



Personalien

Die **Capital Bay GmbH** hat die Führungsebene ihrer Tochterunternehmen weiter ausgebaut und **Oliver Müller** (41) Ende August zum Geschäftsführer der **CB Property Management GmbH** ernannt. Oliver Müller hat mehr als 15 Jahre Berufserfahrung in namhaften Immobilienunternehmen. Er arbeitete zuletzt als Chief Operating Officer der **VIVANIUM Real Estate Services**.

Oliver Zimmer (45) ist zum 1. Oktober 2018 als Chief Investment Officer (CIO) der **N A S Invest-Gruppe** bestellt worden und verantwortet damit die Geschäftsbereiche Investment & Asset Management. Gleichzeitig übernimmt Managing Partner **Nikolai Dëus-von Homeyer** die neu geschaffene Rolle des Chief Operating Officer (COO) und steuert die Geschäftsbereiche Unternehmensentwicklung, Operations und Finanzen. Durch eine von Zimmer gezeichnete Kapitalerhöhung an der Gruppenholding sind sie gemeinsam mit der Familie Weber Gesellschafter zu gleichen Teilen. Vor seinem Wechsel zur N A S war Zimmer Geschäftsführer der **RFR Gruppe**.

Tobias Hartmann, derzeit Vorstandsmitglied der **Hello-Fresh SE** wird neuer Vorstandsvorsitzender der **Scout24 AG**. Der 46-Jährige tritt sein Amt am 1. Januar 2019 oder früher an. Der amtierende CEO von Scout24, **Gregory Ellis**, verlässt das Unternehmen zum 31. Dezember 2018.

Der Immobilienbrief Berlin im Gespräch mit Caren Rothmann, geschäftsführende Gesellschafterin der David Borck Immobilien-gesellschaft mbH, und Christian Neumann, geschäftsführender Gesellschafter der Verimag GmbH über ...

... Digitalisierung als To do und kein So what, Freiräume durch Digitalisierung und der Kunde dabei im Besonderen

Mit Gesellschaftern, die jeweils über 30 Jahre Erfahrung in der Vermarktung von Immobilien verfügen, und einem sehr hohen Qualitätsanspruch gehören die **David Borck Immobiliengesellschaft mbH** und die **Verimag GmbH** zu den führenden Immobilienvermittlern Berlins. Beide Unternehmen vermarkten in Berlin und Brandenburg Objekte wie Villen und Einfamilienhäuser, aber auch gut gelegene Wohn- und Geschäftsobjekte vom mittleren bis zum hochpreisigen Segment sowie Neubauprojekte für Bauträger und Projektentwickler. Zudem stehen sie ihren Kunden mit Markt- und Standortanalysen, Machbarkeitsstudien zur Produktentwicklung, Marketingkonzeptionen und anderen Maßnahmen zur Vertriebsorganisation zur Seite.

Frage: Die Digitalisierung mischt ganze Branchen auf. Schon wird der Vorwurf laut, die Finanzwirtschaft, allen voran die Banken, hätten die Digitalisierung um zehn Jahre verschlafen. Gilt dieser Vorwurf auch für die Immobilienwirtschaft?

Caren Rothmann: Überhaupt nicht. Die Vermarktung von Immobilien ist stark digitalisiert.



Während etwa Printanzeigen deutlich nachgelassen haben, erzielen Onlineportale und Social Media große Reichweiten. Auch Exposés sind heute digital und responsive. Trotzdem gibt es auch Kunden, die ‚etwas in der Hand‘ haben möchten. Für diesen Fall erstellen wir nach wie vor Printmaterialien. Zudem verbinden wir digitale und haptische Erlebnisse in unserem Showroom.

Christian Neumann: In den letzten 15 Jahren hat sich viel



geändert. Heute kommen die Interessenten mit dem Smartphone oder Tablet und haben die Pläne des Objekts digital dabei. Die Traumimmobilie kann auf der ganzen Welt gefunden und gekauft werden. Neben klassischen Visualisierungen arbeiten wir auch gerne mit colorierten Zeichnungen, die die Gesamtstimmung des Projekts transportieren. Dies ist für uns besonders wichtig, da unsere Neubauprojekte meist vermarktet sind bevor es Musterwohnungen oder ähnliches gibt.

Warum gehört der Einsatz für Digitalisierung im Unternehmen auf die To do-Liste und ist kein „So what“?

CR: Durch die digitale Vermarktung können wir Objekte ganz anders präsentieren. Zum Beispiel mittels Videos, Visualisierungen und hochwertigen Bildern sowie professionellen Drohnenaufnahmen. So informieren wir unsere Kunden zusätzlich mit Detailaufnahmen umfangreich



über das Objekt – und genau diese geben oft den Ausschlag beim Kauf. Zudem erreichen wir so auch Menschen, die vielleicht gar nicht auf der Immobilien-Suche sind – und das weltweit und mobil.

CN: Es gibt auch weitere praktische Vorteile, etwa der reduzierte Ressourcenverbrauch und die Möglichkeit, schnell auf Projektänderungen zu reagieren. Noch dazu erlauben digitale Visualisierungen auch Laien, sich ein Bild von der fertigen Immobilie zu machen, was ansonsten nur Profis vorbehalten bleibt.

CR: Wir haben es schon erlebt, dass Kunden zwei Wohnungen zu einem Penthouse zusammenlegen wollten. Hier konnten wir digital die Unterlagen anpassen und beispielhaft zeigen, wie die Einheit aussehen wird.

CN: Der Zeitfaktor ist einfach enorm, man muss auf die Unterlagen nicht mehr tagelang warten, sondern erhält alles zeitnah.

Könnte es sein, dass die Digitalisierung, außer am Anfang vielleicht, sogar Freiräume schafft und wenn ja, wie würden Sie diese nutzen?

CN: Die Digitalisierung sorgt für eine große Mobilität. Wir können Kundenanfragen immer und überall entgegennehmen und noch schneller reagieren. Teilweise arbeitet unser Team von der Baustelle aus und ist somit vor Ort ansprechbar und trotzdem erreichbar. Und die vielfältigen Vermarktungsmöglichkeiten sind natürlich auch hervorragend.

CR: Wir sehen in der Digitalisierung ebenfalls Vorteile. Dank unserer diversen Social Media-Kanäle, wie **YouTube, Facebook, Instagram** und unseren Blog erreichen wir eine Vielzahl an potentiellen Kunden, denen wir regelmäßig spannenden Content bieten. Zudem erwarten unsere Auftraggeber diese Präsenz für die Vermarktung ihrer Objekte.

Digitalisierung heißt auch: Erreiche ich meine Kunden heute anders und wenn ja: Wie? Geht die persönliche Bindung damit verloren? Gibt es für die Kunden einen Mehrwert?

CN: Der Erstkontakt mit unseren Kunden, besonders mit unseren Neukunden findet meist in der digitalen Welt statt. Dort erhalten sie schnell Informationen zu den Projekten und können entscheiden, welches Objekt in Frage kommt. Der persönliche Kontakt und die Beratung durch unser ausgebildetes Team sind aber auch wichtig, um optimal auf individuelle Bedürfnisse der Kunden einzugehen und um die Ausstattung, Finanzierung sowie Verträge durchzusprechen.

CR: Trotz des Vormarschs der Digitalisierung pflegen auch wir einen sehr persönlichen Umgang mit unseren Kunden. Unsere Kartei umfasst über 30.000 Personen, die bei uns ihre Anforderung hinterlegt haben. Basierend auf diesen Suchprofilen erhalten unsere Kunden auf sie zugeschnittene Angebote. Allerdings setzen wir in der Beratung nach wie vor auf die persönliche Betreuung.

Digitalisierung ist auch eine Herausforderung an Ihre Mitarbeiter, Soft Skills bleiben wichtig. Wie sieht deren Engagement dafür aus? Und die Hilfestellung des Unternehmens?

CN: Durch regelmäßige Schulungen, Besprechungen und eine ausgeprägte Feedbackkultur gelingt es uns, das Team gemeinsam weiterzuentwickeln und stetig den sich ändernden Käuferwünschen und Marktgegebenheiten anzupassen. Mein Geschäftspartner **Heiko Türp** und ich unterstützen gerade in den Anfangsphasen eines neuen Projektes unser Team auch direkt vor Ort im Showroom, um Kundenfeedback ungefiltert aufzunehmen.

CR: Soft Skills bleiben sehr wichtig. Zusätzlich setzen auch wir auf Schulungsmaßnahmen für unsere knapp 30 Mitarbeiter, die sowohl intern als auch extern durchgeführt werden. Das umfasst mehr als nur Digitalisierung, etwa Datenschutz oder Immobilienrecht. So gewährleisten wir, dass alle auf dem aktuellsten Stand sind.

Was sagen die Mitarbeiter dazu? Wie wird das angenommen?

CR: Unsere Mitarbeiter begreifen die Fortbildung als Bereicherung, die ihren Erfahrungsschatz erweitert. Das sind Kenntnisse, die sie ihr ganzes Berufsleben über einsetzen können, letzten Endes auch unabhängig vom Unternehmen. Unser Team hat große Freude daran, die neuesten digitalen Möglichkeiten auszuprobieren, und arbeitet mit unserer Stammwerbeagentur und unserem angestammten Filmteam stets an den neuesten digitalen Vermarktungsmöglichkeiten. CN: Da gehen alle mit! Ich glaube, jeder hat mittlerweile verstanden, dass Digitalisierung eine große Chance ist, die man nicht verpassen darf, wenn man erfolgreich Immobilien vermarkten möchte. Aufgrund vieler aktueller Projekte versuchen wir, die Schulungen und Fortbildungen so zu legen, dass sie nicht mitten in der heißen Projektphase stattfinden, sondern etwa zwischen großen Projekten – auch als Dankeschön ans Team.

Welche Trends wird es in den kommenden Jahren geben? Ist das heute bereits absehbar?



Deal-Mix

Kintyre Investments hat bereits vor Beginn der Baumaßnahmen **EDEKA** als Ankermieter für das neu zu gestaltende „Märkische Zentrum“ in Reinickendorf gewonnen. Es wurde ein langjähriger Mietvertrag für einen Markt mit ca. 3.100 qm im Erdgeschoss des Einkaufszentrums abgeschlossen. Bei der groß angelegten Neugestaltung des „Märkischen Zentrums“ durch Kintyre werden die bestehenden Gebäude mit derzeit rund 55.000 qm um rund 7.000 qm erweitert. Geplant sind die komplette Neugestaltung und Sanierung des Einkaufszentrums und seiner Umgebung als eine zusammenhängende Shopping Mall, die neue und bestehende Gebäude vereint.

CA Immo hat für das sich noch im Bau befindliche Bürogebäude MY.B einen Mietvertrag über rd. 8.500 qm Mietfläche abgeschlossen. Mieter ist die **Hypoport AG**. Mit Abschluss dieses Mietvertrages ist das Bürogebäude bereits ein Jahr vor Fertigstellung zu rd. 57% vermietet. CA Immo investiert ca. 65 Mio. Euro in das Gebäude in der Europacity. Der Mietbeginn wurde für das 4. Quartal 2019 vereinbart. **BNP Real Estate** begleitete beratend den Mietvertragsabschluss. Das vom **Architekturbüro Henn** (Berlin) entworfene Gebäude verfügt auf insgesamt 6 Geschossen über rund 14.800 qm Mietfläche. Die Fertigstellung für das über ca. 14.800 qm Mietfläche verfügende Gebäude ist im 3. Quartal 2019 vorgese-

CN: Ich denke, dass Virtual Reality Brillen im deutschen Immobilienmarkt und insbesondere bei Neubauprojekten weiter Einzug halten werden, um Interessenten ein Objekt noch näher zu bringen und einen realistischen Eindruck und sogar Raumgefühl zu vermitteln. Bei Neubauprojekten gilt es Visionen, aber besonders bei Eigennutzern, auch Emotionen zu transportieren. Deshalb halten wir den persönlichen Kontakt mit unseren Kunden trotz Digitalisierung für unerlässlich.

CR: Neben den VR-Brillen sind auch virtuelle Rundgänge weiter im Kommen. Diese vermitteln, zusätzlich zu Videos, ebenfalls schnell visuelle Eindrücke der Immobilie. Trotzdem wird die Beratung durch einen professionellen Makler bis zum Kauf weiterhin unerlässlich sein. Gerade bei einer der wichtigsten Entscheidungen ihres Lebens wollen Kunden einen vertrauensvollen Berater an ihrer Seite haben.

Woher beziehen Sie denn Ihre Kenntnis und Wissen über/zu Digitalisierung?

CR: Wir legen großen Wert darauf, immer Up-to-date zu sein, um so den Erwartungen unserer Kunden gerecht zu werden. Daher bieten wir unseren Mitarbeitern regelmäßig Seminare und Workshops rund um die Digitalisierung an, die auch wir Inhaber besuchen. Oft werden uns auch spannende neue Programme oder Tools durch die Entwickler proaktiv vorgestellt und wenn wir einen vielversprechenden Trend sehen, nehmen wir den Kontakt mit dem Entwickler auf und agieren dann auch gerne gemeinsam als Vorreiter innerhalb der Branche.

CN: Unabhängig davon, dass ich mich persönlich sehr dafür begeistern kann, informieren wir uns hier fortlaufend, beispielsweise auf Fachmessen und Fachmedien, über Ideen und Trends. Die nächste „Käufergeneration“ wird – weil sie damit schon aufgewachsen ist – der Digitalisierung noch offener und auch fordernder gegenüberstehen und viele heutige „Gimmicks“ werden zeitnah eine Selbstverständlichkeit sein. So wie es heute selbstverständlich geworden ist, dass 95% der Kommunikation nicht mehr auf dem Postweg erfolgt. Übertragen auf unsere Branche bedeutet dies: Stets dranbleiben, sich über die neuesten Trends und Techniken informieren und dann sorgsam selektieren, was uns und unseren Kunden hilft – und was nicht.

Ihre Lieblingsimmobilie?

CN: Das ist schwer zu beantworten ... Grundsätzlich kann ich mich für Immobilien begeistern, die aufgrund einer besonders ansprechenden und innovativen Architektur das Stadtbild positiv prägen und ihren Bewohnern und Nutzern einen besonderen und wertvollen



Quelle: Strabag Real Estate



Lebens- und/oder Wirkungsraum schaffen. Spontan fällt mir da das Upper West am Breitscheidplatz ein.

CR: Die Sagrada Familia von Antoni Gaudi in Barcelona. Bis 2026 sollen die Arbeiten an ihr noch dauern – Anlass für mich, immer wieder hinzufahren und den Fortschritt zu beobachten.

Und mit wem aus der Immobilien- oder Finanzbranche würden Sie einmal gerne zum Mittag/Abendessen gehen und warum?

CN: Gern würde ich mich abseits des Arbeitsalltags mit **Frau Lompscher** zur Wohnungsbaupolitik, aber auch zur Berliner Stadtentwicklung austauschen. Bestenfalls kommen dann noch **Ramona Pop** und die Brandenburger Kollegen **Kathrin Schneider** und **Prof. Dr. Jörg Steinbach** nach Feierabend dazu, dann lässt es sich hoffentlich prima zur Entwicklung und Zukunft des Verflechtungsraumes Berlin/Brandenburg „brainstormen“.

CR: Ich würde mich gerne auf ein Glas Wein mit **Danièle Nouy**, der Chefin der Bankenaufsicht der EZB, treffen. Durch ihre Arbeit sorgt sie für ein stabiles Finanzsystem in Europa und ermöglicht so Frieden und Prosperität. Ihr Lebensweg und das Gefühl, wie es ist, Chefin über alle Banken im Euroraum zu sein, das würde mich sehr interessieren. □