



«Einmaliges Unterfangen»: Dienstleister Diezi.

MITTAGESSEN MIT ...

Gabriel Diezi

< >

Mit dem Start-up Bestag begleitet der junge Ökonom seine Kunden durch das Labyrinth einer Immobilien-Transaktion.



Florian Schwab

ABO-ARTIKEL

Als eingeloggter Nicht-Abonnent haben Sie ein Guthaben von fünf kostenlosen Abo-Artikeln.

Dies ist der 1. von 5 Artikeln.

Danach empfehlen wir Ihnen, im [Abo-Shop](#) ein Abo zu lösen – es lohnt sich!
Sie sind bereits Abonnent? Verbinden Sie Ihr [Konto](#) mit Ihrer Kundennummer.

Geschäftiges Treiben herrscht im Zürcher Restaurant «La Salle», als unser Gesprächspartner das Lokal betritt. Gabriel Diezi, der vor sieben Jahren sein HSG-Wirtschaftsstudium abgeschlossen hat, leitet das Immobilien-Start-up Bestag in der Deutschschweiz.

«Ein Haus verkaufen, das kann man ja auch ohne Makler» – so sein erster Gedanke, als ihn das Unternehmen vor eineinhalb Jahren fragte, ob er nicht in der Deutschschweiz das bereits in der Romandie erprobte Konzept aufbauen wolle. Doch je intensiver er sich mit dem Immobilienmarkt befasste, desto klarer wurde ihm: Auf den richtigen Makler kommt es an!

Als der Salat aufgetragen wird, sind wir mitten im Thema. Bestag versteht sich als Bodyguard des Verkäufers im grossen Haifischbecken des Immobilienmarktes. «Für die meisten Leute ist ein Hausverkauf ein einmaliges Unterfangen. Entsprechend viele Fehler begehen sie.» Und das kann ins Geld gehen.

«Im Interesse des Verkäufers»

Diezi erzählt die Geschichte einer Erbgemeinschaft im Schaffhausischen. Dieser sei von ihrem Erbschaftsverwalter ein Immobilienmakler empfohlen worden, der ein Stadthaus für 1,0 Millionen Franken habe verkaufen wollen. «Im Sinne einer Zweitmeinung haben wir dann die Sache analysiert und der Erbgemeinschaft einen anderen Makler empfohlen.» Am Schluss sei das Haus innerhalb von zwei Monaten für 1,66 Millionen verkauft worden. Klar, nicht immer mache die Auswahl des Maklers einen derart grossen Unterschied, «aber es gibt systematische Probleme im Immobilienmarkt, die wir im Interesse des Verkäufers entschärfen».

Der Markt sei sehr intransparent. So gibt es rund 10 000 Makler unterschiedlicher Güteklassen und Spezialisierungen, «viele aber mit einem guten Auftreten». Das Wichtigste bei einem Makler ist, «dass er ein Kundenbuch mit kaufwilligen Interessenten hat». Als Laie stehe man da wie der Ochs am Berg. Mittels moderner Datenanalyse sucht Bestag für jedes Verkaufsobjekt jene Makler, die in der entsprechenden Region bereits

erfolgreich ähnliche Objekte verkauft haben. Diese drei Makler lernt Diezis Team gemeinsam mit der Verkäuferschaft bei einer Besichtigung vor Ort kennen. Die drei Konkurrenten pitchten ihr Angebot.

Nach getroffener Wahl – «Meistens geben wir dem Makler für einen gewissen Zeitraum die exklusiven Vermarktungsrechte» – setzt Bestag den Vertrag auf. «Das Problem ist, dass viele Maklerverträge nicht leistungsorientiert sind.» Weil häufig ein fixer Prozentsatz als Provision vereinbart werde, unterliegt der Makler einem Fehlanreiz: «Möglichst schnell verkaufen.» Auf 100 000 Franken mehr oder weniger beim Verkaufspreis komme es dem Makler nicht an, dem Verkäufer aber sehr wohl. Diesem Fehlanreiz wirkt Diezis Firma mit einem Bonus/Malus-System entgegen. Selber sichert sie sich 25 Prozent der Maklerprovision.

Mit der Arbeit an einem transparenteren und effizienteren Immobilienmarkt habe Bestag in den letzten drei Jahren jeweils sein Geschäft verdoppelt bis verdreifacht.

Die **Weltwoche** - das ist die andere Sicht!