

# ANSICHTEN

WAS ANDERE MEINEN...

w&v new media report 1/1998

branchenreport

## Netz voller Chancen

**Immobilien** ■ Das Web gilt als idealer Marktplatz für Immobilienhändler. Trotzdem tummeln sich bisher nur wenige im Netz. Das Mißtrauen gegenüber dem Medium ist noch groß.

„Traumhafte Möglichkeiten und ein enormes Marktpotential“ sieht Harry Janß, Mitbegründer des Online-Immobilien-Services Estate Net, für Makler im World Wide Web. Mit seinen beiden Geschäftspartnern ist er seit November 1995 unter der Domain [www.estate.de](http://www.estate.de) online. „Damals“, so Janß, „waren wir noch die drei Verrückten aus der Garage. Mit 158 Angeboten starteten wir unseren Internet-Service, und Buchführung fand in einer Dokumententüte statt.“

Heute zählt Estate Net zu den Etablierten der Branche. Das Hamburger Unternehmen verwaltet 30 000 Immobilien und zählt pro Monat rund 65 000 Besucher auf seinen deutsch- und englischsprachigen Internetseiten. Die Finanzierung ist über die Einträge professioneller Makler gesichert, private Anbieter werden kostenlos aufgenommen. „Schwarze Zahlen haben wir schon im ersten Jahr geschrieben“, berichtet Janß zufrieden. Das Erfolgsrezept des Online-Maklers: „Think global war von Anfang an unser Motto. Das Internet ist hervorragend geeignet, Immobilien international zu vermarkten. Wir können zum Beispiel neuseeländische Kunden bedienen, die in Frankfurt ein Haus suchen.“

Doch der Unternehmer verläßt sich nicht allein auf Online-Angebote. Zweimal im Jahr veröffentlicht er eine CD-Rom mit 20 000 Objekten. Die Scheibe wird 400 000 mal

gepreßt und liegt kostenlos der Zeitschrift *Schöner Wohnen* bei. „Dort treffe ich genau meine Zielgruppe“, ist Janß überzeugt. Der Grund: *Schöner Wohnen* wird hauptsächlich von Frauen gelesen – „und die entscheiden beim Immobilienkauf“.

Immer wieder trifft der Geschäftsmann auf Kollegen mit einer „regelrechten Angst vor dem Internet“. Auch bei der Vorbereitung seiner CD-Rom sei ihm das aufgefallen. 400 Maklern hatte Janß eine kostenlose Veröffentlichung ihrer Objekte auf der CD-Rom angeboten, nur 20 zeigten Interesse.

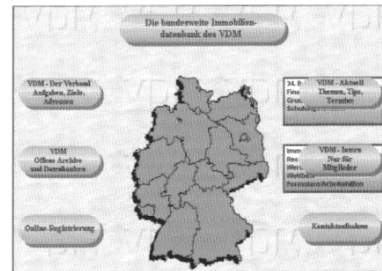
### Viele Makler sind mißtrauisch

Ähnliche Erfahrungen hat Achim Schwarze gemacht, Marketingleiter des Online-Immobilien-Services D-Immo ([www.d-immo.de](http://www.d-immo.de)) aus Berlin: „Viele Makler sind mißtrauisch und zudem schlecht informiert. Sie erkennen nicht die Möglichkeiten, die das World Wide Web bietet.“ Lieber investierten sie in Rolexuhren und Lackschuhe als in einen Onlineauftritt, spottet Schwarze. Die am häufigsten genannten Vorurteile: „Beim Stichwort Internet denken viele nur an Kinderpornografie, und nicht wenige halten den typischen Online-Nutzer für einen mittellosen Studenten. Man könnte sagen, ich bin ständig auf Missionsreise.“

D-Immo arbeitet nicht mit Maklern zusammen, sondern bietet auf

seinen Internetseiten Links zu den Immobilienangeboten deutscher Publikationen. Dazu gehören die *Rheinische Post*, die *Süddeutsche Zeitung* und das *Hamburger Abendblatt*.

Schwarze finanziert den Service aus Anzeigen. Werbe-Banner schalten zum Beispiel Bank 24 und der Online-Vermarkter 1&1 aus Montabaur. Nutzerfreundlich sei dieses Angebot, so der Manager, denn niemand müsse mehr mühsam im Internet nach regionalen Immobilien-Sites suchen. „Die Zeitungen begrüßen die Idee und möchten in unser Verzeichnis aufgenommen werden“, so Schwarze. „Wir ma-



Informiert über 4000 Objekte: Die Immobilien-Datenbank „Iris“ auf der Site des Verbands Deutscher Makler (VDM).

chen regionale Angebote populär und erschließen einen großen Leserkreis.“ Wer heute die D-Immo-Seiten im Netz besucht, hat Zugriff auf 55 000 Angebote aus ganz Deutschland. Marketingleiter Schwarze zählt 100 000 bis 300 000 Page Impressions im Monat, am Wochenende manchmal bis zu 20 000 am Tag.

Nicht bei allen Zeitungen stößt der D-Immo-Service auf Gegenliebe. Pipeline ([www.pipeline.de](http://www.pipeline.de)) heißt das Konkurrenz-Projekt der deutschen Lokalpresse, die als

### WICHTIGE IMMOBILIENSITES IM INTERNET<sup>1</sup>

Anbieter	WWW-Adresse	Anzahl der Objekte	Art der Objekte
Beckmann Immobilien	<a href="http://www.immobiliensites-online.com">www.immobiliensites-online.com</a>	14	Häuser, Wohnungen, Bauplätze
D-Immo	<a href="http://www.d-immo.de">www.d-immo.de</a>	55 000	Ferienhäuser, Wohnungen, Gewerbeimmobilien
Estate Net	<a href="http://www.estate.de">www.estate.de</a>	30 000	private/gewerbliche Objekte international
Habitare	<a href="http://www.habitare.de">www.habitare.de</a>	50	Objekte in Berlin und Hamburg
ITM Multimedia (Immobilien 24)	<a href="http://www.i24.de">www.i24.de</a>	15 000	private/gewerbliche Objekte international
Lagler	<a href="http://www.immopool.de">www.immopool.de</a>	k.A.	private/gewerbliche Objekte international
RCOM	<a href="http://immobilien.im-internet.de">immobilien.im-internet.de</a>	1000	Neubauobjekte, Grundstücke deutschlandweit
Tillnet	<a href="http://www.tillnet.de/immobilien">www.tillnet.de/immobilien</a>	500	Objekte im Raum Köln, Bonn, Aachen
Verband Deutscher Makler (VDM)	<a href="http://www.iris.de">www.iris.de</a>	4000	private/gewerbliche Objekte im In- und Ausland
VID Immobilien	<a href="http://www.vid-immobilien.de">www.vid-immobilien.de</a>	300	Objekte in München und Oberbayern

<sup>1</sup> Auswahl; Quelle: Eigenangaben/w&v new media report.



Wirtschaftsnews und Immobilienangebote: Immobilien 24 (ITM Multimedia).

Plattform ebenfalls Immobilienrubriken ins Netz bringen möchte. Auch die Zeitschrift *Bellevue* ([www.bellevue.de](http://www.bellevue.de)) aus der Hamburger Verlagsgruppe Milchstraße wird demnächst mit eigenen Immobilienofferten online vertreten sein. Chefredakteur Claus-Peter Haller will den Lesern neben einer Datenbank mit in- und ausländischen Objekten vor allem einen großen Serviceteil mit viel Nutzwert anbieten. „Wer beispielsweise Fragen hat zum Immobilienkauf in Spanien, findet hier passende Informationen“, verspricht Haller. Die Haus-, Wohnungs- oder Grundstücksangebote für die Datenbank stammen von den Anzeigenkunden des Blattes. Insgesamt wollen sich laut Haller 2500 Makler an dem Service beteiligen.

## Einfach bedienbar

Das erwartet der Nutzer von einer Immobiliendatenbank im Internet:

- ✓ Mindestens 5000 Objekte in unterschiedlichen Kategorien: Sonst besteht die Gefahr, daß Kunden bei der Suche leer ausgehen.
- ✓ Aktualität: Nutzer wollen keine Immobilienangebote vorfinden, die veraltet sind.
- ✓ Einfach bedienbare Suchmaschine: Wenige Suchkriterien reichen meist aus, zuviele verwirren und führen zu technischen Pannen.
- ✓ Kein Hightech: Einfache Texte und wenige Bilder genügen – im Interesse kurzer Ladezeiten.
- ✓ Internationale Angebote: Wer im Internet Immobilien sucht, erwartet auch Angebote jenseits von Bodensee und Schwarzwald.

Foto: RDM/ITM, Estate Net



Erfahrung im Netz: RCOM mit der Site „Immobilien im Internet“.

Beispiele wie diese zeigen nach Auffassung von D-Immo-Mann Schwarze einen Vermarktungstrend für das Online-Geschäft mit Immobilien: die Konzentration auf wenige populäre Websites. „Der einzelne Makler hat allein keine Chance“, so Schwarze. „Stellt er als Einzelner Angebote ins Netz, kann er sie genauso gut ausdrucken und an einen Baum auf der Straße heften. Der Erfolg ist derselbe, niemand nimmt die Offerten wahr.“

Populäre Adressen – die könnten neben privaten und bereits etablierten Anbietern auch die großen Makler-Berufsverbände anbieten. Doch sowohl der Ring Deutscher Makler, Hamburg ([www.rdm.de](http://www.rdm.de)), als auch der Berliner Verband Deutscher Makler ([www.vdm.de](http://www.vdm.de)) reagierten bislang zurückhaltend. Während einige Unternehmen schon seit Jahren erfolgreich das Internet einsetzen, haben die Verbands-offiziellen online eher spärliche Angebote vorzuweisen.

„Verbände sind einfach träge“, meint Ivan Soldu, Geschäftsführer des Anbieters ITM Multimedia ([www.immobiliens24.de](http://www.immobiliens24.de)). Auch Ralf Wellniak, Geschäftsführer der RCOM GmbH ([immobilien.im-internet.de](http://immobilien.im-internet.de)) übt Kritik: „Die Verbände haben ihre Mitglieder lange hingehalten und kämpfen immer noch mit Startproblemen.“

## „Iris“ ist bereits im Netz

Das soll sich bald ändern. In Kürze will der Ring Deutscher Makler (RDM), bei dem immerhin ein Drittel aller deutschen Immobilienhändler organisiert ist, eine Immobilienbörse ins Internet stellen. Das Projekt wird im Mai 1998 anlässlich des Deutschen Maklertages online gehen. Mehr bietet derzeit der Verband Deutscher Makler (VDM)

seinen Mitgliedern an: die Immobilien-Datenbank „Iris“. Sie enthält zur Zeit rund 4000 Objekte und soll weiter ausgebaut werden (Web-Adresse: [www.iris.de](http://www.iris.de)).

Den Vorwurf, das Potential des Internets lange nicht erkannt zu haben, wollen die Berufsverbände nicht auf sich sitzen lassen. Kai-Uwe Grögor, Referent beim RDM-Bundesverband, betont, daß die Mitglieder seines Verbands gegenüber Neuen Medien aufgeschlossen sind. „Bislang haben wir für unsere Online-Börse rund 1000 Anmeldungen registriert, das entspricht etwa einem Viertel unserer Mitglieder“.



Schon seit November 1995 im Internet: Estate Net.

sagt Uwe Grögor. Der Grund für den relativ späten Start sei nicht Trägheit, sondern eine sorgfältige Vorbereitung.

Stefan Meister, der sich in der VDM-Bundesgeschäftsstelle um den Internet-Support kümmert, ist mit dem New-Media-Engagement seines Verbands ebenfalls zufrieden: „Auf der Homepage zählen wir monatlich 100 000 Besucher, davon surfen 65 Prozent weiter zur Datenbank ‚Iris‘. Von den rund 2500 Mitgliedern nutzen etwa 400 die Datenbank zur Präsentation ihrer Angebote, und pro Tag kommen 20 Mitglieder dazu.“ Kosten fallen dabei für die Verbandsmitglieder nicht an.

Künftig will der VDM kräftig im Immobiliengeschäft im Internet mitmischen und hofft auf rege Beteiligung seiner Mitglieder. Die Haupt-Hindernisse für einen geschlossenen Gang in den Cyberspace sind laut Stefan Meister entfallen: „Bis vor kurzem waren einfach zu wenige Menschen online, die meisten davon Studenten. Jetzt ist die Situation anders: Die Studenten von gestern stehen heute im Berufsleben und interessieren sich für Immobilien.“