



**«Die Nachfrage war bisher
die Unbekannte»**

Immobilien-Routinier Dieter Marmet sitzt im Advisory Board der neuen Plattform Realmatch360.com. Aufgrund von Suchabos von Immobilienplattformen soll sie Informationen zur aktuellen Immobiliennachfrage liefern. Text und Foto: Beat Matter

«intelligent bauen»: In diesen Tagen startet Realmatch360.com. Was ist das?

Dieter Marmet: Das ist eine Plattform, die erstmals in der Schweiz Informationen zur Immobiliennachfrage liefert. Die Nachfrage war bisher die grosse Unbekannte. Man kannte das Angebot, man kannte den Markt. Auf die Nachfrage musste hingegen immer indirekt geschlossen werden. Das wollen wir ändern.

Bisher schloss man indirekt auf die Nachfrage. Sie wollen die Nachfrage direkt erheben. Auf anderem Weg zum gleichen Ergebnis?

Nein. Die entscheidende Neuigkeit ist: Realmatch liefert Informationen zur heutigen Nachfrage. Und das differenziert. Investoren können auf der Plattform abfragen, wie viele Menschen heute zum Beispiel in Dübendorf ein Objekt suchen, ob sie es kaufen oder mieten wollen, welche Fläche sie wünschen. Und vor allem: Wie viel sie für ihr gewünschtes Objekt bezahlen wollen.

Die Daten stammen von den Suchabos der bekannten Immobilienplattformen wie Homegate oder ImmoScout. Wie ist die Idee entstanden, diese Daten zu nutzen?

Die Erfassung der Immobiliennachfrage ist ein Thema, seit ich in diesem Markt tätig bin. Grund dafür, dass die Nachfrage überhaupt messbar wurde, ist das veränderte Suchverhalten. Bis vor einigen Jahren suchte die Mehrheit in Zeitungen. Das liess sich nicht erfassen. Seit ungefähr 2006 sucht die Mehrheit im Internet nach Wohnungen und Häusern. Heute sind es wohl über 90 Prozent. Wir haben also fast eine Vollabdeckung der Suchenden, wodurch es möglich wird, aus den Daten etwas herauszulesen.

Die Daten liegen seit einigen Jahren herum. Weshalb ist vorher niemand auf die Idee gekommen?

Aufgrund der Suchgewohnheiten wäre unsere Plattform vielleicht seit fünf Jahren möglich gewesen. Möglicherweise hat man bei einzelnen Immobilienplattformen bereits über eine Nutzung der Daten nachgedacht. Aber ein einzelner Player erreicht mit seinen Daten auch nur eine Teilabdeckung der gesamten Nachfrage. Deshalb brauchte es wohl einen Dritten, der die Daten zusammenträgt und auswertet. Übrigens sind die grossen Plattformen auch in unserem Advisory Board vertreten.

Funktioniert das gut?

Problemlos. Man kennt sich natürlich längst. Und unsere Plattform ist für sie gleichermaßen interessant: Sie ist keine Konkurrenz, sondern Zusatzverdienst. Wir kaufen den Plattformen die Daten ab und beteiligen sie am Umsatz.

In einem Werbevideo ist die Sprache von 250'000 Datensätzen, die täglich anfallen werden. Sie verwerten alle Suchabos?

Nein. Wir filtern, das ist zentral. Interessant für uns ist die zahlungsbereite Nachfrage. Ein Beispiel: Jemand eröffnet ein Suchabo für eine Mietwohnung mit 4,5 Zimmern im Zürcher Seefeld. Und definiert dafür eine maximale Miete von 1200 Franken. Ein solches Angebot gibt es an dieser Lage nicht. Deshalb bleibt ein solches Suchabo in unseren Filtern hängen. Wenn er hingegen im gleichen Quartier und zum gleichen Preis eine Wohnung mit 2,5 bis 4,5 Zimmern sucht, wird er von uns als Nachfrager einer 2,5-Zimmer-Mietwohnung erfasst. Wir mussten demnach Filterregeln definieren, welche einen Abgleich erlauben von Nach-

frage und effektivem Angebot. Ebenfalls gefiltert werden Abos, welche ein Suchender auf mehreren Plattformen gleichzeitig schaltet. Auch unerwünscht sind die Abos von professionellen Maklern, welche die Plattformen als Angebots-Monitoring nutzen.

Stehen die Server in der Schweiz?

Nein, in Deutschland. Die Plattform wurde auch in Deutschland programmiert. Die Brainpower stammt jedoch aus der Schweiz.

In den letzten Monaten wurde heiss über die Sicherheit von Internet-Daten diskutiert.

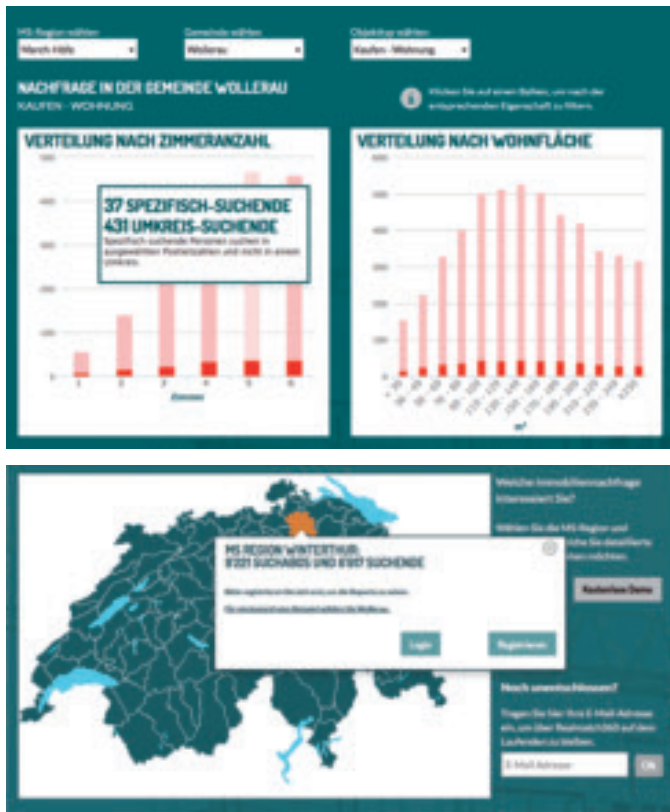
Das ist bei uns insofern unproblematisch, als es sich um nicht personalisierte Daten handelt. Aufgrund der Daten ist nicht ersichtlich, wer das Suchabo eröffnet hat. Die Datenschnittstellen zu den Plattformen wurden übrigens vom eidgenössischen Datenschutzbeauftragten abgesegnet.

Sie haben die Website von Realmatch360.com als Beta-Version aufgeschaltet. Sie gehen also von Anpassungen aus?

Richtig. Wir gehen davon aus, dass es noch einiges anzupassen gibt. Ganz sicher werden uns die ersten Nutzer sofort auf alles aufmerksam machen, was ihnen auffällt oder sie stört.

Wenn alles justiert ist, läuft diese Plattform ohne menschliches Zutun. Weshalb soll ich für Arbeit bezahlen, die ein Computer selbständig vollbringt?

Ein lustiger Standpunkt. Sie bezahlen nicht für die Arbeit, sondern für die Information. Stellen Sie sich vor, Sie bauen eine Siedlung mit 20 Wohnungen. Sie müssen sich ►



Am kostenlosen Demo-Beispiel zeigt sich das Potenzial: Die Charts zeigen, welche Zimmerzahlen in Wollerau nachgefragt werden, welche Wohnflächen und wie es um die Zahlungsbereitschaft steht. Die Angaben lassen sich weiter filtern.

fragen, was für Wohnungen zu welchem Preis sie realisieren wollen. Es geht um ein Investitionsvolumen von mehreren Millionen Franken. Wenn Sie aufgrund unserer Informationen vermeiden können, falsche Wohnungen im falschen Preissegment zu realisieren, dann bin ich überzeugt, sind Ihnen diese Informationen etwas wert.

Sie bieten die Nachfrage von heute, liefern aber gemäss Eigenwerbung «einen Blick in die Zukunft». Wo geschieht der Schritt in die Zukunft?

Die Zukunftsorientierung liegt in den Suchabos selbst. Menschen definieren darin heute, wie sie in Zukunft wohnen wollen. Bei Mietinteressenten ist diese Zukunftsorientierung unter Umständen weniger ausgeprägt. Manche Mieter suchen auf nächsten Monat eine neue Wohnung, andere auf nächstes Jahr. Bei Kaufinteressenten ist der Horizont in der Regel weiter.

Stimmt das, was die Leute via Suchabos suchen, mit dem überein, was sie später effektiv mieten oder kaufen?

Das ist die entscheidende Frage. Unmögliches versuchen wir auszufiltern. Wohnvorstellungen für zu tiefe Preise werden ausgesiebt. Wer ein Suchabo mit einer Preisspanne definiert, die er sich nie leisten kann, wird hingegen erfasst. Nur: Wer will sich realisti-

scherweise täglich über Objekte informieren lassen, die er sich nicht leisten kann? Wir glauben, dass die Suchangaben über alles hinweg mit dem übereinstimmen, was letztlich gemietet oder gekauft wird.

Man könnte die Daten mit gefälschten Suchabos manipulieren.

Was sollte die Motivation für eine Manipulation sein? Den Preis eines Grundstücks hochzujubeln? Um das zu schaffen, müssten unter Umständen sehr viele Suchabos gefälscht werden. Für jedes Suchabo müsste eine neue Mail-Adresse registriert werden. Man kann sich das zwar vorstellen. Ich glaube aber nicht, dass das jemand tut.

Gibt es für jede Schweizer Gegend genügend Suchabos, um gute Daten liefern zu können?

Die genaue Auswertung zu dieser Frage steht noch aus. Die ersten Erfahrungen zeigen, dass auch in Gemeinden mit Suchabos gearbeitet wird, in denen es nicht so schwierig ist, etwas zu finden.

Grundsätzlich ist die Information aber besser, je mehr Suchabos vorhanden sind, oder?

Jein. Als Immobilienentwickler will ich eben auch wissen, wenn die Nachfrage nur klein oder gar nicht vorhanden ist. Insofern resul-

tieren auch aus einer ganz kleinen Zahl von Suchabos relevante Informationen.

Trotzdem: In Zürich wird es einfacher sein, ein gefragtes Objekt zu realisieren als in Gondiswil.

In Zentren präsentiert sich die Lage anders: Wenn Sie in Zürich ein Grundstück besitzen und darauf Eigentumswohnungen mit 4,5 Zimmern für beispielsweise 1,2 Millionen Franken realisieren, können Sie tatsächlich sicher sein, dass diese weggehen. Möglicherweise wüssten Sie dank unseren Daten allerdings, dass die Nachfrage auch bei 1,3 oder 1,4 Millionen Franken noch gross wäre und erst ab 1,5 Millionen Franken abnimmt. Das Tool gibt nicht nur Auskunft, ob eine Nachfrage besteht, sondern eben auch, welcher Art die Nachfrage ist.

Werden sich alte Immobilienfische nicht sagen: Ich weiss auch ohne die Daten, was gefragt ist?

(lacht) Die Haltung trifft man tatsächlich häufig an. Je nach Volumen der Objekte, mit denen man sich beschäftigt, kümmert man sich intensiver oder weniger intensiv mit der künftigen Käufer- oder Mieterschaft. Das Bedürfnis nach guten Daten ist aber klar vorhanden.

Das Angebot läuft seit einigen Tagen: Was erwarten Sie?

Ich bin davon überzeugt, dass es ein Erfolg wird. Ich habe jedoch schon zahlreiche Projekte begleitet und weiss deshalb, dass es ein Weilchen dauern wird, bis wir dort sind, wo wir hin wollen.

Es klingt nach einer Goldgrube.

Uff. Zunächst einmal ist da ein grosses Loch. Wir haben viel in Grips, IT und Infrastruktur investiert. Geht es nach unserem Business-Plan, werden wir den Break-even recht schnell erreichen. Meiner Erfahrung nach geht es aber meist länger, als man geplant hat. Und als junge Firma ist das Risiko grundsätzlich höher, zu scheitern.

Woran könnte das Unterfangen scheitern?

Unsere Hauptaufgabe ist es, ein glaubwürdiges Produkt zu erzeugen, auch unter Berücksichtigung der Feedbacks, die jetzt kommen werden. Wenn wir nicht demonstrieren können, dass unsere Daten wirklich Hand und Fuss haben, wird es nicht klappen. Aber da bin ich zuversichtlich. ■