

## Sozialmanagement

# Der erste Eindruck zählt – zielführende Kundenansprache im Internet

Wer heutzutage eine Wohnung sucht, macht das Gleiche wie bei der Suche nach Flugreisen, Kaffeemaschinen oder einem neuen Wagen auch – er geht ins Internet. Im Gegensatz zum Anzeigenteil in der Lokalpresse bieten Suchplattformen schließlich nicht zehn oder zwanzig, sondern hunderte detailliert beschriebener Wohnungen an, die auch noch nach individuellen Suchkriterien geordnet werden können. Wer noch mehr Wert auf Aktualität legt, kann sich passende Wohnungsangebote per E-Mail zuschicken lassen. Da verwundert es kaum, dass heute bereits 40 Prozent aller Wohnungen über Immobilienbörsen im Internet vermittelt werden, Tendenz steigend.



Wer bewirbt sich hier bei wem? Im Internet erwartet den Interessenten eine Flut von Wohnungsangeboten; alle Fotos Stolp und Friends

## 1. Schritt: die Immobilienbörse

Aus Sicht des Vermieters bieten Immobilienbörsen wie z.B. ImmobilienScout24, immowelt oder immonet neben sehr vielen Interessenten leider auch sehr viel Konkurrenz. Der Interessent hingegen wird regelrecht überschwemmt von einer Flut an Wohnungsangeboten von Maklern, Privaten, „Heuschrecken“, Gesellschaften und Genossenschaften. Umso wichtiger ist es, sich aus der Masse hervorzuheben. An dieser Stelle unterschätzen viele Wohnungsanbieter immer noch die Kraft der Bilder. Die Fotos sind schließlich nicht nur das erste Element, das dem Betrachter „ins Auge springt“, sie sind auch der entscheidende Faktor, wenn es darum geht, eine Wohnung in die engere Wahl zu nehmen – oder eben nicht. Was viele Anbieter nicht beachten: Über die Suchfunktion können Wohnungskriterien wie Lage und Preis schon vorab festgelegt werden. In der Ergebnisauflistung bewegen sich daher alle Wohnungsangebote sowohl preislich als auch geografisch in einem ähnlichen Bereich. Wer hier herausstechen will, muss daher schon auf andere „Unterscheidungsmerkmale“ ausweichen. Schöne Fotos, die einen positiven Eindruck von Bad, Küche, Balkon und allen anderen Zimmern vermitteln, sind daher an dieser Stelle von zentraler Bedeutung. Das Gleiche gilt auch für einen gut erkennbaren Grundriss, der schnörkellos, aber präzise den Schnitt und die Maße aller Zimmer angibt. Kann der Betrachter darüber hinaus erkennen, wo sich Waschbecken und Küchenzeilen befinden oder in welche Richtung sich Türen öffnen lassen, gibt das weitere wertvolle Pluspunkte.

### Immobilienbörsen

## 2. Schritt: die eigene Homepage



Die Internetpräsenz eines Unternehmens ist heute das, was früher der Händedruck war: Der so wichtige erste Eindruck!

eine positive, lebendige Atmosphäre ausstrahlen. Ein aktiver, serviceorientierter Eindruck wird dabei vor allem durch aktuelle Neuigkeiten, Aktionen und Projekte vermittelt, die natürlich fortlaufend gepflegt werden müssen. Findet der Besucher unter „News“ nur den Geschäftsbericht des vorletzten Jahres, wäre es hingegen besser, auf eine derartige Rubrik zu verzichten. Als Faustformel gilt: Der strukturelle Aufbau der Homepage sollte streng dem voraussichtlichen Interesse des Kunden folgen. Vor diesem Hintergrund ist es beispielsweise fraglich, ob „die Geschichte der Genossenschaft in Zahlen“ wirklich eine Rubrik an zentraler Position sein muss.

Die meisten, und vor allem die wichtigsten, Besucher dieser Seite kommen auf genau dem Weg hierher, der oben beschrieben wurde. Es sind Wohnungsinteressenten, die von den Seiten einer Immobilienbörse „weiterverlinkt“ wurden. Entsprechend unvorteilhaft wirkt es sich aus, wenn die entsprechenden Wohnungsangebote hier erst umständlich gesucht werden müssen. Neben den aktuellen Angeboten sollten vor allem Rubriken wie „Serviceleistungen“, „Mietvorteile“ und auch „Ihre Ansprechpartner“ zentrale Positionen eingeräumt werden. Von besonderer Bedeutung, doch leider immer wieder vergessen, sind konkrete Handlungsaufforderungen! Der Interessent muss auf einen Blick sehen, wie es weitergeht. Das kann sich dann in etwa so anhören: „Was Passendes gefunden? Dann rufen Sie jetzt einfach an! Unsere freundlichen Mitarbeiter beantworten gern Ihre Fragen oder vereinbaren einen ersten Besichtigungstermin mit Ihnen. Selbstverständlich steht Ihnen auch unser 24-Stunden-E-Mail-Service zur Verfügung. Schreiben Sie uns, wir melden uns umgehend bei Ihnen!“ Wer hingegen potenzielle Mieter auf ein entsprechendes „Bewerbungsformular“ verweist, verkennt leider völlig, wer sich hier um wen bewirbt. Schließlich kann man den Kreis der engeren Wahl auch ganz schnell wieder verlassen.

Wohnungsangebot

Verlinkungen

## Zielgruppen richtig ansprechen

Gerade jüngere Menschen aus der mittleren und höheren Bildungsschicht nutzen das Internet als zentrale Informationsquelle. Eine gute Internetpräsenz wirkt sich somit langfristig auch auf die Mieterstruktur aus. Aufgrund ihrer wortwörtlichen „Vielseitigkeit“ empfiehlt es sich allerdings, die Homepage als Kommunikationsplattform professionell entwickeln zu lassen. Neben der eigentlichen Programmierung betrifft das vor allem die zugrunde liegende Struktur sowie die gestalterische und textliche Ausarbeitung.

PH