Content is King

So kommen Makler und Immobilienunternehmen an kostenlose Fachinformationen und Fotos für ihre Website und Publikationen

Von Daniel Görs

„Wir müssten mal wieder was auf unserer Internetseite machen." - Viele Immobilienprofis kennen die Herausforderung: Interessenten erwarten heute einen gut gepflegten, aktuellen und mit vielen nützlichen Informationen und Services ausgestatteten Internetauftritt von Immobilienprofis. Doch die Arbeitsbelastung ist hoch, die Zeit knapp - und redaktionell zu Immobilienthemen zu schreiben, gehört ganz sicher nicht zum Kerngeschäft. Das „Content-Problem" wird daher meist ignoriert oder von der Geschäftsführung an die Auszubildenden oder Praktikanten delegiert - meist mit entsprechenden Ergebnissen.

Content ist Managementaufgabe

Eher „semi-professionell" erscheinen dann die Texte und Informationen auf der Homepage, die doch das Aushängeschild, die virtuelle Visitenkarte des Unternehmens ist! Gerade in Zeiten der Immobilien-, Finanz- und vor allem auch Vertrauenskrise kann es sich kein Makler, kein Verwalter, kein Unternehmen mehr leisten, beim Immobilien- und Informationssuchenden weiteren „Kredit zu verspielen". Auch bei der Akquisition neuer Objekte sowie von Verwaltungs-, Gutachten- und sonstigen Aufträgen können Fachinformationen, gut lesbare Beiträge und optisch ansprechende Fotos unterstützend wirken. Denn schließlich wird so die eigene Expertise öffentlichkeitswirksam demonstriert und dokumentiert.

Content ist also King - aber auch zu fürstlichen Preisen? Einige Public-Relation-Agenturen, Einzelberater und Freie Journalisten verfügen mitunter über ausreichendes fachliches Know-how, das in der komplexen Immobilien- und Wohnungswirtschaft unerlässlich ist. Dementsprechend fallen dann aber auch die Honorarforderungen aus. Für große Unternehmen sind diese Kosten vielleicht noch zähneknirschend aus dem üppigen Kommunikations- oder Marketingbudget zu bezahlen. Aber bei den Kleinst- und Einzelunternehmen sind diese finanziellen Mittel für Text- und Fotolieferungen nicht vorhanden. Doch was sind die Alternativen?

Wer nicht wirbt, stirbt Wer nicht publiziert, verliert

Kommunikations- und Unternehmensberater betonen immer wieder: „Wer nicht wirbt, stirbt." Das ist zweifelsfrei zutreffend - insbesondere im Bereich der professionellen Immobilienvermarktung im Internet und in der Zeitung. Die Kommunikationspraxis zeigt aber auch: „Wer nicht publiziert, verliert" - nämlich die Aufmerksamkeit der Interessenten in der Informations- und After-Sales-Phase. Es ist deshalb für Immobilienprofis wichtig, ihre Werbung (online und „klassisch") mit gezielter, informativer Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations, kurz PR) wirksam zu ergänzen. Das Beste daran: Informative und anschauliche Texte wie Fotos gibt es zum Nulltarif - beispielsweise durch die Nutzung des Immonet-Redaktionsservice.

Redaktionsservice ist Maklerservice

Im Pressebereich von Immonet.de (www.immonet.de/presse) finden Immobilienprofis nicht nur schnell und übersichtlich aktuelle Presseinformationen rund um Deutschlands beliebtestes Immobilienportal, crossmediale Immobilienvermarktung, Veranstaltungen und vieles mehr. Die Immonet-Redaktion informiert vielmehr auch regelmäßig über aktuelle Trends und Tipps rund um das Bauen, Finanzieren, Wohnen, Umzug, Garten etc. Interessieren Sie sich für eine der Meldungen, klicken Sie einfach auf die Überschrift und der Volltext wird Ihnen angezeigt. Der komplette Artikel steht Ihnen auch als Download zur Verfügung. Dieses redaktionelle - kostenfreie - Angebot richtet sich zwar in erster Linie an Journalisten, doch Immonet.de als Partner der gesamten Immobilienwirtschaft hat keine Vorbehalte, diesen Content auch Kunden unentgeltlich zu überlassen.

Auch auf den großen Presseportalen wie LifePR finden sich beispielsweise im Pressefach von Immonet.de (www.lifepr.de/pressefach/immonet-gmbh/meldungen) viele Texte - zusätzlich ergänzt durch komfortable Downloadmöglichkeiten für Fotos und Grafiken. Auch bei den Presseportalen ist die Nutzung der archivierten Informationen von Immonet.de zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung kostenfrei. Aber: Oft finden sich in den AGBs der Portalbetreiber Copyrightvermerke und Warnungen wie zum Beispiel „Bitte klären vor einer Weiterverwendung urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber." Immonet.de weiß jedoch: Es ist mühsam und zeitaufwendig, sich für jede Textpassage oder jeden einzelnen Beitrag direkt die Nutzungsrechte des Herausgebers zu sichern. Und darf man einzelne Sätze oder Passagen überhaupt weiterverwenden, wenn man selbst einen Beitrag schreibt?

Stolperfalle Copyright? Quellenangabe und Verlinkung reichen aus

E-Mails, Telefonate und sonstige Kommunikation können sich Immobilienmakler und -unternehmen bei Immonet.de als Partner der gesamten Immobilienwirtschaft getrost sparen! Denn die Anforderungen und die Arbeitsbelastung in der Immobilienbranche sind uns bekannt, so dass lediglich eine Verlinkung auf www.immonet.de und die Angabe ©www.immonet.de für Textbeiträge - auch in Auszügen - ausreichen. Bei der Verwendung von Fotos und Grafiken muss zusätzlich zum Hinweis auf das Immobilienportal www.immonet.de der Fotonachweis um den Namen des Fotografen und das Bildarchiv ergänzt werden. Also beispielsweise „Immonet.de/Fotograf Max Mustermann/Fotolia.de".

Übrigens: Informationen und Beiträge aus dem Immonet-Newsletter „Immo-News" können bei Quellenangabe ebenfalls verwendet werden. Im Zweifel reicht eine E-Mail an presse@immonet.de - das Immonet-Team hilft Ihnen bei Kommunikationsfragen gerne weiter.

Die Vorteile als Content-Partner:

- Ihre Angebote werden userorientiert ergänzt
- Fachtexte signalisieren Expertise
- Texte und Fotos bei Quellenangabe und Verlinkung auf www.immonet.de kostenlos
- Zusätzliche Informationen und Services
- Entlastung der eigenen Ressourcen
- Längere Verweildauer Ihrer Interessenten als Leser
- Positiver Imagetransfer

Neues Jahr, neue Themen, neue Interessenten - kein Problem mit dem Medienexperten der Immobilienportale Immonet.de. Sie müssen nur noch zugreifen.

Daniel Görs

Daniel Görs ist Leiter der Corporate Communications bei Immonet.de

ivd www.ivd.net 1-2 | 2009

AIZ Das Immobilienmagazin

Immobilie und Klimaschutz

Das Immobilienjahr der Promis

Die betriebswirtschaftliche Situation der Makler