

Vermarktungsplattform

Pauschalpreis statt Maklerprovision

„Sparen Sie sich überhöhte Maklerprovisionen!“ Mit diesem Slogan werben verstärkt neue Vermarktungsplattformen für Immobilien. Die Maklerbranche zeigt sich unbeeindruckt.

WIEN. Sie heißen Vendomo, Faceyourbase.com, Nachmieter.de oder Mietercasting.de – und bedeuten für die Maklerbranche auf den ersten Blick nichts Gutes. Gemeint sind Onlineplattformen, die derzeit massiv auf den (deutschen) Markt drängen und hier vor allem mit einem Schlagwort werben: provisionsfrei.

„Sparen Sie sich überhöhte Maklerprovisionen“ lautet der Slogan von Vendomo. Die Idee dahinter: Für einen Festpreis können beispielsweise Vermieter kostenlos ihre Wohnungen inserieren.

Auch die Vermarktung der Immobilie ist im Package inkludiert. Obendrein gibt es ein Exposé- und Besichtigungsservice. Längst haben die ersten Anbieter ihre Fühler nach Österreich ausgestreckt.

„Der Trend geht massiv in die Richtung, den Maklerberuf ins Netz zu bekommen“, sagt Roland Schmid, CEO der Immobilienplattform Imabis.com. Für ihn ist die Entwicklung ein logischer Schritt. Für Makler ist das aber noch lange kein Grund, das Feld zu räumen. „Als Makler muss ich dagegenarbeiten – durch Information und Kommunikation. Sie müssen sich abgrenzen.“ Schmid ist überzeugt, dass der Makler nicht ersetzbar ist. Allerdings müssen Rolle und Aufgaben neu definiert und kommuniziert werden. „Makler tun viel, nur der

Endkunde erkennt das nicht.“

Das bestätigt Immobilienbetreiber Michael Resch, der im Vorjahr den privaten Verkauf von Wohnimmobilien in Wien untersucht hat. „Kaum einer versteht, welche Mehrleistung er durch den Makler hat. Dabei sind die Leute bereit, für Qualität zu zahlen.“ Grundsätzlich hält Resch das System eines Fixbetrags, wie ihn die Vermarktungsplattformen verrechnen, für eine gute Idee. „Die Frage ist, ob sich das durchsetzt.“

Bei Vendomo.de, einem Portal des Internetunternehmens Rocket Internet (Zalando), wird für einen Pauschalpreis

von 499 € die Wohnung inseriert, es werden Besichtigungen durchgeführt und der Wunschmieter bis zum Vertragsabschluss begleitet. Extraleistungen – etwa die Ausstellung eines Energieausweises – kosten extra. Vorerst kann das Angebot nur in Berlin genutzt werden.

Mehr Transparenz

Soll eine Wohnung verkauft werden, müssen 1499 € hingeblättert werden. Als Gegenleistung wird ein Exposé inklusive Kaufpreisempfehlung erstellt. Die Organisation der Besichtigungen und die Begleitung des Verkaufsprozesses bis zum Notartermin sind ebenfalls inklusive. Nebenkosten wie etwa Notarkosten werden extra verrechnet. Auch wer die Besich-



Vermietungsplattformen werben mit günstigen Pauschalen. Zusatzkosten sind im Kleingedruckten nachzulesen.

tigungstermine nicht selbst abwickeln will, muss zahlen. „Viele Kunden halten die Maklerprovision für deutlich zu hoch. Preis und Leistungen stehen in keinem Verhältnis“, sagt Vendomo-Geschäftsführer Johannes Becher im Gespräch mit dem Wirtschaftsblatt. „Wir sehen den Makler nicht als überflüssig an. Unsere Chance besteht darin, dass wir deutlich effizienter und transparenter agieren.“

Becher betont: „Wir sind kein Inseratenservice.“ Per Mausclick erfährt der Kunde vielmehr, auf welchen Plattformen die Immobilie beworben wird, wie viele Anfragen bzw. Besichtigungen es gab, und er bekommt eine Auflistung der Profile interessierter Mieter. Vor allem auf dem Käu-

fermarkt will Vendomo punkten. „Bei einer Wohnung im Wert von 300.000 € würde ein klassischer Makler in Berlin 21.420 € bekommen. Wir nehmen für dieselbe Dienstleistung 1499 €.“ Im Hintergrund arbeiten für die Plattform Makler, Mitarbeiter von Hausverwaltungen und Wohnungsgesellschaften. „Es geht nicht darum, irgendeinen Mieter oder Käufer zu finden, sondern um einen ganzheitlichen Beratungsansatz. Wir betreiben auch kein ausgelagertes Callcenter.“

Keine Konkurrenz

Margret Funk, Geschäftsführerin der Dr. Funk Immobilien GmbH, sieht der Entwicklung gelassen entgegen. „Diese Plattformen werden unserem Berufsstand

und unserer Tätigkeit keinen so großen Dämpfer versetzen, wie es im Augenblick den Anschein hat. Ich halte es für ausgeschlossen, dass sie sich flächendeckend durchsetzen.“ Laut Bernhard Reikersdorfer, Geschäftsführer von Remax Austria, gab es solche Geschäftsmodelle in der Vergangenheit schon einmal – durchgesetzt haben sie sich nicht. „Das ist keine Konkurrenz, sondern eine Ergänzung für eine sehr kleine Zielgruppe. Ich rate, das Kleingedruckte genau zu studieren. Die Pauschale müssen Sie nämlich auch dann bezahlen, wenn die Wohnung nicht verkauft wurde. Das gibt es bei Maklern nicht.“

KATHIRIN GÜLNERITS
kathrin.gulnerits@wirtschaftsblatt.at