

Angebot & Werbeverhalten: So arbeiten Österreichs Makler und Bauträger!

Utl.: Repräsentativ-Befragung Immobilien.NET / AC Nielsen: Deutliche Unterschiede bei Angebot und Werbeverhalten heimischer Makler und Bauträger =

Wien (OTS) - Beim Haus- oder Wohnungskauf führt der Weg für die meisten Käufer unweigerlich zu einem Makler oder Bauträger. Doch Immobilienanbieter ist nicht gleich Immobilienanbieter, zeigt eine Repräsentativ-Befragung, die im Auftrag von www.immobilien.net - Österreichs größter Immobilienplattform vom Markt- und Meinungsforscher AC Nielsen unter 375 heimischen Maklern und Bauträgern durchgeführt wurde.

Ost-West-Gefälle bei Maklern und Bauträgern

So wird der Weg im Osten Österreichs wohl eher zu einem Makler führen als zu einem Bauträger. Denn in Wien und Niederösterreich dominieren Makler die Immobilienbranche (75 Prozent Makler, 25 Prozent Bauträger). Interessanterweise wird der Anteil der Bauträger nach Westen hin stärker, in Vorarlberg etwa ist das Verhältnis Makler zu Bauträger relativ ausgewogen. Auch die Analyse des Firmensitzes zeigt: Der Großteil des Immobilienmarktes spielt sich in Wien und Niederösterreich ab, das Burgenland verzeichnet den geringsten Anteil an professionellen Immobilienanbietern.

Vielfältigeres Angebot bei Maklern

Auch im Angebot unterscheiden sich Makler und Bauträger grundlegend. Während Makler durchschnittlich 3,3 verschiedene Immobilienarten im Angebot haben, konzentrieren sich Bauträger auf eine, maximal zwei. Grundstücke sind dabei eine eindeutige Maklerdomäne.

Großes Angebot an Wohnimmobilien

Die meisten Bauträger sind auf den Wohnbau spezialisiert - Wohnungen werden von 73 Prozent aller Bauträger angeboten, Häuser von jedem zweiten. Auch wenn der Vermarktungsschwerpunkt von Maklern ebenfalls bei den Wohnimmobilien liegt (Wohnungen bieten 73 Prozent an, Häuser bieten 66 Prozent an, Grundstücke bieten 53 Prozent an),

sind Büros, Geschäftslokale, Gewerbe und Gastroimmobilien (bei jedem dritten im Angebot) sowie Ferienimmobilien und Anlageobjekte (bei jedem fünften im Angebot) eher auf Seite des Maklers zu suchen.

Unterschiedliches Werbeverhalten

Doch wie bringt jede Berufsgruppe ihre Objekte an den Abnehmer? Während beide Berufsgruppen einen ähnlich hohen Anteil ihres Marketing-Budgets in Print investieren, gibt es signifikante Unterschiede beim Einsatz von Online-Maßnahmen.

Makler investieren ein Viertel des Werbe-Budgets in Immobilienplattformen - an Betrachtung der relativ günstigen Insertionskosten auf Immobilienplattformen ein enormer Anteil. Neun von zehn befragte Makler sehen in dieser Werbeform noch großes Steigerungspotenzial, rund 86 Prozent der österreichischen Makler inserieren bereits auf mindestens einer Immobilienplattform. Den drittgrößten Platz im Werbe-Budget der Makler belegt die eigene Homepage. Auch hier wird in den nächsten beiden Jahren ein Anstieg erwartet. Übrigens: Burgenländische Makler zeigen sich als überdurchschnittlich internetaffin - sie investieren am häufigsten in Online-Maßnahmen.

Was für Makler die Immobilienplattform ist, ist für den Bauträger die eigene Homepage. Für Anbieter- oder Projekthomepages werden derzeit 18 Prozent des gesamten Marketing-Budgets ausgegeben. Neun von zehn Bauträgern messen Homepages in den nächsten Jahren einen noch höheren Stellenwert bei. In Immobilienplattformen investieren Bauträger derzeit 14 Prozent ihres Werbebudgets (ca. 63 Prozent aller Bauträger vermarkten über mindestens eine Plattform) - sie belegen damit Platz drei im Werbekuchen.

Makler internetaffiner als Bauträger

Bei der Frage nach den wichtigsten Vermarktungs-Medien zeigen sich vor allem die Makler internetaffin: Hier teilen sich Print und Immobilienplattformen mittlerweile die führenden Plätze - 57 Prozent aller Makler erachten beide als überaus wichtig. Bauträger zeigen sich hier konservativer: 62 Prozent setzen auf klassische Werbeformen. Platz zwei belegt die eigene Homepage, die bereits für 40 Prozent ein absolutes Muss ist.

Rückfragehinweis:

Immobilien.NET
Brigitte Tomschik
Tel.: 01 / 586 58 28
mailto:bt@immobilien.net

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0083 2006-11-30/10:30

301030 Nov 06

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20061130_OTS0083