ivd www.ivd.net

€ 9,20 11 | 2015

AIZ Das Immobilienmagazin

Auf Erfolgskurs: Spezialisierte Makler

Mitarbeitersuche

Top-Personal durch professionelles Recruiting

Das politische Wort

Beschlagnahme darf nur „das letzte Mittel“ sein

Zukunft der Branche

Digitalisierung verändert den Immobilienmarkt

Professioneller, schneller, ökonomischer: Die Digitalisierung bringt auch Vorteile. Die deutsche Immobilienbranche sollte die Entwicklung nicht verschlafen. Einige Unternehmen bieten digitale Lösungen für analoge Prozesse an, die Arbeitsprozesse erleichtern.

Foto: © Maxiphoto

Auch die deutsche Immobilienbranche sollte die Digitalisierung des Marktes aktiver als bisher fördern – im Einklang mit dem Gesetzgeber.

Die Digitalisierung der Immobilienbranche wird vor allem von Start-ups befördert. Wichtig ist hierbei jedoch, digitale Geschäftsmodelle von der reinen Digitalisierung analoger Prozesse wie beispielsweise der Optimierung von unternehmensinternen Systemen, Reports und Management-Entscheidungen zu trennen.

Einerseits bieten einzelne Unternehmen spezialisierte Dienstleistungen an, um Makler kostengünstig zu ersetzen – mit mäßigem Erfolg.

Komplettlösung für Bewerbungs- und Vermittlungsprozess

Andere Akteure gehen im Vergleich zu bereits etablierten Unternehmen wie Immobilienscout24 oder Immowelt mehrere Schritte weiter und haben eine Komplettlösung für den Bewerbungs- und Vermittlungsprozess von Immobilien in Form einer Online-Plattform erarbeitet, was als neues Schlüsselwerkzeug in der Vermittlung für alle Marktteilnehmer interessant sein kann. Diese neuartigen Online-Plattformen reagieren damit auf den Trend, dass sich die Branche mehr und mehr zu einer informationsintensiven Industrie entwickelt, in der es wichtig ist, schnell und einfach Informationen zu verarbeiten, zu filtern und zu nutzen.

Vorteile der Digitalisierung der Immobilienwirtschaft

Eine neue Studie des EBS Real Estate Management Institute (EBS REMI) zeigt, dass die Digitalisierung einen positiven Effekt auf den Akquisitions- bzw. Vermittlungserfolg von Immobilien hat. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Digitalisierung den allgemeinen Vermittlungs- und Vermarktungsprozess einer Immobilie deutlich beschleunigt und erleichtert.

Vor allem deshalb wächst die Bedeutung von Online-Portalen, sowohl auf der B2B-, als auch auf der B2C-Seite, wobei Immobilienbesitzer dem persönlichen Kontakt, also dem klassischen Maklergeschäft, weiterhin eine große Bedeutung beimessen.

Es wird darüber hinaus erwartet, dass sich die Branche stärker professionalisieren und die Zahl der involvierten Akteure steigen wird, sowie neue Vertriebskanäle die Nachfrage und das Verkaufsverhalten (siehe Themen wie Smart Home oder Smart Metering) verändern werden.

Neue mobile Online-Applikationen und Portale helfen darüber hinaus dabei, Vertriebskanäle zu standardisieren sowie Informationen zu komprimieren, besser zu verwalten und zielgerechter zu nutzen. Dies erhöht die Vergleichbarkeit von Datenprofilen (in Bezug auf Immobilieninteressenten und Angebote), verbessert die Informationsübersicht swie die Datenqualität und spart Zeit und Kosten für Immobilienbesitzer, Makler und Mieter.

Die Qualität der Informationen wird dabei immer wichtiger – nicht nur zur Bestimmung des Wertes einer Immobilie, sondern auch im Bewerbungsprozess um den Kauf oder die Vermietung eines Objekts. Dies erfordert auch, dass Informationen optimal verwaltet und übermittelt werden. Und genau hier setzen die neuartigen Online-Plattformen an. ■

Foto: © My Real ID GmbH

Effizienter Makeln

Selbstauskünfte schon vor dem Besichtigungstermin

Massenbesichtigungstermine sind für Makler wie Interessenten nervenaufreibend. Praktischer ist, wenn Vermittler schon vor dem Termin die Selbstauskünfte haben und nur die Top-Bewerber einladen. Tim Hammermann, Co-Founder und CEO von My Real ID, erklärt im Gespräch mit der AIZ, wie das gehen kann.

Interview von Andreas Besenböck

AIZ: Herr Hammermann, warum sollten Makler und Verwalter Ihre Plattform nutzen? Welchen Mehrwert und welche Alleinstellungsmerkmale bieten Sie?

Tim Hammermann: Wir beschreiben uns als ein prozessoptimierendes Unternehmen der digitalen Immobilienwirtschaft, das eine Vielzahl von alltäglichen Herausforderungen der Immobilienvermittlung löst. Von einem einzigen Mehrwert kann daher nicht die Rede sein. Da sich Interessenten mit einer bereits ausgefüllten Selbstauskunft über My Real ID auf die jeweilige Immobilie bewerben, verfügen Anbieter über alle Informationen zu den Bewerbern schon vor der Besichtigung. Eine solche digitale und standardisierte Selbstauskunft existiert bis dato nirgendwo anders.

Dank der erhaltenen Selbstauskünfte und mittels individuell frei wählbarer Filterkriterien, kann der Anbieter in wenigen Sekunden die Top-Interessenten schon vor dem Besichtigungstermin auswählen. Das macht Massenbesichtigungen überflüssig, denn es kommen nur diejenigen Bewerber zur Besichtigung, die reelle Erfolgschancen auf die Immobilie haben.

My Real ID ermöglicht Vermittlern zudem, im Marktvergleich Objekte kostengünstig einzustellen: Anbieter zahlen für

Objekte tageweise, sofern diese aktiviert sind. Diese können jederzeit deaktiviert werden. Anbieter zahlen somit nur für Leistungen, die sie auf Tagesbasis tatsächlich benötigen.

Bis Ende des Jahres werden wir auch ein Termintool zur Vereinbarung von Besichtigungen anbieten können. Besichtigungstermine werden damit flexibel, schnell und einfach digital koordiniert. Weiterhin werden z.B. Identitätsverifizierungen für Privatpersonen sowie Anbieter, ein intelligentes Postfach und viele weitere innovative Funktionalitäten zur Verfügung stehen, die das technische Gesamtkonzept abrunden.

An wen richtet sich Ihr Angebot?

Unser Angebot richtet sich an alle, die an dem Vermittlungsprozess von Immobilien beteiligt sind. Wir decken somit sowohl die Interessenten- als auch die Anbieterseite ab, sprich die der Immobilienbesitzer, Verwalter und Makler. Gerade das ist auch ein Alleinstellungsmerkmal unseres Unternehmens.

Aktuell sprießen Start-ups im Immobilienbereich nur so aus dem Boden, was unterscheidet Sie vom Rest?

Das ist ein Aspekt, den wir uns sehr intensiv angesehen haben, als wir unser Unternehmen ins Leben gerufen haben.

Viele Start-ups fokussieren sich darauf, den Makler zu ersetzen oder die Mietpreisfindung zu optimieren, indem beispielsweise das Bieterprinzip angewendet wird. Meist haben diese Unternehmen nur wenig Budget und kennen den Markt, in dem sie sich bewegen, nicht gut genug. Das Resultat sind meist nicht fertige und fehleranfällige Plattformen, die datenschutzrechtlich, zumindest nach unserer Prüfung, sehr fragwürdig sind.

Aufgrund der komplexen Abläufe, der anspruchsvollen Zielgruppen und der sehr sensiblen Daten, vor allem auf Interessentenseite, gehen wir einen Weg, der sicherlich mit höherem Zeitaufwand und monetären Mitteln verbunden ist. Doch wir schaffen eine Plattform, die verkrustete Prozesse effizienter gestaltet, ungenutzte Potenziale für alle zugänglich macht und dabei datenschutzrechtliche Aspekte zu 100 Prozent beachtet. Es gilt hier nicht schnellstmöglich etwas auf den Markt zu bringen, sondern den Nutzern ein ausgereiftes und durchdachtes Produkt zu präsentieren, das tatsächlich funktioniert, Mehrwerte bietet und neue Standards setzt.

Zudem verfügen wir über ein Team, das direkt aus dem Markt kommt und mehrjährige Gründungserfahrung in verschiedenen Bereichen mitbringt. Das Konzept des Portals stammt darüber hinaus von einem unserer Gesellschafter, der selbst mehr als 600 Wohnungen besitzt und verwaltet.

„Datenschutz hat Priorität“

Wie viele Interessenten suchen derzeit auf My Real ID?

Wir haben schon mehr als 23.000 hinterlegte Selbstauskünfte. Die durchschnittliche Vollständigkeitsrate liegt bei mehr als 75 Prozent. Angesichts der eingehenden Bewerbungen pro Objekt, können wir sagen, dass sich unser Produkt auch von der Interessentenseite großer Beliebtheit erfreut.

Datenschutz ist ein heikles Thema. Wie gehen Sie damit um?

Datenschutzrelevante Fragen hatten bei uns von Anfang an höchste Priorität. Deshalb kooperieren wir eng mit zwei renommierten deutschen Anwaltskanzleien, die sich auf rechtliche Datenschutzfragen spezialisiert haben.

Alle von uns gewonnenen Daten werden auf zwei physisch voneinander getrennten Rechenzentren in Deutschland abgelegt. Eine Weitergabe dieser Daten an Dritte ist von unserer Seite ausgeschlossen. Zudem können beide Nutzergruppen jederzeit die vollständige Löschung ihrer Daten beantragen. Wir legen großen Wert auf höchste Sicherheitsstandards, was sich auch in der Kooperation mit GeoTrust widerspiegelt.

Eine vollständige Kompatibilität mit allen Datenschutzrichtlinien, die vom Gesetzgeber vorgegeben werden, liegt ohne Ausnahmen vor. Dies ist vor dem Hintergrund essenziell, da sich scheinbar einige andere Branchenunternehmen mit ihren Geschäftsmodellen in rechtlichen Grauzonen bewegen.

Sie richten sich bei den Wohnungssuchenden an eine eher junge, internetaffine Zielgruppe, die Datenschutz und Datensammlungen durchaus kritisch betrachtet. Sind diese Interessenten überhaupt bereit, Informationen über sich preiszugeben? Wie können Sie diese Menschen davon überzeugen, Ihnen ihre Daten anzuvertrauen?

Interessenten sind mit den Prozessen der Immobilienwelt schon eng in der analogen Welt vertraut. Daher besteht gegenüber digitalen Lösungen grundsätzlich eine größere Offenheit.

Wie bereits gesagt, haben wir mit 23.000 Selbstauskünften und einem durchschnittlichen Vollständigkeitswert von über 75 Prozent bereits den Beweis, dass Interessenten unsere Plattform als sicher und seriös anerkennen. Das ist auch darauf zurückzuführen, dass My Real ID für sie viele Vorteile bringt, wie das einmalige Anlegen der Selbstauskunft bei gleichzeitiger Wiederverwendung oder das Vermeiden von Massenbesichtigungen. Auch sind wir vollkommen kostenlos und garantieren, dass niemand ohne ihr Einverständnis Einsicht in ihre Daten erhält.

Wie sehen Sie die Zukunft der Digitalisierung in der Immobilienbranche?

Im Vergleich mit anderen Industriezweigen müssen wir feststellen, dass die Immobilienbranche in Bezug auf die Digitalisierung immer noch zurückliegt. Diese Ineffizienzen ermöglichen es neuen Marktteilnehmern, neue und innovative Konzepte auf den Markt zu bringen. Hier können Start-ups wie Katalysatoren wirken, weil sich die Branche früher oder später vollständig der Digitalisierung öffnen wird. ■