

Fünf Sterne oder keiner: Welcher Vermarkter lässt sich schon bewerten?

Von Lars Grosenick, CEO FlowFact AG

Sind Sie auch schon bei Qype bewertet? Bewegen Sie sich bereits im Bereich der Sterne, Häuschen oder anderen Bewertungsinsignien? Prima, wenn Sie diese Fragen mit ja beantworten können. Weiß nicht? Besser schnell nachschauen, ist doch eine Tatsache unumstößlich: Unzufriedene Kunden meckern 18 Mal, zufriedene Kunden empfehlen uns nur drei Mal weiter. Im Internet gibt es zahlreiche Stellen, in der zufriedene und unzufriedene Kunden ihre Meinung äußern können. Jetzt geht es darum, selbst eine Möglichkeit zur Leistungsbewertung anzubieten und die Inhalte in der eigenen Hand zu behalten.

Stiftung Warentest-Note „gut“. Der Grund für den Bewertungs-Hype: Informationen neutraler bis „befreundeter“ Dritter über Dienstleister gelangen ungebremst in die Köpfe der Empfänger und werden Basis für Entscheidungen und Meinungen.

Wie weit ist die Bewertungsmanie der Kunden mittlerweile auf den Immobilienmarkt durchgedrungen? Ende April 2011 zählt Qype immerhin schon um die drei Dutzend bewertete Immobilienmakler, darunter Kampmeyer aus Köln mit acht Bewertungen. Auch weitere Recherchen bei angeblichen Bewertungsportalen wie [einen differenzierten und dennoch vorab positiv gesteuerten Bewertungsprozess an. Was lässt sich bewerten? Sicher nicht das Objekt, denn insbesondere im Privatimmobilienverkauf ist es doch so: Je schlechter das Haus geredet wird, desto besser ist die vermeintliche Preisverhandlungssituation. Rechnen wir also nicht damit, einzelne Angebote positiv bewertet zu bekommen. Aber die Verbindlichkeit der Dienstleistung, die Qualität des Exposés, die prompte Einstellung in sämtliche wichtige Immobilienportale, die Vorselektion der Interessenten, die fundierte Finanzierungsberatung... Die Liste ist beliebig lang und kann jedem](http://www.makler-bewer-</p>
</div>
<div data-bbox=)



Es ist nur noch eine Frage von Monaten, bis in den einschlägigen Immobilienportalen Maklerbewertungen drin sind. Was soll denn hier eigentlich bewertet werden? Die Dienstleistung für Eigentümer, die Freundlichkeit, Pünktlichkeit und Fachkenntnis aus dem Blickwinkel jedes Interessenten, dem die Wohnung nicht gefällt – oder gar jede Immobilie und die Funktionalität jeden Grundrisses oder der Heizungsanlage.

Warum? Weil der Trend klar ist: Die Kunden unserer Zeit sind keine einzelnen, dem Dienstleister auf Gedeih und Verderb ausgelieferten Individuen, sondern bilden Gemeinschaften, die bewegen und verändern und vor allem aufklären wollen. Bewertet wird aktuell alles und jeder – vom Handwerker (www.die-handwerkerempfehlung.de) bis hin zum Arzt (www.docinsider.de). Übrigens auch die Bewertungsportale selber: www.holidaycheck.de schmückt sich selbst mit der

tungsportal.de geben noch nicht viel mehr her. Schade! Also gibt es zwei Möglichkeiten: Abwarten, dass der Scout es macht. Oder selber aktiv werden und den Bewertungsvorgang von innen heraus anstoßen. Das ist gar nicht schwer, umgeht Missmutige und gehört morgen ohnehin zum guten Vermarkter-Ton.

Die Maklerkartei enthält viele Menschen, die nicht gekauft oder verkauft haben. Denen die Küche zu klein war, der Garten zu groß oder der Renovierungsaufwand zu hoch. Diese haben keinen Wert! Die glücklichen Käufer und Verkäufer sind es, die es gezielt zu animieren gilt. Denn: Portale wie Qype und Co. kranken an Bewertungen von Menschen, die keinen Deal mit dem Dienstleister gemacht haben. Das bedeutet im Umkehrschluss: Ich als Immobilienvermarkter muss vorleisten und selber die Bewertungsmechanik in Gang setzen. Ein Link an den glücklichen Partner stößt

Vermarkter selber in Bezug auf seine eigene Spezialisierung gesetzt werden.

Wer sich hierauf einlässt, kann entspannt seiner Leistungsbeurteilung entgegen sehen und den Bewertungshype zu eigenen Marketing- und Vertriebszwecken gelassen nutzen. Der einfachste Weg ist sicherlich: Die eigene Homepage für Bewertungen öffnen.

Und die anderen, die Negativblogger und -bewerter? Hier heißt es: Zähne zusammenbeißen und in die Offensive gehen. Bei www.netztaucher.com geistert seit einigen Jahren eine ausgesprochen unschöne Kritik über die Dienstleistung eines Immobiliensoftware-Herstellers. Diese hat der Autor prompt mit einer offenen Entschuldigung im Blog beantwortet. Das zog neben einer heißen Diskussion zwischen Fans und Feinden einige „Chapeaus“ nach sich: Respekt für die Offenheit im Umgang mit konstruktiver Kritik. 