

KLARE POSITIONIERUNG, KLARE MEHRWERTE

Die Immobilienvermarktung ist ein reiner Wettbewerbsmarkt. Gerade darum ist es entscheidend, dass Qualitätsmakler sich und ihre Beratungskompetenz zertifizieren lassen – und damit eine klare Positionierung schaffen.

TEXT – Ruedi Tanner & Christian Häle*



Mehrwert für die Kunden: Im harten Wettbewerb kommt der bewusst entwickelten Marktstellung für Makler eine zentrale Bedeutung zu.

BILD: ZVG

▶ HARTER WETTBEWERBSMARKT

Es gibt im Markt der Immobilienmakler keine Protektion. Der Markt der Immobilienmakler ist ein reiner Wettbewerbsmarkt. Es gibt keine Restriktionen aufgrund von minimalen Berufsbildungen, es gibt keine territorialen Begrenzungen, keine Transparenzvorschriften, keine Fairnessvorgaben, keinen Lohnschutz.

Weil es schnell um viel Geld geht, tummeln sich in diesem Markt denn auch Anbieter mit wenig Branchenwissen und dafür umso mehr Wettbewerbsaggressivität. Verkaufswillige Immobilienbesitzer, aber auch kaufwillige Interessenten sind gut beraten, sich ihren professionellen Makler ganz genau auszusuchen und nicht reinem Marktgeschrei auf den Leim zu gehen.

Doch sich nur stillhalten, ist für ausgewiesene Makler, die Qualitätsberatung und damit Kompetenz anbieten, sicherlich auch keine gute (Selbst-)Vermarktungsstrategie. Wie aber den Fixpreismaklern mit vermeintlichen All-in-Pauschalen, den Discountmaklern mit Minimalpreisen und effekthascherischen, grossflächigen Inseraten oder den Marktteilnehmern, die sich über Social Media gar dafür stark machen, Leads zu kaufen, Paroli bieten?

WERT- UND QUALITÄTSANSPRÜCHE

Wie aufzeigen, dass Marktteilnehmer mit vollmundig angekündigten Dumpingpreisen die individuelle Beratung durch standardisierte und teilautomatisier-

te Prozesse ersetzen? Dass die persönliche Begleitung und die Expertise dann dem Leistungsabbau zum Opfer fallen und fehlendes Branchenwissen und fehlende Branchenerfahrung selten zur besten Lösung führen? Wie aufzeigen, dass professionelle Maklerinnen und Makler so ganz anders arbeiten? Durch eine klare Positionierung!

Denn in diesem harten Wettbewerb von Geschäfts- und vor allem Preismodellen spielt die Positionierung für ausgewiesene Makler eine grosse Rolle. Mit der Positionierung wird geklärt, was ein Angebot wirklich zu leisten fähig ist und für wen. Bedeutsam sind damit fundierte Ausbildungen, akkumuliertes Fachwissen und breite Kenntnisse und Erfahrungen in den verschiedensten Bereichen – von der Bautechnik, der Immobilienbewertung und Finanzierung bis hin zu Versicherungsfragen und zum umfassenden rechtlichen Wissen. Darüber hinaus sind klare Wert- und Qualitätsansprüche unabdingbar.

MEHRWERTE AUFZEIGEN

Positionierung heisst für ausgewiesene Makler aufzuzeigen, wofür ihr Unternehmen steht, welche Mehrwerte sie mit ihren Dienstleistungen erbringen können, wie sich das im konkreten Nutzen und in Mehrwerten für die Kunden niederschlägt. Positionierung heisst im heutigen Marktumfeld aber auch: Aufzeigen, wofür sie als professionelle Makler gerade nicht stehen. Heisst also: sich abgrenzen gegen unlautere, nur dem eigenen

EINE PROFILIERTE POSITIONIERUNG SCHAFFT VERTRAUEN.

RUEDI TANNER

Profit verpflichteten Geschäftsgebaren. Und professionelle Makler müssen sich wehren gegen unrichtige Behauptungen im Markt über Margen, die so ganz einfach nicht stimmen. Und gegen Augenwischerei-Angebote von Fixpreismaklern oder digitalen Agenturen, die dann – beim genauen Hinsehen – viele bedeutsame Dienstleistungen bis zum Gang zum Grundbuchamt ausklammern oder separat in Zusatzrechnung stellen.

MITTEL- UND LANGFRISTIGE ARBEIT

An einer Positionierung und damit an einer eigentlichen Marktstellung muss kontinuierlich über die Zeit gearbeitet werden. Auch mit einem klaren Fokus: Eine seriöse Immobilienvermarktung lässt sich konsequent an ihrer Qualität messen. Und diese wiederum definiert sich in erster Linie über ihre Beratungskompetenz. Eine Beratungskompetenz, von der sowohl die Verkäuferschaft als auch die Käuferschaft profitiert. Und die zu jedem Zeitpunkt transparent ausweist, wessen Interessen der Makler vertritt, und damit unmissverständlich nachteilige Interessenkonflikte verhindert.

VERTRAUEN SCHAFFEN

Im Wettbewerbsumfeld im Immobilienmarkt ist es für Immobilienverkäufer, aber auch für Interessenten entscheidend zu erkennen, wem sie vertrauen können. Es ist eine profilierte Positionierung als ausgewiesener Makler, die genau dieses Vertrauen schafft. Dazu gehört der Qualitätsausweis, der zertifiziertes Fachwissen und profunde Expertise garantiert. Denn damit erhalten die Kunden die Sicherheit, dass die Dienstleistungen voll und ganz auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten werden – ein zentraler Aspekt in Zeiten, in denen Individualität und das Bedürfnis nach individueller Lebens- und Lebensraumgestaltung gross geschrieben werden. Aber auch in Zeiten, in denen Skalierungseffekte in der Immobilienvermarktung werberisch verpackt und übertüncht, in der Konsequenz hingegen ausschliesslich auf Kosten der Beratung erzielt werden – und damit zu Ungunsten der Kunden. Zertifizierte Qualität und Expertise: Das sind die Grundlage für eine klare Positionierung im Markt und für ein selbstbewusstes Auftreten im Wissen um die Stärken und Vorzüge.



***RUEDI TANNER**

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



***CHRISTIAN HÄLE**

Der Autor ist Vorstandsmitglied der Schweizerischen Maklerkammer SMK und Geschäftsleiter Verkauf der Sonnenbau-Gruppe.

ANZEIGE

Inserieren? Super einfach.

Hier mehr erfahren:



newhome
Das Immobilienportal