

Algorithmus versus Makler

Vor gut zwei Jahren haben sich die ersten Start-ups angeschlossen, die Welt der Immobilienvermittlung zu revolutionieren. Trotz innovativer Software im Einsatz wird deutlich: Den klassischen Makler wird es auch künftig geben. Nur seine Aufgabe verändert sich gerade. Doch damit stehen auch die großen Immobilienportale unter Druck.

498

Euro beträgt bei McMakler die Festcourtage für eine Mietwohnungsvermittlung bei einer Kaltmiete von höchstens 1.200 Euro.

Es war ein Frühlingstag vor gut zwei Jahren, als das Berliner Start-up smmove zur Pressekonferenz lud. Vorgestellt wurde ein Portal, das der Wohnungsvermittlung neue Impulse geben sollte: Nach dem Matching-Prinzip sollten Vermieter diejenigen Interessenten aussuchen können, die am besten ihren Anforderungen entsprachen. Von einer „Revolution der Immobilienfindung“ sprachen die smmove-Macher und warfen den etablierten Immobilienportalen vor, „auf halbem Weg“ der Digitalisierung stehen geblieben zu sein.

Heute ist von den ehrgeizigen Ankündigungen nichts übrig geblieben. Smmove ist genauso längst vom Markt verschwunden wie Vendomo, ein von Rocket Internet auf den Weg gebrachtes Start-up, und andere Jungunternehmen, welche die neuen technologischen Möglichkeiten für die Vermittlung von Wohnungen nutzbar machen wollten. „Wir haben eine erhebliche Marktberreinigung gesehen“, stellt deshalb Stephan Kippes fest, Geschäftsführer der IVD-Institut GmbH und Professor im Studiengang Immobilienwirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen.

Und doch tummeln sich noch immer Start-ups auf diesem Feld, die zumindest teilweise den Anspruch erheben, sowohl die klassischen Makler als auch die etablierten Immobilienportale anzugreifen. Revolutioniert innovative Makler-IT also das Geschäft mit der Wohnungsvermittlung? Wie wirken sich die Umwälzungen der Branche auf die großen Portale aus? Und werden am Ende gar die Makler konventionellen Typs überflüssig?

DAS SOFTWARE-UNTERNEHMEN „Unsere Software macht den Makler nicht überflüssig“, antwortet Nicolas Jacobi, Mitgründer des Hamburger Start-ups Immomio. „Wir sind auch kein Makler, sondern ein reines Software-Unternehmen, das Maklern und

Hausverwaltungen eine innovative Software zur Verfügung stellt.“ Diese Software digitalisiert den Vermietungsprozess und filtert per Algorithmus diejenigen Interessenten heraus, die den Kriterien des Vermieters am besten entsprechen. Das erinnert an das einstige smmove-Prinzip – doch anders als die gescheiterten Berliner verstehen sich die Hamburger eben nicht als Immobilienportal, sondern als IT-Dienstleister. Damit haben sie sich auf dem Markt etabliert: Jacobi zufolge hat Immomio mittlerweile über 70 Kunden von kleinen Hausverwaltungen bis hin zu großen Wohnungsunternehmen.

Jacobi nennt auch den Treiber, der den Anstoß für die Gründung seines und zahlreicher anderer Start-ups gegeben hat: die Einführung des Bestellerprinzips für Mietwohnungen im Jahr 2015. Dadurch seien die Provisionen unter Druck geraten, blickt der Immomio-Gründer zurück. In diesem Bereich Geld verdienen könne deshalb nur noch, wer den Aufwand reduziere – und da komme die Software von Immomio ins Spiel. „Damit haben wir ein hochskalierbares Produkt“, sagt Jacobi. Bei weiteren Kunden entsteht für das Unternehmen also kaum zusätzlicher Aufwand.

Bisher beschränkt sich der Einsatz der Immomio-Software auf die Vermietung. Dass auch der Verkauf dazukommen könnte, schließt Jacobi nicht aus. „Allerdings ist beim Wohnungsverkauf das Potenzial der Standardisierung geringer“, gibt er zu bedenken.

DER HYBRID-MAKLER Dafür ist die Marge beim Verkauf wesentlich höher als bei der Vermietung, wie Hanno Heintzenberg feststellt, Mitgründer des Start-ups McMakler. Dieses ist tatsächlich ein Makler, der neben dem Vermietungsgeschäft immer stärker in die Vermittlung von Kaufimmobilien einsteigt. Derzeit hat das Unternehmen nach eigenen Angaben etwa 300 Verkaufsobjekte und rund 350 Ver-

SUMMARY » Start-ups wollen mittels innovativer Software die **Wohnungsvermittlung digitalisieren**. Viele dieser jungen Unternehmen sind jedoch bereits wieder vom Markt verschwunden. » Während manche der neuen Anbieter sich als Software-Unternehmen verstehen, betätigen sich andere selbst als **Internet-Makler**. » Deutlich ist der Trend hin zum **hybriden Makler**, der ausgeklügelte Software-Lösungen mit der Kompetenz klassischer Makler verbindet. » Neben den Start-ups setzen auch neue **Konkurrenzangebote wie ivd24** die großen Immobilienportale unter Druck.



„Wir lernten schnell, dass die hundertprozent digitale Lösung nicht erfolgreich ist.“

Hanno Heintzenberg, Mitgründer des Start-ups McMakler

mietungsobjekte im Angebot; den Umsatz generiert es jedoch zu gut 80 Prozent über den Verkauf.

Gestartet ist McMakler als Internet-Unternehmen. „Wir lernten aber relativ schnell, dass die hundertprozentig digitale Lösung nicht erfolgreich ist“, blickt Heintzenberg zurück. Auch das Matching-Prinzip betrachtet er heute skeptisch. „Ein Vermieter möchte keinen Algorithmus, der ihm sagt, wer der Mieter ist“, hat er beobachtet. „So groß ist das Vertrauen in die Technik nicht.“ McMakler fährt deshalb zweigleisig: Einerseits arbeitet das PropTech mit Maklern, die an gut 50 Standorten in Deutschland präsent sind; andererseits hat es den Vermietungsprozess mit Hilfe einer ausgeklügelten Software standardisiert. Diese ermöglicht es, die vom Makler bei der Besichtigung

aufgenommenen Fotos und sonstige Angaben mit geringem Arbeitseinsatz aufzubereiten und auf den etablierten Immobilienportalen einzustellen.

Der Vermieter profitiert dadurch von einem günstigen Preis: In Rechnung gestellt werden ihm nicht zwei Monatskaltmieten, sondern Festpreise von 498 Euro (bei einer Kaltmiete von höchstens 1.200 Euro) oder 998 Euro (bei teureren Wohnungen). Bei Kaufimmobilien hingegen geht McMakler ganz konventionell vor und lässt sich gemäß dem Usus im jeweiligen Bundesland die übliche Provision auszahlen. Innovativ ist das Unternehmen dafür bei der für Makler entscheidenden Frage der Objektakquise. Und das geht so: Im Internet wird Eigentümern eine Gratis-Bewertung ihrer Immobilie angeboten – gewissermaßen als Einfallstor für

den Makler. Die Folge, so der McMakler-Mitgründer: Die Makler müssen sich nicht selbst um die Akquise kümmern und haben immer genügend Objekte, die sie vermarkten können.

DER BRÜCKENSCHLAG In eine andere Richtung weitet das in Ingolstadt ansässige Start-up faceyourbase.com sein Betätigungsfeld aus. Bisher konnte es sich mit seinem Matching-Prinzip bei der Wohnungsvermietung nicht so recht durchsetzen. Jetzt soll der Brückenschlag zum Energiemanagement zum Durchbruch verhelfen: Zu Beginn dieses Jahres übernahm die meistro Energie GmbH 25,1 Prozent an der faceyourbase AG. Gemeinsam wollen die Partner nun einen digitalen Abmeldeprozess für die Stromzähler leer stehender Wohnungen ein- »

führen. Faceyourbase-Gründer Christian Dau will diesen Vorgang mit dem Vermietungsprozess bündeln, sodass die leer stehende Wohnung sofort der Vermarktung zugeführt wird.

DIE GROSSEN PORTALE Demonstrativ entspannt vor dem Hintergrund der derzeitigen Umwälzungen geben sich die etablierten Portale. „Start-ups setzen neue Impulse in der Immobilienwirtschaft. Das freut uns!“, sagt Dr. Thomas Schroeter, Geschäftsführer bei Immobilienscout24. Gleichzeitig gelte aber: „Als größter digitaler Marktplatz kennen wir den Markt auf Anbieter- und Konsumentenseite wie kein anderer. Das ermöglicht uns besser als allen anderen Marktteilnehmern, Angebot und Nachfrage ideal zusammenzubringen.“ Selbstbewusst zeigt sich auch die Immowelt-Gruppe, zu der seit 2015 das Portal immonet.de gehört. „Neue Herausforderungen nehmen wir sofort an“, sagt Pressesprecher Jan-Carl Mehles.

Solche Herausforderungen gibt es in der Tat – gerade im Software-Bereich. Die Immowelt-Gruppe hat im Herbst 2016 ihre neue Software estateSmart auf den Markt gebracht, die es erlaubt, Aufgaben wie Objekterfassung, Exposé-Erstellung und Interessentenverwaltung von jedem Endgerät aus zu erledigen. Auch Immobilienscout24 hat zuletzt technische Weiterentwicklungen in Gestalt einer neuen App für virtuelle Besichtigungen sowie der Wohnungssuche über Facebook Messenger bekannt gegeben.

Eine zweite Herausforderung stellt die rückläufige Zahl der Maklerkunden dar. In ihrem Geschäftsbericht für 2016 muss die Scout-Gruppe eingestehen, im vergangenen Jahr nicht weniger als zehn Prozent ihrer „Kernmakler“ als Kunden verloren zu haben. Begründet wird dies mit der „allgemeinen Marktentwicklung“. Das dürfte allerdings nicht der einzige Grund sein, ist doch die Unzufriedenheit vieler Makler und Verwalter über die Leistung und die Preise der Portale unüberhörbar. Ein deutliches Zeichen dafür ist, dass der Immobilienverband Deutschland (IVD)

sein eigenes Portal (ivd24immobilien.de) gegründet hat, auf dem ausschließlich Verbandsmitglieder inserieren dürfen. Das Angebot umfasst derzeit nach Angaben des für ivd24 zuständigen Stephan Kippes rund 37.000 Immobilien in Deutschland, davon 10.000 Mietwohnungen und 27.000 Kaufobjekte.

Ein weiteres Zeichen für die um sich greifende Unruhe im Markt: 2016 beendete der GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen seine Kooperation mit Immobilienscout24. Stattdessen arbeitet der Verband jetzt mit der Immowelt-Gruppe und ebay Kleinanzeigen zusammen. Laut GdW-Pressesprecherin Katharina Burkardt

„Start-ups setzen neue Impulse in der Immobilienwirtschaft. Das freut uns!“

Dr. Thomas Schroeter, Geschäftsführer bei Immobilienscout24



existiert darüber hinaus die Option, ein eigenes Portal (ähnlich wie der IVD) auf die Beine zu stellen.

Kritik gibt es auch an der Immowelt-Gruppe. Der Buchholzer Makler Jan Mettenbrink von der Maison Immobilien GmbH rief im Oktober 2016 auf Facebook seine Maklerkollegen zu einer Sammelkündigung auf. Stein des Anstoßes war für ihn der Umstand, dass Immowelt die Daten von verkaufswilligen Eigentümern nicht direkt an die auf Immowelt inserierenden Makler weitergibt, sondern an zwei andere Portale, die als Lead-Generatoren Interessenten gewinnen. „Dabei haben doch wir die Portale durch unsere Anzeigen erst groß gemacht“, klagt Mettenbrink. Immowelt-Sprecher Mehles argumentiert hingegen, Ziel dieser Maßnahme sei es, die Makler bei der Akquise von Neukunden zu unterstützen. „Wir haben sichergestellt, dass die von uns generierten Adressen ausschließlich an Duo-Kunden“ – also die gewerblichen Kunden der Immowelt-Gruppe – „weitergegeben werden“, versichert der Sprecher.

DER MENSCHLICHE MAKLER Wirklich erfolgreich, das räumt Mettenbrink ein, war sein Boykottaufruf nicht. Er selber hat jedoch bei Immowelt gekündigt. Es gehe auch ohne die Portale, sagt er und verweist auf seine erfolgreichen Verkaufstätigkeiten auf Facebook. „Die gefühlte Abhängigkeit von den Portalen ist größer als die reale“, ist auch Immomio-Mitgründer Nicolas Jacobi überzeugt.

Eines aber steht fest: Der menschliche Makler wird trotz technologischer Innovationen auf Software-Ebene und trotz der Veränderungen in der Portallandschaft nicht verschwinden. „Die Killer-Applikation, die sämtliche Umsätze an sich zieht, sehe ich nicht“, sagt jedenfalls Stephan Kippes. Und auch Hanno Heintzenberg von McMakler stellt fest: „Disruptiv sind wir nicht. Die Welt verändert sich durch uns nicht grundlegend. Wir machen lediglich die Prozesse besser.“