

---

# IMMOBILIEN ZEITUNG

## FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

---

Ein Beitrag aus der Immobilien Zeitung Nr. 39-40 vom 2.10.2008

IMMOBILIEN-SUCHMASCHINEN

## Die Welt der Immobilien googeln

Als Christian Scherbel nach Berlin ziehen wollte und eine Wohnung brauchte, erschien ihm die Sucherei in den gängigen Online-Portalen viel zu umständlich. Grund genug für den 25-Jährigen, im Mai dieses Jahres mit immobilo.de eine Suchmaschine zu gründen. Seit Mitte September ist das Angebot des zwölköpfigen Teams online. Sechs Wochen vorher ging mit nestoria.de ein ganz ähnliches Produkt der Londoner Neun-Mann-Firma Lokku an den Start.

„Ich saß am Computer“, erinnert sich der studierte Luft- und Raumfahrttechniker Scherbel, „stöberte auf der Suche nach einer Wohnung in verschiedenen Immobilien-Portalen, musste ein weiteres Fenster öffnen, um zu gucken, ob da, wo die Wohnung ist, auch eine U-Bahn fährt, mich wieder woanders über den Kiez informieren ... Das war mühsam“, urteilt er. Das muss doch schneller gehen, war die nächste Überlegung. Nur einige Monate später hoben Scherbel und sein alter Schulfreund Veit Mürz (29) eine Immobilien-Suchmaschine aus der Taufe.

### 15 deutsche Portale sind dabei

Seit Mitte September ist das Angebot im Netz. „Wir bündeln alle Immobilien, die auf Partner-Portalen angeboten werden“, erklärt Scherbel das Geschäftsmodell, „dadurch hat der Suchende alle Objekte, auf die seine Suchbegriffe passen, aller beteiligten Börsen auf einmal auf dem Bildschirm.“ In Klein- und Überzeugungsarbeit gewann das Duo bislang 15 deutsche Immobilienbörsen. Mit dabei sind zum Beispiel Immowelt, Kalaydo, Home Company und immofux. Damit können die beiden Jungunternehmer vom Start weg mit der zweitgrößten Auswahl an Häusern und Wohnungen in Deutschland im Netz aufwarten. Nur ImmobilienScout24 hat mit 1,2 Mio. Objekten derzeit ein noch umfangreicheres Angebot. Doch schon bald wird auch der Branchenriese mitmachen, hofft Scherbel. „Wir sind im Gespräch“, bestätigt Immobilien-Scout24-Sprecher Ergin Iyilikci.

### Klassische Internetbude

Das Büro der Golden Immobilo im zehnten Stock des ehemaligen Haus des Reisens am Berliner Alexanderplatz sieht ungefähr so aus, wie man sich gemeinhin eine Internetbude vorstellt. Nur heller. An Schreibtischen voller Computer und Technik sitzen die meist unkonventionell gekleideten jungen Leute, mit Rucksäcken neben den Füßen. Damit diese kleine

Schar auf Dauer essen kann, muss immobilo irgendwann Geld verdienen. Christian Scherbel weiß das genau. Schon mit 16 Jahren gründete das clevere Kerlchen die Firma Aerosecure, einen deutschsprachigen Dienstleister für Airline-Sicherheit. Acht Jahre lang stand er dem Laden vor.

Kasse machen wollen die frischen Jungs eines Tages auf dreierlei Art und Weise: Zunächst hoffen die immobilo-Gründer die einstellenden Portale davon überzeugen zu können, das so genannte Premium Listing, also Hervorhebungen, zu buchen. „Grau, gold, rot, fett gedruckt – egal – so wie ebay das halt macht“, erklärt Veit Mürz die Geschäftsidee. Online-Marketing ist seine Profession. Zuletzt verantwortete er die Internet-Werbung von Europas größtem Online-Reifenhändler.

### Marketing-Kanal, der was kostet

Im zweiten Schritt wird jeder Click, den immobilo auf die angeschlossenen Online-Börsen weiterleitet, Geld kosten. „Wir verstehen uns als Marketing-Kanal“, sagt Mürz. Noch später soll handelsübliche Bannerwerbung hinzukommen.

„Traffic“ auf die Seiten zu bringen, ist das A und O auf dem Weg zu bezahlter Arbeit. Und dafür lassen die beiden Jungunternehmer nichts unversucht. Netzwerke mit Unis, Hochschulen, Start-ups und anderen „technikaffinen“, wie das im Jargon heißt, Unternehmen zu pflegen, ist die eine, zusätzliche Portale und Anbieter auf die Seite zu lotsen, die andere Aufgabe, der sich Veit Mürz widmet.

### Zusatznutzen bieten

Genauso wichtig, wie viele Interessenten anzulocken, ist aber auch, qualifizierten Verkehr, wie die beiden das nennen, an die Partner weiterzureichen. Christian Scherbel kümmert sich daher um die Verbesserung der Seite. „Einfach, komfortabel, schnell und mit einer neuen Dimension der Informationstiefe“, sagt der fixe Unternehmer ohne Bescheidenheit, „das ist das Gebot der Stunde.“

Wer die Suchbegriffe „Wohnung Berlin-Mitte bis 300 Euro“ eintippt, soll im Handumdrehen nicht nur die Ergebnisse aller beteiligten Portale finden. Gleichzeitig zeigt sich ihm rechts am Bildschirm ein Kartenausschnitt, mit kleinen roten Pfeilen, die den jeweiligen Standort markieren. Wer dahin mit der Maus wandert, bekommt eine Objektbeschreibung (so gut oder so schlecht, wie Vermieter oder Verkäufer ihre Immobilie ins Netz gestellt haben), einen Link zum inserierenden Portal und als Zusatznutzen Informationen drumherum. Wo ist die nächste U-Bahn, der nächste Discounter, die nächste Schule? Daneben gibt es ein Kurzportrait der Stadt bzw. des Stadtteils,

Daten zur Infrastruktur, Statistiken über die Bevölkerungs-, Alters- und Sozialstruktur.

### Dienstleistungen der Zukunft

Angaben zum Mietpreisniveau im Wohngebiet runden das Angebot ab. Apotheken will Scherbel demnächst aufnehmen und Sportmöglichkeiten. Auch will er Bewertungen unabhängiger Stellen einpflegen – schließlich ist Schule nicht gleich Schule.

In Dienstleistungen dieser Art sieht er die Zukunft. Wer mit der Maus die Straße runter fährt, bekommt fast zeitgleich immer wieder neue Objekte angezeigt. Und wer auf einmal den angesagten Stadtteil Mitte verlässt und ohne es zu merken schon im weniger begehrten Wedding unterwegs ist, wird am Kopf der Seite darüber sofort informiert. Solche Kleinigkeiten sind es, auf die Scherbel stolz ist. Denn solche Kleinigkeiten sind für einen guten Auftritt wichtig.

Nicht so wichtig finden Scherbel und Mürz, einen richtigen, üblichen Business-Plan einzuhalten. „Die verfehlt man eh immer um 5.000%“, sagt Scherbel aus Erfahrung mit seinem ersten, mit 16 Jahren gegründeten Unternehmen. 2010 aber, so viel haben sie sich vorgenommen, wollen sie schwarze Zahlen schreiben.

### Nestoria ist seit August im Netz

Mit einer Suchmaschine für Immobilien bewegen sich die beiden Gründer aber nicht allein auf dem deutschen Markt. Beschränkt auf Wohnimmobilien ist die 2006 gegründete Firma Lokku in London seit August 2008 mit nestoria.de im

Netz. Neben dem deutschen Auftritt unterhalten die Engländer gleichzeitig Plattformen in Spanien, Großbritannien und seit zehn Wochen auch in Italien. Sieben deutsche Immobilien-Portale, darunter der Branchenprimus ImmobilienScout24, Immonet (Axel Springer), Sueddeutsche.de und Kalaydo machen mit. Europaweit konnten bislang 30 Börsen als Kooperationspartner gewonnen werden.

Im Unterschied zu den Berlinern kassiert Firmengründer Ed Freyfogle von den angeschlossenen Portalen für seine Dienste aber Geld. Welche Summen fließen, will der Deutsch-Amerikaner, der fünf Jahre für die Suchmaschine Yahoo in München tätig war, nicht verraten. „Nach Leistung“, sagt er. Mehr nicht. Näher ins Detail gehen will Vertragspartner ImmobilienScout24 auch nicht.

### Die Engländer kassieren schon

„Wir zahlen pro weitergeleitetem Suchergebnis“, sagt Iyilicki. Ob sich die Sache lohnt, weiß er noch nicht. Dafür sei die Kooperation noch zu frisch. Ebenfalls nicht verraten will Freyfogle, wie viele Objekte auf der deutschen nestoria-Seite zu finden sind. Einige 100.000, so viel lässt sich dem 32-Jährigen entlocken.

Werbung in der Suchmaschine lehnt Freyfogle kategorisch ab. Weder die übliche Bannerwerbung für irgendwas noch die von den Berlinern ins Auge gefassten Hervorhebungen passten zum Geschäftsmodell. „Aus einem ganz einfachen Grund“, erklärt er. „Bei Google finden Sie zwei Sorten von Ergebnissen. Bezahlte und relevante. Bei uns gibt es nur relevante.“ Nach oben kaufen diene dem Immobiliensuchenden nicht. Und damit auch der Seite nicht. (88)



Im zehnten Stock eines Hochhauses am Berliner Alexanderplatz basteln Christian Scherbel (links) und Veit Mürz an ihrer Suchmaschine für Immobilien. Am 15. September 2008 ist der Auftritt ins Netz gegangen. Übernächstes Jahr wollen die beiden damit erstmals Geld verdienen.

Bild: immobilo