

Immobiliengezwitscher

Internet-Netzwerke. Ob jemand privat Facebook, Xing oder LinkedIn nutzen möchte, ist seine Sache. Für ein Unternehmen gibt es jedoch inzwischen keine Alternative mehr. Sonst laufen wichtige Geschäfte an der Firma vorbei.

Lars Grosenick, CEO Flowfact AG, Rodenkirchen

Facebook ist da. 12,1 Millionen Deutsche sind in dem virtuellen sozialen Netzwerk als Mitglied registriert. Weltweit wird das Angebot von etwa 500 Millionen Menschen genutzt. Daneben gibt es weitere soziale Netzwerke im Internet, wie beispielsweise "Xing", "LinkedIn", "StudiVZ" oder "Wer Kennt Wen". Dort sind weitere Millionen Menschen zu finden. Als angemeldetes Mitglied kann man Verbindungen mit anderen Nutzern eingehen. Die Anmeldung ist bei Facebook kostenlos.

Soziale Netzwerke im Internet sind nicht aufzuhalten, sie haben sämtliche anderen Inhalte vom Spitzenplatz der Internet-Nutzung verdrängt. Facebook wird nicht nur am häufigsten, sondern auch mit der höchsten Dauer genutzt. Im vergangenen März verbrachte der durchschnittliche Nutzer 3,5 Stunden bei Facebook. Den Schaden haben nur die, die noch nicht dabei sind.

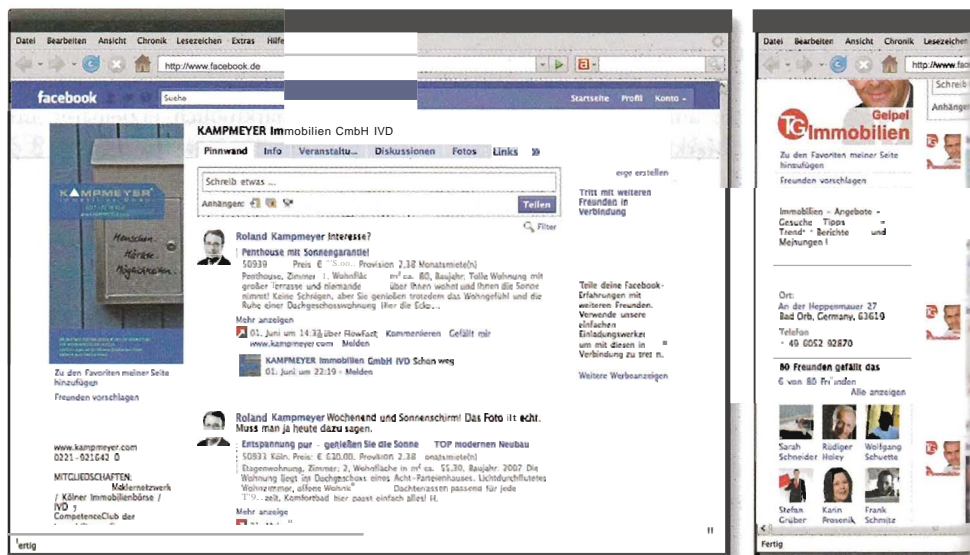
Ein Beispiel: Kürzlich bekam eine Professorin endlich den lang ersehnten

Auf einen Blick

Für 80 Prozent der US-Unternehmen ist Social Media bereits ein integrierter Bestandteil Ihrer Marketing-Strategie.

Dort hat die Kommunikation über Facebook im Privatkunden-Immobiliengeschäft den Versand von E-Mails weitgehend abgelöst

Auch in Deutschland eignen sich Netzwerke zur Neukundengewinnung. Zufriedene Kunden lassen sich mit potenziellen Kunden vernetzen.



Soziale Netzwerke im Internet sind inzwischen zu wichtigen Umschlagbörsen von Immobilien und Mietwohnungen geworden.

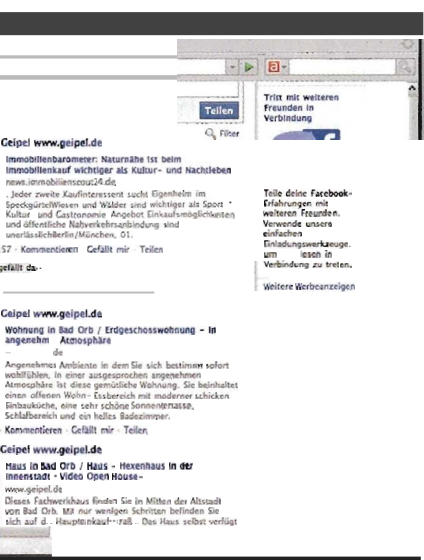
Rufan die Kölner Universität. Die freudige Nachricht hat sie bei Facebook in ihrem Freundeskreis gepostet (veröffentlicht), verbunden mit der Suche nach einem Haus im Kölner Süden. Einige ihrer Freunde kommentierten die freudige Nachricht mit Glückwünschen oder nur durch einen einzigen Klick auf den "Gefäht-mir"-Button. Durch diese Kommentare war die Nachricht aber nun auch auf den Pinnwänden der Freunde zu sehen. Es dauerte keinen Tag, bis das erste Haus von Privat an Privat angeboten worden ist. Dieses Haus wurde schließlich beurkundet. Die gewerbliche Immobilienwirtschaft war an dieser Transaktion nicht beteiligt. Privat kann jeder über diese Netzwerke denken was er möchte und mitmachen oder nicht. Als Unternehmen, auf der stetigen Suche

nach Auftraggebern und Kunden, stellt sich diese Wahlfreiheit nicht. So wie ein Unternehmen einen Briefkasten, eine E-Mail-Adresse, eine Webseite hat, ist es bald selbstverständlich, sich in Facebook zu präsentieren und mit Kunden, Auftraggebern und Kooperationspartnern zu vernetzen.

Bedeutung wächst

In einer Untersuchung aus dem Jahr 2009 wurde festgestellt, dass für 80 Prozent der Inc. 500 US-Unternehmen Social Media ein wichtiger integrierter Bestandteil ihrer Marketing-Strategie ist. Die Kommunikation über Facebook hat im Privatkunden-Immobiliengeschäft den Versand von E-Mails inzwischen weitgehend abgelöst.

In den USA bieten bereits zahlreiche Dienstleister an, Immobilienunternehmen professionell in Facebook zu präsentieren. Aber auch ohne professionelle Betreuung können Bilder, Logos, Unternehmensprofile und Videos bei Facebook ansehnlich veröffentlicht werden. Zahlreiche deutsche Immobilienunternehmen gehen mit gutem Beispiel voran. Aigner Immobilien in München, Kampmeyer Immobilien oder Geipel



erreicht diese Information doch sofort viele für Sie wichtige Kunden und kann durch entsprechende Kommentare noch zusätzlich verstärkt werden. Segensreich hingegen ist ein Lob oder eine öffentliche Empfehlung für Ihr Dienstleistungsangebot. Immobilienangebote bei Facebook zu kommunizieren ist eine gute und kostenlose Ergänzung im Marketingmix. Der Trend zur Vernetzung ist auch in der Immobilienwirtschaft zu spüren:

Von unverbindlichen Branchentreffen im Internet, zahlreichen erfreulichen Aktivitäten im Berufsverband bis zu konkreten Plattformen für Gemeinschaftsgeschäfte, die ausschließlich Profis vorbehalten sind.

Leider wird Facebook jedoch auch zur privaten Wohnungs- und Immobilienbörse. Es lassen sich zahlreiche private Immobilienalternativen finden. Einzelne Gruppen haben bereits mehrere Hundert Mitglieder. Die Zeiten, in denen Immobilienanbieter vom eingeschränkten Informationszugang ihrer Kunden profitieren konnten, gehen zu Ende. Der Informationsfluss lässt sich nicht kontrollieren oder beherrschen. Die Aufgabe ist es, eine relevante Rolle in den eigenen Märkten zu spielen. Social Media, gut und en-

gagierte genutzt, hat für Immobilienprofis zahlreiche Vorteile. Die Netzwerke eignen sich zur Neukundengewinnung, zufriedene Kunden lassen sich mit potenziellen Kunden vernetzen, Referenzen werden zu glaubwürdigen Protagonisten. Facebook eignet sich zur schnellen, direkten Kommunikation. Kundenbeziehungen werden gestärkt.

Wettbewerbsvorteile

Social Media dient somit der Information und dem informiert werden sehr schnell und effizient. Mit einem guten Facebook-Auftritt können sich alle Akteure der Immobilienwirtschaft deutlich von den Konkurrenten abheben, die dort nicht oder nur laienhaft vertreten sind. ←|

Immobilien in Bad Orb sind Beispiele vorbildlicher Facebook-Nutzung durch Immobilienmakler. Es finden sich Hinweise auf öffentliche Besichtigungstermine, Fotos und Exposees von Immobilien. Zusätzlich werden Videos von Angeboten mit Unternehmensinformationen verlinkt. Potenzielle Auftraggeber finden Informationen und Ratschläge rund um die Immobilienvermarktung.

Menschen glauben werblichen Informationen immer weniger. Empfehlungen von Bekannten und Freunden hingegen genießen das Vertrauen von 89 Prozent der 2009 von Nielsen befragten Konsumenten. Die Welt freundet sich auf Facebook an und tauscht sich effizient über Kontakte aus. Eine dort gepostete negative Kritik über Immobilien oder Immobilienleistungen ist sehr unerfreulich,