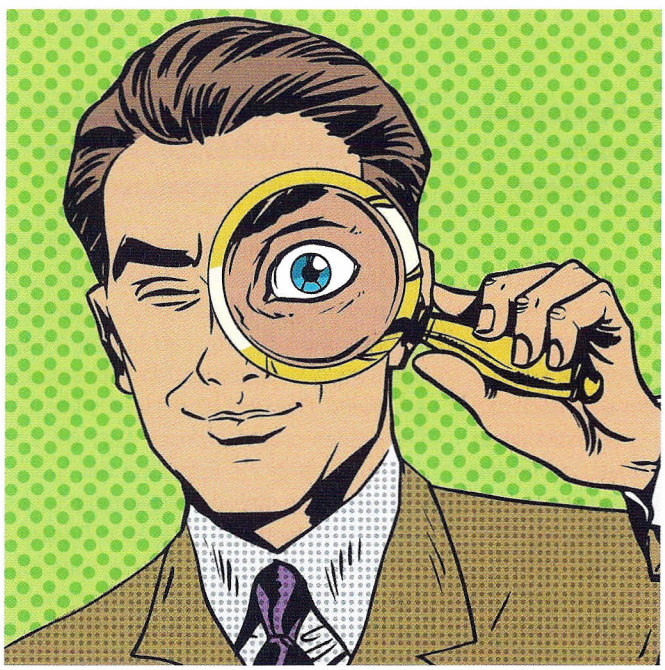
Software, die Makler bei der Objektakquise unterstützt

Viele Anwender glauben, dass ihre Maklersoftware lediglich hilft, Daten zu bearbeiten und zu archivieren sowie Termine und Kundenkontakte zu managen. Dabei unterstützen Tools der onOffice Software AG Immobilienprofis auch bei der wichtigen Objektakquise. Hierbei kooperiert das Aachener Unternehmen einerseits mit Dienstleistern, die in diesem Bereich Spezialisten sind. Andererseits lassen sich verschiedene Softwareanwendungen für die Akquise nutzen. „Dazu zählen unter anderem Wiedervorlage-, Prozessmanager- und Multi-Listing (MLS)-Funktionen", so onOffice-Vorstand Stefan Mantl. Was steckt dahinter und was bringen diese Anwendungen?



Seit wenigen Monaten unterstützt der ImmoRadar eines Dienstleisters den Akquiseprozess des Maklers. Das Modul zeigt marktaktive Objekte in der Region des Vermittlers an. Der Angebotscrawler durchsucht in Echtzeit alle relevanten Portale, so dass der Makler in der Regel schneller über neue Objekte informiert wird, als über Suchagenten bei Immobilienportalen. Anwender kommen so unter Umständen schneller an neue Angebote als ihre Konkurrenten. Der Suchradius kann individuell skaliert werden: Vermittler in einer ländlichen Region werden eher einen Radius von 50 Kilometern einstellen, Dienstleister in einer Großstadt oder Ballungsregion einen von 15 Kilometern.

Die Daten der Neuobjekte können mittels der onOffice-Spezialsoftware mit hinterlegten Interessenten-Suchkriterien abgeglichen werden. Vielleicht ergibt sich die Möglichkeit eines Gemeinschaftsgeschäftes mit dem anbietenden Makler beziehungsweise die Chance, mit dem Privatanbieter ins Gespräch zu kommen? Bereitgestellt werden die taufrischen Immobiliendaten von der Firma Immo-Kontor. Der ImmoRadar ist in onOffice integriert; es ist keine eigenständige Account-Verwaltung erforderlich.

Ähnlich wie der ImmoRadar arbeitet auch die Immobilien-Marktdaten GmbH (IMV). Neben Portalen wertet sie ferner Immobilienanzeigen aus Tageszeitungen und Anzeigenblättern aus. Mit Einführung des Bestellerprinzips im Sommer 2015 stieg in vielen Regionen die Zahl der Mietwohnungsangebote, die direkt von Vermietern angeboten werden. Viele von ihnen inserieren in Print; ferner mag die Preissteigerungspolitik großer Portale dazu beigetragen haben, dass auch Makler weiterhin Printprodukten die Treue halten. 2014 bewarben 41 Prozent der Makler ihre Objekte nicht nur online, sondern auch in Printtiteln, wie aus einer IMV-Analyse hervorgeht. Noch eine weitere Zahl mag überraschen: Von den 2014 in Deutschland zum Kauf angebotenen circa 2,2 Millionen Wohnimmobilien wurden 260.000 in Druckmedien offeriert. Dies entspricht 11,8 Prozent. Auffallend ist, dass von diesen 260.000 Anzeigen lediglich ein Viertel zusätzlich in Online-Vertriebskanälen erschienen. Bei IMV werden Printanzeigen per Hand in die Datenbank eingepflegt. Nach eigenen Angaben umfasst der Datenbestand über 90 Prozent der aktuellen Angebote. Bei vielen Objekten lässt sich die Historie nachvollziehen, wie Anbieterwechsel oder Preisanpassungen. Dies sind wichtige Informationen, die der Makler in seinem Akquisegespräch mit dem Verkäufer verwenden kann.

Zu onOffice:
Das Softwareunternehmen onOffice wurde 2001 als Einzelunternehmen gegründet und 2014 in eine AG umgewandelt. Im September 2015 expandierte es und gründete einen weiteren Firmensitz in der österreichischen Hauptstadt Wien. Seit Beginn profitieren bereits über 10.000 Anwender vom Experten der online-basierten Immobiliensoftware „onOffice smart". Seit Anfang 2015 ist zudem die Nachfolgesoftware „enterprise" am Markt. Mit über 130 Mitarbeitern und Vorstand Stefan Mantl überzeugt das onOffice-Team mit seinem fundierten Know-how neben Immobilienmaklern, auch Banken, Makler-Netzwerke sowie Fertighaushersteller. Der zweite Geschäftsbereich des inhabergeführten Unternehmens umfasst die Konzeption und Realisierung von Makler-Homepages auf der Basis des hauseigenen Content-Management-Systems. Neben der Umsetzung von komplexen Internetauftritten inklusive umfangreicher maklerspezifischer Funktionen werden von den Webdesignern auch mobile Seiten für Smartphones und Tablets realisiert.

Ebenso wie bei ImmoRadar- so gilt auch bei IMV-Daten, dass sie mit wenigen Klicks in die onOffice-Software zu übertragen sind. Einmal hinterlegt, können mit dem Prozessmanager-Tool vollautomatische Funktionen erstellt werden. So kann etwa fixiert werden, dass bei einem Privatverkäufer-Objekt drei Wochen nach dem Onlinestellen nachgefasst wird. „Dies kann beispielsweise mit einer Autostart-Funktion verbunden werden, die automatisch aus dem System heraus einen Musterbrief oder eine Mail verschickt oder die Aufgabe erstellt, den Anbieter anzurufen", erläutert onOffice-Produktmanager André Stormberg. Der Makler kennt die bisherige Vermarktungsdauer des Objektes und kann ermessen, dass eventuell der Angebotspreis zu hoch ist. Hierbei soll ihn bald ein neues Modul unterstützen, das bei allen online generierten Angeboten automatisch Vergleichsobjekte anführt.

Wiedervorlage-Funktionen und die Möglichkeit, Aufgaben teils automatisch zu erstellen sorgen innerhalb der Prozesskette des Immobilienbüros dafür, alle Kontakte zu potenziellen Verkäufern, fremd angebotenen Objekten etc. auf dem Schirm zu behalten. So fällt keine Neugeschäftsmöglichkeit durch das Raster. Mit dem Tool Erfolgscockpit kann die Unternehmensleitung überblicken, ob die Personalressourcen richtig eingesetzt sind und gegebenenfalls gegensteuern, falls ein Mitarbeiter überlastet ist beziehungsweise Kapazitäten frei hat.

Mit Kollegenobjekten den Eigenbestand vergrößern

Mit der onOffice-MLS-Funktion können Anwender der Software ihre Objekte für Kollegengeschäfte freischalten. Das heißt, alle anderen Nutzer mit Zugriff werden in die Lage versetzt, die Offerte des Kollegen ihren eigenen Kunden anzubieten. Der Immobilienprofi mit der zu vermittelnden Immobilie schaltet diese in der Software frei und lädt Kollegen ein, sich an der Vermarktung zu beteiligen. Bei onOffice haben die mehr als 10.000 Anwender beispielsweise rund 234.000 Kaufobjekte im Bestand, die sie theoretisch im Pool vermarkten können. Gleichzeitig können sie sicher sein, dass ihre Daten nicht an Dritte verkauft werden. Gemeinschaftsgeschäfte ergänzen den Immobilienpool des Einzelnen, die Vermarktung wird beschleunigt, wenn sich mehrere Kollegen mit dem Objekt befassen. Außerdem ist diese Funktion ein wichtiges Einkaufsargument: der Makler kann dem Verkäufer darlegen, dass er Kollegen hinzuzieht, ohne dass dies für ihn mit Mehraufwand oder zusätzlichen Kosten verbunden ist.

Als innovatives Unternehmen präsentiert sich der Vermittler ferner, wenn er Verkäufern 360-Grad-Rundgänge seiner Immobilien anbieten kann. Demonstriert er solche virtuellen Rundgänge beim Akquisegespräch, ist dieses Werkzeug oft ausschlaggebend für den Vermittlungsauftrag. Ferner bietet diese Funktion des Anbieters Ogulo die Möglichkeit, die Wohnung virtuell aufzuhübschen und beispielsweise Möbel, Bodenbeläge und Wandfarben bei der virtuellen Präsentation zu ändern. Auch Neubauobjekte, deren Vermarktung in der Regel beginnt, bevor die ersten Wände stehen, können auf diese Weise mit vielen Emotionen präsentiert werden. Die Anwendung ist denkbar einfach, weil die 360-Grad-Funktion in die onOffice-Software integriert ist und aus dem System heraus die Objektdaten und -fotos an die Ogulo-Techniker übertragen werden.

Käuferfinder als Akquise-Instrument

Ein hilfreiches Akquise-Werkzeug ist zudem der onOffice-Käuferfinder. Er zeigt Immobilienverkäufern online an, wie viele Interessenten das Maklerunternehmen bereits in seiner Datenbank hat, die auf sein Objekt passen würden. Dann wird er die Frage, ob er diesen Makler mit großem Kundenkreis mit der Vermittlung beauftragt, oft mit Ja beantworten. Der potenzielle Verkäufer gibt hierfür in einer Datenmaske der Maklerwebsite bestimmte Informationen seiner Immobilie ein, wie Ort, Wohnfläche, gewünschte Miethöhe beziehungsweise Verkaufspreis. Sodann wird die Datenbank des Maklers gemäß dieser Kriterien durchsucht. Immobilienprofis können dieses Tool aber auch dafür verwenden, Privatverkäufer auf den Interessentenkreis des Maklers aufmerksam zu machen. Hierfür können sie an diese etwa eine unaufdringliche Mail mit einem Link zu dieser Funktion schicken. Nicht wenige Privatverkäufer verzichten bekanntlich nach einigen Wochen auf die Eigenvermarktung und geben ihr Objekt in die Hände eines versierten Maklers.

Die genannten Funktionen sind teilweise Bestandteil der onOffice-Softwareprodukte, die sich in die Kategorien „enterprise", „enterprise plus" und „enterprise pro" untergliedern. Andere Module wie der Prozessmanager müssen zusätzlich erworben werden. ■