

König Kunde



In einem Schuhladen war jeder schon mal. Und natürlich jede. Kaum eingetreten, wird man höflich gefragt, ob Hilfe erwünscht sei. Es lässt sich gemütlich vor den Regalen stehen und die Auslage betrachten. Gefällt ein Schuh, kann er ausgiebig von allen Seiten und vorerst in der Hand begutachtet werden. Bleibt das Interesse bestehen, wird man gebeten, sich zu setzen. Kurz darauf werden Schachteln vor einem aufgestellt und der zweite Schuh zu jenem aus dem Gestell nebst Modellvarianten in Farbe oder Grösse zum Anprobieren bereit gemacht. Mit dem Schuhlöffel wird beim Anziehen geholfen; es wird nach dem guten Sitz gefragt und von Hand geprüft. Man wird zum Spiegel begleitet. Man kann einige Schritte im Laden machen – alles nochmals im Spiegel betrachten. Zögerlichkeit ist kein Problem, man wird gar ermuntert, sich Zeit zu nehmen bezüglich eines Kaufentscheidendes mit dem freundlichen Hinweis, das Geschäft sei auch am Folgetag noch hier.

Gehetzt und unqualifiziert

Das war über Mittag wegen des Schuhkaufs für 150 Franken. Am Nachmittag dann am Zürichberg wegen des Hauskaufs mit verlangtem Mindestgebot von 2,5 Mio. Franken. Man stellt sich vor das verschlossene Gartentor und stellt fest, dass sich da an die zwei Dutzend Menschen einfinden. Schliesslich erscheinen zwei Herren, die sich als Vertreter der mit dem Verkauf beauftragten Firma vorstellen. Sie geben bekannt, dass die Anwesenden für einen Rundgang durch das Haus in zwei Gruppen geteilt werden, dass Fragen erst am Schluss wieder vor dem Haus zu stellen wären und dass für das Ganze höchsten 30 Minuten vorgesehen seien. Ausserdem sei bis in zwölf Tagen ein Angebot mit Finanzierungsnachweis abzugeben und dass die fünf höchsten Bieter anschliessend die Möglichkeit erhalten würden, ein zweites Angebot einzureichen.

Kundenfreundlichkeit – ein Fremdwort

Regelmässige Leser dieser Kolumne erinnern sich vielleicht, dass die Federn des Prüfsofas schon mal knarrten unter dem Makler. Das war vor sechs Jahren. Wer gehofft hat, die Zeiten würden sich ändern, hat sich getäuscht. In der Immobilienbranche ist Kundenfreundlichkeit offenbar noch vielerorts ein Fremdwort geblieben. Pech halt für den, der bereit wäre, zwei oder drei Millionen Franken auszulegen und erwartet hat, entsprechend behandelt zu werden. Und glücklich der Kunde, der nur Schuhe kauft. Aber wie ein König.

«In der Immobilienbranche ist Kundenfreundlichkeit offenbar noch vielerorts ein Fremdwort geblieben.»

Man hetzt also schliesslich im Rudel von Raum zu Raum oder in einer Kolonne über die Treppe in die vier Geschosse, vernimmt dazwischen einige Hinweise, die nicht von Fachkenntnis zeugen («... ja, neue doppelt verglaste Fenster» – bei Isolierverglasung. Oder «... ja, ja, Heizung erneuert» – auch wenn das bereits 1989 und nur der Brenner war), und hört dann am Schluss wieder im Garten auf eine Frage, was bezüglich der in Revision befindlichen Waldabstandslinie zu erwarten sei, das müsste der Interessent selbst abklären.



Martin Frei
MSc ETH in Architektur/SIA; MAS
ETH in Management, Technology
and Economics/BWL, Zürich;
mf@immoconsult-frei.ch