

QUALITÄT ZAHLT SICH AUS

Plakatives Verkaufen in der Immobilienvermarktung genügt nicht mehr. Neben dem Ausbau der Digitalisierung sind eine persönliche Beratung und fachliche Expertise matchentscheidend. TEXT – Ruedi Tanner & Dieter Mader*



Reines Verkäufertum reicht in der Immobilienvermarktung nicht mehr. Auf mittlere und längere Frist zahlen sich immer harte Leistungskraft und Expertise aus.

BILD: ZVG

▶ ZWEI ENTWICKLUNGEN

Die Immobilienvermarktung ist im Wandel. Dabei zeigen sich zwei Entwicklungen, die auf den ersten Blick gegenläufig erscheinen. Die eine Entwicklung sieht digitale Instrumente bis hin zu zielgerichtet genutzten KI-Elementen als wichtige Unterstützer für Immobilienmaklerinnen und -makler vor, um die Effizienz noch weiter zu erhöhen. Die Immobilienvermarktung wird dadurch datengetriebener, in Teilen auch automatisierter.

Diese Entwicklung haben in der kürzeren Vergangenheit Marktteilnehmer zur Doktrin ausgerufen und gleichzeitig überdreht im Glauben, die Digitalisierung werde ihnen die Kunden nur so ins Portfolio drängen. Kaum Fachwissen, nur grosse Marketingbudgets. Die Immobilienvermarktung als Kinderspiel. Doch diese Glücksritter haben nicht verstanden, dass Digitalisierung

allein nicht reicht. Sie haben nicht verstanden, dass es eben einen zweiten Trend gibt, der zwingend beachtet und mit Höchstqualität erfüllt werden muss: die persönliche Beratung und die fachliche Expertise.

REINES VERKAUFEN IST ZU WENIG

Spätestens mit dem Wechsel vom Verkäufermarkt vermehrt zum Käufermarkt reicht reines Verkäufertum nicht mehr. Fanden sich über die lange Tiefzinsphase mit Kostenstabilität relativ einfach Käufer, und die Preisentwicklung ging stetig nach oben, ist in der Zwischenzeit die Nachfrage nach Immobilien in vielen Regionen der Schweiz spürbar zurückgegangen. Doch viele Marktteilnehmer ohne Fachkenntnisse, die auf den fahrenden Zug ins vermeintliche Eldorado aufgesprungen sind, kennen diese Situation noch nicht.

Nun gewöhnt sich der Markt Schritt für Schritt an die neue Normalität, der Spreu trennt sich vom Weizen. Und schafft dabei eine Konsolidierung. Geschäftsmodelle, die auf Sand gebaut wurden, sind schnell eingestürzt. Gebrochene Versprechen, «Gratismakler» beispielsweise, werden abgestraft. Für Fantasien und vor allem Fantasten bleibt kaum noch Zeit und Raum. Wer in der Vergangenheit beim Verkauf gern übertrieben und Versprechungen gemacht hat, die er nicht einhalten konnte oder die falsche Tatsachen vorgaukelten, kommt damit heute kaum mehr durch.

HOHER AUSBILDUNGSANSPRUCH

Das Ende des Eldorado-Anspruchs und des Do-it-yourself-Geschwätzes der Glücksritter beweist: In der Immobilienvermarktung zahlen sich auf mittlere und längere Frist für alle immer harte Leistungskraft und Expertise aus. Diese Expertise ist die Grundlage für eine Beratung, wie sie die Kundinnen und Kunden heute (wieder) verlangen. Diese Expertise muss aber zugleich aufgebaut werden durch gezielte Ausbildung, durch Erfah-

ANZEIGE



WWW.SIMULATION.SOLAR

Simulation und Gutachten für Blendung, Beschattung, Tageslicht



nung, durch Realitätssinn – und durch Kundenorientierung.

Fachkräftemangel hin oder her: Expertise ist gefragt. Der Ausbildungsanspruch ist – soll sich der Erfolg nachhaltig einstellen – höher denn je. Denn eine fachlich kompetente und professionelle Arbeitsleistung ist unablässig, um den Anforderungen der Kundinnen und Kunden gerecht zu werden. Der Bedarf an Fachkräften in der Immobilienvermarktung steigt dann auch eher, als dass er sinkt. Integrität, enge persönliche Betreuung und Kompetenz rücken dabei in den Vordergrund.

Ausgewiesene Makler, die heute durchgehend erfolgreich sein wollen, müssen sich an die höchsten Qualitätsstandards der fachlichen Kompetenz, Professionalität, Transparenz, Fairness und Kundenzufriedenheit halten. Aus der Überzeugung heraus: Immobilienmakler, die sich im

Markt halten und relevant sein wollen, kommen ohne ein unmissverständliches Wertesystem nicht aus.

DIE ZUKUNFTSFORMEL

Es sind diese Standards, die die Schweizerische Maklerkammer konsequent etabliert und die alle Mitglieder bei der Aufnahme und in wiederkehrenden Audits erfüllen müssen. Es sind diese Standards, die sich bezahlt machen. Denn unlautere Wettbewerber, die sich den effektiven Kundenbedürfnissen nicht schnell genug anpassen, werden – und das zeigen die aktuellen Entwicklungen – mehr und mehr aus dem Markt gedrängt.

Die Kombination von digitalen Kanälen und persönlicher Beratung ist die Zukunftsformel in der Immobilienvermarktung. Selbstverständlich benutzen beispielsweise ausgewiesene Maklerin-

nen und Makler digitale Plattformen, um die Liegenschaft auszuschreiben. Doch ebenso klar verfügen ausgewiesene Makler und Maklerinnen auch über ein sorgfältig gepflegtes Netzwerk, das sowohl der Verkäuferschaft als auch der Käuferschaft die Sicherheit garantiert, fair und transparent zu verkaufen oder zu kaufen. ■



*RUEDI TANNER

Der Autor ist Präsident der Schweizerischen Maklerkammer SMK und Mitinhaber der Wirz Tanner Immobilien AG.



*DIETER MADER

Der Autor ist Vizepräsident der Schweizerischen Maklerkammer SMK und Partner bei der Früh Immobilien Dienstleistungen AG.

ANZEIGE


Aus einem
Neubauprojekt wird
ein begehrtes
Zuhause.
Vermarktung

Bei Markstein arbeiten Immobilienprofis unterschiedlicher Fachrichtungen als schlagkräftiges Team zusammen. Ein echter Mehrwert, wenn es darum geht, Ihr Projekt optimal auf die Zielgruppe auszurichten und zu vermarkten.