



Qualität versus Flatrate

Maklerbranche Online- und Billiganbieter greifen die traditionellen Anbieter an. Diese setzen stattdessen auf Dienstleistung und Qualität.

ROBERT WILDI

Wie verkauft man am wirtschaftlichsten eine Immobilie? Indem man kein Maklerhonorar bezahlen muss, schiesst es wohl manchem durch den Kopf. Bei einem Verkaufserlös von 1 Million Franken nutzt man die Courtage von 3 Prozent, also 30 000 Franken, doch lieber für den Kauf eines Neuwagens. Mag stimmen, aber wie lautet die Rechnung, wenn dank dem Engagement eines Topmaklers plötzlich 1,15 Millionen Franken rausspringen? Richtig: Es bleiben dem smarten Verkäufer trotz Provisionszahlung über 100 000 Franken mehr auf dem Konto.

Das Beispiel gefällt Stephan Heller, Immobilienmakler aus Überzeugung und Inhaber der vor 35 Jahren gegründeten Firma Heller & Partner in der Forch bei Zürich. Denn es beschreibt treffend ein ganz wesentliches Argument, mit dem sich erfahrene Profis der Szene von einer Vielzahl neuer Konkurrenten, viele davon Online-Portale, abheben wollen und oft können. «Eine Liegenschaft ist in aller Regel der grösste Vermögensposten. Daher schauen nach wie vor die meisten Eigentümer bei einem für sie so wichtigen Geschäft auf die Qualität und Seriosität des Maklers.» Und dies mache so auch absolut Sinn. Denn wie im Beispiel dargelegt, könne sich die Einsparung des Maklerhonorars beim erzielten Verkaufspreis rächen. Stephan Heller kommt dazu das passende englische Sprichwort «pennywise but pound-foolish» in den Sinn. Im Kleinen sparen, also beim Maklerhonorar, und parallel dazu im Grossen verschwenden, beim Verkaufspreis.

Flatrate drosselt Einsatzbereitschaft

Gleichwohl räumt er ein, dass die zahlreichen neuen Anbieter aus dem Internet

schon eine ernstzunehmende Konkurrenz seien. «Die meisten wollen sich bei den Kunden mit günstigen Festpreisen profilieren.» Auf den ersten Blick sieht das attraktiv aus. Den Preis erzielen die Online-Makler laut Heller aber nur, indem sie ihren Leistungsumfang stark beschränken. So müsse der Kunde oft noch Eigenleistungen erbringen, zum Beispiel die Besichtigungen selbst durchführen. Geboten werde also nur ein Basispaket an Dienstleistungen. «Es ist ein bisschen wie bei Ikea, wo ich das Regal auch selbst zusammenschrauben muss.»

Ob sich dies für den Kunden rechne, wagt Stephan Heller zu bezweifeln. «Ein Festpreismakler verdient dann am meisten, wenn er rasch und mit wenig Aufwand verkauft.» Die Frage sei also mehr als angebracht, ob er denn auch die aufwendige Extrameile gehe, um für seinen Kunden den besten Preis herauszuholen, obwohl er selbst davon nichts habe. «Der klassische Makler tut dies, weil er dann auch am Mehrerlös beteiligt ist.»

Für Claude Ginesta, CEO von Ginesta Immobilien mit Hauptsitz in Küsnacht am Zürichsee, sind die zahlreichen digitalen Startups, die sich mit Billig- und Flatrate-Modellen versuchen, indes nicht die grösste Gefahr für das traditionelle Maklergeschäft. «Erfahrungen aus dem Ausland zeigen, dass solche Geschäftsmodelle noch gar nie Geld verdient haben.» Eher Kopfzerbrechen bereitet Ginesta, der auch Vizepräsident der Maklerkammer ist, das Vorpreschen der ganz dicken Fische wie Google, Amazon, Facebook und Co. «Sie werden in naher Zukunft versuchen, ihre bestehenden Insertion-Plattformen in Transaktionsplattformen zu verwandeln beziehungsweise solche zu erschaffen.» Diese Plattformen verfügen über gewaltige finanzielle Mittel,



sehr viel Traffic und viel Bekanntheit. Ginesta: «Sie kennen den Kunden aufgrund seines Surf-Verhaltens sehr gut und können ihm in Zukunft günstig und zielgerichtet relevante Angebote unterbreiten.»

Digitalisierung schafft Zeit für Beratung

Dennoch ist Claude Ginesta weit davon entfernt, die Digitalisierung primär als Gefahr für sein Familienunternehmen zu sehen. «Ich sehe die Entwicklung vielmehr als eine nächste Chance, unser Geschäftsmodell weiterzuentwickeln und unseren treuen Kunden mit den neuen digitalen Hilfsmitteln einen Mehrwert zu geben.» Auch als traditioneller Makler verfüge man nämlich über sehr strukturierte, ausgereifte digitale Hilfsmittel. «Ich behaupte sogar, dass ein traditioneller, grosser Makler mehr Mittel zur Verfügung hat, um sich digitale Hilfsmittel zu beschaffen.» Ginesta denkt dabei etwa an ein leistungsstarkes Customer-Relationship-Management. «Dieses schafft für uns noch mehr Zeitreserven, die wir in den erfolgreichen Verkauf und die professionelle Kundenberatung investieren können.»

TRENDS AUS DEN USA

Rundummakler und Blockchain

Umfassend Immer mehr Rundummakler drängen in den USA in den Markt. Sie offerieren umfassende Immobilienvermittlungsmodelle, die individuelle transaktionsbezogene Bedürfnisse befriedigen. Ihr Angebot enthält die Vermittlung von Versicherungen, Hypotheken, Treuhand und andere Leistungen. «Dank diesen Zusatzservices kann der Makler neue Ertragsquellen begründen und die sinkenden Kommissionen beim Transaktionsgeschäft kompensieren», weiss Claude Ginesta von Immobilien.

Grundpfandrechte Noch ein Trend aus den USA: Die Blockchain-Technologie wird immer öfter zum unbürokratischen Verwalten von Grundpfandrechten und Übergeben der Titel an neue Grundpfandgläubiger genutzt.