

# 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.

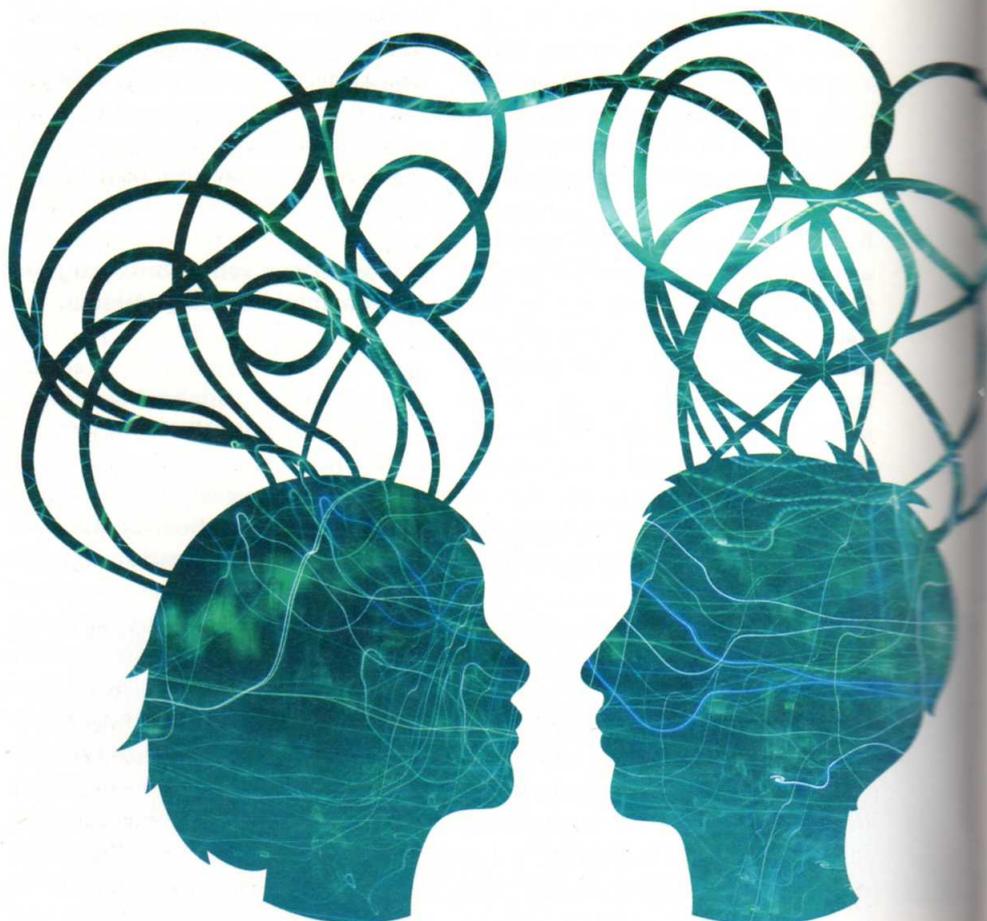
Silvia Hänig, i-KOM, Ottobrunn

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.

„Dazu muss man sagen, dass es etwas anderes ist, ob eine Dienstleistung oder ein Produkt bewertet wird. Eine Dienstleistung ist immer personenbezogen, somit spielt der persönliche Zugang zum Kunden eine ganz wesentliche Rolle“, sagt Christian Reinhart.

Wenn also die Chemie zwischen Makler und Kunde stimmt und die Beratungsqualität auch gut war, steht der Empfehlung des Kunden nichts mehr im Wege? Nicht ganz, denn für eine zugkräftige Bewertung muss auch der Aussagegehalt stimmen. Wer nur mit „super Beratung“ kommentiert, stimuliert sicher keine Neukundenanfragen. Hingegen machen Kommentare wie „Ich habe etwa 150 Makler für meine Wohnungssuche angeschrieben und nur drei haben reagiert. Davon haben Sie den besten und verlässlichsten Service geliefert“ wirklich neugierig.

### Kommentare können weh tun

Trotzdem integrieren bisher die wenigsten Immobilienmakler Bewertungen aktiv in ihren Marketingmix. „Bewertungen an sich stehe ich mit einem lachenden wie auch einem weinenden Auge gegenüber. Denn einerseits erfahre ich ehrliche Dinge des Kunden. Die können aber auch einmal wehtun und nicht immer sofort kommentiert werden“, verdeutlicht Christian Reinhart seinen Standpunkt. Grundsätzlich bieten viele Portale auch die Möglichkeit einer Stellungnahme im Falle einer ungerechtfertigten Äußerung an. Haferkamp Immobilien aus Hamburg hat damit bereits eigene Erfahrungen gemacht. Das re-

nommierte Maklerbüro, das 2010 sogar vom Deutschen Institut für Servicequalität auf Platz 1 der besten Immobilienmakler gewählt worden war, erntete im Netz dennoch schlechte Kritiken. Das äußert sich in einer reduzierten Sterneanzahl auf den Bewertungsportalen und ist schnell für neue Interessenten sichtbar. „Unser Unternehmen wurde bereits negativ bewertet. Natürlich freuen wir uns mehr über positive Kritiken, aber wir nehmen die negativen sehr ernst. Wichtig ist unserer Meinung nach ein selbstkritisches Hinterfragen und eine schnelle und konstruktive Reaktion“, sagt Petra Burba. Und genau darauf kommt es in dieser heiklen Situation an: Die Verantwortlichen müssen dieses Feedback besonders berücksichtigen, um zu prüfen, ob die Kritik berechtigt ist, um sich gegebenenfalls öffentlich dafür zu entschuldigen. Treten häufig dieselben Kritikpunkte auf, sollte der Makler dringend die Art und Weise seiner Beratung prüfen. Im Fall einer verheerenden Kundenkritik mit prominenter Platzierung hat Haferkamp Immobilien genau das Richtige getan. Jens-Hendrik Haferkamp hat sich persönlich der Sache angenommen. Diese aktive Stellungnahme ist natürlich auch für weitere Interessenten sichtbar und vermittelt echtes Bemühen und Serviceorientierung.

Was für den Kunden bereits zum unverzichtbaren Hilfsmittel auf der Suche nach einem geeigneten Immobilienmakler geworden ist, wird auch zunehmend aufseiten der Makler als attraktives Instrument zur nachhaltigen Kundengewinnung gewertet. Auch wenn die Integration von Kundenstimmen in das eigene Marketing erst am Anfang steht, ist ihnen längst klar: Der zufriedene Kunde ist die beste Werbebotschaft. Allerdings passiert eine Empfehlung in den seltensten Fällen von ganz allein. „Wir bitten unsere zufriedenen Kunden darum, uns weiterzuempfehlen. Aber auch aktives Empfehlungsmarketing setzen wir zielgerichtet ein“, macht Petra Burba deutlich. Eine eher konventionelle Möglichkeit dazu wäre der schriftliche Zusatz auf dem Angebotsformular: „Wenn Sie mit unseren Leistungen zufrieden waren,

## CHECKLISTE

### Tipps für mehr Kundenbewertung

Es gibt verschiedene einfache Möglichkeiten um zu positiven Bewertungen im Internet zu kommen:

1. Zufriedene Kunden aktiv animieren.
2. Multiplikatoren finden (zum Beispiel Datenbanken).
3. Außergewöhnlich guten Service bieten.
4. Web-Auftritt mit Verzeichnismedien inklusive Bewertungsfunktionen und Suchmaschinenwerbung verknüpfen.
5. Monitoring einrichten.
6. Vielseitige Möglichkeiten zu Bewertungs- und Kontaktmöglichkeit schaffen.
7. Unmittelbar auf negative Äußerungen reagieren.
8. Gründe für Empfehlungen herausarbeiten und verwerten.

würden wir uns über Ihre Bewertung sehr freuen.“ Einige internet-affine Makler bedienen sich bereits neuer Technologien und setzen das Apple iPad für eine Bewertung ein. Christian Reinhart nutzt beispielsweise das psychologische Moment innerhalb eines Kundentermins, der nicht zu einem Auftrag führen wird, in den der Makler selbst aber bereits viel Zeit und Arbeit investiert hat, um nach einer Bewertung zu fragen. „Solche Termine eignen sich dann ebenso gut dafür, den Kunden im Gegenzug für die kostenlose Beratung dazu zu bewegen, doch bei Zufriedenheit eine Bewertung abzugeben.“

Trotz dieser viel versprechenden Option der Kundenempfehlung als Vertriebsfaktor und Umsatzgarant der Zukunft darf man eines nicht vergessen. „Die Aufgleisarbeit, um Bewertungen zu erhalten, muss leicht ins Tagesgeschäft einfließen können, darf keinen zu großen Zeitaufwand nach sich ziehen oder zu hoch aufgehängt werden, denn es ist letztlich nur ein Baustein von vielen“, gibt Christian Reinhart zu bedenken. ◀|

### Auf einen Blick

- › Die frühere „Mund-zu-Mund-Propaganda“ verlagert sich immer mehr ins Internet.
- › Viele Interessenten studieren zunächst die Urteile anderer, bevor sie sich auf ein Beratungsgespräch beim Immobilienmakler einlassen.
- › Bei negativen Kommentaren ist es wichtig, sofort zu reagieren.