

Q&As HAUSGOLD

Zum Produkt

Was ist HAUSGOLD?

HAUSGOLD ist eine hoch skalierbare digitale Asset-Light-Plattform, die mit starker Technologiekompetenz Immobilienverkäufe für Makler und Immobilieneigentümer wesentlich vereinfacht.

Welche Dienstleistungen bietet HAUSGOLD an?

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. 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 managen kann, hält HAUSGOLD den Maklern den Rücken frei und unterstützt sie bei der Akquise, Ansprache, Vermarktung und Verwaltung.

Was sind die Stärken von HAUSGOLD?

HAUSGOLD bietet im stark fragmentierten Immobilienmarkt eine einfache und übergreifende technische Lösung und ist dabei als Asset-Light-Plattform nicht an eigene bzw. assoziierte Makler gebunden. Das Konzept ist einfach, schnell,



skalierbar und hochfunktionell. Über verschiedene Touchpoints verbindet HAUSGOLD Makler und Verkäufer miteinander und fungiert gleichzeitig als Enabler, Vermittler, Moderator und Serviceplattform. Das Unternehmen hat keine eigenen Makler und tritt mit den vermittelten Immobilienexperten auch nicht in einen Wettbewerb. So kann HAUSGOLD den Verkäufern stets den passenden Makler für ihr Objekt vermitteln. Gleichzeitig versorgt das Unternehmen Makler mit hoch qualifizierten Kundenkontakten und unterstützt sie bei der Akquise, Ansprache, Vermarktung und Verwaltung.

Was unterscheidet HAUSGOLD von McMakler oder anderen Immobilienunternehmen mit hoher Digitalkompetenz?

Alles. Denn HAUSGOLD ist kein Makler und gehört auch keinem Maklernetzwerk an, sondern ist vielmehr eine hoch skalierbare digitale Asset-Light-Plattform, die mit starker Technologiekompetenz Immobilienverkäufe für beide Seiten transparent macht und erheblich vereinfacht – für den Makler ebenso wie für den Immobilienverkäufer. Dank des selbstlernenden HAUSGOLD-Algorithmus und der gesammelten Daten über den Immobilienmarkt und die Maklerperformance verfügt das Unternehmen über eine starke Technologie- und Datenkompetenz. Dazu begleitet HAUSGOLD alle Beteiligten während des gesamten Prozesses persönlich.

Wie profitieren Immobilienverkäufer von HAUSGOLD?

HAUSGOLD macht den Immobilienverkauf – das finanziell oft wichtigste Geschäft im Leben des Verkäufers – transparent. Für den Verkäufer findet der eigene selbstlernende HAUSGOLD-Algorithmus aus einer Datenbank mit mehreren Tausend Partnern in jeder Region und für jede Immobilie den passenden Makler.

Dabei entscheiden verschiedene Parameter wie bisheriger Verkaufserfolg, Erfahrung mit ähnlichen Objekten, aber auch Kundenzufriedenheit, wer dem Verkäufer tatsächlich vorgeschlagen wird. Über diverse Tools erhält der Verkäufer zusätzlich wichtige Statusinformationen, wie etwa die Zahl der bisherigen Besichtigungen bzw. Anfragen beim Makler.

Was zahlt der Immobilienverkäufer für den Service von HAUSGOLD?

Für den Immobilienverkäufer ist die Leistung kostenlos.

Wie profitieren Makler von HAUSGOLD?

Allein in Deutschland buhlen aktuell rund 70.000 Makler um immer rarer werdende Verkaufsobjekte. Der Maklermarkt ist wenig transparent, die Beauftragung eines Maklers oftmals zufalls- oder bestenfalls bauchgesteuert. Für den Makler ist es in so einer Situation schwierig, sich durch Leistung und Kompetenz beim potenziellen Käufer zu profilieren. Die eigenen Möglichkeiten zur Objektakquise sind dabei begrenzt, erfordern eine klare Positionierung im Markt sowie eine hohe Online- und Prozesskompetenz. Dafür fehlt im Tagesgeschäft nicht selten die Zeit oder das entsprechende Know-how. Echte Qualitätsindikatoren finden so gut wie keine digitale Bühne. HAUSGOLD ändert diese Situation. Neben der Bereitstellung von qualifizierten Kundenkontakten und einem kostenfreien Lead-Management-Tool für Smartphone und PC, über das der Makler auch die Kundenkommunikation managen kann, hält HAUSGOLD den Maklern den Rücken frei und unterstützt sie bei der Akquise, Ansprache, Vermarktung und Verwaltung.

Was zahlt der Makler für den Service von HAUSGOLD?

HAUSGOLD verdient, wenn ein Objekt erfolgreich verkauft wird, über einen Anteil an der Maklerprovision. Es liegt also im Primärinteresse von HAUSGOLD, dass die Zusammenarbeit zwischen Verkäufer und Makler auch wirklich erfolgreich ist. Zusätzlich erhebt HAUSGOLD eine geringe Bearbeitungsgebühr, durchschnittlich im mittleren zweistelligen Eurobereich, bei einer Vermittlung des Verkäufers an den Makler.

Wie hoch ist denn im Schnitt die Investition in einen qualifizierten Lead?

HAUSGOLD erhebt eine geringe Bearbeitungsgebühr, durchschnittlich im mittleren zweistelligen Eurobereich, bei einer Vermittlung des Verkäufers an den Makler.

Zum Unternehmen

Womit verdient HAUSGOLD denn Geld?

HAUSGOLD verdient, wenn ein Objekt erfolgreich verkauft wird, über einen Anteil an der Maklerprovision. Es liegt also im Primärinteresse von HAUSGOLD, dass die Zusammenarbeit zwischen Verkäufer und Makler auch wirklich erfolgreich ist. Zusätzlich erhebt HAUSGOLD eine geringe Bearbeitungsgebühr, durchschnittlich im mittleren zweistelligen Eurobereich, bei einer Vermittlung des Verkäufers an den Makler.

HAUSGOLD generiert Leads weitestgehend über das Tool einer kostenlosen Immobilienbewertung. Das machen mittlerweile viele Unternehmen. Was unternimmt HAUSGOLD, um hier nicht austauschbar zu sein?

Zum einen erfolgt die Immobilienbewertung bei HAUSGOLD besonders qualifiziert – nämlich durch einen Makler vor Ort, der die Region gut kennt und

eine hohe Expertise mit ähnlichen Objekten hat. In dieser Qualität können das nur wenige Mitbewerber. Zum anderen hat HAUSGOLD keine beim eigenen Unternehmen angestellten Makler bzw. ist auch nicht vertraglich an bestimmte Makler gebunden. Der Immobilienverkäufer wird so immer dem Makler vermittelt, der wirklich am besten geeignet ist. HAUSGOLD gibt hier eine Wunschmaklergarantie – der Verkäufer kann nicht nur aus mehreren Maklern wählen, sondern bei Unzufriedenheit einfach den Makler wechseln.

Ist HAUSGOLD profitabel?

Das Geschäftsmodell von HAUSGOLD funktioniert ausgesprochen gut. Das Unternehmen wird voraussichtlich 2020 den Break-even erreichen. HAUSGOLD konnte seinen Umsatz regelmäßig jährlich um rund 100 Prozent steigern und erhält rund 100.000 Neukundenanfragen pro Jahr. Das macht natürlich auch die Investoren sehr zufrieden. Und: Das Potenzial ist noch lange nicht ausgeschöpft. In Deutschland wurden 2018 über acht Milliarden Euro an Verkaufsprovisionen auf Wohnimmobilien gezahlt. Europaweit wartet ein 53 Milliarden Euro schwerer Markt – gerechnet auf die Maklerprovisionen.

Wie möchten Sie mit HAUSGOLD expandieren?

In Deutschland arbeitet HAUSGOLD bereits flächendeckend, aber auch hier gibt es noch ein großes 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. Zusätzlich wird mittelfristig auch der europäische Markt ins Visier genommen.

Wer sind die Investoren bei HAUSGOLD?

Mit dem Unternehmens-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. 2020 plant das Unternehmen eine weitere Finanzierungsrunde, um für den Ausbau der Geschäfte frisches Kapital aufzunehmen.

Wie hoch war denn die letzte Finanzierungsrunde?

Darüber wurde mit den Investoren Stillschweigen vereinbart. Es war auf jeden Fall eine angemessene Summe, mit der HAUSGOLD das Geschäft nicht nur langfristig weiterbetreiben, sondern auch in die Entwicklung und das Personal investieren konnte.

Wie viele Anteile hält HAUSGOLD-Gründer Sebastian Wagner noch am Unternehmen?

Die operativ tätigen Personen halten noch rund ein Drittel der Company. Über die genauen Beteiligungsverhältnisse wurde mit den Investoren Stillschweigen vereinbart.

Wie lange gibt es HAUSGOLD? Wie kam die Idee zum Geschäftsmodell?

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 Ausspielen der Angebote auf großen und überwiegend anonymen Plattformen. Das löste jedoch nicht die weitestgehend aus der Intransparenz für den

Verkäufer resultierenden Herausforderungen im Markt. Die Chancen der neuen Technik, etwa durch immer intelligenter werdende Algorithmen, blieben ungenutzt. 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.

Wie überprüft HAUSGOLD die Makler?

Einige der wichtigsten Kernaufgaben von HAUSGOLD sind, Immobilienverkäufern Transparenz, Sicherheit und Orientierung am Immobilienmarkt zu liefern. Denn für sie ist der Immobilienverkauf nicht selten das wichtigste Geschäft ihres Lebens. Makler können nur Teil des HAUSGOLD-Netzwerkes werden, wenn sie das Qualitätssicherungsverfahren erfolgreich durchlaufen haben. Im ersten Schritt wird evaluiert, wie viele Immobilien durch den jeweiligen Makler regelmäßig vermittelt werden und um welche Objekte es sich dabei handelt: Ist der Makler etwa auf Wohnungen spezialisiert oder auf große Häuser? Referenzen werden erfragt und Nachhaltigkeit im Markt, also auch das Alter des Unternehmens. Hier gibt es große Unterschiede. Es folgt eine Testphase und danach die Zusammenarbeit. Account-Manager und der Außendienst sind kontinuierlich mit dem Makler im Kontakt. Sollten Kundenfeedbacks oder Performance nicht den hohen Qualitätsansprüchen von HAUSGOLD entsprechen, wird die Zusammenarbeit gekündigt.

Wie viele Mitarbeiter beschäftigt HAUSGOLD?

HAUSGOLD beschäftigt derzeit an seinem Firmensitz in Hamburg rund 60 Mitarbeiter in Bereichen wie Softwareentwicklung, Service, Marketing und Account-Management.

Woher kommen diese Mitarbeiter?

Die Mitarbeiter kommen aus ganz verschiedenen Bereichen. Viele von ihnen haben einen technologischen Background – die ständige technische Weiterentwicklung des digitalen HAUSGOLD-Services steht klar im Vordergrund.

Findet man diese Menschen in Hamburg?

Hamburg ist eine der lebenswertesten Städte Europas. Natürlich überzeugt auch die Lage des Unternehmens, sich bei HAUSGOLD zu bewerben. Aber nicht nur die Lage ist wichtig. Die Kollegen arbeiten gern bei HAUSGOLD, weil das Unternehmen mit einem innovativen Produkt in einem stark wachsenden Markt sehr gut positioniert ist.

Wie wird sich Ihrer Meinung nach der Immobilienmarkt entwickeln? Haben Makler überhaupt noch eine Zukunft?

Als Immobilienexperten vor Ort werden Makler auch weiterhin elementarer Bestandteil und zentraler Erfolgsfaktor der Immobilienvermarktung bleiben. Der Verkauf eines Objektes lebt immer auch von Emotionalität und dem persönlichen Erleben vor Ort. Die Immobilienbranche ist einer der größten Wirtschaftszweige in Deutschland, in dem die Chancen der Digitalisierung jedoch immer noch nicht voll genutzt werden. Die Digital- und Prozesskompetenz ist bei den meisten regionalen Maklerunternehmen noch sehr gering. Und große Makler-Franchiseunternehmen decken jeweils nur einen sehr kleinen Bereich ab

– mit angeschlossenen Maklern im niedrigen einstelligen Prozentbereich. HAUSGOLD hilft Maklern mit digitalen Serviceangeboten bei der Positionierung, der Vermarktung und der Kommunikation mit dem Kunden und stärkt damit letztlich auch den Markt.

Es gibt zahlreiche PropTech-Unternehmen am Markt. Wie will sich HAUSGOLD gegen diesen starken Wettbewerb beweisen?

Zentraler Erfolgsfaktor von HAUSGOLD ist eine starke Technologie- und Datenkompetenz, über die das Unternehmen dank des selbstlernenden HAUSGOLD-Algorithmus und der gesammelten Daten über den Immobilienmarkt und die Maklerperformance verfügt. Zusätzlich begleitet HAUSGOLD alle Beteiligten während des gesamten Prozesses persönlich und bietet zusätzliche Services an – wie Tools zur Statuskontrolle für den Verkäufer oder ein kostenfreies Lead-Management-Tool sowie Unterstützung bei der Akquise, Ansprache, Vermarktung und Verwaltung für die Makler. Mit diesen Leistungen grenzt sich das Unternehmen deutlich vom Wettbewerb ab.

Wie werden sich mögliche Gesetzesänderungen – etwa das Bestellerprinzip bei Immobilienverkäufen – auf Ihr Geschäftsmodell auswirken?

Auch wenn bis zu einer Gesetzesänderung wohl noch bis Mitte 2020 gewartet werden muss, so ist bereits jetzt klar, dass sich künftig wohl Käufer und Verkäufer eine Provision teilen werden. Schließlich nehmen beide Seiten eine Leistung in Anspruch. Im Kern wird dabei derjenige, der den Makler beauftragt hat, mindestens ebenso viel zahlen wie der andere. Auf das Geschäftsmodell von HAUSGOLD wird sich dies kaum auswirken. Im Gegenteil: De facto wird ein Verkäufer ebenso eine von ihm zu zahlende Provision in den Mindestverkaufspreis seines Objektes miteinbeziehen wie der Käufer, der immer

mit einem Maximalbudget in die Verhandlungen geht, in dem er alle Erwerbsnebenkosten einkalkuliert hat. Umso wichtiger wird also die Fähigkeit des Maklers, die hier zu erzielenden Preise bestmöglich einzuschätzen, weil er seinen Markt sehr gut kennt. Ebendiesen Makler zu finden, ist die Kernkompetenz von HAUSGOLD. Das Unternehmen wird also von einer Gesetzesänderung eher profitieren.

Was ist Ihr liebstes Exit-Szenario? Gibt es eins?

Ein Verkauf des Unternehmens ist aktuell nicht geplant. Die Pläne drehen sich nachhaltig um den Kunden, HAUSGOLD will hier weitere Angebote schaffen und die Branche nachhaltig verändern.