

SmartResearch

Beratungsstudie Immobilienbewirtschafter

Ist die Beratung für Mietobjekte
auf Augenhöhe mit den
zukünftigen Herausforderungen
am Markt?

Mai 2020



Liebe Leserinnen und Leser

Die signifikante Zunahme von Leerwohnungen stellt die Immobilienbewirtschafter vor eine noch nie dagewesenen Herausforderung.

Aufgrund der noch immer hohen Bautätigkeit verschärft sich die Leerwohnungssituation ausserhalb der Kernstädte signifikant. Der Wettbewerb um Mieter ist intensiver denn je.

Mit der Zunahme der Leerwohnung müssen sich Immobiliendienstleister vermehrt um neue Mieter bemühen und sich einiges einfallen lassen. Dies gilt insbesondere für ältere Wohnungen, neuerdings jedoch auch schon für neue Grossüberbauungen.

Ein Ende der Zunahme bei den Leerwohnungen ist derzeit nicht in Sicht.

Intensiver Wettbewerb um Mieter

Aufgrund der Entwicklungen tendiert der Immobilienmarkt schrittweise von einem Verkäufer-, hin zu einem Käufermarkt.

Die Lage der Wohnung sowie die Objekteigenschaften sind zentrale Erfolgsfaktoren für den Vermietungserfolg.

Mit gratis Wohnungsmieten und Einkaufsgutscheinen wird um potenzielle Mieter gebuhlt.

Das Kontakt mit dem Interessenten sowie die Wohnungsbesichtigung selber müssen heute auf verkäuferische Grundsätze ausgerichtet sein. Der Immobiliendienstleister muss die Besichtigung für den die interessierten Mieter zu einem Gesamterlebnis gestalten.

Beratungsstudie Immobilienbewirtschafter

Mit unserer Beratungsstudie haben wir den Kundenkontakt und den Eindruck bei Wohnungsbesichtigungen auf den Prüfstand gestellt.

Viel Spass beim Studium der Ergebnisse, die sehr viel Entwicklungspotenzial aufzeigen.

Ihr David Meloni

Inhaber & CEO





Beratungsstudie Immobilienbewirtschafter

Ausgangslage

Der Bestand und der Neuzugang an Mietwohnungen, ausserhalb der grossen Agglomerationen, übersteigt die Absorptionskraft des Marktes deutlich.

Die Vermarktung neuer Wohnungen oder Leerwohnungsbestände wird zunehmend anspruchsvoller.

Neben der Lage, den Objekteigenschaften sowie dem Preis, gewinnen Marketing- und Verkaufsaktivitäten zu Gunsten von Leerwohnungen zunehmend an Bedeutung. In Ergänzung zu den Marketinganreizen wird die Arbeit der Mitarbeitenden in der Objektvorbereitung, der Kundengewinnung, der Betreuung im Interessentenprozess sowie in der eigentlichen Objekt- und Wohnungsbesichtigung immer wichtiger.

Vom Verkäufer zum Käufermarkt! ...so lautet wohl die zukünftige Devise.

Ziel der Studie

Die Studie geht der Frage nach, inwieweit die Immobilienbewirtschafter diesem Umstand in der Objektbesichtigung bereits Rechnung tragen und wie das Erlebnis im gesamten Kundenkontaktverlauf für ein Mietobjekt wahrgenommen wird.

Die Studie stellt die Interessentenorientierung sowie die beratenden und verkäuferischen Fähigkeiten der Immobiliendienstleister in den Fokus.

Methode

Die Studie wurde im Mystery Shopping / Mystery Research Verfahren durchgeführt.

Mit einem vorgegebenen Interessenten-Szenario und einem strukturierten und einheitlichen Fragebogen, haben kalibrierte Testpersonen den Kundenkontakt simuliert.

Die Erfassung der Ergebnisse erfolgte unmittelbar nach dem Kundenkontakt in elektronischer Form.



8

Immobilien-
Bewirtschafter



5

Objekte pro
Bewirtschafter



37

Checks &
Besichtigungen



4

Wochen
Feldphase



Testszenario «Wohnungsinteressenten Mietwohnung»

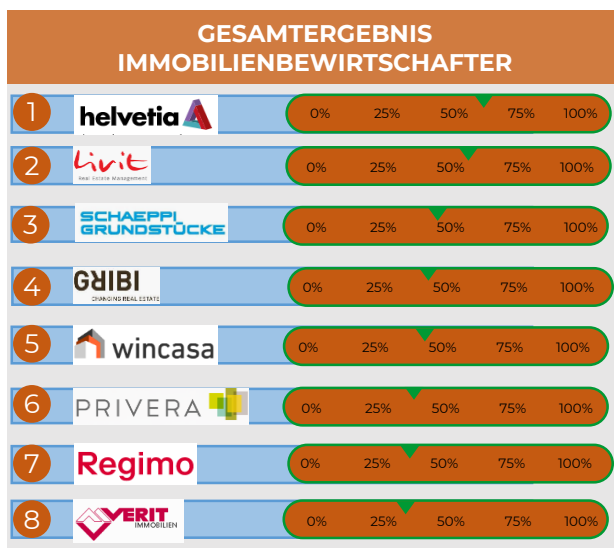
Testpersonen suchten auf der Webseite des Immobiliendienstleisters eine Mietwohnung, zeigten online Interesse an diesem Objekt und an einer Wohnungsbesichtigung. Der Interessent wartete die telefonische Kontaktaufnahme und Terminvereinbarung ab. Vor Ort wurde der persönliche Kontakt, die Objektbesichtigung sowie die Qualität der

Informationen beurteilt. Der Abschluss wurde vom Interessenten offen gestaltet, so dass die Nachbearbeitung getestet werden konnte.

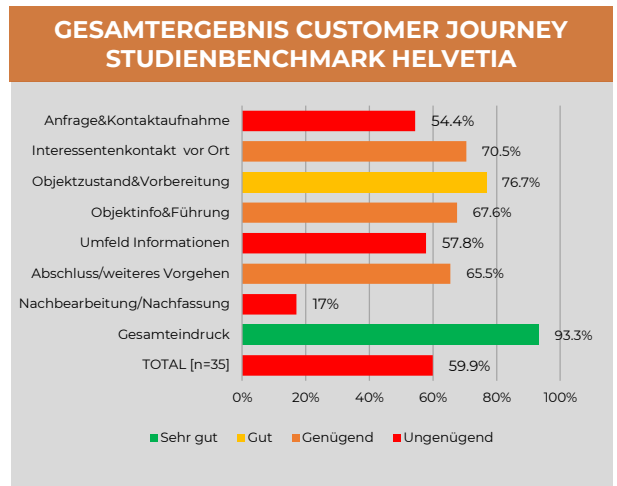
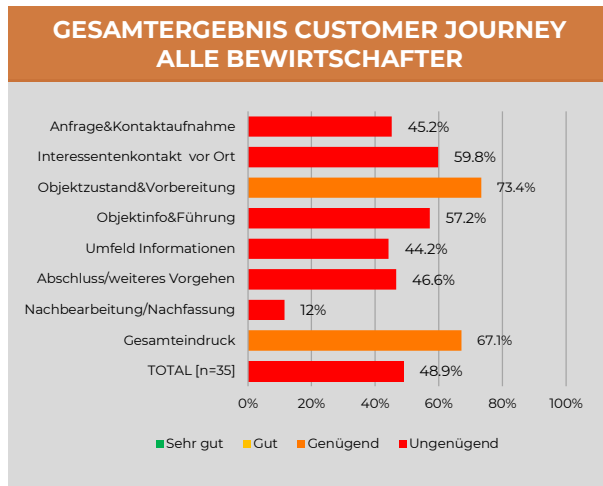
Nach der Objektbesichtigung wurden die Nachbearbeitungsaktivitäten des Immobiliendienstleisters erfasst und beurteilt.

Kurzfasit der Studie

- Bei den Immobilienbewirtschaftern hat der Paradigmenwandel vom «Verkäufer zum Käufermarkt» noch nicht stattgefunden. Bei den durchgeführten Kontakten und Wohnungsbesichtigungen war das Objekt selber noch das positivste Element.
- Insgesamt kann das persönliche Kundenerlebnis als «ernüchternd» bezeichnet werden. Grundsätzlich werden die Mindestanforderungen an eine Wohnungsbesichtigung zwar erfüllt. Weiterführende Aspekte, wie ein engagierter Kundenkontakt, am Kunden interessierte Mitarbeitende oder ein spezielles Kundenerlebnis bieten, bleiben jedoch aus.
- Der Kundenkontakt ist von Beginn weg auf Effizienz und Sachlichkeit ausgerichtet. Kurze Telefonate, eher «checklistenartig» und unpersönlich durchgeführte Besichtigungstermine ohne verkäuferisches Engagement und Überraschungsmoment sind Merkmale bei der Mehrheit der Kundenkontakte / Besichtigungstermine.



- Alle getesteten Immobilienbewirtschafter haben ungenügend abgeschlossen.
- Die Spannweite der Ergebnisse zwischen den Unternehmungen ist gross.
- Die Helvetia Immobilien, gleichzeitig Eigentümerin und Verwalterin, hat mit ihren Immobilienbewirtschafter mit einem Gesamtergebnis von knapp 60% noch am besten abgeschnitten.
- Verit Immobilien hat mit einem Gesamtindex von etwas über 40% wesentliche Qualitätskriterien nicht erfüllt.

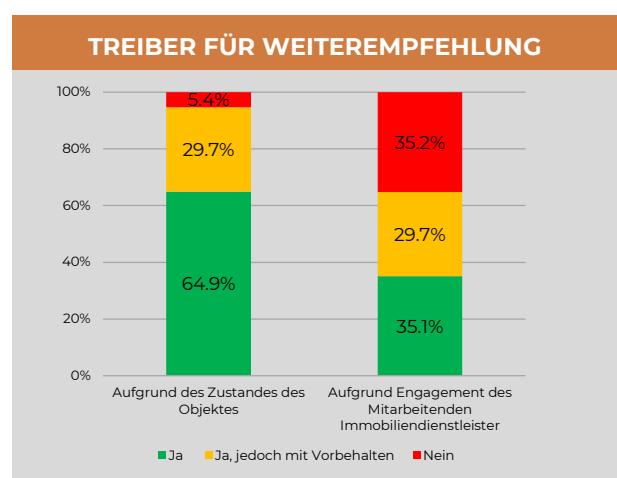
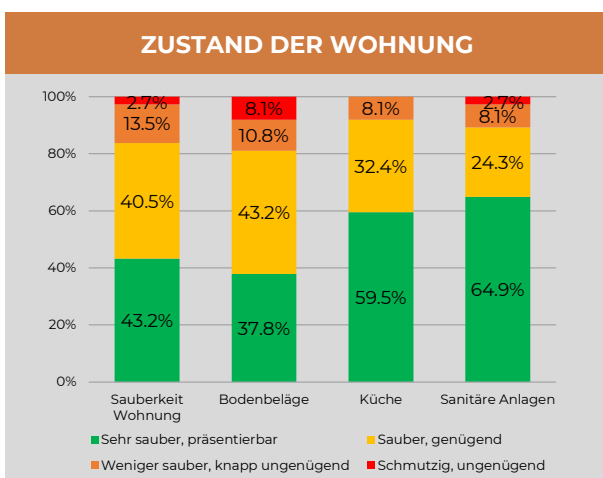
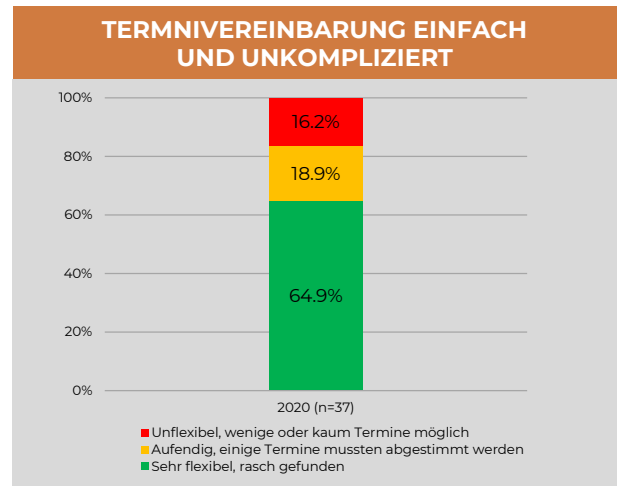


In der gesamten Customer Journey sind Schwächen zu erkennen. Praktisch alle Kontaktelemente sind ungenügend.

Bereits die telefonische Terminvereinbarung war alles andere als unkompliziert.

Die Wohnungsbesichtigung vor Ort war mehr ein «Begehen der Wohnung» anstelle einer verkaufsfördernden Besichtigung. Das Gespräch wurde von den Mitarbeitenden zu wenig aktiv geführt.

Eine Nachbearbeitung des Interessenten findet ohne System oder gar nicht statt.



Die Wohnung kann die Mängel der Führung und des Mitarbeitenden oft wettmachen. Grundsätzlich sind diese ordentlich, sauber und in einem präsentablen Zustand.

Eine Weiterempfehlung des Kunden erfolgt

dadurch primär wegen der Wohnung und nicht wegen der Besichtigung und dem Engagement des Mitarbeitenden.

Eine Weiterempfehlung erfolgt hierzu meistens mit Vorbehalten oder gar nicht.



**Bestellen Sie kostenlos die
gesamte Studie**

«Beratungsstudie Immobilienbewirtschafter»

Gleich anfordern unter:
info@smartconcept.ch

Der Kunde im Mittelpunkt ... profund, kompetent und smart.

Mystery Research

Smart Audit

Customer Experience Management

Customer Feedback

Service Award



SmartAudit



SmartCockpit



SmartResearch



SmartSurvey

Sie haben Fragen? Dann kontaktieren Sie uns.

Smart Concept AG
Grabenwisstrasse 3
8604 Volketswil

T +41 44 980 43 43

F +41 44 980 43 46

info@smartconcept.ch

www.smartconcept.ch

