on Customer Recovery 314
 Rezeption 87
 – psychologische 86
 Rheinpfalztester 415
 Rhythmus 339
 Risiken 543
 – ökonomisches 557
 risk-share-Modelle 539
 Roboter 545
 Roboter-Restaurants 545
 Root Cause-Analyse 306
 Rotary 222
 Routinekomponente 263
 Rückbauverpflichtungen 554
- S**
- Sachgut in Verbindung mit Dienstleistungen 81
 Sachkundenachweis 10
 Sachleistung
 – reine 81
 Sachleistungszwitter 81
 Sachverständige 10, 21, 105, 251, 457
 Sachverständiger für Immobilien 80
 SAGA 115
 Sanierungsmaßnahmen 634
 Saturn 525, 526
 S-Bahn-Trasse 348
 Schadensbegrenzung durch eigene PR-Arbeit 468

- Schadensbegrenzungs-Strategie 420
 Schaltintervalle 324
 Scharnierzonen zwischen 1 a/b und 2 a-La-
 gen 512
 Schätzer-Strategie 171
 Schaufenster 291, 473, 475, 477, 480 ff., 484,
 598
 Schaufensterfront 520
 Schaufenster-Gestaltungstypen 473
 Schaufensterwerbung 473
 Scheckbuch-Sponsoring 242
 Scheinselbstständigkeit 28, 71
 Schilder 451 ff., 476, 486 ff., 497 ff., 604, 611,
 626
 – an Immobilien 90
 – individualisierte 491
 Schlüssel-Mieter 578
 Schmähkritik 420
 Schnäppchenjäger 590
 Schreibstil
 – passiver 336
 Schriftart und Schriftbild 195
 Schrifttypen 357
 Schuhgeschäfte 512
 Schulungsmaßnahmen 75
 Schwarze Bretter 629
 Scoring-Modelle 548, 567
 Scout 414
 Search Engine Advertising (SEA) 433 ff.
 Search Engine Optimization (SEO) 433, 434
 Search Engine Result Pages (SERPs) 433
 Search Qualities 82
 Second-Moment-of-Truth (SMOT) 319, 320
 Secret-Sale 424
 Sekundärmarktforschung 131, 132, 135 ff.
 Selbstausbau 349
 Selbstnutzer 620
 Seminare 630
 – für die Beiräte 629
 SEO 427, 435, 436, 438
 SEO-Agenturen 435
 SEO-Ranking 436
 SEO-Spezialisten 435
 Serienbriefe 181
 Service-Felder 268
 Serviceleistungen 26
 Servicequalität 261, 262, 265, 268, 274, 637
 Share-Deals 16, 140
 Shopping-Center 14, 149, 344, 522 ff., 533
 Shot Tower 527, 528
 Showroom 607
 Shuttle-Bus 612
 Sicherheit-Features 596
 Silent Shoppers 278
 Singles 608
 Single-User-Immobilie 298
 Singularisierung der Haushalte 141
 Slice-of-Life-Technik 341
 Social Dining-Plattformen 542
 Social Media 411
 Social-Media-Aktivitäten 425
 Social Media-Bereich 404
 Social Media-Einsatz in der Immobilienwirt-
 schaft 404
 Social-Media-Kampagnen 573
 Social-Media-Kanal 423
 Social-Media-Kanäle 399, 463
 Social Media-Marketing 443
 Social-Media-Nutzung durch Immobilien-
 unternehmen 405
 Sockelmiete plus Umsatzkomponente 531
 Sonderimmobilien 14, 557, 558, 561, 573
 Sondervergütung 623
 Sonderwünsche 568
 Sortimentspolitik 22
 Sozialpflichtig Beschäftigte 144
 Sozial-Sponsoring 241, 242
 Spam E-Mails 187
 Sparkassen 9, 176
 Specialty-Center 578
 Spezialimmobilien 14, 134, 557, 558, 573
 Spezialisierung 162
 Spezial-Know-how 617
 Spezifika der Immobilie
 – gestalterische 579
 Sponsor 215
 Sponsoring 151, 203, 226, 228, 229, 234
 – faktisches 228
 – Kultur 233
 – Kunst 233
 – Öko 233
 – sonstiges 233
 – Sport 233
 – Zielrichtung des 231
 Sponsoring-Angebote 235
 Sponsoring-Arten 232
 Sponsoring-Auswahl 235
 – Filtersystem zur 236
 Sponsoring-Ebene 231
 Sponsoring-Erfolgskontrolle 242
 Sponsoring-Felder 233
 Sponsoring-Typen
 – immobilienwirtschaftliche 231
 Sponsorships 229, 235

- Sporteinrichtungen 557
 Sport-Sponsorships 449
 Squash-Anlagen 559
 Staffelmietverträge 507
 Staging 20, 358
 Standardschilder 491
 Standardwohnungen 608
 Standesregeln des IVD 118
 Standort 574 ff.
 – historischer 577
 Standortanalyse 15, 146
 Standortanpassungen 538
 Standortauswahl 147
 Standortbegehung 149
 Standortbewertung 149
 Standort-Marketing 465, 620
 Standort-PR 465
 Standort- und Marktanalyse (STOMA) 564
 Stapelfenster 474
 Staplereinsatz 555
 Startfoto 333
 – der Immobilie 329
 Steigerung des Traffics 422
 Steigerungsformen 338
 Stellplatzablösen 550
 Stellplätze 550
 Steuerung der Kundenerwartungen 268
 stigma 344
 Stimmungs- oder Gefühlsbilder 341
 STOMA 15, 146, 148, 150
 – in vier verschiedenen Phasen 147
 STOMA-Analyse-/Bewertungsphase 149
 Story-Anzeigen 332
 Strategien-Baum bei negativen Bewertungen 419
 Streaming-Dienste 560
 Streben nach kognitiver Konsistenz 83
 Stress
 – kognitiver 83
 Streulagen 511, 513
 Streuverluste 328
 Studien 427
 subjektives Qualitätsempfinden des Kunden 261
 subjektives Warte-Empfinden des Kunden 270
 Sub-Mix-Felder Prozesse 25
 Subprimekrise 17
 Subscriber 403, 407
 Substitutionsgefahr 8
 Suchanzeigen 160
 Suchaufträge 66
 Sucheigenschaften 82
 Suchergebnisse
 – organische 434
 Suchlisten 154
 Suchmaschinen 408
 Suchmaschinenebene 154
 Suchmaschinen-Werbung 433
 Superlative 338
 Supermärkte 522, 525, 534
 Supermarkt-Einkauf 518
 Super-Speedy Clearing Services 515
 Surface Hub 430
 Survey Monkey 133
- T**
- Tag der offenen Tür („Open House“) 379, 389, 463
 Tags 438
 Tagungen 630
 Tatform 336
 Tätigkeitsfelder
 – immobilienwirtschaftliche 3
 Tätigkeitsspektrum 475
 Tatsachenbehauptungen
 – unwahre 420
 Taylor Wimpey 597
 Teaser 423
 Technical Assistance Research Programs 302
 Technische Kompetenz 342
 Teildisziplinen des Immobilienmarketings 12
 Teilmärkte 128
 Telefonzentrale 271
 Telegrafenamter 577
 Tennisanlagen 134, 559
 Terminvereinbarung von Besichtigungen 26
 Testimonial 85, 194
 Testimonial-Anzeigen 170
 Testimonial-Werbung 342
 Testmailing 194
 Textanzeigen
 – gestaltete 321
 – reine 321
 Texten von Immobilienangeboten 328
 Textilkaufhäuser 525
 Text-Schild 490
 Text-Technik 332
 The Chairman's Wife Syndrome 228
 Themen
 – für Kunden-Informationsbriefe 458
 – für Kundenzeitungen 458
 Themenparks 559

- Therapie 54 579
 Third-Moment-of-Truth (TMOT) 320
 Tiefe
 – räumliche 358
 Timing 393
 Tippgeber 179, 211, 212, 214, 296
 Tipps
 – für die Fahrt zur Immobilie 379
 – für gute Immobilien-Fotos 357
 Titelbild 369
 top-down 123
 Tourismus 86
 Trainingsmaßnahmen 75
 Transaktionskosten 621
 Transparenz einer Dienstleistung 81
 Treffen im Büro des Immobilienunternehmens 379
 Trikotwerbung 234
 Tripadvisor 415
 Twitter 403, 429
 Typografie 356
- U**
 überbauen 513
 Überschrift 331, 356
 – der Anzeige 366
 Übersichtsfenster 473
 Überzeugung 388
 UEO – User Experience Optimization 434, 439
 Umfeld 544
 – der Marktforschung 127, 128
 Umnutzungen 538, 539, 577
 Umsatzmiete 507
 Umschlagshäufigkeit 8, 177
 Umsteiger 608
 Umstrukturierung 147, 148, 574
 Umweltverträglichkeit 556
 Umweltzertifizierung 238
 Unique Selling Proposition (USP) 330, 570
 Unique User 409
 Unsicherheit abbauen 627
 Unterlassungserklärung 420
 – strafbewehrte 377
 Untermietzuschläge 532
 Unternehmenskommunikation 429
 Unternehmensphilosophie 24
 Untersuchungsbedarf 148
 Untertitel 438
 USA 174
 User Comments 426
 User Experience Optimization 435, 439
- Use Time 409
 USP-Checkliste 330
 UWG 378
- V**
 Veränderungen (Alterspyramide)
 – demografische 178
 Verbandsmitgliedschaft 86
 Verbesserung der wissenschaftlichen Grundlagen 126
 Verbindungslinien Sponsor/Gesponserter 229
 Verbot der Kaltakquise 398
 Verbundwerbung 459
 Verdecktes Mäzenatentum 227
 Vereine 179, 210
 Vergleiche 338
 Vergleichsobjekte 62
 Vergleichsverfahren 142
 Vergütung
 – bei Immobilienunternehmen 72
 – der (Vertriebs-)Mitarbeiter 71
 – des Immobilienverwalters 635
 Vergütungssystem 26, 28, 71
 Verhandlungsbasis 337
 Verkäuferpersönlichkeiten 74
 Verkäufertypen 74
 Verkäufertypologie 74
 – von Blake/Mouton 75
 Verkaufsanzeigen 172, 437, 573
 – integrierter Objektsuchhinweise 172
 Verkaufsbüros 600, 601, 604, 605, 607
 – schwimmendes 602
 Verkaufcontainer 601
 Verkaufsfälle
 – nachgelagerte 564, 565
 Verkaufsförderung 70, 72, 75
 Verkaufsmailing 184
 Verkaufspersonal 271
 Verkaufsprovision 565
 Verkaufsschilder 178, 414, 452, 486, 491, 493, 502
 Verkaufswiderstände 389
 Verkauft-Hinweise 481
 Verkehrsanbindung 556
 Verkehrswert 64
 Verlängerungsoption 507
 Vermarktungskanäle 615
 Vermarktungszeiten 71
 Vermarktungsziel 95
 Vermietungsanzeigen 573
 – integrierter Objektsuchhinweise 172

- Vermietungsmarketing 14
 - Vermietungsschilder 573
 - Vermietung von Großflächen 546
 - verpackungsfrei 513
 - Verstöße
 - wettbewerbsrechtliche 377
 - Vertragslaufzeit 59, 624
 - Vertrauenseigenschaften 82, 83
 - Vertrieb
 - externer 587
 - frühzeitig einschalten 585
 - über eigene Vertriebsabteilung 589
 - von Bauträgerobjekten 565
 - Vertriebsabteilung 616
 - Vertriebsaufträge 616
 - Vertriebskanal 422
 - Vertriebsmitarbeiter 326
 - Vertriebspolitik 23
 - Vertriebsteams 14, 568, 585
 - Vertriebsvertrag 587
 - Verwalterauftrag 624
 - Verwaltergebühren 622, 623
 - Verwaltervergütung 624
 - Verwaltervertragslaufzeit 622
 - Verwalterwechsel 630
 - Verwaltung 627
 - Verwaltungsbeiräte 118, 620, 621, 629, 630
 - Verwaltungsbestand 620, 625
 - Verwaltungsmarketing
 - Phasenschema des 627
 - Verwertungskonzepte 22
 - Videoclips 430
 - Videos 477
 - Videsequenzen 469
 - Vier-Felder-Matrix
 - der Marketing-Ausrichtung 80
 - der unterschiedlichen Kommunikationsbeziehungen 78
 - Vier-Felder-Sponsoring-Matrix 232
 - Virtual Reality 92, 320, 547, 566
 - Virtual Reality-Brille 430
 - Visitenkarte 476
 - Volkszählung vom Mai 1987 132
 - Vorbereitung von Besichtigungen 382
 - Vorgängerverwaltung 634
 - Vorkauf-Phase 568
 - Vorkontakte 179
 - Vor-Ort-Recherchen 149
 - Vorstadtkinos 560
 - Vorstellung des Verwalters auf der WEG-Versammlung 631
 - Vorstellungsmailing 183
 - Vorverkauf 564, 600
 - Vorvermietungen 564, 600
 - Vorwärtsintegration 140
 - VR-Brille 430, 600
 - VR (Virtual Reality) 430
- W**
- Wanderungsbewegungen 143
 - Wanderungssaldo 141
 - Wanderungsstatistik 132
 - Warenhäuser 511, 538
 - Wartezeiten 270
 - Webinare/Webinar-Mitschnitte 427
 - Webseitenbetreiber 439
 - WEG-Anlagen 629
 - WEG-Beiräte 631
 - Wege zu den Hauptzielgruppen 629
 - WEG-Versammlungen 121, 628, 629, 632 ff.
 - eine vielfach vernachlässigte Chance 632
 - zusätzliche 635
 - WEG-Verwalter 21, 272
 - Weg zur Immobilie 602
 - Weihnachtskarte 462
 - Weiterempfehlungen 92, 221, 395, 628
 - Weiterempfehlungsverhalten 264
 - Weltfinanzkrise 17
 - Werbeagenturen 14
 - Werbeaktionen 447
 - Werbeaufwendungen einer Immobilienverwaltung 619
 - Werbeerfolg 446
 - Werbeerfolgskontrolle 445
 - Werbeetats 89
 - Werbegemeinschaft 534
 - Werbegeschenke 179
 - Werbekosten 88
 - Beteiligung an 587
 - Werbelehre 88
 - Werbemedien 90
 - Werbemittel 24, 88, 90, 94
 - Einsatz von 97
 - Werbetexte
 - humorvolle 340
 - Werbeträger 24, 89, 90, 460
 - werblicher Overkill 338
 - Werbung 1, 24, 88, 89, 151, 447
 - an Gebäuden und Häuserfronten 293
 - formale Planung der 88
 - für das Folgeobjekt 500
 - Wertermittlung 149
 - Wertschöpfungsprozess 512
 - Wettbewerbskräfte 6

- Wettbewerbsrecht 340, 368
WhatsApp 79
White Paper 185, 427
Whole Foods 518, 519, 538
Wiederbestellung 628
Wiederholungsgeschäfte 92, 247
Wiedervereinigung 18
Wirtshäuser 540, 541
Wissenschaftlicher Nachweis 342
Wohnfläche 141
Wohnimmobilien 92, 134
Wohnungen 537
– altmodische 350
– behindertengerechte 301, 346
– in der Stadt gelegen, aber laut 350
– sehr kleine 349
Wohnungsbesichtigungen 391, 392
Wohnungseigentümer 121
Wohnungseigentümer-Versammlungen 632
Wohnungsgenossenschaften 418
Wohnungsunternehmen 12, 105, 108, 118,
272, 417, 457
Wohnungsvermittlung 7
Wohnungszählung vom Mai 1987 132
Word of Mouth (WOM) 154
Wortbilder 339
Wörterzahl für besondere Objekttypen 352
- X**
Xing 399, 628
- Y**
Yelp 414, 434, 628
YouTube-Account 403
YouTube-Kanal 421
- Z**
Zählmaschinen
– integrierte 149
Zählsysteme 149
Zahlungsfluss
– Immobilie 67
– Maklerprovision 67
Zeitfenster des Nachkaufmarketings 397
Zeithorizont des Brandings 576
Zensus 132
zentralen Produktnutzen (USP) kommuni-
zieren 330
Zero-Moment-of-Truth (ZMOT) 320
Zertifizierung 86
Zielgruppen 90, 97, 102, 112, 239, 341, 366,
428, 544, 608
– Bestimmung von 69
Zielgruppenabgrenzung 98, 100, 346
Zielgruppenabgrenzungsstrategie 101
Zielgruppenansprache 91
Zielgruppenauswahl 15
Zielgruppenbesitzer 212
Zielgruppeneingrenzung 89, 446
Zielgruppenorientierung 366
Zielgruppenselektion 96, 348
Zielgruppenverdichtung 99, 100, 184
Zielgruppenzuordnung 132
Zielgruppe sind die ehemaligen Kunden 255
Zieltriade 625
– bei der Akquisition von Verwaltungsbe-
ständen 622
Zielvereinbarungssysteme 28
Zillow 432
Zinsrechner 427
zufriedene Kunden dazu zu motivieren, Be-
wertungen abzugeben 416
Zufriedenheitstypen 264
Zuwege 601
Zwischennutzung 514
Zwischennutzungsobjekte 559