

NAVIGATION UND VERTRAUEN BESTIM- MEN VERMARKTUNG VON MORGEN

BILD: ZVG



Die Makler-Convention widmet sich unter anderem dem Thema Vertrauen. Sinnbildlich dafür steht der Tandem-Fallschirmsprung. Über den QR-Code gelangen Sie zum Programm.



► ORIENTIERUNG IM KOMPLEXEN MARKT

Die Immobilienvermarktung steht in einem dynamischen Marktumfeld vor der Herausforderung, Entscheidungen unter Berücksichtigung verschiedenster Einflussfaktoren zu treffen und gleichzeitig die Kundenbindung zu festigen. Die Digitalisierung und mit ihr die KI

verändern die Prozesse, wodurch standardisierte Dienstleistungen austauschbar und anonym werden. Dadurch rücken zwei Kernkompetenzen in den Fokus: die Fähigkeit, Kunden eine präzise Orientierung und Navigation durch einen komplexen Markt zu bieten und gezielt persönliches Vertrauen aufzubauen und zu pflegen.

PROGRAMM MAKLER-CONVENTION

Datum: Mittwoch, 11. November 2026, Ort: Zunfthaus zur Schmiden, Zürich

15:30 Uhr Eintreffen und Welcome-Drink
16:00–18:00 Uhr Begrüssung Ruedi Tanner, Präsident Schweizerische Maklerkammer; Referat Felicitas Morhart, Professorin für Marketing, Universität Lausanne; Referat Anja Graf, Gründerin, Verwaltungsratspräsidentin und CEO Visionapartments; Referat Jan N. Eckmann, Fallschirmaufklärer-Offizier Schweizer Armee, Partner Trion Invest AG, Bern
ab 18:00 Uhr Apéro und Austausch

Anmelden: www.maklerkammer.ch/veranstaltungen/makler-convention-2026/

In der Immobilienvermarktung werden künftig noch stärker die persönliche Bindung und die strategische Weitsicht entscheiden. Die Makler-Convention 2026 am 11. November widmet sich genau dieser Dynamik.

TEXT – Ruedi Tanner*

VERTRAUEN VERKAUFT!

Die Makler-Convention am 11. November widmet sich unter dem Leitthema «Vertrauen verkauft! Mit Orientierungsstärke und Kundennähe ans Ziel» diesen zentralen Erfolgsfaktoren. Zu den Referierenden gehören Felicitas Morhart, Professorin für Marketing an der Universität Lausanne und Gründerin des Swiss Center of Luxury Research, Anja Graf, Gründerin, Verwaltungsratspräsidentin und CEO von Visionapartments, und Jan N. Eckmann, Fallschirmaufklärer-Offizier der Schweizer Armee und Partner der Trion Invest AG in Bern. Die jeweiligen Fachgebiete bieten differenzierte Perspektiven auf Risikomanagement und Kundeninteraktion im Maklerberuf.

Als Fallschirmaufklärer-Offizier kennt Jan N. Eckmann Extremsituationen, die keinerlei Fehlertoleranz erlauben. Bei Absprüngen aus 7500 m Höhe, Windgeschwindigkeiten von bis zu 150 km/h und Temperaturen von bis zu –50 Grad Celsius sind die Operationsvorbereitung entscheidend: «Die Orientierung ist der zentrale Erfolgsfaktor für einen erfolgreichen Einsatzsprung.» Für die Immobilienvermarktung bedeutet dies: Eine erfolgreiche Planung und Steuerung sind das Resultat einer exakten, weitsichtigen und laufenden Analyse. Ändern sich die Marktparameter, müssen Alternativszenarien frühzeitig initiiert werden.

Wie echte Beziehungsqualität im Kundenkontakt entsteht, weiss Felicitas Morhart, Professorin für Marketing an der Universität Lausanne und Gründerin des Swiss Center of Luxury Research. Da Immobilientransaktionen für die meisten Menschen die finanziell bedeutendste Entscheidung ihres Lebens sind, ist der Makler als verlässlicher Partner gefordert. Vertrauen entsteht laut Felicitas

Morhart nicht durch Marketing-Events, sondern in der täglichen Interaktion. «Entscheidend ist das Qualitätsbewusstsein, das Mindset, mit dem man die Dinge tut.»

FAKTOR MENSCH

Wie das Zusammenspiel aus digitaler Effizienz und spürbarer Kundennähe in der Praxis umgesetzt wird, zeigt Anja Graf, Gründerin, Verwaltungsratspräsidentin und CEO von Visionapartments. Für sie schliessen sich Technologie und Servicequalität nicht aus. Kundenorientierung bedeutet heute primär, «jede Interaktion so einfach und bequem wie möglich zu gestalten». Das Ziel: «Die Digitalisierung bietet unseren Gästen mehr Flexibilität und Unabhängigkeit, während persönliche Unterstützung weiterhin verfügbar ist, wann immer sie benötigt wird.» Um das Vertrauen nicht zu verlieren, warnt Anja Graf vor digitaler Ignoranz. Es sei ein fundamentaler Fehler anzunehmen, «dass alle Kunden das gleiche Erlebnis wünschen oder dass die Digitalisierung den menschlichen Kontakt vollständig ersetzen sollte». Der Schlüssel zur Kundennähe liege im aktiven Zuhören und in exzellent geschulten Teams.

Wer die Markttreiber der Zukunft kennt und persönliche Beratung als echtes Differenzierungsmerkmal versteht, wird die eigene Wettbewerbsfähigkeit langfristig sichern. Die Makler-Convention in Zürich bietet die ideale Plattform, um wertvolle Impulse für die eigene Praxis mitzunehmen. ■

*Ruedi Tanner



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