

Online f¼hrend bei Immobilienvermittlung

ID: LCG13056 | 19.03.2013 | Kunde: FindMyHome.at | Ressort:
Wirtschaft Österreich | Medieninformation

Online läuft Print in der Immobilienvermarktung den Rang ab.

Wien (LCG) – Wie eine aktuelle Umfrage des Branchendienstes ImmoFlash und des Immobilienportals FindMyHome.at unter 350 Maklern ergibt, sind Online-Plattformen zum wichtigsten Instrument in der Immobilienvermarktung geworden. Klassische und großteils teure Werbeformen wie Zeitungsinserate, Postwurfsendungen oder Kleinanzeigen haben deutlich an Bedeutung verloren und rangieren aufgrund des nachteiligen Preis-Leistungs-Verhältnisses und der geringen Abschlussquoten von unter 20 Prozent an den hinteren Rängen. Vor dem Internet führen nur noch persönliche Weiterempfehlungen zu einer höheren Abschlussquote. Anzeigen in Onlinemedien führen zu einer Abschlussquote von 46 Prozent. Ebenfalls erfolgreich sind Werbeträger wie Bautafeln, die direkt im geografischen Umfeld der Immobilie angebracht werden können. „Online gewinnt vor allem durch die zunehmende Smartphone- und Tabletnutzung an Bedeutung. Interessante Objekte werden von Immobiliensuchenden direkt angewählt und über Social Media verbreitet“, erklären die Immobilienexperten **Bernd Gabel-Hlawa** und **Benedikt Gabriel** vom Portal FindMyHome.at den Trendwandel.

Zwtl.: Fakten statt Image

Bemerkenswert ist, dass faktenorientierte Kommunikation und die Präsentation von Immobilien auf der eigenen Website des Maklers deutlich höhere Abschlussquoten erzielen als auffällige Bannerschaltungen auf immobiliennahen Websites. Entsprechend positiv bewerten die befragten Makler auch die sechs führenden Immobilienportale Österreichs: derstandard.at, FindMyHome.at,

immobilien.net, immowelt.at, willhaben.at und wohhnet.at (in alphabetischer Reihenfolge). Diese wurden in der Umfrage nahezu allesamt mit einem soliden „Gut“ bewertet und erfüllen somit den gewünschten Nutzen für Immobilienanbieter und -suchende.

Bewertungs- und Qualitätsprogramme werden von rund 75 Prozent der Makler positiv bewertet. Sie tragen zum positiven Ruf bei und erhöhen die Häufigkeit von Weiterempfehlungen. Hohes Potenzial sehen die Makler künftig auch in so genannten Location Based Services, die Immobiliensuchende auf frei stehende Objekte in ihrem geografischen Umfeld entsprechend der Suchvorgaben automatisch aufmerksam machen.

Zwtl.: Immobilienakquise bleibt vorerst klassisch

Während die Makler in der Vermarktung der Immobilien schon eindeutig auf Digitalisierung setzen, sind sie in ihrer unternehmerischen Rolle noch auf klassische Verbreitungsmethoden angewiesen. Um neue Immobilien für die Vermittlung zu generieren, setzen knapp 50 Prozent der Befragten noch auf Weiterempfehlungen und persönliche Kontakte. Die eigene Website spielt für immerhin 42 Prozent noch eine wesentliche Rolle in der Akquisition. Auch hier zeigen sich Printanzeigen, aber auch digitale Marketingtools wie Facebook oder eMail-Marketing als weit abgeschlagen. In diesem Zusammenhang wünscht sich eine 60-prozentige Mehrheit aller Befragten ebenfalls geobasierte digitale Angebote, um potenzielle Auftraggeber gezielter ansprechen zu können.

~
FindMyHome.at

Website: <http://www.findmyhome.at> Facebook: <https://www.facebook.com/FindMyHome.at> ~

Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter <http://www.leisure.at>. (Schluss)

