

Große Maklerumfrage zum Thema Digitalisierung: Immobilienbranche stark unter Druck

Hamburg, im März 2021: Spätestens seit Corona heißt es für die gesamte Maklerbranche, ihre Strategie neu zu überdenken. Fokus liegt dabei auf der kompletten Digitalisierung der Arbeitsprozesse in Kombination mit dem weiterhin persönlichen Kontakt zu den Kunden. Nicht immer ein einfaches Unterfangen. Das hier noch Spielraum ist, zeigt die aktuelle Maklerumfrage des Hamburger Proptechs HAUSGOLD, das sowohl Verkäufer als auch Makler beim Immobilienverkauf unterstützt.

Die Digitalisierung hat die Immobilienbranche bis dato noch nicht komplett durchdrungen, auch wenn durch den zusätzlichen Antrieb von Corona und die sich verändernden Ansprüche der Kunden schon viele Bereiche digital geworden sind: Online-Besichtigungen, die Möglichkeit einer ersten Online-Immobilienbewertung oder das Inserieren und Einstellen von Online-Exposés inklusive Videos sind zur Normalität geworden. Doch das hinter diesen einzelnen Bereichen oft noch keine automatisierten Prozesse stecken, zeigen Ergebnisse einer großen Maklerumfrage von HAUSGOLD. Über 80 Prozent der befragten Makler gaben bei dem Hamburger Startup an, dass die Digitalisierung ihren Arbeitsalltag zwar stark beeinflusst und sie sich einfachere, transparente und digitale Prozesse wünschen, vor allem in der Verkaufsabwicklung. Doch standardisierte Verfahren haben insbesondere kleinere Maklerbüros noch lange nicht etabliert. Gerade mal drei Prozent gaben an, dass sie schon digital gut aufgestellt sind oder zumindest Teilbereiche digitalisiert haben. Herausforderung sei für knapp 90 Prozent der befragten Makler zusätzlich, dass die Immobilienverkäufer neben Kompetenz immer noch am meisten Wert auf Sympathie zum Makler legen. Diese beiden Punkte mit der Digitalisierung zu vereinen, sei nur schwer umsetzbar.

Die Ansprüche an die Makler haben sich verändert

Doch dass die Makler etwas tun müssen, ist spätestens seit Corona klar: Über 75 Prozent der befragten Immobilienmakler gaben an, dass sich ihre Arbeit durch die Pandemie verändert hat. Aufgefallen ist insbesondere, dass der Verkaufsprozess einer Immobilie insgesamt länger dauert. Das gaben über 60 Prozent der befragten Makler an. Und auch das Verhalten der Verkäufer unterliegt dem digitalen Wandel: Verkäufer

suchen nicht mehr offline in der Zeitung nach einem Makler sondern hauptsächlich online. Wenn ein Makler dementsprechend online nicht gut aufgestellt ist, hat er das Nachsehen. Und die Konkurrenz schläft nicht: In den letzten zehn Jahren wurde ein Anstieg der Makler um 80 Prozent verzeichnet. Gleichzeitig haben sich im Zuge von Corona weitere digitale Angebote entwickelt. Makler sehen sich dadurch also zusehends mehr unter Druck. Hinzu kommt, dass sich auch die Bedürfnisse der Verkäufer verändert haben: Sie wünschen sich mehr Transparenz, einfache und schlanke Prozesse sowie eine schnelle, direkte Kommunikation. Wünsche, die Makler oft nicht erfüllen können, weil sie entweder das Geld für erforderliche Investitionen nicht haben oder ihnen das nötige Wissen dafür fehlt. Abhilfe schaffen hier Onlineplattformen wie HAUSGOLD. Das Proptech-Startup aus Hamburg hat sich insbesondere auf die Bedürfnisse der Verkäufer eingestellt und sorgt dafür, dass der gesamte Verkaufsprozess digital und transparent wird und die Makler dank effizienter Tools Zeit haben, sich um ihre Kunden persönlich zu kümmern, um sie auf dem sehr emotionalen Weg „Hausverkauf“ zu begleiten. Wie das funktioniert? „Dank unseres jahrelang entwickelten Algorithmus und unserer Datenbank mit mehreren tausend Partnern helfen wir Verkäufern, den passenden regionalen Makler zu finden - und umgekehrt: Dem Makler werden bei HAUSGOLD Objekte angeboten, mit denen er sich auskennt. Entscheidende Parameter sind da zum Beispiel bisheriger Verkaufserfolg, Erfahrung mit ähnlichen Immobilien, Vertrautheit mit der lokalen Umgebung oder Kundenreferenzen. Das hilft natürlich auch dem Verkäufer. So erzielen beide Seiten das beste Ergebnis in Sachen Immobilienverkauf“, so Sebastian Wagner, CEO und Gründer von HAUSGOLD.

Digitale Lösungen effizient nutzen

Dabei kümmert sich das Tool neben einer perfekten Neukunden-Akquise auch um das Kunden-Management. Das und die hohe Transparenz der digitalen Prozesse und Automatisierungen vereinfachen dem Makler die Arbeit. „Wir unterstützen Makler dabei, digital(er) zu werden und Arbeitsprozesse zu vereinfachen. Das hier ein großer Bedarf ist, zeigen unsere Zahlen: Der Zulauf an Maklern, die sich unserem Netzwerk anschließen wollen, steigt sukzessive nach oben. Aktuell erhalten wir viele Anfragen und können monatlich über 200 neue Makler in unser Netzwerk aufnehmen und etablieren. Davon profitieren wiederum die Verkäufer“, so Wagner weiter. „Zusätzlich haben wir ein Makler-Gremium initiiert, damit sich Makler und das HAUSGOLD

Management regelmäßig austauschen können". Dadurch werden die Berührungspunkte seitens der Makler, die noch vor einiger Zeit herrschte, endgültig passé sein.

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