



BFW Marktforschungssymposium 2010

Zahlen, Daten, Fakten: Navigationshilfen für ein erfolgreiches Immobilienmarketing

Am 18.03.2010 veranstaltete der BFW im Lindner Congress Hotel Düsseldorf das BFW Marktforschungssymposium 2010. Ziel der Veranstaltung war es aufzuzeigen, wie man im Bauträgermarkt mit den richtigen Zahlen und Daten seinen Erfolg am Markt verbessert und damit natürlich auch zu höheren Renditen kommt.

Mit rund 90 Anmeldungen und Teilnehmern ist das Thema auf großes Interesse gestoßen. Moderiert wurde das Symposium von Germano Tullio, Vorsitzender des BFW-Arbeitskreises Immobilienmarketing. Kooperationspartner dieser Veranstaltung war die Lindauer Qualitäts- und Marktforschung GmbH.

Insgesamt betrachtet hat die Veranstaltung klar gemacht, dass erfolgreiches Immobilienmarketing von einer Vielzahl von Entscheidungsvariablen abhängt. Das fängt mit globalen Trends und Entwicklungen an und geht über die lokalen Rahmenbedingungen vor Ort weiter bis zur kleinräumigen Betrachtung einzelner Bauprojekte.

Im ersten Teil des Symposiums stellten renommierte Referenten die Eckdaten sowie die Entwicklung des Wohnungsmarktes dar. Die großen Trends bei der Wohnungsnachfrage hat Herr Tobias Just (Deutsche Bank Research) in seinem mitreißenden Vortrag aufgezeigt. Wie es von einem Vertreter der Deutschen Bank nicht anders zu erwarten war, ging es natürlich um das große Bild und die globale Entwicklung bis nach China. Herr Dr. Reiner Braun (empirica ag) hat ausgewählte Immobilienstandorte analysiert und den Einfluss der demographischen Entwicklung auf die künftige Wohnungsnachfrage beschrieben. Einen weiteren Gedanken ergänzte Herr Steffen Schröder (aremis GmbH), nämlich wie unter gegebenen Bedingungen kommunale Handlungsspielräume genutzt und mittels Vernetzung zur erfolgreichen Positionierung eines Zukunftstandortes geführt werden können.



Im zweiten Teil der Veranstaltung wurde der Bauträgermarkt genauer unter die Lupe genommen. Hervorgehoben wurde, dass nicht nur die aktuelle Konjunktur, sondern auch die Wettbewerbssituation und die Branchenstruktur einen wesentlichen Einfluss auf das Bauträgergeschäft, welches durch eine hohe Wettbewerbsintensität und einem starken Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet ist, haben. Herr Axel Härtel in Vertretung von Herrn Hettenbach (IIB) zeigte ausführlich die Mechanismen auf, Herr Kiefer (ImmobilienScout 24) lieferte mit den zugänglichen Daten die Detailanalyse. Professor Lars Binckebanck (Nordakademie) stellte die ganzen Analysen sozusagen wieder auf die Füße: Er



schilderte eindrucksvoll die entscheidenden Faktoren einer zielgruppenorientierten Projektentwicklung und das immer stärker werdende Zusammenspiel der Hauptfaktoren Markt, Energie und Rendite. Zu erwarten ist, dass neben der Energieeffizienz künftig immer genauer auch auf die Rendite geschaut wird, nicht nur vonseiten des Bauträgers, sondern auch vonseiten des Käufers. Die Faktoren Nachhaltigkeit und Werthaltigkeit spielen daher eine entscheidende Rolle.



Im dritten Teil der Veranstaltung wurde auf das Thema Kundenerwartungen und Kommunikation eingegangen und aufgezeigt, wie die Kundenerwartungen in die zielgruppengerechte Marketingkommunikation einfließen. Frau Ute Kerber, (Lindauer Qualitäts- und Marktforschung GmbH) zeigte an konkreten Kunden- und Interessentenbefragungen, welche Informationen erhoben und verwendet werden. Herr Frank Kirsch (wahrZeichen®) demonstrierte anhand konkreter Projekte, wie daraus eine gute, abgestimmte Marketingstrategie entwickelt wird, die die Verkaufchancen für die entsprechenden Bauträgerobjekte erheblich erhöhen.

Obwohl die Zeit durch die engagierten Vorträge und Diskussionen schon weit fortgeschritten war, wollten die Teilnehmer auch die abschließende Podiumsdiskussion, an der auch Herr Martin Dornieden (Generalbau GmbH und Vorstandsmitglied BFW Landesverband sowie Herr Detlev Bloch (INTERBODEN Innovative Lebenswelten) nicht missen, kaum einer ging vorzeitig. Das Fazit der Veranstaltung fasst Herr Tullio zusammen: Grundlegendaten kombiniert mit der richtigen Kommunikationsstrategie führen zum erfolgreichen Immobilienmarketing. Das nächste BFW-Marktforschungssymposium wird dieses Thema aufgreifen und zeigen, wie nach Kenntnis der richtigen Daten und Fakten die nächsten Schritte aussehen.

