

PropTech Guide

Whitepaper

PropTechs und das Bestellerprinzip
Trends und Märkte
Company Insights

Inhalt

VORWORT	1
TOPIC	
Auf einen Blick	2
Trends und Marktentwicklung	3
Bestellerprinzip und PropTechs	4
Interview mit Jakob Schulz	8
SPOTLIGHT	
FINcredible	10
Propup	13
Joyce Real Estate Systems	16
STECKBRIEFE	19
EVENTS	
Expo Real 2022	22

Offenlegung nach §25 Mediengesetz

Herausgeber & Medieninhaber: Fachverband der Immobilien- und Vermögenstreuhänder, Wiedner Hauptstraße 57/2/2/5, 1040 Wien, Telefon: +43 590900-5522, E-Mail: immobilienwirtschaft@wko.at, Website: www.wkimmo.at

Für den Inhalt verantwortlich: Enteco Concept GmbH, Zieglergasse 6/4a, 1070 Wien, Website: www.enteco.at

Chefredaktion: Mag. Sabina Berloff, Website: www.bsc-consulting.at **Layout und Produktion:** Enteco Concept GmbH.
Namentlich gekennzeichnete Beiträge müssen nicht der Meinung der Redaktion entsprechen.

Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft

Property Technologie oder, kurz gesagt, „PropTech“ steht für moderne technologische Entwicklungen und ist ein mittlerweile fast unüberschaubarer Bereich mit rasantem Wachstum. Mit der Corona-Pandemie gab es in der Immobilienbranche einen großen Digitalisierungsschub, der weiter voranschreitet. Das Ziel von PropTechs ist, bestehende ineffiziente, langwierige Prozesse zu digitalisieren und zu beschleunigen und damit deren Effizienz zu steigern.

Der Fachverband der Immobilien- und Vermögenstreuhänder hat es sich zum Ziel gesetzt, die PropTech-Szene in den Fokus unserer Mitgliederinformation zu rücken und im Detail unter die Lupe zu nehmen. In erster Linie wollen wir Ihnen einen Überblick über jene Dienstleister anbieten, die den Immobilienmakler in seiner Tätigkeit unterstützen und hilfreiche Tools für ihn zur Hand haben. Wir setzen uns dafür ein, dass unsere Betriebe aus der Immobilienwirtschaft zukunftsfit werden. Wie kann ein Immobilienunternehmen die neuen Technologien für sich nutzen?

Wir wollen Ihnen zeigen, wo mögliche Chancen für Ihr Unternehmen liegen.

Im ersten Teil unseres Reports steht das Bestellprinzip im Mittelpunkt. In weiteren Fortsetzungen dieser Serie werden wir uns mit weiteren Aspekten der Vermarktung und Verwertung genauso auseinandersetzen, wie mit den digitalen Herausforderungen für Immobilienverwalter und Bauträger. Am Ende des Tages soll die Immobilienwirtschaft und ihre Kunden davon profitieren.

Wien, im Oktober 2022



KommR Michael Pisecky
Fachverbandsobmann-
Stellvertreter



KommR Arno Wimmer
Berufsgruppensprecher
Immobilienmakler

Fachverband der Immobilien- und Vermögenstreuhänder

Auf einen Blick

PropTechs sind Unternehmen, die technologiebasierte Lösungen im gesamten Immobilienlebenszyklus bereitstellen. Ihr eigener Lebenszyklus ähnelt dem von Startups aus anderen Branchen. Ab einer gewissen Marktreife zählen sie zu den etablierten Unternehmen.

Aus aktuellem Grund haben wir uns den Vermittlungs- und Vermarktungsbereich genauer angesehen und hier im speziellen die Trends am Mietemarkt.

Was versteht man unter PropTech?

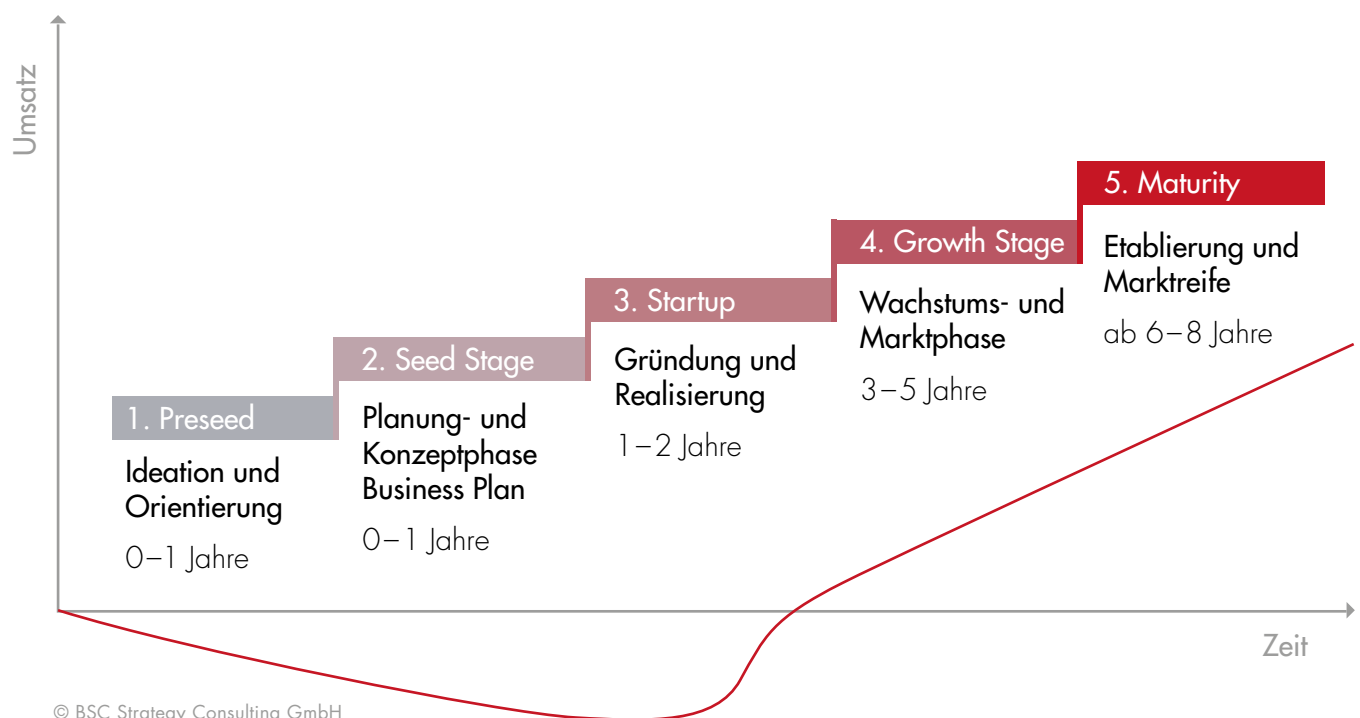
Zunächst ist es einmal förderlich zu erklären, wozum es überhaupt bei dem Begriff „PropTech“ geht. Er steht in dieser Kurzform für Property Technology. Darunter versteht man digitale Technologien und Dienstleistungen, die im Zuge der digitalen Transformation für und in der Immobilienbranche entstehen. Dieser technologische Trend hat in seiner Anfangsphase bereits ab 2011 begonnen.

Unmittelbar damit verbunden, sind sogenannte

„PropTechs“. Das sind jene Firmen (zumeist Startups), die technologiebasierte Lösungsansätze für Aufgaben- und Problemstellungen in der Immobilien- und Bauwirtschaft entwickeln. Es entstehen dadurch neue Produkte oder Dienstleistungen, die z.B. Geschäftsprozesse und Abläufe optimieren und kosteneffizienter gestalten. Mitunter entstehen auch komplett neue Geschäftsmodelle.

Das Portfolio des PropTech-Marktes umfasst dabei den gesamten Lebenszyklus, von der Beschaffung und Finanzierung, über die bau- und planungstechnische Realisierung, dem Asset-Management von Immobilienprojekten bis hin zur Verwaltung, Vermittlung und Vermarktung. PropTechs agieren folglich auf einem Unternehmer- (B2B) oder einem Endverbraucher-Markt (B2C).

PropTech Life Cycle®



Trends und Marktentwicklung

In der ersten Ausgabe dieser Berichtserie (Whitepaper) zum Thema PropTechs, geht es um das deutsche Bestellerprinzip, die PropTech-Szene, die sich darauf basierend entwickelt hat und mögliche Implikationen für die Einführung in Österreich. Außerdem berichten wir über PropTechs in Österreich, die sich diesbezüglich positionieren.

Trends auf dem Mietenmarkt

Zusammengefasst kann man erkennen, dass sich – bedingt durch das Bestellerprinzip – die deutschen Makler weitgehend aus dem Mietenmarkt zurückgezogen haben und ihren Fokus nun konkret auf den Käufermarkt legen. Das gilt ganz besonders für die klassischen Makler.

Viele Vermieter und Hausverwaltungen nehmen den Vermietungsprozess nun selbst in die Hand. Unterstützung erhalten die – hauptsächlich gewerblichen – Vermieter mit mehreren Wohnungen im Portfolio, durch sogenannte PropTechs. Diese helfen den Vermietungs- und Vermarktungsprozess zu digitalisieren, Online-Buchungen etc. zu ermöglichen und bieten dafür entsprechende individuelle Portal-Lösungen, die für die komplett autonome Abwicklung sorgen.

Immobilienvermittlung neu gedacht

Die anfänglich große Zahl an digitalen und hybriden Makler-Startups hat sich minimiert und konzentriert sich zwischenzeitlich auch auf den lukrativeren Käufermarkt. Neu am Markt sind einige Matchmaking-Plattformen, die VermieterInnen und MieterInnen im privaten Bereich zusammenführen. Eine neuartige Art von Plattform vermittelt Makler an EigentümerInnen, wobei Makler diverse Anforderungen erfüllen müssen. Eine weitere nunmehr beliebte Form der digitalen Transaktion wird über Makler-Plattformlösungen im Bieterverfahren abgewickelt. Dazu werden wir weiterführend in einer der nächsten Ausgaben gesondert berichten.

Lukrative Vermietung

In punkto Vermietung zeigt sich eine Ausnahme, die für PropTechs interessant ist, nämlich die Kurzzeitvermietung. Das ist bedingt dadurch, dass die Flexibilität, in Bezug auf zeitlich begrenztes Wohnen, immer mehr an Bedeutung gewinnt. Hier geht es um zweckmäßiges Wohnen für einen kurzen Zeitraum, beispielsweise für Expats, Fortbildung und Pflegeaufenthalte. Die Kurzzeitvermietung ist für PropTech-Portale im DACH-Raum eine relativ neue Disziplin mit interessanten Margen.

Die vorliegenden Informationen wurden von enteco #digitalrealestatemarketing und BSC Strategy Consulting unter der Leitung von Mag. Sabina Berloffa zusammengestellt.



Bestellerprinzip und PropTechs

Im Regierungsprogramm festgehalten, bis dato terminlich noch nicht fixiert – ist das drohende Aus für Maklerprovisionen im Mietenmarkt ohne Bestellgrundlage. Kommen nun die PropTechs und nehmen den Makler zusätzlich in die Mangel? Wir schielen nach Deutschland, wo das Bestellerprinzip schon 2015 eingeführt wurde.

Das Bestellerprinzip in Österreich nach deutschem Vorbild

Das österreichische Regierungsprogramm 2020 bis 2024 enthält im Kapitel „Wohnen“ das Vorhaben „Maklerprovision nach dem Bestellerprinzip“. Es gilt der Grundsatz, dass demnach die Kosten des Maklers bei der Vermittlung von Mietwohnungen von demjenigen übernommen werden, der den Auftrag gegeben hat.

Mit dem Bestellerprinzip darf ab Anfang/Mitte 2023 daher für eine inserierte Mietwohnung keine Maklerprovision mehr von den MieterInnen verlangt werden. Wenn der Makler allerdings von dem Mieter/der Mieterin selbst beauftragt wurde, dann kann auch in Zukunft eine Maklerprovision vereinbart werden. Das Gesetz soll mit einer Übergangsfrist eingeführt werden.

Was sagt das Bestellerprinzip aus?

Das Bestellerprinzip für den Mietenmarkt gilt in Deutschland bereits seit 2015 und bedeutet im Wesentlichen – dem Namen getreu – auch hier: Wer bestellt, muss zahlen. Wer einen Immobilienmakler mit der Vermittlung der Immobilie beauftragt, das sind in der Regel Vermieter oder Hausverwaltungen, muss bei erfolgreicher Leistung in der Regel den Makler mit 100% der Provision entlohnen.

Das Bestellerprinzip in Deutschland wird oft als das „harte“ Bestellerprinzip bezeichnet. Im Gegensatz zu dem seit Ende 2020 bestehenden neuem Gesetz zur Maklerprovision, das die Verteilung der „Makler-Courtage“ beim Verkauf bestimmter Asset-Klassen regelt. Fälschlicherweise wird das neue Gesetz auch oft als Bestellerprinzip bezeichnet. Das Gesetz sieht neue Regelungen für die Verteilung der Maklerprovision von Einfamilienhäusern, Einfamilienhäuser mit Einliegerwohnung und Eigentumswohnungen vor.

Wird ein Makler aufgrund zweier Maklerverträge sowohl für den Käufer/die Käuferin wie auch für den Verkäufer/die Verkäuferin tätig, dann kann dieser von beiden Parteien zu gleichen Teilen Provision verlangen (50/50).

Tenor

Gegner des Bestellerprinzips erklären, dass das Bestellerprinzip keine positiven Effekte brachte. Der Markt für Mietwohnungen sei undurchsichtiger geworden, weil es weniger qualifizierte Angebote gebe. Die Mieten seien außerdem weiter gestiegen und das Wohnungsangebot wurde nicht erhöht. Befürworter setzen dem entgegen, dass das Ziel nicht die Wohnraumbeschaffung war, sondern die Entlastung der Mieter, was geglückt sei.

Bestellerprinzip und PropTech-Schwemme

In Deutschland tauchte mit der Einführung des Bestellerprinzips 2015 folgendes Phänomen auf: Jede Menge Unternehmen, mit zumeist software-technischen Background und durchaus auch branchenfremde, haben dieses „neu zu entwickelnde“ Marktsegment für sich entdeckt. Dabei kamen viele auf den Markt, ohne dessen Struktur zu kennen oder mit den rechtlichen Bedingungen vertraut zu sein.

Gleich reihenweise haben in den ersten Monaten des Bestellerprinzips in Deutschland Immobilienportale aufgemacht, die den KundenInnen ihre Dienstleistung deutlich billiger anboten, als dies in der Branche lange üblich war.

Von Vermietungen über Verkäufe bis zum Investment und Portfolio-Management – in fast allen Segmenten tummelten sich zahlreiche neue Online-Wettbewerber, die den etablierten Akteuren auf dem Markt Konkurrenz machen wollen.

Ziel: Angriff auf die Maklerzunft

12 Monate nach Einführung des Bestellerprinzips wurden an die 100 neue Startups gegründet, 24 Monate nach der Einführung des Bestellerprinzips waren es in Deutschland dann nur noch um die 20 neue Unternehmen, die alle ein Ziel verfolgten: Maklerleistungen durch digitale Lösungen zu ersetzen oder zumindest zu ergänzen.

Davon ist allerdings kaum jemand übriggeblieben. Vendomo war so eine der Plattformen, die nach Einführung des Bestellerprinzips zum Angriff auf die Maklerzunft ansetzte. Weitere dutzende vergleichbare Neugründungen habe es seit Mitte 2015 gegeben, sagen Beobachter, und fast alle sind sie wieder verschwunden. Wer noch übrig ist, habe oftmals den Mund zu voll genommen und musste inzwischen sein Geschäftskonzept der Wirklichkeit anpassen.

Geschäftsmodell ging nicht auf

Nikolai Roth, CEO von Maklaro, www.maklaro.de, (siehe Steckbriefe) und Vorstand der gpti Deutschland (German PropTech Initiative) erläutert den Prozess so: „Keines der damals gegründeten PropTech Startups ist beim ursprünglichen Geschäftsmodell geblieben. Alle Startups, die sich gehalten haben, haben ihr Modelle geändert.“

Die „Bereinigung“ fand relativ bald statt. Die meisten sind mit der Idee gestartet, alles automatisieren zu wollen und vom EigentümerIn wie auch vom MieterIn maximal eine Netto-Kaltmiete zu verlangen oder einen Festpreis zu fixieren, oftmals circa 499 Euro. Mit diesem Produktversprechen sind viele gestartet. Das Geschäftsmodell ist nicht aufgegangen. Viele stellten auch fest, dass der Mietenmarkt nicht so interessant war, der Verkaufsmarkt aber umso mehr. Warum? „Weil am Ende der Aufwand ähnlich groß war“, so Nikolai Roth.



Die wichtigsten PropTech-Dauerbrenner im Maklerbereich

Mc Makler, www.mcmakler.de (siehe Steckbriefe) ist ziemlich schnell vom Mietenmarkt abgezogen und hat den Fokus auf den Verkaufsmarkt gelegt. Homeday, www.homeday.de (siehe Steckbriefe) hat sich in der Zwischenzeit auch komplett auf den Verkaufsmarkt konzentriert. www.maklaro.de (siehe Steckbriefe) konzentriert sich auf den Verkaufsmarkt im Heimmarkt Norddeutschland und die digitale Eigentümer-Akquise mit einer eigenen Linie zur Maklerunterstützung. Moovin, www.moovin.de (siehe Steckbriefe) ist das einzige Unternehmen, das bis jetzt am Mietenmarkt geblieben ist und sich jedoch zunehmend auf die Bestandshalter konzentriert.

Wie hat sich der Markt nun verändert?

Es gibt und wird auch in Zukunft weiterhin Neuvermietungen geben, die früher vom Makler erledigt wurden. Heute bilden diese Vermietungen hauptsächlich die Bestandshalter ab und stellen mitunter dafür eigenes Personal ein. Generell machen sie diese Vermietungen gut und effizient, indem sie in den gesamten Prozess investiert haben und diesen perfektioniert haben.

Die kleinen KapitalanlegerInnen mit wenigen Wohneinheiten erledigen die Vermietungen nun selbst. „Fast alle PropTech-Unternehmen haben sich umorientiert oder haben den Markt verlassen, wenn sie sich rein auf den Mietenmarkt konzentriert hatten,“ so Nikolai Roth.

Bei der Recherche ist ein neuer Player in Deutschland aufgefallen: Wohnsinn, www.wohnsinn.com (siehe Steckbriefe), der eine Art Match-Making für WohnungsvermieterInnen und Mietsuchende anbietet inklusive digitalem Mietvertrag, Schufa-Auskunft und digitalem Einkommensnachweis.

Gibt es Erfahrungen mit der 50:50 Variante?

Ende 2020 gab es die Neuerung in Deutschland, dass die Provision zwischen AbgeberIn und KäuferIn im Verhältnis 50:50 geteilt werden muss. In manchen Bundesländern (Hamburg, Brandenburg,

Bremen, Hessen, Berlin) waren dies die EigentümerInnen nicht gewohnt, weil sie bis dato gar keine Provision als AbgeberIn zahlen mussten. Die neue Regelung bedeutet in Deutschland, dass, wenn nur der Verkäufer/die Verkäuferin AuftraggeberIn ist, die Provision zu 100% zu tragen ist. Wenn der Makler eine Doppeltätigkeit ausführt, dann darf in Hinkunft eine Provision zu gleichen Teilen von beiden Parteien verlangt werden. Das heißt, wenn sich der Makler mit dem Eigentümer/ der Eigentümerin auf eine Provision von 3% einigt, dann darf dieser der Käufer/die Käuferin ebenfalls nicht mehr berechnen.

Am Anfang fand zunächst ein enormes Wachstum von privaten Anzeigen auf den Plattformen statt, in Hamburg +70% und in Berlin +30% (Quelle Pricehubble). Mit der Zeit haben die AbgeberInnen festgestellt, dass der Verkauf anstrengend ist, und Erfahrung benötigt und haben letztendlich doch oftmals einen Makler beauftragt, der ihnen





Anrufe, Termine, Verhandlungen abnahm.

“Jene Makler, deren USP daraus bestand, kostenfrei für den Eigentümer zu sein, haben seit 2020 enorme Probleme,” so Nikolai Roth. Diese haben große Teile ihrer Aufträge an renommierte Maklerunternehmen verloren, gegen die sie als Online-Makler imagemäßig am Abstellgleis standen. In der Zwischenzeit wurde viel in Marketing investiert, man befindet sich nun auf einem stetigen Wachstumskurs.

Auch wenn eine Neuregelung der Maklerprovision im Verkaufsmarkt in Österreich nicht zur Debatte steht, so ist es dennoch interessant zu erkennen, dass man ohne Image-Arbeit, ohne Transparenz der eigenen Makler-Arbeit und ohne strukturierte Markt- und Lead-Bearbeitung relativ schnell am Abstellgleis stehen kann.

In Deutschland gibt es ca. 750.000 Verkäufe pro Jahr. Die Hälfte wird von MaklernInnen erzielt, die andere Hälfte läuft off-market bzw. privat.

Interview mit Jakob Schulz

Jakob Schulz ist Generalbevollmächtigter der Matuschka Group in Frankfurt, Advisor gpti (German PropTech Initiative) und Investment Advisor bei BitStone Capital. Er kennt als PropTech-Insider die deutsche PropTech-Szene sehr gut.

Sabina Berloff: Die Österreicher werden vermutlich im nächsten Jahr das Bestellerprinzip einführen. Gibt es nach der Einführung in Deutschland aus deiner Sicht, „Learnings“, die man mitnehmen könnte?

Jakob Schulz: Ich muss dazu vorab sagen, dass ich kein Makler im klassischen Sinne bin. Im Gegensatz zum Verkaufsmarkt, wo der Makler eine Vermittlungs-, Verhandlungs- und Moderationsrolle inne hat, war es im Mietenmarkt eher so, dass der Eigentümer bzw. die Hausverwaltung auch in der Lage gewesen wäre, ohne Makler zu vermieten, der Makler wurde quasi als „Komfortfaktor“ wahrgenommen.

Die Learnings, die ich eher ziehen würde, wären an anderer Stelle und zwar in Bezug auf die Qualität der Makler. Hier ist in Deutschland nach wie vor nichts geschehen. Das hat sich jetzt natürlich im Mietenmarkt ein bisschen reguliert, denn wenn der Eigentümer plötzlich für Leistungen bezahlen muss, die er vorher quasi umsonst bekommen hat, führt das natürlich dazu, dass er sich den Geschäftspartner genauer ansieht.

SB: In Deutschland habe ich Hörensagen gehört, dass der Makler der „teuerste Schlüsseldienst“ sei. Kommt das davon, dass man in Deutschland keinerlei Befähigungsnachweis für das Gewerbe benötigt?

JS: Ja, richtig - in Deutschland ist es nach wie vor so, dass ich als Makler für den Einstieg in den Markt überhaupt keinen Nachweis für irgendwas braucht. Ich muss nur nachweisen, dass ich keine Schulden habe und irgendwie meine Finanzen im Griff habe, aber ich brauche keine Ausbildung, keinen Befähigungstest. Und das führte letztendlich dazu, dass der Markt – auch im Kaufbereich – von Maklern überschwemmt wird und es enorm viele „Glücksritter“ gibt.

SB: Das stellt sich in Österreich ja schon mal ganz

anders dar. Der Makler hat auch bei der Miete umfassende Informations- und Beratungsaufgaben zu tragen, über die Immobilie selbst und bietet Begleitung und Hilfestellung bis zum Mietvertrag und unterstützt darüber hinaus z.B. bei der Ummeldung von Strom, Wasser, Gas etc.

JS: Und das wäre – glaube ich – in Deutschland über kurz oder lang eher das Potenzial, als jetzt über Provisionsregelungen zu versuchen, den Markt zu verändern.

SB: Was hat sich nach der Einführung des Bestellerprinzips in der PropTech-Szene getan?

JS: 2015 war das Jahr der meisten Gründungen. Und das war hauptsächlich getrieben durch dieses Bestellerprinzip. Viele dachten, obwohl branchenfremd, aber aus eigener Erfahrung den Mietprozess kennend, sie hätten eine Chance am Markt.

Und es war natürlich auch so, dass plötzlich auch auf der Eigentümerseite ein Kostenfaktor entstanden ist. Der Eigentümer/die Eigentümerin hat darüber nachgedacht, ob man mit einem digitalen Modell eine Vermietung um pauschal 200 Euro anbieten könne, wohingegen man dem Makler 3 Kaltmieten zahlen sollte. Ob das jetzt alles nachhaltige Geschäftsmodelle waren, sei mal dahingestellt.

SB: Da sind dann eben ganz neue Unternehmen aus dem Boden geschossen. Ist dir eines erinnerlich?

JS: Ja, im Mietenmarkt würde ich „immomio“ nennen. Sie sind heute vom privaten Vermieter sehr weit entfernt und konzentrieren sich eher auf professionelle Vermieter.

SB: In Österreich fällt mir dazu „trovato.at“ ein. Das könnte vergleichbar sein.

JS: Immomio fährt ein starkes Mieter-Qualifizierungs-Modell und versucht den Prozess sehr stark

zu standardisieren und zu digitalisieren. Ich denke, sie konzentrieren sich mittlerweile auf große Volumina, wo viele Wohnungen vermietet werden.

Auch das PropTech moovin ist spannend. Es bietet Vermietungen, aber mit einem Full Service-Paket. Sie arbeiten heute auch für professionelle Anbieter wie z.B. Versicherungen. Man sieht bei beiden deutlich, dass sie in der Zwischenzeit aus dem B2C-Markt herausgewachsen sind.

SB: *Tut sich überhaupt etwas im privaten Vermietermarkt?*

JS: Es gibt gerade wieder so eine Welle an neuen Anbietern, die eben in diesen Mietenmarkt wollen. Und da ist es interessanterweise so, dass sich die PropTechs auf das Thema „möbliertes Wohnen“ konzentrieren, weil sie hier natürlich deutlich höhere Durchlaufzahlen haben.

SB: *Stichwort Kurzzeitwohnen?*

JS: Ja, denn eine akquirierte Wohnung bedeutet, dass du 3 Vermietungen im Jahr hast. Währenddessen, wenn du eine klassische Dreizimmer Wohnung in Frankfurt akquirierst, hast du nur vielleicht eine Vermietung in 3 Jahren.

SB: *Welches PropTech gibt es denn, dass sich auf den klassischen Wohnungsvermietungsmarkt gestürzt hat und groß geworden ist?*

JS: Ich wüsste keines in Deutschland, das im klassischen Wohnungsvermietungsmarkt, also wirklich normale Wohnungsmiete, leere Wohnungen, irgendeinen Impact hätte. Es gibt viele Maklerunternehmen, die im Verkauf eine relativ gute Basis aufgebaut haben. Aber ich kenne keinen digitalen Makler für Wohnungsmiete, der im Privatmarkt groß geworden ist.

SB: *Und wer hat dann das große Los gezogen, hat das überhaupt wer?*

JS: Die privaten Vermieter vermieten alleine,



über Plattformen. Und hier sieht man, dass z.B. Plattformen in Deutschland auch ganz schön die Daumenschrauben angegedreht haben, was die Preise betrifft. Es ist mittlerweile so, dass eine Wohnungsanzeige für Vermietung ganz schnell mal für einen Monat auch mehrere hundert Euro kosten kann. Je nach Markt und, wenn man das mal hoch rechnet auf eine Provision, dann nimmt das auch ganz schön viel Geld weg. Denn Eigentümer machen dann genau das folgende: Sie inserieren die Wohnung auf einer Plattform. Der Makler hätte vielleicht noch versucht, irgendwie ohne Plattform Mieter zu finden. Aber das können Eigentümer und Verwalter natürlich nicht so leicht.

SB: *Danke für das Gespräch!*



Im Uhrzeigersinn von links: Christian Ochs, Alexander Eisl, Karl Weinmayer, Valentina Gasser, Stephan Gasser

[Fotocredit: (c) FINcredible]

FINcredible GmbH

Das Unternehmen beschreibt sich: „Wir helfen Ihnen, schneller die besten Mieter und Käufer für Ihre Immobilien zu finden.“ Mit dem FINcredible Kontocheck wird in Sekundenschnelle und auf Basis des Gehaltskontos die Bonität und Identität von Mietern und Käufern geprüft – vollautomatisch und ohne Aufwand. Der KontoCheck ist verifiziert, 100% digital, mit 100% Datenschutz und tagesaktuell und spart dem Anwender durch die vollautomatische Ausführung viel Zeit und Mühe.

Viele Unternehmen in der Immobilienbranche setzen bereits auf die Lösungen des Unternehmens. Den KontoCheck kann man gleich auf der Website des Unternehmens bestellen, ist aber auch via API in die eigene Website oder Software integrierbar. FINcredible ist der erste Kontoinformationsdienst in Österreich, und nach EU-PSD2/ZaDiG-2018 unter der Finanzmarktaufsicht (FMA) zugelassen.

About

Website:	www.finccredible.io
Management:	Dr. Stephan Gasser (Co-Founder, Geschäftsführer) Christian Ochs, PhD (Co-Founder, Geschäftsführer) Michael Pavlik (Geschäftsführer)
Gründungsjahr:	2017
Lebensphase Zyklus*:	4 (Growth Stage)
Marktausrichtung:	B2B

Facts

Technologie:	FinTech / Data Analytics
Anwendung:	Bonitätsprüfung
Zielgruppe:	Alle Makler und Hausverwaltungen
Beschreibung der Anwendung beim Beispielkunden:	Makler und Hausverwaltungen können den KontoCheck für Mieter oder Käufer ganz leicht über die verwendete Maklersoftware oder die Website von FINcredible bestellen – das Ergebnis kommt sofort nach Abschluss digital als Zertifikat. Alternativ kann der KontoCheck auch direkt in die Webseite z.B. des Maklers integriert werden. Miet- und Kaufinteressenten können den KontoCheck dann dort sofort erledigen, das Ergebnis landet sofort beim Makler.
Installed Base:	keine Angabe
Kosten /Preismodell:	KontoCheck Pauschalpakete oder Pay-per-Use; KontoCheck Abfragen ab EUR 11,90 (Business Kunden) bzw. ab EUR 8,90 (Institutional)
Keywords:	Auskunft, Bonität, Identität, Bestellerprinzip

Was macht ihr, wie erklärt ihr eure Kernkompetenz?

Die Tagline von FINcredible lautet #BonitätNurBesser und genau das machen wir auch. Wir helfen unseren Kunden in der Immobilienbranche, indem wir Ihnen mit unserem KontoCheck erstens alle mühsamen Prozesse im Zusammenhang mit Bonität und Identität abnehmen, und zweitens eine voll-digitale Lösung anbieten, die es unseren Kunden erlaubt, die Vermarktung effizienter und schneller zu erledigen, mehr Zeit für das Kerngeschäft zu finden und InteressentInnen in noch besserer Qualität zu betreuen. Und so ganz nebenbei machen wir das sowohl für die Vermarktung von Kauf- als auch von Mietimmobilien.

Inwieweit unterstützt ihr die Immobilienbranche genau? Könnt ihr ein Beispiel dazu geben?

Als Makler kann ich mit nur ein paar Mausklicks den KontoCheck z.B. eines potentiellen Mieters anfordern. Der Mieter/die Mieterin kann den KontoCheck sofort auf seinem Handy mit einem einmaligen sicheren Login bei seiner Bank durchfüh-

ren und schon ist alles erledigt. Wir informieren den Makler über das Ergebnis und der Vertrag kann unterzeichnet werden – das alles geht auch gleich direkt bei der Besichtigung. Wir können auch direkt in die Websites von Maklern integriert werden, so dass Interessenten bei der Kontaktaufnahme mit einem Makler gleich auch ihr KontoCheck Ergebnis mitschicken lassen können.

Welche konkreten Vorteile ergeben sich durch die Anwendung eures Produktes / eurer Dienstleistung?

Wir liefern Bonität im digitalen Komplettpaket für den besten Service in der Immobilienvermarktung: Vertrauenswürdige Bonitätsinfos per Mausklick, mit Zertifikat zum Leistungsnachweis und automatisch DSGVO-konformer Abwicklung inkl. Datenlöschung. Keine Zettelwirtschaft, kein Nachtelefonieren und kein Risiko mit wenig vertrauenswürdigen Einkommensnachweisen. Damit konnte sich FINcredible auch als Gewinner des APTI-Award 2021 in der Kategorie Invest&Finance der Austrian PropTech Initiative gegen namhafte Konkurrenz durchsetzen.

Wie sieht ihr eure Zukunft bzw. welche Zukunftsvisionen habt ihr?

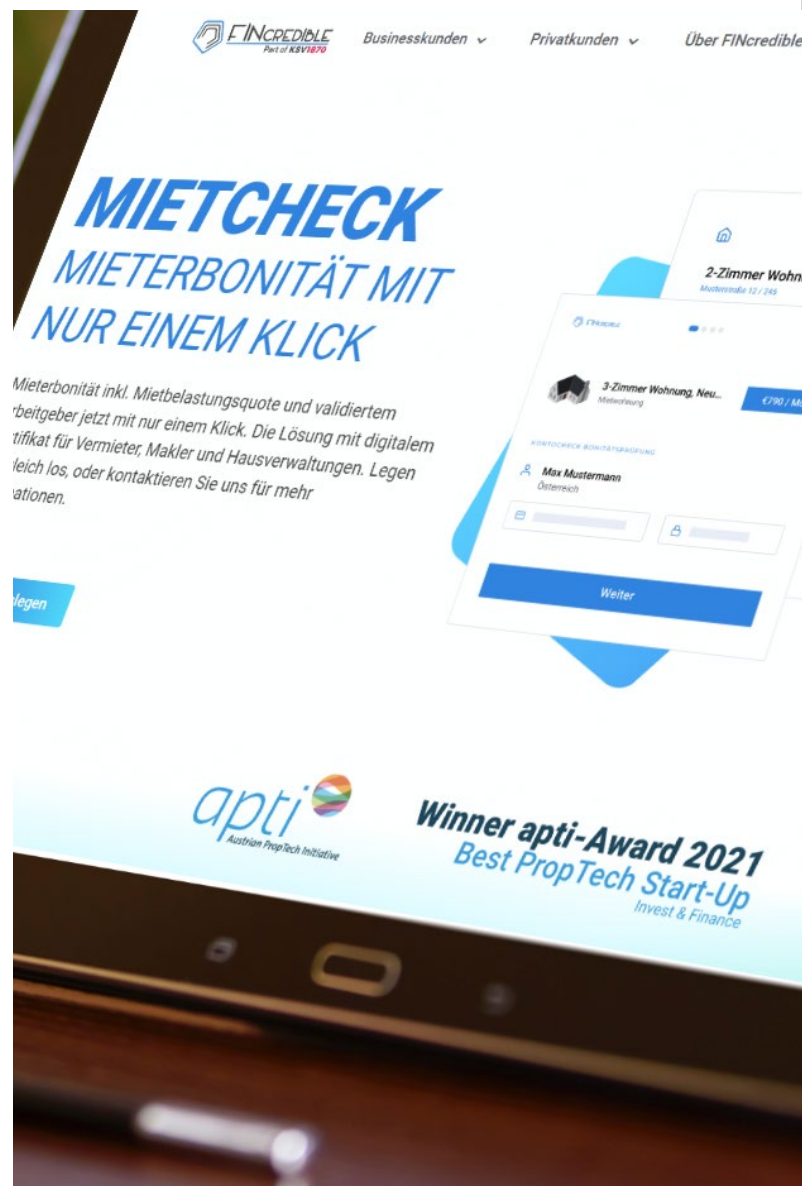
Derzeit ist FINcredible mit seinen Bonitäts- und Identitätslösungen in Deutschland und Österreich in den Branchen Real Estate, eCommerce und Finance aktiv. Wir expandieren gerade auch in die Schweiz um den DACH-Raum zu komplettieren und planen unsere Services in der gesamten europäischen Union und in einer noch deutlich ausweitbaren Anzahl von Branchen anzubieten.

Welche Trends seht ihr in der Immobilienbranche generell und bei deren Dienstleistern – im speziellen auch im Makler-Business?

Die Digitalisierung und die damit verbundenen Potentiale zur effizienteren Vermarktung und Kosteneinsparung zu nutzen, ist sicherlich das Thema der Stunde und wir spüren das bei FINcredible auch selbst sehr deutlich durch die gesteigerten Anfragen von Kundenseite. Gab es bisher natürlich schon genügend Gründe, um durch die Vorteile digitaler und automatischer Tools effizienter zu vermarkten, so gibt es aktuell – natürlich auch getrieben durch neue Regulatorik – Stichwort Bestellerprinzip für Mietimmobilien bzw. auch die neuen Vorgaben der österreichischen Nationalbank im Bereich Immo-Kredite – eine ganze neue Dynamik bei der Umsetzung notwendiger Digitalisierungsschritte, insbesondere im Makler-Business, aber natürlich auch quer durch alle Bereiche der Immobilienbranche.

Einschätzung:

Das Unternehmen ist ein Spin-Off von Wirtschaftswissenschaftlern der WU Wien und hat mit dem KSV1870, der auch die Mehrheitsrechte inne hat, einen potenten Partner. Mit diesem schreitet die Internationalisierung des FinTechs zügig voran. DSGVO-konform können in Echtzeit Informationen zur Bonität von Mietern und Käufern abgerufen werden. Das spart vor allem im Miet-Prozess sehr viel Zeit und ist nicht nur in Punkto Besteller-Prinzip ein hilfreiches Tool.



[Fotocredit: (c) FINcredible]



Michael Reikersdorfer (Geschäftsführer), Kristof Konstantin (Geschäftsführer), Fotocredit: Propup

PROPUP GmbH

Das Unternehmen beschreibt sich: PROPUP ermöglicht das papierlose Arbeiten bei Immobilientransaktionen. So können Immobilienmaklerbüros und Hausverwaltungen ihren Kunden ein digitales Kundenerlebnis bieten und dabei selbst viel Zeit durch das digitale Formularwesen sparen.

About

Website: www.propup.at

Management: Michael Reikersdorfer, Kristof Konstantin

Branche: PropTech, Immobilientransaktionen

Gründungsjahr: 2021

Lebensphase Zyklus*: Start-Up

Marktausrichtung: B2B

Presse: www.propup.at/press

Unternehmensvideo: www.youtube.com/watch?v=f0PbrBYYZmA

Technologie:	Plattform
Anwendung:	Dokumenten-Management, Workflow-Management
Zielgruppe:	Immobilienbüros, Hausverwaltungen
Vorzeigekunde:	RE/MAX Austria
Beschreibung der Anwendung beim Vorzeigekunden:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Consulting, Research & Bedürfnisanalysen (Umfragen, Experten-Interviews,...) 2) Konzeption Wunschfunktionen (Prototyping & Testing) 3) Umsetzung & Product-Roll out <ul style="list-style-type: none"> • Objekt,- und Kundenverwaltung • Pre-Listing Package (Objektdatenbeschaffung) • Interessentenmanagement (digitaler Besichtigungsschein) • Digitales Mietanbot • Digitales Angebotsverfahren • Digitales Übergabeprotokoll inkl. Fotodokumentation • Digitale Zeichnung aller Dokumente
Bald verfügbar:	<p>Alleinvermittlungsauftrag, digitales Kaufanbot, Kundenportal</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://www.remax.at/de/n/re-max-austria-propup-eine-partnerschaft-zur-digitalisierung-der-immobilienbranche-17503 • https://www.remax.at/de/n/re-max-propup-im-interview-gemeinsam-digital-2024-17900
Installed Base:	300 Real Estate Agents
Kosten/Preismodell:	ab EUR 50,- / Monat → Das Pricing setzt sich aus einer Officegebühr, den einzelnen Paketen und gegebenenfalls der Anzahl der benötigten Pre-Listing Packages zusammen. Dieses kann monatlich oder jährlich abgerechnet werden.

Was macht ihr, wie erklärt ihr eure Kernkompetenz?

Unsere Mission ist es, unsere Partner und Kunden bei der digitalen Transformation mit unserer Software und Beratung in einer Form zu begleiten, die das maximale Potenzial dieses Wandels für Hausverwaltungen und Immobilienmakler erkennt und ausschöpft.

Inwieweit unterstützt ihr die Immobilienbranche? Könnt ihr ein Beispiel dazu geben?

Die PROPUP-Formulare können mit bestehenden CRM-Systemen wie z.B.: EDI-Real verbunden werden. Durch das digitale Vorfüllen der Formulare, welche miteinander verbunden sind, fallen

mühsame Mehrfacheingaben weg. Die Formulare können direkt vor Ort auf allen Endgeräten (Tablet, Laptop, Handy) unterzeichnet werden und sofort automatisiert an alle Akteure versendet werden. So fallen zeitaufwendige Nachbearbeitungen weg. Die digitalen Funktionen bieten eine erhebliche Zeitersparnis und tragen durch Standardisierung der Prozessschritte einen wesentlichen Beitrag zur Qualitätssicherung bei.

Welche konkreten Vorteile ergeben sich durch die Anwendung eures Produktes/eurer Dienstleistung?

- Schnellere Abwicklung von Prozessschritten
- Digitales und professionelles Kundenerlebnis für Endkunden

Wie sieht ihr eure Zukunft bzw. welche Zukunftsvisionen habt ihr?

Das Ziel ist es, alle relevanten Akteure einer Immobilientransaktion auf einer Plattform zu verbinden. Ein wesentlicher nächster Milestone ist die Einbindung von Endkunden (Käufer, Verkäufer, Mieter, Vermieter) auf der Plattform durch das kommende Kundenportal.

Welche Trends seht ihr in der Immobilienbranche generell und bei deren Dienstleistern – im speziellen auch im Makler-Business?

In jedem Fall wird die Steigerung der Effizienz durch technische Unterstützung eine Rentabilitätssteigerung hervorrufen. Konkret wird es relevant sein, diverse Softwarelösungen vermehrt im Alltag einzusetzen und diese bestmöglich miteinander zu verbinden, sowohl aus technischer Sicht als auch hinsichtlich der Interaktion der handelnden Personen. Stichwort: Zusammenarbeit im Team und eine sich daraus ergebende Zeitersparnis. Essenziell ist es aber, dass man als Hausverwalter oder Immobilienvermittler auch digitaleren Zielgruppen einen professionellen Service bietet. Ein digitales Kundenerlebnis anbieten zu können, ist in vielen anderen Bereichen bereits Standard.

Einschätzung:

Das Unternehmen ist erst 2021 gestartet, hat aber - aufgrund seiner Nähe zum Re/Max-Netzwerk – schnell relevante Informationen und interessante Connections gesammelt, um gute Use Cases (Anwendungsfälle) zu generieren. Mit einer guten Förderung im letzten Jahr und einer erfolgreichen Finanzierungsrunde in 2022 hat das Unternehmen viel Aufwind.

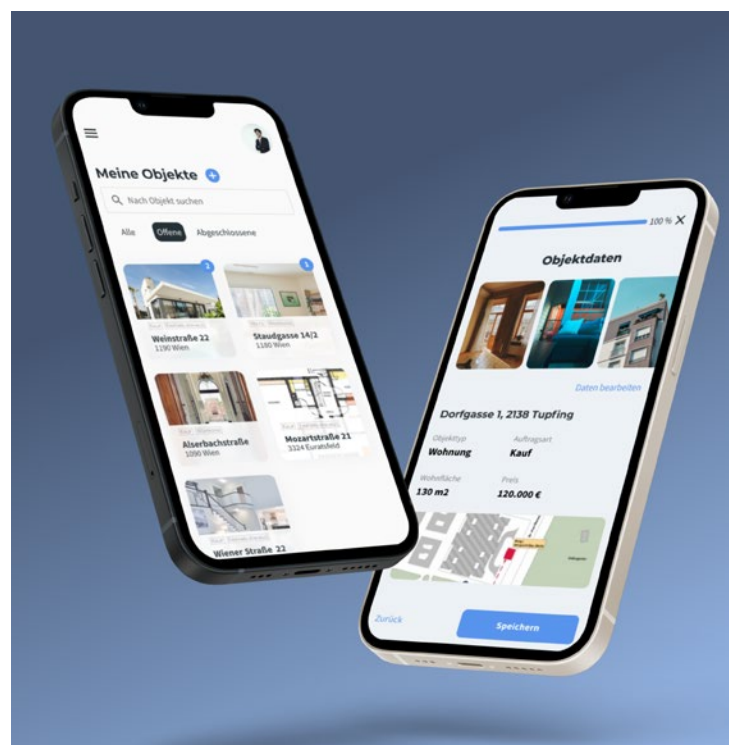
Propup ist, technisch gesehen, eine Integrationsplattform mit dem Ziel, alle Akteure einer Immobilientransaktion digital zusammenbringen. Ziel ist es, zur führenden Plattform für Transaktionsabwicklungen von Immobilien für MaklerInnen, VerkäuferInnen und KäuferInnen werden. Im ersten Schritt der Entwicklung stand die Digitalisierung von Makleraufgaben im Fokus, z.B. die Digitalisierung des Formularwesens wie z.B. das digitale Übergabeprotokoll.

Das Potenzial von PROPUP ist insofern interessant, da auf der Basis von Formularen durch geschickte Verzahnung von Akteuren, derzeit vorherrschende fehlende Funktionalitäten in CRMs, ersetzt werden.

PropTech-Wiki:

Prototyping: Darunter versteht man eine Methode in der Softwareentwicklung, bei der eine noch nicht zu 100% ausformulierte Lösung getestet wird, um frühzeitiges Feedback bezüglich der Eignung dieses Lösungsansatzes zu ermöglichen. Probleme und Änderungswünsche werden so rechtzeitig erkannt.

Use Case: Anwendungsfall



[Fotocredit: (c) PROPUP]



Marc Petzoldt (Geschäftsführer), Dennis Filip Jost (Lead Developer) , Fotocredit: Joyce Real Estate Systems GmbH

Joyce Real Estate Systems GmbH

Das Unternehmen beschreibt sich: „Wir digitalisieren den gesamten Vertriebsprozess und ermöglichen die strukturierte Bearbeitung gängiger Aufgaben“. Das Unternehmen baut Kundenportale für die Immobilienvermittlung über welche die gesamte Abwicklung des Vertriebsprozesses erfolgen kann: vom Exposé und Grundriss bis zur Visualisierung, von der Umgebungsinformation bis zur

Terminabstimmung bis zur Selbstauskunft, von der Bonitätsauskunft bis zum Abruf des Mietvertrages, bis zum Eintrag in ein CRM und dem Termin zur Wohnungsübergabe etc. Auch die Aufgaben rund um das Thema Mängelmanagement und Gewährleistung werden abgebildet, sowie die Abwicklung individueller Kundenbelange. Der Company Slogan: Real Estate aus diesem Jahrhundert

About

Website: www.joyce.re

Gründungsjahr: 2019

Management: Marc Petzoldt
(Gründer, Geschäftsführer)

Lebenszyklus: 3-4 (Start-up bis Growth Stage)

Branche: Vermietung und Verkauf von Wohnungen, PropTech

Marktausrichtung: B2B

Unternehmensvideo: www.youtube.com/watch?v=db5Vu_UR0po

REAL PropTech 2021: www.youtube.com/watch?v=b3anLY2X5cA

YouTube Kanal: https://www.youtube.com/channel/UCQ4Gy8ih_Wan1weMUu4nFTw

Facts

Technologie:	Portal-Lösung
Anwendung:	Prozess- und Workflow Management, Lead Generation
Zielgruppe:	Makler, Vermieter, Bauträger, Projektentwickler, Hausverwalter ab 50 Vermietungen im Jahr
Vorzeigekunde:	SIGNA & BUWOG (Deutschland)
Beschreibung der Anwendung beim Vorzeigekunden:	SIGNA: Vermietung und Verkauf von Wohnungen, BUWOG: Gewährleistungsmanagement
Installed Base:	4 System online, 1 go-live, 1 Vorbereitung
Kosten:	Einführung ab 8.500 Euro, ab 500 € p.m. lfd. Betrieb zzgl. 5,00 € p.m. pro lfd. Prozess
Keywords:	Digitaler Vertrieb/Verkauf, Digitale Vermietung, Digitales Mangelmanagement, Gewährleistungsmanagement

Was macht ihr, wie erklärt ihr eure Kernkompetenz?

Unsere Kernkompetenz liegt in der Digitalisierung und Vereinfachung von analogen Prozessen. Mit unserer webbasierten Softwarelösung (Portal) bringen wir Makler, Bauträger oder Hausverwaltungen mit ihren Kunden und Dienstleistern an einer zentralen Stelle, dem Portal, zusammen.

Der Endkunde darf sich hierbei gerne an ein mit Amazon vergleichbares Kauf- bzw. Mieterlebnis erinnern fühlen. Wir bieten Individual-Lösungen nach den Erfordernissen unserer Auftraggeber, allerdings mit unserem fachlichen Knowhow.

Inwieweit unterstützt ihr die Immobilienbranche? Könnt ihr ein Beispiel dazu geben?

Unsere Lösung wird für jedes Unternehmen individuell aufgesetzt, wodurch die Besonderheiten unserer Kunden, der jeweiligen Objekte oder auch deren Zielkunden individuell angepasst werden können. Durch unseren integrativen Ansatz verknüpfen wir uns mit bestehenden Lösungen und anderen Onlineservices und schaffen so ein digi-

tales Ökosystem. Dadurch ergeben sich schnell Prozess- & Effizienzverbesserungen, da durch die folgende Automatisierung von Aufgaben manuelle Tätigkeiten entfallen.

Welche konkreten Vorteile ergeben sich durch die Anwendung eures Produktes?

Wir wollen stärker in die Customer Journey investieren. Insbesondere die Anmietung einer Wohnung soll für die Interessenten so einfach sein, wie das Buchen eines Airbnb-Appartments. Ebenso suchen wir nach Möglichkeiten, Schnittstellen zu standardisieren. In naher Zukunft wollen wir unsere Lösung in einer Standardversion auch für kleinere Unternehmen anbieten und den onboarding-Prozess massiv verkürzen.

Welche Trends seht ihr in der Immobilienbranche generell und bei deren Dienstleistern – im speziellen auch im Makler-Business?

Wir glauben, dass der Trend der digitalen Geschäftsabwicklung auch vor der Immobilienbranche nicht halt macht. In wenigen Jahren werden

Wohnungsinteressierte Wohnungen nicht mehr analog anmieten wollen und eine digitalen Kommunikation sowie die Bearbeitung ihrer Anliegen rund um die Uhr erwarten.

Die Auftraggeber der Maklern hingegen erwarten sich einen raschen und kostengünstigen Vertrieb. Die Mischung aus Kostendruck auf der einen Seite und Leistungsdruck auf der anderen, lässt sich, so zeigen es andere Branchen auch, am ehesten durch Automatisierung und Standardisierung lösen. Große Maklerorganisationen machen das bereits heute schon vor und das Schöne – es gibt für alles bereits Lösungen.

PropTech-Wiki:

CRM: Customer Relationship Management ist ein strategischer Ansatz zur Planung, Steuerung und Durchführung interaktiver Prozesse mit Kunden und Systempartnern. Das Instrument dazu ist eine CRM-Software als Steuerungsinstrument.

Customer Journey: Dieser Marketing-Begriff hieß früher „Kundenlebenszyklus“. Der Begriff beschreibt den Zyklus (die Reise) des Kunden von der Kontaktaufnahme bis zum Kauf (Conversion). Im Laufe der Reise ergeben sich verschiedene Touchpoints mit dem Unternehmen, die – perfekt gemangelt – zur Festigung der Kundenbindung beitragen.

Schnittstelle (engl.: interface): Als Schnittstelle wird die Verbindungsstelle zwischen zwei miteinander in Beziehung stehenden informationsverarbeitenden Systemen bezeichnet. Über sie findet der Austausch von Daten oder Steuerinformationen statt. Programmierschnittstellen werden im Englischen Application Programming Interface, kurz APIs genannt.

CIO: Chief Information Officer

White-Label-Lösungen: Als White-Label werden Produkte und Dienstleistungen verkauft, deren Hersteller nicht namentlich in Erscheinung tritt, sondern anderen erlaubt, die Lösungen unter ihrem Namen zu vermarkten.

Einschätzung:

Der Gründer hat lange in einem deutsch-österreichischen Immobilienkonzern (Bauträger, Projektentwickler, gewerbliche Vermieter) als CIO gearbeitet und kennt die Immobilienbranche sehr gut. Das Unternehmen hat mit dem Vorzeigekunden SIGNA vier Projekte mit einem Gesamtvolumen von 1.300 Einheiten abgewickelt.

Technischer Vorteil: Die Anbindung anderer Kommunikations-Tools (whatsapp etc.) sowie an online-Systeme ist möglich, kein Produkt von der Stange, Individual-Lösungen, White-Label-Lösungen.

Derzeit eher für größere Kunden ab ca. 50 Mietobjekte / Verkaufsobjekte pro Jahr, an Lösungen für kleinere Unternehmen (Einzelmakler, etc.) wird gearbeitet. Das Unternehmen konkurriert nicht mit Maklern, sondern unterstützt sie. Eine technisch wirklich ausgereifte Anwendung. Wir werden das Unternehmen beobachten und beizeiten ein Update liefern.

The screenshot shows the JOYCE real estate portal interface. The header is blue with the JOYCE logo and the text 'Alle Wohnungen'. Below the header, there are filters for 'Kauf/Mieten', 'Preis', 'Wohnfläche', and 'Etage', along with a 'Weitere Filter' button. The main content area displays three property listings, each with a photo, address, price, and details. The first listing is 'AT-K: Dr.-Adolf-Schärf-Pl. 4' with a price of 420.474,00 € and a living area of 77,87 m². The second listing is 'AT-K: Schlenthergasse 2' with a price of 582.048,00 € and a living area of 107,79 m². The third listing is 'AT-K: Radetzkystraße 6' with a price of 591.580,80 € and a living area of 109,55 m². The interface also includes a sidebar with navigation links like 'ÜBERSICHT', 'WOHNUNGSFINDER', 'ANFRAGEN', etc., and a bottom section with 'Impressum' and 'Datenschutz' links.

Property Address	Price (€)	Living Area (m²)	Rooms (Zi.)	Floors (Etage)
AT-K: Dr.-Adolf-Schärf-Pl. 4	420.474,00	77,87	2	1
AT-K: Schlenthergasse 2	582.048,00	107,79	3	2
AT-K: Radetzkystraße 6	591.580,80	109,55	4	3



Steckbriefe



Die effizienteste Art Immobilien zu verkaufen

www.maklaro.de | CEO Nikolai Roth

Digitaler bzw. hybrider Makler der ersten Stunde, wesentliche Teile des Prozesses sind digital. Maklaro hat allerdings die Makelei zurückgefahren und konzentriert sich nun auf Dienstleistungen für Makler nach dem White-label-Prinzip.

McMakler

www.mcmakler.de | CEO Felix Jahn

Das Startup wollte ursprünglich eine Plattform entwerfen, auf der Mieter und Vermieter per Algorithmus zueinanderfinden konnten. Mieter sollten sich bei einem Videorundgang einen ersten Eindruck von der Wohnung verschaffen und sich bei Interesse mit wenigen Klicks online bewerben können. Vermieter sollten über die Plattform ihre Besichtigungstermine organisieren können und alle nötigen Unterlagen erhalten. Den klassischen Wohnungsmakler hielten die Gründer für überflüssig.

Das Unternehmen hat sich relativ schnell aus dem Mietenmarkt zurückgezogen und ist nun ein digitaler bzw. hybrider Makler mit 400 festangestellte Makler in Deutschland, Österreich und Frankreich. McMakler setzt auf lokale Expertise mit digitalen Elementen. Die große Digitalisierung läuft stattdessen im Hintergrund: Die Akquise neuer Wohnungen übernimmt das Online-Marketing von McMakler. Das spart dem Makler-Team wertvolle Zeit, die es in die Beratung der Kunden investieren kann. „Weil die internen Prozesse zum Teil digitalisiert sind und effizienter ablaufen, können wir unsere Dienstleistung deutlich billiger anbieten als klassische Mitbewerber“.



www.homeday.de

Digitaler bzw. hybride Makler deutschlandweit und wurde vor Einführung des Bestellerprinzips gegründet. Hat sich nun komplett aus dem aus dem Mietenmarkt zurückgezogen. Das Kölner Unternehmen Homeday hat die Vertrauensfrage inzwischen sogar zum Geschäftsmodell gemacht.



Statt selbst Wohnungen zu verkaufen, bewertet das Team nun Makler, die bereits auf dem Markt sind. Das Unternehmen bewertet Immobilien, vermarktet sie und stellt einen lokalen Makler zur Verfügung.



www.moovin.de

Digitaler bzw. hybrider Makler der sich rein auf die Vermietung konzentriert. moovin bietet ein webbasiertes Produkt, welches den gesamten Prozess der Vermarktung und Vermietung digital abbildet und wurde vor Einführung des Besteller-Prinzips gegründet.

In 17 Städten deutschlandweit werden Abgeber auch vor Ort bei der Erstellung von Exposés mit 360-Grad-Rundgang oder der Durchführung von Besichtigungen mit Mietinteressenten betreut. Aus dem Produktbaukasten bucht der Kunde nur die Leistungen rund um Energieausweis, Vermarktung und Vermietung, die er wirklich benötigt.

Kunden sind private Immobilieneigentümer, Hausverwaltungen, Immobilienfonds und Immobilien-

makler selbst. Produkte/Warenkorb wie digitales Mieter-Management, individuelles Zusammenstellen der Leistungen.

Wohnsinn

www.wohnsinn.com

Digitaler Makler, der sich als Portal versteht und hauptsächlich Leistungen für den Vermieter anbietet. Es gibt Abo-Modelle ab 49 Euro für Vermieter mit einigen Zusatz-Features. Weiters findet ein Matchmaking zwischen VermieterInnen und MieterInnen statt und MieterInnen müssen sich regelrecht bewerben mit Selbstauskunft, Video etc. – noch vor der Besichtigung.



www.123makler.de

123makler ist eine „Maklersuchmaschine“, die nur im deutschen Raum tätig ist. Makler dürfen sich registrieren und bezahlen bei erfolgreicher Vermittlung 20% der Provision. Der Auftraggeber liefert Informationen über die Immobilie und fordert Angebote von Maklern an. Die Auftraggeber nützen das Portal kostenlos. Das Matchmaking erledigt die Plattform. Dem Makler präsentiert sich das Portal als zusätzlicher Vertriebskanal im Internet, es eignet sich sowohl für die Vermietung als auch für den Verkauf.



www.vermieter.immomio.com

Nach der Fusion von Immomio mit einem Anbieter von Mieter-Apps, begleitet das Unternehmen MieterInnen und VermieterInnen nicht nur während des Vermietungsprozesses, sondern auch über die gesamte Mietvertrags-Laufzeit hinweg. Die Applikationen, die z.B. bei großen Wohnungsgesellschaften im Einsatz sind, stellen für Mieter die zentrale Kommunikations-Schnittstelle mit der Verwaltung dar und ermöglichen so eine Effizienzsteigerung im Property Management. Auch „unerwünschte“ Verhaltensweisen von Mietern, wie Anrufe bei der Verwaltung, gehören – laut Anbieter – der Vergangenheit an. Durch die Vermietungs-Lösungen von Immomio, bestehend aus Qualifizierung, Kommunikation und Vertragsabschluss, ergibt sich eine digitale Customer Journey für Mieter, so das Unternehmen.



www.mieter.immomio.com

Immomio ist ein Portal für die Wohnungssuche und Bewerbung und richtet sich an MieterInnen. Bei Immomio für MieterInnen muss nicht aktiv nach Wohnungen gesucht werden, sondern man erhält – nach Eingabe eines Suchprofiles – passende Vorschläge direkt vom VermieterInnen.



www.trovato.immo

Trovato beschreibt sich als digitale Vermittlungsplattform von Mietwohnungen für Eigentümer, Bauträger, Projektentwickler und Makler. Das österreichische Unternehmen wurde 2021 gegründet, mit dem Ziel, Abgebern und Mietinteressenten eine neue Art der digitalen Wohnungsvermittlung zu bieten. Trovato bietet einen digitalen Vermittlungsprozess. Besichtigungen können auch ohne Terminvereinbarung mit einem Makler stattfinden. Die Online-Immobilienuche, die Einreichung des Mietanbots und die online- Vertragsunterzeichnung können auch vom Smartphone aus erledigt werden. Die Selbstbesichtigung erfolgt mittels Airkey-Code.



www.immocheckout.com

ImmoCheckout ist eine Immobiliensoftware, die den Vermarktungsprozess digital abbildet, in der Vermietung wie auch im Verkauf. Die Zielgruppen sind Projektentwickler, Vermieter und Makler. Es gibt verschiedene Anwendungen, von der Datenpflege bis zum Lead-Management und hilfreichen widgets. ImmoCheckout bietet Schnittstellen zu allen gängigen Immobilienportalen, bietet einen Lead-Qualifizierungsprozesse und einfache Marketingautomation.



www.kurzzeitwohnen.com

Kurzzeitwohnen versteht sich selbst als innovative Plattform für flexibles Kurzzeitmieten. Über kurzzeitwohnen.com werden voll ausgestattete und möblierte Wohnungen, Häuser und Apartments vermittelt. Ihre Kernzielgruppe sind Business-Kunden und Firmen.



EXPO REAL 2022

Networking and Innovation

Die EXPO REAL ist seit 1998 der jährliche Treffpunkt namhafter Akteure der internationalen Immobilienbranche in München. Dieses Jahr fand die Messe vom 4. bis 6. Oktober statt. Als größte Fachmesse für Immobilien und Investitionen in Europa thematisiert die EXPO REAL den gesamten Lebenszyklus von Immobilien.

Auch in diesem Jahr wurde das Konferenzprogramm vielfältig, mit Top-Speakern gestaltet. Die Auswirkungen der momentanen Marktentwicklungen und Ereignisse machten sich in den Vorträgen bemerkbar. Themen wie effizienteres Energiemanagement, Klimawandel und die voranschreitende Digitalisierung der Immobilienbranche waren in den Vorträgen und Diskussionen vertreten.

Das Konferenzprogramm setzte sich aus vielfältigen Informationen zu Märkten, Innovationen und Ausblicken in die Zukunft zusammen.

Der Bereich Innovation und Digitalisierung war unter anderem durch diverse Startup Unternehmen vertreten. Die Tech Talk Stage und Tech Alley boten technologiegetriebenen Unternehmen eine Bühne, um sich und ihre Produkte vorzustellen.

Durch die Tech Alley

Neue Technologien und der Wandel hin zu immer mehr Digitalisierung bietet viel Innovationspotenzial. In diesem Jahr waren über 100 Startups und PropTechs aus den Bereichen Bauen und Planen, Betreiben und Bewirtschaften, Immobilienbewertung und Marktforschung, Investition und Finanzierung, und Vermarktung vertreten.

Die Tech Alley, traditionell in Halle A gelegen, ist auch der spezielle Ausstellungsbereich für Startups, direkt angrenzend an das „Real Estate Innovation Forum“. Die ausgestellten Start Ups kommen aus den Bereichen PropTech, ConTech und FinTech. Die von uns in diesem Whitepaper im Spotlight vorgestellten Unternehmen, Joyce und FINCredible, waren Aussteller sowie Vortragende in der Tech Alley bzw. auf der Tech Talk-Stage.

Interessante Aussteller aus Österreich im Bereich „Softwarelösungen für die Bauwirtschaft und Immobilienprojekte“ waren die PropTechs PlanRadar und Propster. Aus dem Bereich „Mieter, Community und Gebäudemanagement-Plattform“ stellte IDwell aus, diesmal mit einem bereits größerem Stand. Das PropTech Unternehmen Payuca war

für den Bereich „skalierbares Parkplatz-Management“ am Start und für KI-basiertes Portfolio-, Asset- oder Property Management hatte sich Wolf, Theis Rechtsanwälte GmbH & Co KG einen Stand gemietet.

Im Bereich Immobilienbewertung gab es viele Player, u.a. ImmoUNITED, Pricehubble Deutschland und blue auditor Österreich. Das Thema „Investment“ wurde u.a. vom österreichischen Startup dagobertinvest GmbH repräsentiert und in diversen Tech Talks thematisiert.

Beim Thema Vermarktung ist die PropTech-Szene dünn besiedelt. Das 2018 gegründete österreichische Startup ImmoCheckout GmbH (siehe auch Steckbriefe), mit den Geschäftsführern Stefan Schiessl und Benjamin Speckbacher, hat war hier am Start und beschrieb im Tech Talk ihre E-Commerce-Lösung für Immobilien.

PropTech Award 2022

Ende September vergab die österreichische PropTech-Initiative apti Preise in verschiedenen Kategorien. Unter anderen erhielt in der Kategorie „Buy, Sell & Rent“, das im Steckbrief vorgestellte PropTech Startup [Wohnsinn](#) einen Preis. In der Kategorie „Invest & Finance“ punktete Brickwise, www.brickwise.at, das Immobilieninvestments für den Kleininvestor anbietet.

The logo for Expo Real, featuring the words "expo" and "real" in a bold, black, sans-serif font, stacked vertically. Below the text is a solid red horizontal bar.

**expo
real**

