



IMMOBILIENWIRTSCHAFT

Intelligente Instrumente

Die steigende Informationsflut zwingt die Immobilienprofis zur Softwareaufrüstung. Und die kostet nicht nur Geld, sondern bisweilen auch eine gehörige Portion Selbstüberwindung

Auch wenn es – mitten im durchdigitalisierten Informationszeitalter – tatsächlich noch immer professionelle Immobilienvermittler geben soll, die nach Vorväterstille mit einer Handkartei arbeiten, E-Mails für neumodi-

schen Firlefanz halten und den Begriff „Schnittstelle“ eher der Metallverarbeitung zuordnen: Das zentrale Arbeitsinstrument des Maklers ist die Spezialsoftware zur Verwaltung und zum Vertrieb seiner Bestandsobjekte. Und die sollte hinreichend leistungsstark und flexibel

sein, um den tiefgreifenden Strukturwandel in der Branche angemessen begleiten zu können. Denn das Geschäft ist komplexer, schneller und – befeuert durch den Katalysator „Online“ – global geworden. Die zentrale Frage für den Makler ist also: Was muss meine Soft-

ware leisten, um meine Arbeit optimal zu unterstützen und damit meine Vermittlungserlöse substantiell zu fördern?

Leider ist das Angebot an Immobilienspezialsoftware ebenso vielfältig wie verwirrend – das Spektrum reicht von Online-Gratis-Software mit stark eingeschränktem Funktionsumfang, die kleine Einzelmakler bisweilen in einer Art „Dauer-Demo-Modus“ betreiben, bis zur sündhaft teuren Mehrplatzkonfiguration für institutionelle Anbieter.

Die klassischen, „fest installierten“ Softwareprodukte für den Büro-PC sind zunehmend passé, im Trend liegen sogenannte ASP-Lösungen (Application Service Providing/Plattform), die einem rigiden Outsourcing-Konzept folgen: Das Programm und die Daten liegen dezentral auf Rechnersystemen eines Dienstleisters und werden kostengünstig von einem internetvernetzten PC via Webbrowser genutzt. Die Vorteile: orts- und zeitunabhängige Verfügbarkeit, geringe Investitionskosten, regelmäßige Aktualisierung der Systemumgebung. Reine „Remote“-Anbieter wie onOffice haben es vorgemacht, mittlerweile sind die meisten der etablierten Software-Hersteller gefolgt und haben ihr Portfolio um eine ASP/Web-Variante erweitert.

Trotz lückenloser vertraglicher Absicherung haftet diesen Szenarien jedoch offenbar etwas diffus Beklemmendes an, resultierend aus der Befürchtung, dass kostbare Firmendaten aus der Hand gegeben werden. Viele Makler können

BIG 5 „IMMOWARE“



**CSL
IMMOBILIEN
STAR**

Hersteller/Anbieter: Computer System Lösung GmbH, Preis: ab ca. 400 Euro, Anzahl Kunden/Lizenznehmer: ca. 5.100 Lizenznehmer, www.cslsoft.de



FLOWFACT CRM
Hersteller/Anbieter:

FlowFact AG, Preis: ab ca. 600 Euro, Anzahl Kunden/Lizenznehmer: ca. 5.700 Lizenznehmer, www.flowfact.de



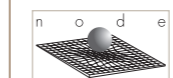
**MAKLER 2000
OFFICE**
Hersteller/Anbieter:

Immwelt AG, Preis: ab ca. 900 Euro, Anzahl Kunden/Lizenznehmer: keine Angaben, www.makler2000.com



**LAGLER IMMO
SPEZIAL**
Hersteller/Anbieter: Lagler Spezial-Software

GmbH, Preis: auf Anfrage, Anzahl Kunden/Lizenznehmer: ca. 17.500 Installationen, www.lagler.de



EXPOSE 7
Hersteller/Anbieter: node Systemlösungen e. K.,

Preis: ab ca. 300 Euro, Anzahl Kunden/Lizenznehmer: ca. 3.200 Lizenznehmer, www.node.de

diese psychologische Barriere allem Anschein nach nur schwer überwinden.

Auf gar keinen Fall darf die Software dem Makler die Nerven und die wertvolle Zeit rauben, die er dringend für die Kundenkontaktpflege benötigt.

CRM – hinter diesen drei magischen Buchstaben verbirgt sich ein ganzheitliches Konzept, das mit dem weit verbreiteten Software-Stückwerk und den improvisierten Insellösungen in den Maklerbüros aufräumt. Das „Customer Relationship Management“ strukturiert die Dokumentation und Verwaltung von Kundenbeziehungen, es fasst alle beteiligten Geschäftsprozesse transparent zusammen, und es muss dabei – vom Erstkontakt bis zur After-Sales-Betreuung – einen langen Atem haben.

„Die durchschnittliche deutsche Immobilienschwangerschaft dauert etwa 14 Monate vom Start der ersten Makleranfrage bis zur Unterschrift beim Notar“, weiß Lars Grosenick, Vorstand der FlowFact AG. Er beschreibt damit auf plakative Weise das Dilemma der meisten Immobilienagenten: Ein Interessent muss mit all seinen Wünschen und Interessen monatelang begleitet und persönlich betreut werden. Die dadurch entstehende Informationsflut kann nur durch eine intelligente Softwarelösung kanalisiert und kontrolliert werden. CRM ist hier nicht nur das Instrument für perfekte Kundenpflege, sondern auch der Lackmestest, ob man es mit Exposétouristen oder echten Kaufinteressenten zu tun hat. ■



INTERVIEW

CRM macht den Unterschied aus

Lars Grosenick (45), Vorstand der FlowFact AG, über den Siegeszug einer Softwarestrategie, Aspekte der Internationalisierung und das „Verschenken“ als Geschäftsmodell

BELLEVUE: Wohin entwickelt sich der Markt für Immobiliensoftware? Wo sehen Sie Trends?

Lars Grosenick: Immobiliensoftware wird komfortabler und einfacher. Aus einer Ansammlung vieler Funktionen und Features ist eine integrierte Bearbeitung von Geschäftsprozessen geworden. Maklerkooperationen und Online-Marketing werden nun besser unterstützt. Schnittstellen zu anderen Immobilien-

portalen sind Standard. Jetzt müssen die Immobilienanbieter über die Schnittstelle eine besonders gute Wettbewerbsposition erlangen. Eine intelligente Schnittstelle kann 46 Prozent mehr Kontakte nachweisen.

Was unterscheidet FlowFact Immobilien CRM von Konkurrenzprodukten? Wo liegen die Besonderheiten der Software, die speziellen Features?

Der entscheidende Unterschied besteht im CRM, dem Customer Relationship Management. FlowFact verfolgt dabei einen ganzheitlichen Ansatz und sammelt für eine optimale Betreuung alle Aktivitäten in Kunden- und Objektakten. Ein weiteres Exklusiv-Feature ist das intelligente „Matching“ von Interessentenprofilen mit den verfügbaren Immobilienangeboten – und das über einen monatelangen Entscheidungszeitraum. Außerdem wird

FlowFact CRM individuell auf die Anforderungen des Kunden zugeschnitten. Nicht der Kunde passt sich an die Software an, sondern die Software an den Kunden.

Stichwort „Internationalisierung“: Können auch ausländische Makler Ihre Software nutzen?

Internationalisierung ist ein spannendes Thema. Daher bieten wir die gesamte FlowFact-CRM-Benutzeroberfläche und alle Hilfetexte mittlerweile in sechs Sprachen an. Zahlreiche Objektattribute und Ausstattungsmerkmale sind bereits übersetzt, Flächenmaße werden automatisch umgerechnet. So können ohne zusätzlichen Zeitaufwand mehrsprachige



Immobiliensoftware FlowFact CRM: schmaler Grat zwischen Standardisierung auf höchstem Niveau und größtmöglicher Flexibilität

Homepages und internationale Immobilienportale mit Angeboten befüllt werden.

Dezentrale ASP-Lösungen boomen, Software soll zukünftig je nach Anforderungsprofil „portionsweise“ gemietet werden. Geht FlowFact CRM ebenfalls diesen Weg?

Definitiv. Als studentische Gründer hatten wir schon 1985 drei Geschäftsmodelle: verkaufen, vermieten und verschenken. Mit dem Verschenken wird das Umsatzwachstum jedoch schlecht unterstützt. FlowFact Online bieten wir seit 2003 als Rechenzentrumslösung an. Heute halten sich zentrale und dezentrale Systeme ungefähr die Waage.