

And the Winner Is: Software

Es musste erst der Corona-Lockdown kommen: Nun wächst das Interesse an digitaler Vermarktungsunterstützung im Wohnungs- und Immobiliensektor spürbar.

Der „Lockdown“ hat viele problematische Folgen, auch für die Immobilienbranche. Doch etwas Positives hat auch diese Krise: Die Vorteile digitaler Technologien werden im Homeoffice nun erfahrbar. Auf einmal bekommt der in technologischer Hinsicht eher zögerliche Wirtschaftssektor wirksame Impulse.

Ein attraktives Beispiel für die Anwendung digitaler Werkzeuge im Wohnungs- und Immobiliensektor sind virtuelle Präsentationsverfahren. Diese können online sowohl Objekte in Bild und Video darstellen als auch komplexe Begehungen oder Besichtigungen erlauben. Diese Tools, vor allem 3D-Modelliersoftware, sind keineswegs neu. Sie werden von IT-affinen Unternehmen etwa der Bauträ-

gerbranche bereits seit Jahren eingesetzt. Bekannte Namen mischen sich mit jungen Spezialsoftwarefirmen. Grundrissprofi, Hbt.immo, Ogulo, Omnia360, On-geo, Onoffice, Planoplan oder Tschopoff sind einige davon. Zum Portfolio dieser Branche gehören so unterschiedliche Features wie Online-3D-Raumplanungstools für die Erstellung von Interieurdesigns, Renderings, interaktive Virtual-Reality-Panoramen, fotorealistische Visualisierungen zur Unterstützung von Modernisierungen und Wohnungsneugestaltungen, 360°-Video-Darstellungen, -Rundgänge und -Begehungen. „Die visuelle Darstellung von Wohnräumen mit 3D-Technologien ist bei der Online-Beratung für die Immobilienbewertung des Kunden von zentraler »



„Es ist möglich, Visualisierungen aller Wohnungen eines Bauvorhabens in hoher Qualität, schnell und kostengünstig bereitzustellen.“

Alexander Utkin, Geschäftsführender Gesellschafter, Kelnik UG



**FOTOREALISTISCHE
3D-VISUALISIERUNGEN
3D-ANIMATIONEN
LUFTBILD-MONTAGEN
HOME-STAGING**

**...und alles rund um's
Immobilien-Marketing**

WWW.TSCHOPOFF.DE

Alexander Tschopoff Grafik & Layout
Am Gaulnhofener Graben 35 - 90455 Nürnberg
Telefon 0175 - 24 31 751 - Mail grafik@tschopoff.de



Bedeutung – besonders bei Projekten in früher Bauphase“, so Alexander Utkin, Geschäftsführender Gesellschafter der Kelnik UG. „Den Mehrwert aus der flexiblen Gestaltung des Vertriebsprozesses können die Unternehmen auch nach dem Ende der Pandemie nutzen.“

Insbesondere Besichtigungen sind in Zeiten der Lockdown-Einschränkungen eine attraktive Möglichkeit, Immobilienvermarktung ohne persönliche Anwesenheit aufrechtzuerhalten. Mit Hilfe digitaler Lösungen kann die Präsentation des Objekts per Videostream im Remote-Modus durchgeführt werden.

Die „Fernbesichtigung“ erfolgt durch das bundesweite qualifizierte Sachverständigenetzwerk des on-geo-Partners Instant Service AG. Nachdem der Auftrag einem Sachverständigen zugeordnet wurde, erhält der Endkunde eine E-Mail mit allen Informationen, dem Downloadlink zu einer entsprechenden App sowie seine Zugangsdaten. Der Zugangscod wird parallel per SMS an den Endkunden verschickt. Der Sachverständige kontaktiert den Endkunden telefonisch und vereinbart einen passenden „Besuchstermin“. Zum vereinbarten Termin wird der Endkunde nun über die App per Video-Anruf kontaktiert. Er muss hierfür lediglich die App öffnen und sein Smartphone zur Hand nehmen.

Während der Besichtigung steuert der Sachverständige den Endkunden durch das Objekt beziehungsweise zu den besonders interessanten Stellen im Haus. Der Sachverständige erstellt währenddessen über das Smartphone die Fotodokumentation und füllt gleichzeitig den Besichtigungsbogen aus. Der während der Besich-



Die virtuellen Möglichkeiten am Beispiel eines Objektes (v.l.): Luftbild-Foto-Montagen vorher und nachher, 3D-Gebäudevisualisierung sowie Innen- und Außenräume



Alexander Tschopoff, Geschäftsführer, Grafik-Design-Agentur: „3D-Animationen und -Videos, Virtual-Reality- und Augmented-Reality-Touren, Foto-Montage in Realaufnahmen – diese und andere Verfahren bergen ein fantastisches Potenzial, Wohnungen, Immobilien und Gebäudekomplexe so realistisch darzustellen, dass sie von ihrem tatsächlichen Aussehen nur mit größter Mühe zu unterscheiden sind.“

tigung übertragene Videostream ist verschlüsselt. Er wird nicht gespeichert, nur die erstellten Fotos werden dem Bericht beigelegt. Nach der Beendigung der Besichtigung werden alle Daten aus der App gelöscht. Das Smartphone dient während des gesamten Prozesses als Auge und Ohr.

On-geo stellte dieses Angebot für digitale Innen- und Außenbesichtigungen von Immobilien für die Beleihungswertermittlung in unmittelbarem Zusammenhang mit der Corona-Pandemie zur Verfügung. Damit reagierte das Unternehmen



auf eine Novellierung der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) im Zuge der Corona-Krise. Die BaFin hatte die Vorgaben für Außen- und Innenbesichtigungen von Immobilien zur Wertermittlung erleichtert, wodurch Besichtigungen zur Ermittlung von Beleihungswerten gemäß BelWertV künftig auch per Videoübertragung ohne Abschlag auf die Bewertung möglich wurden. Ein Abbau bürokratischer Hürden also, der direkt der Corona-Krise zu verdanken ist. Ron Heß, Vertriebschef der on-geo

GmbH, hofft, dass diese Regelung auch über die Pandemie hinaus wirksam bleibt: „Was nun als Hilfe während dieser außergewöhnlichen und herausfordernden Zeit begonnen hat, könnten wir uns auch sehr gut als dauerhafte Alternative zur persönlichen Besichtigung vorstellen. Bewerber und Gutachter haben unserer Erfahrung nach keine Berührungängste bei diesen neuen Technologien. Denn natürlich können sie nicht durch einen Algorithmus ersetzt werden. Allerdings lassen sich so zeitaufwändige Prozesse zugunsten anderer Aufgaben reduzieren.“

Stefan Mantl, CEO von onOffice, einem Anbieter entsprechender digitaler Werkzeuge, ergänzt: „Onlinebasierte Immobiliensoftware hatte natürlich schon immer den Vorteil, dass man sie überall und jederzeit verwenden kann. Wertvolle Erweiterungen hierzu sind Video-Meetings und Online-Besichtigungen, wie wir sie durch die Einbindung diverser Kooperationspartner über den onOffice Marketplace ermöglichen. Wir sehen die Krise ganz klar auch als Chance für die Digitalisierung: Denn nun lernen auch die eisernen Verfechter des analogen Arbeitens, wie effizient eine Online-Software tatsächlich ist.“

Digitale Tools werden nach der Pandemie nicht mehr einfach wieder zurückgepfiffen. In ihnen liegt eine große Chance für die Immobilienbranche. Sie hat auf diesem Gebiet Nachholbedarf. Alexander Tschopoff ist Geschäftsführer und Inhaber einer Grafik-Design-Agentur in Nürnberg, die hauptsächlich auf 3D-Visualisierungen für die Vermarktung von Immobilien fokussiert ist. Er sieht bei der Anwendung digitaler Services im Bereich der Immobilien- und Wohnungswirtschaft noch erhebliche Luft nach oben. „Die enormen Möglichkeiten von digitalen Präsentationstechnologien werden momentan noch viel zu wenig wahrgenommen und genutzt. Der Kunde kann die Objekte aus den unterschiedlichsten Perspektiven erkunden. Er kann mittels Einrichtungsmodellen mit vielen tausend virtuellen Produktbildern im

Homestaging-Verfahren sein optimales Wohnambiente gestalten. Sowohl für den Verkäufer und Vermarkter wie für den Endkunden, also Mieter und Käufer, tut sich hier ein großer Zusatznutzen auf, der Besichtigungen und Begehungen ergänzt und von Zeit- und Termindruck befreit.“

„Die Vorteile dieser Verfahren“, so Tschopoff, „werden so für einen immer größeren Kundenkreis erkennbar. Wir sehen klar, dass die Nachfrage nach klassischer Vertriebsunterstützung wie Exposés oder Printprospekten eingebrochen ist. Digitale Produkte wie virtuelle Besichtigungen und Homestaging werden in vergleichbarem Ausmaß verstärkt nachgefragt. Der Lockdown bringt den längst fälligen Schub für die digitale Verkaufunterstützung im Wohnungs- und Immobilienbereich.“

Der Lockdown könnte zu einem Katalysator für neue Geschäftsmodelle werden

Bei der großen Masse der Vertriebs- und Verkaufsspezialisten im Immobilienbereich sind digitale Lösungen noch nicht flächendeckend angekommen. Dies mag unter anderem daran liegen, dass das Wohnungs- und Immobiliengewerbe in den letzten Jahren einen enormen Boom erfahren hat. Eine gewisse Trägheit, neue Verfahren auszuprobieren, „wenn's doch gerade von selber läuft“, ist verständlich. Wenn die Boomzeiten jedoch vorbei sind und bei Verkäufern mehr Engagement gefragt ist, werden die neuen Vermarktungshilfen attraktiver erscheinen. Virtuelle Einrichtung wie Wandfarben, Boden und Möbel von Wohnungen mittels Produktfotos und realistischer Darstellung aus allen Perspektiven sorgen jedenfalls derzeit noch für einen Wow-Effekt bei den Kunden.

Den Vertriebsprozess werden jedoch weit über die funktionalen Tools hinaus die vielen präzisen Daten bereichern, die

mit den digitalen Verfahren gesammelt werden. Dazu erklärt Florian Frey, Co-Founder und Managing Director von allmyhomes, einer Plattform zur datengetriebenen Vermarktung von Immobilienprojekten: „Heute können wir genau sagen, wie ein potenzieller Wohnungskäufer auf das jeweilige Projekt aufmerksam geworden ist. Wir wissen, welche nächsten und kontextualisierenden Informationen zur Verfügung gestellt werden sollten. Auf diese Weise wird sein Interesse und die Abschlusswahrscheinlichkeit wachsen und voraussehbar. Diese Kompetenz wird in den kommenden Jahren, bedingt durch einen veränderten Medienkonsum, deutlich an Bedeutung gewinnen.“

Damit wird wohl auch die Immobilienvermarktung dauerhaft in das digitale Zeitalter einziehen. «

Dr. Hans-Dieter Radecke, Tiefenbach



„Erst mit der vollständigen digital messbaren Customer Journey ist es auch sinnvoll, von Leads zu sprechen.“

Florian Frey, Mitgründer & Managing Director_copyright_allmyhomes