

ANSICHTEN

WAS ANDERE MEINEN...

DIE WELT

25.05.2000

Immobilien aus 50 Ländern online

Web-Auftritt von Dienstleister EstateNet mit weltweitem Anspruch - Bislang stammen noch etwa zwei Drittel der Angebote aus Deutschland

Von Rainer Zitelmann

Berlin — Die meisten Immobilien-Anbieter im Internet konzentrieren sich auf einen bestimmten Teilmarkt, in dem sie kompetent sind. Da gibt es Anbieter, die sich beispielsweise ausschließlich auf das Segment Büroimmobilien in Berlin beschränken, andere, die ihr Angebot auf den Markt für gehobene Wohnimmobilien in Hamburg fokussiert haben.

Harri Janß, geschäftsführender Gesellschafter von EstateNet, verfolgt eine andere Konzeption: „Das world wide web ist international, und dem müssen wir entsprechen.“ Schon der Name „EstateNet“ solle den weltweiten Anspruch verdeutlichen. „Wir wollen“, so Janß, „Immobilienangebote und Immobilien relevante Informationen aus 50 Ländern der Welt zusammen führen Das macht außer uns niemand.“

Bislang stammen noch zwei Drittel der Angebote (etwa 30 000 von 45 000) aus Deutschland, daneben gibt es etwa 3000 Angebote aus den USA und 7800 aus Spanien — der Rest verteilt sich auf die übrigen Länder. Zurzeit gibt es fast 10 000 Vermietungsangebote für Ferienimmobilien.

Die Immobilienangebote stammen überwiegend von Maklern, aber auch von Bauträgern oder Projektentwicklern. Darüber hinaus kommt ein Teil der Angebote (nach Angaben von Janß etwa 20 Prozent) von Firmen, die die Immobilienangebote aus Tageszeitungen einscannen und dann diese Daten verkaufen.

Der Nutzer kann die Angebote und Informationen in EstateNet kostenfrei abholen. Geld verdienen möchte man mit folgenden Produkten:

Für 1188 DM (plus Mehrwertsteuer) kann man zwölf Monate lang so viele Immobilienangebote bei Estate Net einstellen, wie man möchte. Nach Angaben von Janß haben bisher weltweit etwa 1000 Kunden davon Gebrauch gemacht. Auch in Zukunft soll der hauptsächliche Ertrag mit diesem Produkt generiert werden.

Neu ist eine Software für Makler. EstateNet bietet ein Basisprodukt an, das die Verarbeitung von bis zu 500 Datensätzen erlaubt. Für 2000 DM können Makler eine Software erwerben, mit der unbegrenzte Datensätze verarbeitet werden können.

Neu ist darüber hinaus das Angebot eines „EstateDesigners“: für nur 99 Mark soll es Kunden ermöglicht werden, mit wenigen Klicks ihre eigene Homepage zu gestalten. Wesentlich teurer, nämlich 30 000 bis 50 000 DM, sind Unternehmenspräsentationen im EstateNet. Zurzeit gibt es dort jedoch nur einen einzigen Kunden, nämlich den Bundesverband Freier Wohnungsunternehmen.

EstateNet gehört zu 50,9 Prozent dem Immobilienunternehmen Kuffler-Holding, 34 Prozent hat die Deutsche Telekom erworben, 15,1 Prozent gehören Harri Janß. Für das Jahr 2000 peilt Janß einen Umsatz von drei bis fünf Mio. DM an — und hofft dabei als Ergebnis auf eine „schwarze Null“.

Die Redaktion, die für das Zusammentragen von Immobilien-spezifischen Informationen zuständig ist, besteht aus vier Mitarbeitern — die Informationen sind in englisch, französisch, deutsch und spanisch

abrufbar. Etwa 15 Vertriebsmitarbeiter und ein eigenes Call Center arbeiten an der Akquisition der Kunden.

Wie man die Chancen von EstateNet beurteilt, hängt von der Marketing-Philosophie ab, die man vertritt: Anhänger einer Fokussierung auf die Kernkompetenz — was im Immobilienbereich heißt: Spezialisierung auf bestimmte Märkte und Immobilienangebote — werden eher skeptisch sein. Harri Janß meint jedoch, dass im Zeitalter der Globalisierung solche Ansätze „zu eng“ seien.