

# Social-Media-Plattformen – mehr Chancen als Risiken für Makler

Marc Stilke

**Netzwerke zu knüpfen und zu erhalten ist Kernkompetenz und Handwerkszeug des Immobilienmaklers. Persönliche Kontakte sind dabei unerlässlich, doch können Social-Media-Plattformen im Internet nützliche Unterstützer sein. Schon heute gehören diese Dienste zu den meistbesuchten Websites. Für Makler bietet sich die Chance, durch Empfehlungen bestehender Kunden das Kontaktnetzwerk auszudehnen und Transaktionen schneller zu vermitteln. Allerdings weist der Autor auch auf die Risiken wie zum Beispiel mangelhaften Service oder unzureichend gepflegten Web-Auftritt hin. (Red.)**

An Social-Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, Xing oder Youtube kommt heute keiner mehr vorbei. Soziale Netzwerke sind für viele Menschen die zentralen Aufenthaltsorte im Netz geworden. In den USA hat Facebook Google als meistbesuchte Website bereits überholt (Hitwise, Januar 2011). Facebook verzeichnete Ende 2010 weltweit über 648 Millionen Besucher pro Monat, davon in Deutschland rund 14 Millionen. Damit belegt das soziale Netzwerk Platz 3 der meistbesuchten Websites der Welt (Comscore, Januar 2011).

Laut einer Studie des E-Commerce-Center Handel (EEC) nutzt jeder fünfte Mittelständler derzeit Social-Media-Anwendungen. Das Social Web bietet den Unternehmen viele Chancen: Festigung von Kundenbeziehungen durch Dialog und Feedbackmöglichkeiten, Gewinnung von Neukunden durch Empfehlungsmarketing, Schaffung von Mehrwert für Kunden, zum Beispiel durch schnelle Hilfe und Support, Vernetzung und Interaktion mit Meinungsführern.

Diesem Trend kann sich auch die Immobilienbranche nicht verschließen. Facebook, Twitter und Blogs werden bei der Suche nach beziehungsweise Entscheidung für Produkte und Dienstleistungen eine immer größere Rolle spielen. Das gilt auch für Immobilienangebote. Facebook löst Google als wichtigsten Aufmerksamkeitsverteiler im Netz ab. Damit ändert sich das Nutzungsverhalten: Die Startseite wird nicht mehr Google sein. Nutzer schauen zuerst, was ihre Freunde auf Facebook gepostet haben.

Immobilienscout 24 hat sich die Chancen, die Social Media bietet, zunutze gemacht.

Das Unternehmen ist unter anderem bei Facebook, Twitter, Youtube und Xing aktiv und betreibt dort eigene Profile. Diese werden als Kanal zur Verbreitung aktueller Inhalte und Produktinformationen, als Dialoginstrument mit den Zielgruppen, als Plattform für Kunden- und Nutzerfeedback sowie für Supportanfragen und neue Dienstleistungen für Kunden genutzt. So werden bei Facebook zum Beispiel Immobiliengesuche individuell beantwortet, aktuelle Stellenangebote ausgeschrieben und Tester für verschiedene Produkte im Beta-Stadium gesucht. Der Dank sind 5 500 Fans, die jeden Tag auf der Fanpage von Immobilienscout 24 diskutieren, sich informieren und neue Anregungen geben.

## Chancen im Social Web

Ein weiterer Service, bei dem die Möglichkeiten des Social Web genutzt werden, ist der Wohnscouty. Dessen Team screent die Twittersphäre nach Wohnungsgesuchen, die per Twitter gepostet werden. Über eine @Reply sendet der Wohnscouty-Twitter den Suchenden dann passende Suchergebnisse von Immobilienscout 24 zu. So werden bis zu 100 Suchanfragen pro Woche beantwortet, obwohl die Suchenden ihre Anfrage anonym an die Webgemeinschaft gestellt haben. Diesen Service könnten sich auch Makler zu eigen machen, um neue Kunden zu gewinnen.

## Der Autor

**Marc Stilke** ist CEO und Sprecher der Geschäftsführung der Immobilien Scout GmbH, Berlin.

Youtube dient vor allem zur Distribution von Videos über Immobilienfachthemen, zur Verbreitung der Mitschnitte von Vorträgen und Events, von Produktnews oder auch zur Bekanntmachung der aktuellen Werbespots. Um eine zielgruppengenaue Ansprache zu ermöglichen, hat Immobilienscout 24 zwei Youtube-Kanäle geschaffen: einen für Immobilienanbieter (B2B) und einen für Konsumenten (B2C). Bisher haben sich über 100 000 Nutzer die Filme angeschaut.

## Nutzung der Netzwerke durch die Immobilienbranche

Auch Makler und andere Immobilienprofis müssen dort präsent sein, wo sich zunehmend ihre Kunden und Geschäftspartner aufhalten – im Social Web. Wer sich in den sozialen Netzwerken einen Ruf aufbaut und aktiv ist, erhöht damit seine Chancen, gefunden zu werden und neue Aufträge zu akquirieren. Dabei ist es sinnvoll, sich jetzt schon ein Netzwerk aufzubauen, auf das man dann bei Bedarf zugreifen kann. Makler, die online gut vernetzt sind, erhalten nicht nur mehr Aufträge, sondern können auch ihre Kunden davon profitieren lassen. Ein gut vernetzter Makler kann zum Beispiel nicht nur das passende Immobilienobjekt vermitteln, sondern auch den Kontakt zum Architekten, Finanzberater, Energieberater oder zu einer Umzugsfirma.

Gerade Facebook eignet sich gut als Vermarktungskanal. Immer mehr Nutzer schauen zuerst, was ihre Freunde und Bekannten im Netz interessant finden. Wenn diese zum Beispiel eine attraktive Wohnung auf ihrer Pinnwand anpreisen, bekommen das rund 120 Menschen mit – denn so viele Freunde hat ein Facebook-Nutzer im Durchschnitt. Jede geteilte Information liefert also rund 120 potenzielle neue Kontakte. Immobilienscout 24 bietet seinen Kunden eine Applikation, mit der jedes Objekt, welches auf dem Immobilienportal inseriert wurde, auch automatisch auf der Facebookseite des Maklers oder Immobilienunternehmens veröffentlicht werden kann. Makler, die diese Applikation nutzen, erhöhen dadurch die Reichweite ihrer Objekte und stärken ihre Kundenbeziehungen.

● Facebook bietet aber nicht nur den Vorteil der großen Reichweite, sondern vor allem Dialog- und Feedbackmöglichkeiten. Auch das Empfehlungsmarketing wird an Bedeutung gewinnen („Suche 3-Zimmer-Wohnung in Berlin Mitte, wer

weiß was?“). Nachrichten und Informationen werden immer häufiger mithilfe von Social Networks gefunden. Immobilienmakler müssen auch im Netz die Augen offen halten, um Suchanfragen und Angebote zu entdecken, die sie vielleicht bedienen können. Es gibt ständig Eigentümer, die private Angebote posten – und in den seltensten Fällen sieht man, dass ein Makler darauf reagiert. Viele Makler sind schon in Netzwerken angemeldet, müssen aber aktiver werden, um von den Vorteilen zu profitieren.

- Weniger als Vermarktungskanal, dafür eher als Kontaktnetzwerk ist Xing geeignet. Xing dient vor allem dazu, Gleichgesinnte und Menschen zu finden, die ähnliche Business-Interessen haben oder mit denen man sich gern austauschen möchte. Xing bietet Maklern einen großen Zugang zu Informationen, zum Beispiel als Mitglied in immobilienbezogenen Gruppen und Diskussionsforen. Eine Xing-Gruppe ist zum Beispiel die „Immobilienlobby“. Hier findet ein reger Austausch zu allen Themen der Immobilienbranche statt. Makler können sich zum Beispiel Tipps von ihren Kollegen holen, wenn eine Immobilie schlecht zu vermarkten ist. Nicht selten treffen sich diese Interessengruppen auch im „Real Life“ zum Stammtisch. Andere Makler berichten, dass sie Xing zum Beispiel auch für Gemeinschaftsgeschäfte nutzen. Makler können sich gegenseitig Objekte empfehlen und sich dadurch Empfehlungsprovisionen sichern.

- Twitter dient zur Verbreitung kurzer Nachrichten und wird vor allem zur Bekanntheitssteigerung eingesetzt. Über Twitter können Immobiliennews, Events und persönliche Entdeckungen angeteasert werden.

- Auch Youtube dient der Selbstvermarktung. Je mehr Videos man hochlädt, desto besser wird man von Google gerankt und in der Ergebnisliste gefunden. Makler sollten bei Youtube vermehrt Filme ihrer Objekte einstellen. Es ist erwiesen, dass ein gut gemachtes Video oft zu einem schnelleren Verkauf führt.

### Richtiger Umgang mit Kritikern im Social Web

Jeder, der im Social Web aktiv ist, sollte sich auch der Risiken bewusst sein. Feedback und Erfahrungen werden für den Nutzer immer wichtiger und im Netz weiter transparent. Neben Lob und Aner-

kennung kann jeder Kunde auch Kritik und Enttäuschung öffentlich äußern. Kommentare und Bewertungen können als Machtinstrument gegenüber den Unternehmen und Maklern eingesetzt werden. Das bedeutet für die Immobilienunternehmen: Guter Service und Kundenbindung werden immer wichtiger.

„Störer“, die ihrem Unmut Luft machen und Kritik äußern beziehungsweise sogar persönlich anmaßend werden, gibt

Unternehmen und Makler können sich dem Social Web nicht verschließen, denn ihre Kunden und Geschäftspartner werden zunehmend in den sozialen Netzwerken nach Immobilien suchen, Objekte anbieten und sich mit anderen Teilnehmern austauschen. Wer diesen Trend ignoriert, verliert Kunden und Aufträge. Es reicht aber nicht, einfach in einem Netzwerk angemeldet zu sein, sondern man sollte aktiv werden. Das Social Web bietet viele Möglichkeiten

### Auftritt in einer Social-Media-Plattform

The screenshot shows the Facebook profile of ImmobilienScout24. At the top, there are fields for E-Mail and Passwort, and a button for 'Anmelden'. Below that, it says 'Registrieren' and 'ImmobilienScout24 ist bei Facebook.' The main content area shows a post from January 27, 2011, at 12:17. The post text reads: 'ImmobilienScout24 Google zieht sich aus der Immobiliensuche zurück und stellt seinen Service, der bisher in den USA und Australien angeboten wurde, zum 10. Februar 2011 ein. Wie seht ihr das eigentlich? Ist Google-Maps als Immobiliensuche eine Alternative? Das Unternehmen möchte das Thema weiter im Auge behalten, derzeit ist die Nutzung aber zu gering. ^sk'. Below the text are statistics: '11.550 Impressionen · 0,12 % Feedback' and '27. Januar um 12:17 · Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · Bewerten'. There are 12 likes shown. The post also includes a link to 'Google Lattong: Retiring real estate on Google Maps' and a comment from Tobias Kapp: 'Hallo, ich suche in 77871 Renchen, 77855 Achern - Örsbach oder in 77855 Achern - Lautenbach eine 3 Zimmer Wohnung. max. KM 430,00 €; Wfl. 80,00 m² bis 90,00 m²; KFZ - Stellplatz Groß Tobias 27. Januar um 10:05 · Gefällt mir · Kommentieren'. Another comment from Konny Brunsch: 'Hallo. Ich suche in Bamberg. Wer da eine günstige Ein- bis Zwei-Zimmer-Wohnung weiß, der soll sich bitte melden. Ich zahle gerne eine Provision für den Tipp. DANKE! 25. Januar um 17:50 · Gefällt mir · Kommentieren'.

es überall. Auch im Social Web – aber das reinigt sich meist selbst. Man sollte auf Kritik immer schnell, aktiv und direkt reagieren, Bemühungen bekunden und Fehler eingestehen. Auf keinen Fall sollte man den Kritiker beleidigen oder einfach ignorieren. Sonst kann aus einem harmlosen Wortgeplänkel im schlimmsten Fall ein Kommunikationsdebakel werden, das sich schnell im Netz verbreitet.

### Lohnender Aufwand

Durch das Social Web entstehen neue Interaktionsformen, die auch die Immobilienbranche beeinflussen. Immobilien-

und Chancen – man muss sie nur zu nutzen wissen.

Zum Schluss noch ein Hinweis: Platte Werbefloskeln, einseitige Kommunikation und verwaiste Profile in sozialen Netzwerken haben noch keinem Unternehmen genutzt. Social-Media-Kanäle müssen stets mit aktuellen, relevanten und interessanten Inhalten bespielt werden. Die Kommunikation im Netz muss persönlich und ehrlich sein. Unternehmen sollten einen festen Ansprechpartner in den Netzwerken etablieren. Makler können sich mit Foto und Kurzvita positionieren. Das kostet viel Zeit und bindet Personal. Aber es lohnt sich!