

Schwerpunkt IT und Datenmanagement

Immobilien-Visualisierung bei der Kreissparkasse Böblingen

Mit der Verbreitung des Internets hat sich auch das Maklergeschäft gewandelt. Zwar hat sich mit der verstärkten Online-Vermarktung einerseits die Transparenz hinsichtlich der Objektangebote und Immobilienpreise erhöht, andererseits aber nahm die Anonymität zu. Statt mit seiner Persönlichkeit muss der Makler heute mit dem Auftritt in Immobilienportalen, Online-Marktplätzen und auf der eigenen Homepage überzeugen und den Kundenkontakt gewinnen. Dabei kann die Visualisierung der angebotenen Objekte helfen. Neben Fotos und Grundrissen bieten sich dafür auch Videos an. Vor allem die Einbindung bewegter Bilder in die Websites erhöht die Aufmerksamkeit für die Objekte, meint der Autor und verweist dazu auf die Erfahrungen der Kreissparkasse Böblingen. (Red.)

Einfamilienhäuser im Grünen, Appartements oder Büros verkaufen – Makler agieren in einem unübersichtlichen Markt als persönliche Vermittler. Die gesellschaftliche Vernetzung verändert den Beruf des Maklers grundsätzlich. Das Internet gibt dem heutigen Immobilienmarkt Anonymität. Diese gilt es durch verschiedene Ansätze zu durchbrechen und einen direkten, persönlichen Kontakt zum Interessenten herzustellen.

Hier geht es der Kreissparkasse Böblingen, die als dezentraler Immobilienservice vor Ort ist, darum, die potenziellen Kunden auch im Internet bei ihrer Suche nach geeigneten Objekten durch einen persönlichen Service nachhaltig zu überzeugen. Visuelle Reize in Form von implementierten Videos sind dabei essentiell und bieten die Grundlage für eine erfolgreiche, individuell auf den Kunden zugeschnittene Verkaufsstrategie im Internet. Dabei stehen gerade auch die Immobilienabteilungen von Banken und Sparkassen vor der Herausforderung: Wie kann man den anonymen Online-Markt wieder persönlicher gestalten, ohne auf die Vorteile des Internets verzichten zu müssen?

Der Autor



Pascal Klein

Leiter Business Development, Trivid GmbH, Dettenhausen

Die Zusammenarbeit mit der Trivid GmbH veranlasste die Abteilung Immobilienvertrieb der Kreissparkasse Böblingen über weitere effiziente Vertriebswege und die damit verbundene Erhaltung der Kundennähe nachzudenken. Eine Studie der unabhängigen Analysten Comscore Inc. zeigte überdies, dass individuelle Videos die Verkäufe nahezu verdoppeln und „emotionalisieren“.

Alternative zu konventionellem Vertrieb

Das Prinzip ist einfach und effektiv: Search Engine Optimization (SEO) steht für eine Strategie, bei der Webseiten und Angebote dem Kunden auf der ersten Seite angezeigt werden sobald bestimmte Keywords hinterlegt worden sind. Mit Schlüsselwörtern versehen Videos erhalten dabei eine wichtigere Stellung als Texte oder Bilder. Folglich können Objekte, Produkte und Services, die in einem Video präsentiert werden, leichter vom Kunden identifiziert und Informationen schneller erfasst werden. Die Immobilien-Darstellung der Kreissparkasse Böblingen sollte auf ein zukunftsfähiges Fundament gestellt werden und den Kunden neben der direkten und persönlichen Ansprache weiteren Mehrwert schaffen: gezielt die Aufmerksamkeit von Interessierten über Videos zu erwecken und eine effektive Erst-Kommunikation für einzelne Objekte und die passenden Finanzierungsmodelle zu transportieren.

Die Immobiliensoftware der Kreissparkasse Böblingen verwaltet Liegenschaften und vermarktet diese in verschiedenen Kanälen sowohl online als auch offline.

Immobilienportale können somit direkt angesteuert und vollautomatisch mit Informationen aktuell gehalten werden. Die von dem Institut im Rahmen des Immobilien-Managements eingesetzte Maklersoftware ermöglicht die ortsunabhängige Speicherung von Bild-, Text und Kundendaten. Gleiches gilt für die automatisierte Veröffentlichung in den gängigen Vertriebskanälen. Die Erstellung von Immobilienvideos ist jedoch nicht – wie von der Kreissparkasse gewünscht – vollautomatisch möglich.

Die von Trivid angebotene Schnittstelle fungierte hierbei als Vermittler zwischen Maklersoftware und dem finalen Video-Ergebnis. Somit werden die gängigen Datenbanken wie Flowfact, FIO oder Lagler erweitert. Es bedarf keiner zusätzlichen Datenpflege, keiner Updates oder sonstigen manuellen Korrekturen. Die Videos werden mit jedem Update in den Objektdaten automatisch aktualisiert und ergänzen somit das Online-Marketing der Kreissparkasse.

Die technischen Sicherheitsbestimmungen der IT-Infrastruktur des Instituts wurden ebenso berücksichtigt wie rechtliche Vorgaben und die allgemeine Corporate Identity des Institutes. Letztere wurden durch individualisierte Designs (Farben, Schriften, Logo) realisiert. Die intuitive Bedienung ermöglichte es schnell und gezielt Videos vollautomatisch zu erstellen und zeitsparend in den unterschiedlichen Vertriebsmedien zu veröffentlichen. Zudem können Immobilienvideos neben der Online- und Mobile-Vermarktung in die Terminals der Bank eingespielt werden. Die Nachbearbeitung von mobilen Videoformaten ist optional möglich.

Seit mehreren Monaten arbeitet die Kreissparkasse Böblingen mit der Videolösung von Trivid. Die Objekte des Instituts werden im Vergleich zum Wettbewerb schneller gefunden. Wollen Banken und Sparkassen den Vertrieb ihrer Immobilien stärken sowie in zeitgemäße Medien- und Absatzkanäle einbinden, ist die Ausrichtung auf visualisierte Konzepte eine effiziente praxiserprobte Alternative.