

Unternehmensporträt HAUSGOLD

Hausverkauf mit Algorithmus: Wie HAUSGOLD dank smarterer Digitaltechnologie die Immobilienbranche nachhaltig verändert

53 Milliarden Euro Maklerprovisionen jährlich aus Immobilienverkäufen in Europa sprechen eine deutliche Sprache – der Markt liegt klar in Maklerhand. Allerdings wachsen auch hier die Herausforderungen: Der Wettbewerb unter den Maklern ist gewaltig. Allein in Deutschland buhlen aktuell rund 70.000 Makler um immer rarer werdende Verkaufsobjekte. Die eigenen Möglichkeiten zur Objektakquise sind dabei begrenzt, erfordern eine klare Positionierung im Markt sowie eine hohe Online- und Prozesskompetenz.

Der Gegenseite geht es ganz ähnlich, denn die Maklerlandschaft – geprägt durch People-Business und persönliche Empfehlungen aus dem Bauch heraus – bietet mangels Transparenz und Leistungsindikatoren wenig Orientierung für die oft unerfahrenen Verkäufer. Kurz: Der Verkäufer vertraut nicht selten einem ihm unbekanntem Unternehmen eines der finanziell wichtigsten Geschäfte seines Lebens an. Mit einem smarten digitalen Algorithmus, Tausenden von Maklern im System und Servicedienstleistungen während des gesamten Verkaufsprozesses sagt das Proptech-Unternehmen HAUSGOLD seit 2014 den wohl wichtigsten Herausforderungen in diesem Prozess den Kampf an und revolutioniert nachhaltig die gesamte Branche.

Mit seinem innovativen Geschäftsmodell trifft HAUSGOLD damit offensichtlich ins Schwarze: Das Unternehmen wächst jährlich um 100 Prozent, seit der

Unternehmensgründung hat HAUSGOLD Immobilien im Wert von über 31 Milliarden Euro auf seiner Plattform.

Die Idee zum Geschäftsmodell kam HAUSGOLD-Gründer und Geschäftsführer Sebastian Wagner bereits Ende 2013. „Die Digitalisierung im Immobilienverkauf beschränkte sich bis dato auf klassische Exposés auf Makler-Websites oder das Auspielen der Angebote auf großen und überwiegend anonymen Plattformen. Das löste jedoch nicht die weitestgehend aus der Intransparenz für den Verkäufer resultierenden eigentlichen Herausforderungen im Markt. Die Chancen der neuen Technik, etwa durch immer intelligenter werdende Algorithmen, blieben ungenutzt“, beschreibt der studierte Wirtschaftswissenschaftler die Initialzündung seines Geschäftsmodells. „Dabei waren die Fehler im System offensichtlich: Der Maklermarkt war wenig transparent, die Beauftragung eines Maklers zufalls- oder bestenfalls bauchgesteuert. Für den Makler war es in so einer Situation schwierig, sich durch Leistung und Kompetenz beim potenziellen Käufer zu profilieren. Echte Qualitätsindikatoren fanden keine digitale Bühne.“ Da es keine geeignete Plattform gab, auf der man aufsetzen konnte, entwickelte Wagner eine ebensolche: die Geburtsstunde von HAUSGOLD.

Einfach, skalierbar, hochfunktionell

Das Team aus Softwareentwicklern fokussierte sich dabei auf drei Kernaufgaben: einfache und intuitive Bedienung durch den Nutzer, maximale Transparenz für den Immobilienverkäufer und die verlässliche Begleitung von Verkäufer und Makler über den gesamten Verkaufsprozess hinweg mit einer Vielzahl von skalierbaren Serviceelementen. Für den Makler ist HAUSGOLD dabei keine Konkurrenz, sondern ein Partner auf Augenhöhe. Neben der Bereitstellung von

qualifizierten Kundenkontakten und einem kostenfreien Lead-Management-Tool für Smartphone und PC, über das der Makler auch die Kundenkommunikation abwickeln kann, hält HAUSGOLD den Maklern den Rücken frei und unterstützt sie bei der Akquise, Ansprache, Vermarktung und Verwaltung.

Für den Verkäufer findet der eigene selbstlernende HAUSGOLD-Algorithmus in jeder Region und für jede Immobilie den passenden Makler aus einer Datenbank mit mehreren Tausend Partnern. Dabei entscheiden verschiedene Parameter wie bisheriger Verkaufserfolg, Erfahrung mit ähnlichen Objekten, aber auch Kundenzufriedenheit, wer dem Verkäufer tatsächlich vorgeschlagen wird.

Über diverse Tools hat der Verkäufer zusätzlich wichtige Statusinformationen, wie etwa die Zahl der bisherigen Besichtigungen bzw. Anfragen beim Makler, stets im Blick.

Die Plattform wird so zum digitalen Rundum-sorglos-Paket für alle Seiten. Über verschiedene Touchpoints verbindet HAUSGOLD Makler und Verkäufer miteinander und fungiert gleichzeitig als Enabler, Vermittler, Moderator und Serviceplattform. Das Konzept ist dabei einfach, skalierbar und hochfunktionell.

„Wir setzen auf unabhängige, regional verankerte Immobilienexperten, die ihr Gebiet, die zu erzielenden Preise, die Kundschaft und die Immobilientypen dort am besten kennen. Wir sehen uns hier als klarer Partner der regionalen Makler. Digitalisierung kann eine professionelle und persönliche Beratung vor Ort nicht ersetzen. Allerdings erleichtert unsere Technologie- und Datenkompetenz die Arbeit der regionalen Immobilienexperten erheblich. Wir liefern hochwertige Neukundenkontakte und Kommunikationstools, während die Makler sich so auf ihre Beratungskompetenz konzentrieren können“, ergänzt Wagner.

Über 100.000 Neukundenanfragen jährlich

Dabei geht das HAUSGOLD-Team sehr selektiv vor. „Expansion ist wichtig, dabei muss aber immer die Qualität sichergestellt sein – vor allen Dingen aufseiten unserer Partner, der Makler“, so Wagner weiter. In die HAUSGOLD-Datenbank werden Makler erst nach einer Prüfung und persönlichen Gesprächen aufgenommen. Dazu gehören auch regelmäßige Kontakte vor Ort durch den eigenen HAUSGOLD-Außendienst. Haben Makler und Verkäufer zueinandergefunden, führt HAUSGOLD als Kommunikationsschnittstelle für beide Parteien den Prozess weiter bis zum erfolgreichen Verkauf. Für den verkaufenden Eigentümer der Immobilie ist der HAUSGOLD-Service kostenlos, der Makler führt im Verkaufsfall einen Anteil seiner Provision an HAUSGOLD ab. Auf der Maklerseite ist HAUSGOLD also Prozess-, CRM- und Eigenmarketingwerkzeug, der Verkäufer erhält die größtmögliche Sicherheit bei der Vermarktung seiner Immobilie durch umfassende Transparenz – bei der Maklerauswahl ebenso wie während der einzelnen Verkaufsschritte. Bei Unzufriedenheit auf Verkäuferseite kann der Makler darüber hinaus gewechselt werden. Die Zusammenarbeit mit Tausenden von qualifizierten Maklern schafft hier eine enorme Flexibilität.

Und das kommt offensichtlich an: Aktuell werden über die mit HAUSGOLD kooperierenden Makler mehr als 10.000 Immobilien vermarktet – deutschlandweit flächendeckend. Jährlich generiert das Proptech-Unternehmen über 100.000 Neukundenanfragen. Um weiter in diesem Umfang wachsen zu können, arbeiten mittlerweile rund 60 Mitarbeiter am Unternehmensstandort Deutschland, vor allen Dingen an der Weiterentwicklung der Plattform und an den digitalen Services.

Geschäftsmodell mit reichlich Potenzial

Die Erfolgsaussichten sind ausgesprochen positiv, es gibt noch reichlich Potenzial: In Deutschland wurden 2018 über acht Milliarden Euro an Verkaufsprovisionen auf Wohnimmobilien gezahlt – ein wertvoller Markt, um den aktuell rund 70.000 Makler buhlen.

Der überwiegende Teil der Makler sind dabei kleine oder mittlere Unternehmen ohne fundierte Digital- oder Prozesskompetenz – den großen Franchiseunternehmen hat sich nur ein sehr kleiner Teil aller Makler angeschlossen. HAUSGOLD bietet in einem stark fragmentierten Markt eine einfache und übergreifende technische Lösung.

Europaweit wartet gar ein 53 Milliarden Euro schwerer Markt, gerechnet auf die Maklerprovisionen. Mit diesem Background konnte HAUSGOLD bereits namhafte Investoren überzeugen: Neben dem Gründer der Scout24-Gruppe Joachim Schoss, der Deutschen Bank, Hanse Ventures und Global Founders Capital, dem Investment-Vehikel von Rocket Internet, haben sich mehrere Family Offices an HAUSGOLD beteiligt.

Über HAUSGOLD

HAUSGOLD ist eine hoch skalierbare digitale Asset-Light-Plattform, die mit starker Technologiekompetenz Immobilienverkäufe für Makler und die verkaufenden Immobilieneigentümer wesentlich vereinfacht. Dabei bietet HAUSGOLD den Verkäufern maximale Transparenz in einem stark fragmentierten Umfeld und ermittelt die jeweils für das Verkaufsobjekt geeigneten Immobilienmakler. Darüber hinaus erleichtert HAUSGOLD mit seinen digitalen Maklermanagementtools die Immobiliengeschäfte für Makler und führt



diesen wertvolle Kunden zu. Dank eines selbst entwickelten Algorithmus sowie der gesammelten Daten über den Immobilienmarkt und die Performance von Maklern ist HAUSGOLD eine der größten und stärksten digitalen Immobilienplattformen in Deutschland und erreicht hier eine Marktabdeckung von 100 Prozent. HAUSGOLD sitzt in Hamburg, ist ein Service der talocasa GmbH und hat rund 60 Mitarbeiter. Das Unternehmen wird von Sebastian Wagner geleitet, der es 2014 auch gegründet hat.