

Immobilienwirtschaft

Das Fachmagazin für Management, Recht und Praxis

www.immobilienvirtschaft.de 07-08 | 2011

Belegexemplar

Bitte beachten Sie die Seite/n:

40

Vielen Dank - Ihr Redaktionsteam

Die Strategien schrumpfender Städte

Klare Leitidee entwickeln

GRAFFITI:
»TREUE«

Special
Wärmepumpen

Neue Gesetze
Das bringt die
Mietrechtsreform

Erweiterte Gewerbeordnung
Strengere Kontrolle
für Vermittler

Mat.-Nr. 06228-5142



Die digitale Mundpropaganda

Internet. Online-Bewertungen für Immobilienmakler nehmen zu. Die Makler selbst stehen dieser Entwicklung aber noch ratlos gegenüber. Dabei erweist sich ein Kundenkommentar nicht selten als echter Umsatzbringer.

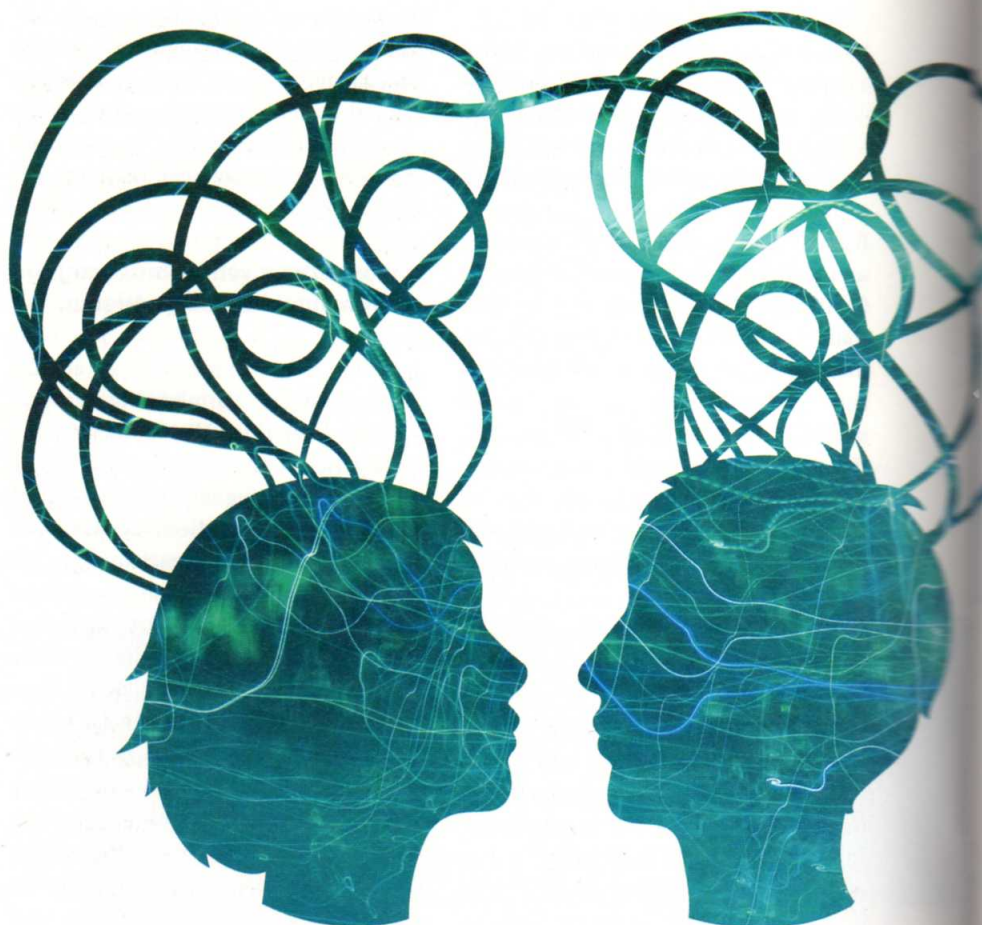
Silvia Hänig, i-KOM, Ottobrunn

Ein Szenario, das sich täglich tausendfach im Internet abspielt: Der Kunde eines Immobilienmaklers wurde beraten und entschließt sich daraufhin zu einer Bewertung im Internet. Damit vermittelt er anderen Nutzern einen ersten positiven Eindruck des Maklers. Der profitiert im selben Moment vom Kommentar seines zufriedenen Kunden und kann sich auf neue Kontakte freuen. So das Prinzip der virtuellen Flüsterpost im Netz.

Selbst wenn die eigenen Dienste noch nicht bewertet wurden, wissen viele Makler inzwischen um den geschäftlichen Stellenwert einer Bewertung im Internet. „Bewertungen haben eine hohe Bedeutung und sind immer mehr im Kommen. Ich weiß aus eigener Erfahrung mit anderen Bereichen, wie wichtig eine Orientierung über den Kommentar eines anderen ist“, erläutert Christian Reinhart, Immobilienmakler aus Nürnberg. Petra Burba von Haferkamp Immobilien aus Hamburg sieht ebenfalls klare Vorteile in der Online-Welt: „Die frühere Mund-zu-Mund-Propaganda im lokalen Quartier verlagert sich immer mehr ins Internet.“ Die Marketingleiterin macht auch eine wachsende Bedeutung des Online-Kommentars für die gesamte Immobilienbranche fest.

Bewertungen immer beliebter

Das Bewertungsspektrum reicht dabei von branchenunabhängigen Portalen wie „KennstDuEinen“ über große Branchenverzeichnisse wie „11880.com“ bis hin zu speziellen Maklerbewertungsportalen wie „makler-bewertungsportal.de“, das erst kürzlich an den Start ging. Mittler-



Virtuelle Flüsterpost: Makler werden immer häufiger im Internet weiterempfohlen.

weile zählt die digitale Mundpropaganda zu den beliebtesten Aktivitäten der Endkunden über das Internet. Interessenten studieren erfahrungsgemäß zunächst die Urteile anderer, bevor sie sich auf das erste Beratungsgespräch oder die Homepage zur Immobilie einlassen. Denn die „Empfeher“ verfolgen selten ein kommerzielles Interesse, daher vertraut die Internet-Gemeinde mehr dem Urteil

eines „Gleichgesinnten“ als Versprechen aus Hochglanzbroschüren. „Anstatt austauschbarer Werbebotschaften tragen positive Empfehlungen mehr zur Differenzierung einzelner Makler bei. Das ist aber den wenigsten bisher wirklich bewusst“, verrät ein Münchner Makler. Gerade für das beratungsintensive Geschäft der Immobilien-Vermittlung scheinen Kundenbewertungen vorteilhaft zu sein.

Foto: shonarty/shutterstock.com

