

Netzwerke

als Chance im Schweizer Immobilien-Markt

Immobilien-Makler sehen sich mit einem kompetitiven Marktumfeld konfrontiert, weshalb sich in den vergangenen Jahren neue Modelle wie etwa Netzwerke entwickeln konnten. Das Schweizer Makler-Netzwerk alaCasa.ch kombiniert Tradition mit Innovation und verschafft seinen Partnern Wettbewerbsvorteile.



Makler-Netzwerke

Der Immobilien-Makler als klassischer Vermittler wird in der Regel vom verkaufswilligen Immobilien-Eigentümer mandatiert. In dessen Auftrag beurteilt er die Immobilie, setzt wirksame Marketinginstrumente ein, findet Kaufinteressenten und führt durch den komplexen Verkaufsprozess bis zu dem Zeitpunkt, an dem das Objekt ins Eigentum des Käufers übergeht. Selbst darüber hinaus ergeben sich zahlreiche Fragen, zu welchen ein Immobilien-Makler zumindest teilweise Antworten kennen muss etwa in den Bereichen Vermögensberatung, Steuern oder Erbschaft. Trotz dieses umfangreichen Aufgabengebiets sind die Einstiegsbarrieren in den Maklerberuf tief und die Konkurrenz durch unqualifizierte Neueinsteiger und privat abgewickelte Transaktionen gross. In dieser Situation haben sich viele etablierte Immobilien-Unternehmen für eine Strategie der Qualität entschieden.

Grundlegende Voraussetzungen für die Erbringung qualitativ hochwertiger Dienstleistungen im Verkauf von Immobilien sind langjährige Branchenerfahrung, fachspezifisches und regionales Know-how sowie eine solide Integrität. Diese Kompetenzen alleine reichen in der heutigen Immobilien-Wirtschaft aber nicht mehr aus, um als erfolgreicher Immobilien-Makler bestehen zu können. Wie in allen anderen Branchen auch ist ein Bekenntnis zur Innovation Voraussetzung für den Erfolg. Immer mehr Immobilien-Unternehmen treten aus diesem Grund einem Makler-Netzwerk bei, um neue Marketingwege zu beschreiten.

Februar 2007



Immobilien-Makler müssen sich entscheiden, welche Strategie bezüglich Tradition und Innovation sie einschlagen wollen.

alaCasa.ch verbindet Tradition mit Innovation

alaCasa.ch ist ein Schweizer Makler-Netzwerk und verbindet die Tradition seiner Partner mit innovativen Marketinginstrumenten. Da ausschliesslich etablierte Immobilien-Unternehmen Eingang in dieses Netzwerk finden, sind Branchentradition und -erfahrung eine Selbstverständlichkeit. Das Netzwerk seinerseits erbringt für seine Partner innovative Marketingdienstleistungen, welche die einzelnen Unternehmungen alleine kaum realisieren könnten, da es ihnen entweder am entsprechenden Marketing-Know-how, an der notwendigen Unternehmensgrösse oder an der Kapazität fehlt. alaCasa.ch deckt mittlerweile die wichtigsten Gebiete der Deutschschweiz und des Tessins ab und ist dank seinem Partnernetzwerk SwissRéseau auch in der Westschweiz präsent.

alaCasa.ch weist eine speziell auf den Schweizer Markt zugeschnittene Struktur auf, in welcher alle Partner gleichberechtigt sind. Im Vordergrund steht die Qualität und nicht die möglichst grosse Anzahl Partner. Dies im Gegensatz zu internationalen Franchisemodellen mit pyramidenförmiger Struktur, wo die Franchisegeber dann am meisten profitieren, wenn möglichst viele Franchisenehmer akquiriert werden können. Solche Netzwerke laufen Gefahr, sich zu stark auf den Verkauf teurer Lizenzen statt auf das eigentliche Maklergeschäft zu konzentrieren.

Wie profitiert der Kunde?

Ein qualitätsorientiertes Makler-Netzwerk begnügt sich nicht mit dem Verkauf allein, sondern garantiert eine kompetente Beratung während des ganzen komplexen Transaktionsprozesses. Dabei kann der Kunde von der Erfahrung des gesamten Netzwerks profitieren. Mit der Sicherheit des richtigen Netzwerks kann er sein Risiko, welches auf Grund der hohen Transaktionspreise naturgemäss beträchtlich ist, markant senken. Schliesslich handelt es sich beim Verkauf des Hauses oder der Wohnung meist um das grösste Geschäft seines Lebens überhaupt. Wieso sollte der Wohneigentümer also gerade hier auf professionelle Unterstützung verzichten?

Dr. Roman H. Bolliger,
CEO alaCasa.ch AG, Schweiz, www.alacasa.ch