

Pressemitteilung

MAKLERKOMPETENZ STATT PREISRATEREI: HAUSGOLD CEO SEBASTIAN WAGNER KRITISIERT WILLKÜRLICHE IMMOBILIENWERTE IM INTERNET

Hamburg, 28. November 2019: Eine kurze Adresseingabe, zwei Klicks – und schon erfahren Immobilienbesitzer den Wert ihrer Wohnung oder ihres Hauses oder potenzielle Käufer, was sie für ein Objekt in ihrer Wunschlage investieren müssen. Das Versprechen verschiedener PropTech-Startups klingt verlockend – auch, weil es für den Nutzer einfach in der Anwendung ist und in wenigen Sekunden vermeintlich erste Ergebnisse liefert.

Dass diese häufig mit der Realität nur wenig zu tun haben, führt zu immer mehr Frustration bei den Nutzern. So werden über die Portale vermehrt Immobilien bewertet, die gar nicht zum Verkauf stehen, der Immobilienzustand und die Ausstattung bleiben ebenso unberücksichtigt wie ein ausreichender Datenschutz durch das öffentlich einsehbare Preisschild.

Die Ziele sind ebenso ehrgeizig wie publicityträchtig: Bis Ende 2020 wolle man alle 40 Millionen Wohnimmobilien in Deutschland erfasst haben – so das Versprechen eines der neuen PropTech-Startups. Wirft man einen Blick auf die bereits acht Millionen aufgeführten Objekte in sechs Großstädten folgt schnell Ernüchterung: „Viele Immobilienbewertungen haben mit der Realität nur sehr wenig zu tun und liegen meilenweit neben einer realistischen Einschätzung“, sagt Sebastian Wagner, der mit seinem Unternehmen HAUSGOLD bereits seit 2014 den Immobilienmarkt transparenter macht. „Damit werden auf beiden Seiten möglicherweise falsche Hoffnungen geschürt – der Verkäufer wird durch eine überzogene Wertangabe in einen Verkaufsprozess gedrängt, der Interessent in diesem Fall entweder verschreckt oder – sollte der geschätzte Preis unter dem tatsächlichen Marktwert liegen – spätestens beim Gespräch mit dem Makler damit konfrontiert, dass er sich eine Immobilie in seiner Wunschlage möglicherweise doch nicht leisten kann.“

Auf der Verliererseite stehen dabei allerdings auch die Makler. Denn diese müssen im Beratungsgespräch oftmals die durch die fehlerhaften Angaben generierten Erwartungshaltungen korrigieren. „Das führt nicht nur zu Frustrationen auf Kundenseite, sondern auch zu einer Mehrarbeit für die Makler, denen nach einer intensiven Beratung inklusive eigener Objektbewertung potenzielle Käufer oder Verkäufer wieder abspringen. Das gilt besonders für diejenigen, die aufgrund der Informationen aus dem Onlineportal völlig überzogene Vorstellungen haben“, so Wagner, dessen eigenes Unternehmen hier die Vorteile eines digitalen Algorithmus mit der Maklerkompetenz kombiniert.

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, der dann eine erste fundierte Immobilienbewertung durchführt. 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.

Transparenz, Datenschutz und Seriosität müssen Hand in Hand gehen

„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.

So können gleichzeitig auch sensible Daten geschützt werden. Denn neben einem echten Kauf- oder Verkaufsinteresse stände nicht selten auch Neugier bei einer Immobilienbewertung im Fokus. „Wie exklusiv wohnt eigentlich der neue Bewerber? Oder die Kollegin? Der neue Freund der Tochter? Das sind persönliche Informationen, über die nicht öffentlich spekuliert werden sollte“, findet Wagner abschließend. „Transparenz, Datenschutz und Seriosität müssen Hand in Hand gehen. Nur so haben digitale Geschäftsmodelle im Immobilienbereich überhaupt eine Überlebenschance“.

Bei den HAUSGOLD-Kunden kommt dieses Konzept offensichtlich an: Aktuell werden über die mit HAUSGOLD kooperierenden Makler mehr als 6.000 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 sehr vielversprechend, es gibt noch reichlich Potenzial: In Deutschland wurden im letzten Jahr über 8 Milliarden Euro an Verkaufsprovisionen auf Wohnimmobilien gezahlt – ein wertvoller Markt, um den aktuell rund 70.000 Makler buhlen.

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.

Pressekontakt:

HAUSGOLD | talocasa GmbH

Freya Matthiessen

Stresemannstraße 29, 7. OG

D-22769 Hamburg

Telefon: +49 40 2261614 – 25

E-Mail: freya.matthiessen@hausgold.de