

# RESULTATE DER GROSSEN SMK-MITGLIEDERUMFRAGE

Die Schweizerische Maklerkammer (SMK) hat 2025 eine grosse Mitgliederumfrage durchgeführt. Dabei wurden die Erwartungen der Maklerinnen und Makler hinsichtlich Markt, Kunden und KI für das Jahr 2026 abgefragt. Eine grosse Herausforderung bleiben die unrealistischen Preisvorstellungen der Verkäuferschaft.

TEXT – RUEDI TANNER\*

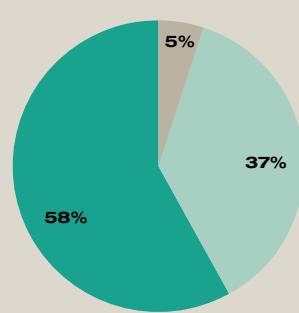
## VERMARKTUNGSTOOLS



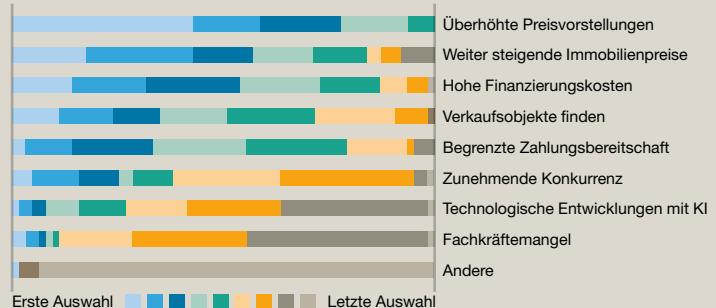
## KI-NUTZUNG



## ERWARTUNGEN MARKT



## HERAUSFORDERUNGEN



## ► NEUTRAL BIS OPTIMISTISCH

Welche Themen prägen den Vermarktungsmarkt? Welches sind die wichtigsten Vermarktungskanäle? Und welche Bedeutung nimmt die künstliche Intelligenz (KI) ein? Zu diesen und weiteren Fragen nahmen die Maklerinnen und Makler in der Umfrage Stellung.

Dem Jahr 2026 blicken die SMK-Mitglieder grundsätzlich neutral bis optimistisch entgegen. 58% rechnen mit einer Seitwärtsbewegung im Markt ohne Ausschläge in die eine oder andere Richtung. 37% sind von einer Ausweitung des Vermarktungsmarkts überzeugt. Nur gerade 5% gehen von einem Rückgang des Marktvolumens aus.

## UNREALISTISCHE PREISVORSTELLUNGEN

Das Bewusstsein, dass die Zusammenarbeit mit einer professionellen Maklerin,

einem professionellen Makler zielführend ist, steigt mit den Herausforderungen im Markt. In vielen Fällen versteht die Verkäuferschaft die Marktrealitäten nicht oder nur bedingt und lässt sich von Preis-Superlativen täuschen. Im unrealistischen Preisbewusstsein sehen die Maklerinnen und Makler denn auch die grösste Herausforderung.

**VERMARKTUNGSTOOLS**  
In der Vermarktung setzen die Schweizer Qualitäts-Maklerinnen und -makler auf den hybriden Mix von digitalen und persönlichen Aktivitäten. «Digital» meint dabei keineswegs vor allem «Online-Immobilienportale», sondern in erster Linie den wirkungsvollen Einsatz der eigenen Website. Damit kommt das Bedürfnis nach Unabhängigkeit zum Tragen, aber auch die Erkenntnis, auf die eigenen Stärken und die eigene Positionierung zu set-

zen. Darüber hinaus gewinnt die Website als eigentliches Vermarktungstool dank künstlicher Intelligenz massiv an Bedeutung. Noch höher als die Website gewichen die SMK-Mitglieder die Mund-zu-Mund-Propaganda – im Wissen, dass ein Immobiliengeschäft immer ein Geschäft zwischen Menschen ist und darum Vertrauen und Expertise zentral sind.

## KI: NUTZUNG UND INVESTITIONEN

Der Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) etabliert sich auch im Maklergeschäft zunehmend. Dabei steht für die SMK-Mitglieder vorläufig die Content-Erstellung für die Website im Vordergrund. Doch auch in der Datenverarbeitung und im Erstellen von Marktanalysen kommt KI zum Einsatz, ebenso bei der Prozess-optimierung.

Noch sehen die Maklerinnen und Makler in der KI

keinen allzu dominanten Umsatztreiber – was sich auch in eher moderaten Investitionen in die neuesten Technologien zeigt. Mehr als die Hälfte der Mitglieder (53%) investiert bis 2% des Umsatzes in KI-Projekte, 16% investieren bis 5% und immerhin 3% geben bis zu 10% des Umsatzes für KI aus. Allerdings: Mehr als ein Viertel tätigt noch gar keine Investitionen in KI. ■

## RESULTATE & ANALYSEN



Scannen Sie den QR-Code, um zu den weiteren Ergebnissen zu gelangen.



**\*RUEDI TANNER**

Der Autor ist Präsident der Schweizerischen Maklerkammer SMK und Mitinhaber der Witz Tanner Immobilien AG in Bern.