

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Immobilienmakler 2016

Oft gute Beratungen trotz Schwächen bei Bedarfsanalyse – Testsieger ist Dahler & Company

Hamburg, 20.01.2016 – Immer mehr Menschen machen sich in der aktuellen Niedrigzinsphase Gedanken über Wohneigentum. Häufig führt hier der Weg über einen Immobilienmakler. Erfreulich: Die Beratungsqualität der Branche ist gut, doch der Service zeigt insgesamt auch einige Schwächen. Das belegt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ), das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv zehn große Immobilienmakler getestet hat. (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 20.01.2016, 18:35 Uhr*).

Verbesserte Servicequalität

Die Immobilienmakler erzielen ein insgesamt gutes Serviceniveau und verbessern sich damit gegenüber der Vorstudie (aktuell: 73,3 Punkte, 2013: 70,1 Punkte). Überzeugen können die persönlichen Beratungsgespräche: Sehr gut verlaufen im Test die Beratungen beim Immobilienverkauf: Die Makler beweisen ihre Kompetenz, geben in allen Fällen korrekte Auskünfte und beraten freundlich und oft ausgesprochen individuell. Bei den Vor-Ort-Terminen zum Immobilienkauf zeigt sich trotz insgesamt guter Ergebnisse teils Verbesserungspotenzial: Eine kundenorientierte Beratung bieten nicht alle Makler den Kaufinteressenten. So bleiben im Test mögliche Nachteile der Immobilien in zwei Drittel der Beratungen außen vor; alternative Immobilien werden in weniger einem Viertel der Fälle angeboten.

Überzeugen kann in Branche in puncto Zuverlässigkeit: Sämtliche Beratungs- und Besichtigungstermine werden von den Maklern eingehalten. Zudem fallen im Test meist keine oder nur kurze Wartezeiten an. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Die Beratungsqualität der Immobilienmakler ist insgesamt hoch. Doch bei der Besichtigung von Kaufobjekten wird der Kundenbedarf nicht immer ausreichend berücksichtigt. Interessenten sollten ihre Vorstellungen und Wünsche deshalb aktiv äußern.“

Defizite beim Service per E-Mail und im Internet

In den anderen untersuchten Servicebereichen zeigen sich große Unterschiede: Während in den telefonischen Gesprächen nicht immer vollständig, aber insgesamt gut beraten wurde, ist der Service per E-Mail deutlich schlechter. So ist nicht nur die durchschnittliche Antwortdauer mit 32,3 Stunden zu lang, auch wird im Test mehr als jede vierte Anfrage gar nicht beantwortet. Dagegen bieten die Internetauftritte relativ umfangreiche themenspezifische Information und Funktionen. Kritikpunkt hier: Online-Basics wie AGB oder Glossar mit der Erklärung von Fachbegriffen fehlen häufig.

Die besten Unternehmen

Als Testsieger geht Dahler & Company (Qualitätsurteil: „gut“) aus der Servicestudie hervor. Die Makler spielen ihre größte Stärke bei den Besichtigungsterminen aus und beweisen im Anbietervergleich die höchste Kompetenz. Die Mitarbeiter und stellen die Kostenstruktur des Immobilienkaufs verständlich dar und beantworten Kundenfragen vollständig und nachvollziehbar. Die präsentierten Immobilien stimmen stets mit der Objektbeschreibung im Internet überein. Das Unternehmen bietet darüber hinaus die beste telefonische Beratung: Anrufer erhalten souveräne und freundliche Auskünfte. Eine gute E-Mail-Bearbeitung mit den kürzesten Reaktionszeiten im Test runden das

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:
Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

positive Bild ab. Den zweiten Rang belegt Falc Immobilien, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Das Unternehmen bietet den besten Internetauftritt mit gut strukturierten und verständlichen Inhalten und einem hohen Informationswert. Bei den Beratungen vor Ort fallen im Test kaum Wartezeiten an. Die Makler nehmen sich ausreichend Zeit und erkundigen sich meist detailliert nach der Zufriedenheit der Interessenten mit dem potenziellen Kaufobjekt. Rang drei nimmt Von Poll Immobilien ein (Qualitätsurteil: „gut“). In den Gesprächen zum Immobilienverkauf treten die Mitarbeiter sehr freundlich und souverän auf und zeigen sich am vergleichsweise kompetentesten. Sie erfragen beispielsweise die Objektdaten der zu verkaufenden Immobilien am ausführlichsten und beraten ausgesprochen individuell. Bei den Vor-Ort-Terminen zum Immobilienkauf analysieren die Makler den Kundenbedarf vergleichsweise detailliert.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete zehn bedeutende Immobilienmakler, die deutschlandweit mit Standorten in mindestens vier Bundesländern vertreten sind. Die Messung der Servicequalität erfolgte über jeweils drei verdeckte Beratungsgespräche (Mystery-Tests) zum Thema Immobilienverkauf in den Filialen der Unternehmen sowie jeweils drei Beratungen bzw. Besichtigungen vor Ort zum Thema Immobilienkauf. Darüber hinaus erfolgten pro Anbieter jeweils zehn verdeckte Telefon- und E-Mail-Tests (Mystery-Calls bzw. -Mails) und Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer sowie einer detaillierten Inhaltsanalyse jeder Website. Insgesamt flossen 370 Servicekontakte mit den Immobilienmaklern in die Auswertung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20
E-Mail: m.schechtel@disq.de
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.