



Text Annamaria Böckel

Fotos Anestis Aslanidis

Wohnst du schon oder suchst du noch?

Immowelt gehört zu Deutschlands führenden Immobilienportalen

Für die einen ist das Häuschen im Grünen das Höchste der Gefühle, die anderen träumen von der Penthouse-Wohnung in bester City-Lage. Mit den eigenen vier Wänden wollen sich immer mehr Deutsche ein Refugium und in Zeiten der Finanzkrise eine sichere Geldanlage schaffen.

Bei Immobilienkäufern, aber auch Mietern wachsen die Ansprüche an die Wohnungsausstattung. Waren die Eltern noch ein Leben lang zufrieden mit vier Zimmern, Küche, Bad, sucht die nächste Generation nach der Wohnung mit dem gewissen Etwas, nimmt dafür oder aus beruflichen Gründen auch die Mühen eines Umzugs in Kauf. Vom „Volkssport Wohnungswechsel“ berichtete „Focus online“ gar 2009. „Je mobiler die Gesellschaft, umso besser für den Immobilienmarkt“, weiß Barbara Schmid, Leiterin der Unternehmenskommunikation der Immowelt AG. Auf dem Portal des Nürnberger Unternehmens stöbern pro Monat etwa 2,4 Millionen Internetnutzer in den bis zu 1,2 Millionen verfügbaren Inseraten. Damit gehört Immowelt zu den drei führenden Online-Immobilienportalen Deutschlands.

Um den Marktanteil weiter auszubauen, fährt Immowelt seit diesem Frühjahr eine große Werbekampagne. Unter dem Slogan „Willkommen zu Hause“ versprechen Anzeigenmotive eine „eigene“, „größere“, „relaxte“ oder „ruhigere Welt“ im neuen, schmucken Heim. Soll es Parkett sein oder Laminat, lieber ein offener Kamin oder ein Kachelofen? Der Interessent kann mit vielfältigen Funktionen die kostenfreie Suche nach seinen Vorstellungen verfeinern, einen bevorzugten Stadtteil wählen und einen Preisrahmen festlegen. Die Inserenten des Portals, meist Immobilienmakler, aber auch viele Privatanbieter, präsentieren die Objekte mit Exposés, Fotos, Videos, Grundrissen und Umgebungsplänen und



Vorstand Carsten Schlabritz ging mit Software für Makler an den Start. Heute verspricht vor allem das Internetgeschäft Wachstum.

zahlen dafür wochenweise. Knapp 20 Euro kostet derzeit eine Anzeige, die zwei Wochen lang im Netz steht, Makler, die auf dem Internetportal 100 Objekte präsentieren, sind mit 350 Euro plus Mehrwertsteuer im Monat dabei.

Mit den knapp formulierten Zeitungsannoncen vergangener Tage haben die Online-Inserate wenig zu tun. Wer mit dem Gedanken an einen Umzug spielt, macht es sich erst einmal am Computer oder dank internetfähiger Geräte vor dem Fernseher gemütlich und verschafft sich schon vor einem Besichtigungstermin einen visuellen Eindruck von den Angeboten. Die Zukunft gehöre der mobilen Nutzung, sagt die Unternehmenssprecherin. Immowelt hat daher in letzter Zeit Applikationen für verschiedene Smartphones und Tablet-Rechner auf den Markt gebracht. Wer viel unterwegs ist, kann jetzt Immobilienobjekte per Fingerwisch auf das Display zaubern.

Für Carsten Schlabritz, einer von drei Immowelt-Vorständen, keine ganz neue Erscheinung. Bereits vor zwei Jahrzehnten entwickelte das 1991 als DataConcept GmbH gegründete IT-Unternehmen Info-terminals für Hotels und Firmen.

Die Nutzer taten sich damals allerdings schwer, die Geräte mittels Touchscreen zu bedienen, hatten sie doch noch von den Eltern eingeschärft bekommen, niemals Fingerabdrücke auf dem Fernsehschirm zu hinterlassen. „Wir waren unserer Zeit einfach voraus“, meint Carsten Schlabritz. Erfolgversprechender war der andere Geschäftszweig, den der Jungunternehmer mit seinem Partner und heutigem Vorstandskollegen Jürgen Roth aufbaute. Die DataConcept GmbH entwickelte maßgeschneiderte Software für Makler. Was heute fast jedes Kind kann – Fotos auf den Rechner laden – war damals eine komplizierte Angelegenheit und für den Immobilienmarkt ein Meilenstein. Konnten die Makler ihre Exposés doch jetzt um aussagekräftige und werbewirksame Bilder ergänzen.

20 Jahre später ist die Immowelt AG weiterhin mit verschiedenen auf Maklerbedürfnisse zugeschnittenen Software-Produkten auf dem Markt, darunter Versionen zur Steuerung großer Immobilienprojekte. Mit internetgestützten Lösungen können Makler Objekte mit sämtlichen dazugehörigen Kontakten und Terminen von unterwegs aus verwalten. Zuwächse von 15 Prozent verzeichnet das Unternehmen auf diesem Geschäftsfeld. Noch größeres Wachstum bringt die Internet-Sparte, in die Schlabritz und Roth bereits 1995 eingestiegen sind. „Den Maklern mussten wir damals erst einmal erklären, was das Internet ist“, erinnert sich Carsten Schlabritz.

Unter dem Namen Immowelt firmierte das Unternehmen 2000 in eine Aktiengesellschaft um. „Eine AG ist absolut transparent“, begründet Schlabritz die Entscheidung, die den Weg ebnete für eine Partnerschaft mit drei Verlagsgruppen: Holtzbrinck, WAZ und Münchener Zeitungs-Verlag. Über ein gemeinsames Unternehmen halten die Verlage inzwischen 74,9 Prozent der Immowelt-Aktien. Durch Kooperationen mit weiteren Verlagen erscheinen die Anzeigen der Immowelt auf mehr als 50 Zeitungsportalen, darunter „Zeit online“, „Spiegel online“ oder das Internetangebot von „Nürnberger Nachrichten“ und „Nürnberger Zeitung“. In den Gebieten der kooperierenden Regionalblätter hat immowelt.de gegenüber den direkten Mitbewerbern immobilienscout.de und immonet.de die Nase vorn. Bundesweit belegt es in der Riege der großen Drei den zweiten Rang.

Einen Umsatz von 25 Millionen Euro verzeichnete das Nürnberger IT-Unternehmen im Jahr 2010. Ein Ende des rasanten Wachstums im Internetgeschäft ist für den Vorstand nicht in Sicht. Neben der Entwicklung neuer mobiler Anwendungen sollen weitere Portale die Nutzerzahlen in die Höhe treiben. Mit einem redaktionellen Teil informieren bereits jetzt immowelt.de und um das Kernportal entstandene Spartenseiten über Fragen zu Finanzierung, Umzug und Recht. Auf dem Portal bauen.de finden Bauherren und Heimwerker Tipps und Anregungen,

Die Immowelt AG ist alles andere als eine Männerwelt: Fast die Hälfte der Belegschaft ist weiblich.

Offene Büros und ein zentraler Lounge-Bereich ermöglichen Absprachen auf kurzen Wegen.



wohngemeinschaft.de richtet sich mit kostenlos einzustellenden Inseraten vorwiegend an Studenten. Mit ferienwohnung.com ist die Brücke zum Auslands-Immobilienmarkt geschlagen. Erste Erfolge im Ausland verspricht immowelt.at. „Derzeit sind wir unter den Top 5 in Österreich, Ende des Jahres wollen wir unter den Top 3 sein“, lautet das Ziel des Vorstandsvorsitzenden Carsten Schlabritz.

Seit 2007 hat sich die Zahl der Beschäftigten auf derzeit mehr als 200 verdoppelt. Vor allem auch wegen des kräftigen Mitarbeiterwachstums zeichnete das bayerische Wirtschaftsministerium die Aktiengesellschaft 2010 und 2011 als erfolgreiches mittelständisches Unternehmen mit dem Preis „Bayerns Best 50“ aus. Wer die Geschäftsräume im Nürnberger Nordostpark besucht, begegnet vor allem jungen Menschen. In der bislang männerdominierten IT-Welt sind Frauen auf dem Vormarsch – bei Immowelt stellen sie inzwischen nahezu die Hälfte der Belegschaft. „Wir sind bunt wie das Internet“, sagt Schlabritz im Hinblick auf Mitarbeiter aus 19 Nationen. Neue Kräfte zu integrieren, sei eine große Herausforderung, meint Barbara Schmid. „Die Küchenkultur aus den Anfangsjahren möchten wir uns gerne bewahren“, wünscht sich die Unternehmenssprecherin mit Blick auf die kurzen Abstimmungswege bei einer Tasse Kaffee. Die offen gestalteten Büros seien für manche Neuzugänge zwar gewöhnungsbedürftig, förderten dafür aber die Kommuni-

kation. Im offenen Lounge-Bereich mit Küchenzeile treffen sich die Beschäftigten in der Mittagspause oder zu Kochabenden. Eine kleine Oscar-Statue, die neben Lesestoff in einem Regal steht, scheint die Szenerie zu beobachten. Jeder Mitarbeiter bekam bei der vergangenen Weihnachtsfeier eine Kopie des berühmten Filmpreises. Das eigentliche Geschenk zum 20-jährigen Firmenbestehen war eine dreitägige gemeinsame Reise ins türkische Belek im März 2011.

Die Immowelt-Chefs könnten entspannt in die Zukunft blicken, wären da nicht die Personalsorgen. Nürnberg gelte nicht gerade als Hochburg der Internet-Spezialisten, verdeutlicht Carsten Schlabritz. „Wir brauchen viele neue, dynamische Mitarbeiter.“ Einen Grundstein für weiteres Wachstum legen 24 junge Menschen, die Immowelt derzeit in verschiedenen Marketing-, Datenverarbeitungs- und Büroberufen ausbildet. „Man kann bei uns etwas werden“, sagt Barbara Schmid und verweist auf Abteilungsleiter, die im Haus als Auszubildende angefangen haben. Aus Platzgründen ist Immowelt schon einmal innerhalb des Nordostparks umgezogen. Heute sind die Beschäftigten auf zwei Gebäude verteilt. Wenn sich die Geschäfte weiter gut entwickeln, heißt es nicht nur für die Nutzer, sondern auch für die Betreiber des Immobilienportals: passende neue Räume suchen und Umzugskartons packen. ■



Das Unternehmen sucht für Marketing, Datenverarbeitung und Bürokommunikation ständig neue Mitarbeiter.