

Immobilien Ein Lob der Kompetenz

Die Immobilienpreise erreichen laufend neue Rekorde, ein Ende ist nicht abzusehen. Denn wir befinden uns in einem Verkäufermarkt. Die Nachfrage nach Eigenheimen in den meisten Regionen der Schweiz und insbesondere in den urbanen Ballungszentren übersteigt das Angebot um ein Vielfaches. Doch um das knappe Gut am Markt balgen sich nicht nur Kaufinteressenten, sondern auch Immobilienvermittler jeglicher Couleur, die in vielen Fällen händeringend nach verkaufswilligen Immobilienbesitzern suchen. Die Dynamik in der Immobilienvermarktung ist hoch. Und mit ihr ist auch die Aggressivität im Wettbewerb gestiegen.

So wird der Immobilienmarkt vermehrt zum Tumfeld von neuen Wettbewerbern mit neuen Geschäftsmodellen, die um die Gunst von Immobilienverkäufern und -käufern buhlen. Fixpreismakler verlangen vermeintliche All-in-Pauschalen, Discountmakler unterbieten minimale Marktpreise, Gratismakler versprechen das Blaue vom Himmel, Finanzdienstleister springen rund um Immobilien auf das neue Reizwort Ökosystem an. Und die grossen Online-Immobilienmarktplätze in der Schweiz schliessen sich in einem neuen Joint Venture zusammen.

Alles aus einer Hand, weitestgehend digital, bequem auf einer Plattform einloggen und los: Das hört für Immobiliensuchende und Immobilienverkaufende, als könne sich jedermann mit ein paar wenigen Klicks durch die Immobilienwirtschaft pilotieren. Scheinbar



«Die Dynamik in der Vermarktung von Immobilien ist hoch.»

Ruedi Tanner

Präsident, Schweizerische Maklerkammer SMK

alles ein Kinderspiel, geradezu gemacht für Unerfahrene und Ungeübte. Wirklich?

Effektive Innovatoren oder Glücksritter: Die Zeit trennt die Spreu vom Weizen

Traditionelle Maklerinnen und Makler geraten unter Druck. Und werden wider besseren Wissens gezielt in Verruf gebracht. Die Realität ist: Die Zeit wird effektive Innovatoren von abenteuerlichen Glücksrittern trennen. Doch bis zum Erkennen der Realität ist der Schaden angerichtet und die Verunsicherung bei Verkäufern und Käufern gross. Denn aus Kunden werden bloss «User», auf deren persönliche Bedürfnisse nicht eingegangen werden kann, wenn sie nicht der vorgegebenen «Customer Journey» entsprechen. Und wer nicht auf die «Customer Experience» anspricht, weil er eine individuelle Beratung bräuchte, der wird als Marktopfer zurückgelassen. Preisbrecher haben viele Schritte im Be-

ratungsprozess standardisiert und führen Angebot und Nachfrage oftmals digital zusammen. Dadurch vermögen sie ihre Kosten zu optimieren, was für Kundinnen und Kunden auf den ersten Blick interessant erscheinen mag. Dafür werden aber in der Beratung und Begleitung grosse Abstriche gemacht. Individuelle Bedürfnisse können in diesem Modell nicht berücksichtigt werden, was nicht selten enttäuschende Resultate und enttäuschte Kunden mit sich bringt.

Die meisten Kunden kaufen und verkaufen eine Liegenschaft nur ein-, vielleicht zweimal im Leben und sind auf professionelle Unterstützung angewiesen, um die Orientierung behalten zu können in einem Dickicht, das sich zu einem Dschungel aus Interessen und Interessenkonflikten ausweitet. In der Immobilienvermarktung definiert sich Qualität über die Beratungskompetenz. Eine Beratungskompetenz, von der sowohl die Verkäuferschaft als auch die Käuferschaft profitieren können.