

MarketingNews

Welche Immobilienportale gibt es?



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wer erfolgreich eine Wohnung vermieten möchte, der muss die Wohnungssuchenden mit seiner Anzeige auf sich aufmerksam machen. Kurze, nüchterne Formulierungen wirken wenig einladend und langweilen oft. Damit Sie in der Masse der Wohnungsanzeigen nicht untergehen, wählen Sie eine möglichst bildreiche Sprache, die Emotionen weckt. Stellen Sie die Vorzüge der Wohnung mit markanten Worten vor und benennen Sie die Ausstattung möglichst genau.

Doch wo soll die fertige Anzeige geschaltet werden? In Deutschland bringen gegenwärtig zahlreiche Immobilienportale Interessenten und Anbieter zusammen. Aber welches Portal bietet das größte Immobilienangebot? Wo stimmt das Preis-Leistungs-Verhältnis? Und welches zeichnet sich durch Benutzerfreundlichkeit aus? Welche Inhalte, insbesondere die Pflichtangaben nach der EnEV, müssen angegeben werden? Was sind typische Abkürzungen im Immobilienmarkt? Wann eignet sich eine Veröffentlichung in den digitalen Medien gegenüber der klassischen Insertion in den Printmedien? Wie platzieren Sie Ihre eingestellten Inserate bei Immobilienportalen an prominenter und stark frequentierter Stelle?

Antworten auf diese Fragen und einen Hinweis zum Rahmenvertrag des GdW mit ImmobilienScout24 möchten wir Ihnen in der ersten Ausgabe der MarketingNews 1/2016 geben, damit auch Sie aus der Masse der Wohnungsanzeigen hervorstechen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende und informative Lektüre sowie einen tollen Sommer!

Ihr Dr. Axel Viehweger
Vorstand des VSWG

www.vswg.de
www.facebook.com/VSWGGeV

Welche Immobilienportale gibt es?

Immobilienportale haben mit ihren vielen Fotos, den Grundriss- und Energieausweisdateien sowie umfassenden Textbeschreibungen den Immobilienteil in der Tageszeitung für die Wohnungssuche inzwischen abgelöst. In Deutschland bringen gegenwärtig zahlreiche Immobilienportale Interessenten und Anbieter zusammen.

Aber welches Portal bietet das größte Immobilienangebot? Wo stimmt das Preis-Leistungs-Verhältnis? Und welches zeichnet sich durch Benutzerfreundlichkeit aus?

Diese und viele weitere Aspekte werden in der nachfolgenden Kurzvorstellung der drei marktführenden Immobilienportale: **ImmobilienScout24**, **Immonet** und **Immowelt** beleuchtet.

Der Marktführer unter den Immobilienportalen ist **ImmobilienScout24**. Das 1998 gegründete Unternehmen hat sich seither gegenüber allen anderen Anbietern am Markt durchsetzen können. Das Portal ImmobilienScout24 ist mit über 1,5 Millionen Immobilienangeboten und 10,5 Millionen monatlichen Besuchern sowohl für Immobilienanbieter als auch für Immobiliensuchende gleichermaßen attraktiv. ImmobilienScout24 erzielt im Vergleich zu seinen Mitbewerbern die größte Reichweite und belegte dementsprechend auch im Februar 2016 mit deutlichem Vorsprung zu anderen Immobilienportalen Platz 26 der meist aufgerufenen Websites in Deutschland (Vergleich: Immowelt – Platz 97 und Immonet – Platz 133)¹.



Die große Reichweite und das breite Immobilienangebot spiegelt sich auch in der Preisstruktur des Portals wieder, denn sowohl für das Inserieren, als auch für jegliche Zusatzleistungen zahlt man bei ImmobilienScout24 im Schnitt fast immer mehr als bei anderen Immobilienportalen. Gewerbliche Anbieter können bei ImmobilienScout24 zwischen dem Abschluss eines klassischen Paketes oder einer Mitgliedschaft wählen. Während je nach Zusammenstellung des Paketes nur eine bestimmte Anzahl von Inseraten mit Zusatzleistungen wie z. B. einer besseren Platzierung der Angebote veröffentlicht werden kann, können bei der Mitgliedschaft bei Zahlung einer festen Pauschale beliebig viele Objekte inkl. Zusatzleistungen eingestellt werden. Darüber hinaus erhalten Mitglieder automatisch Zugriff auf detaillierte und aktuelle Markt- und Preisdaten sowie branchenrelevante Themen.

Dem Marktführer ImmobilienScout24 sind die beiden Immobilienportale **Immowelt** und **Immonet** dicht auf den Fersen. Im Februar 2015 fusionierte die Nürnberger Immowelt-Gruppe mit der zur Axel Springer Classifieds gehörenden Immonet-Gruppe, so dass Anbieter von Immobilien mittlerweile ein gemeinsames Paket für beide Portale erwerben und somit auch automatisch auf beiden Portalen inserieren können. Die Kosten für die sogenannte Duo-Partnerschaft sind von der Anzahl der inserierten Objekte abhängig. Darüber hinaus bietet die Duo-Partnerschaft zusätzliche Services wie z. B. die professionelle Gestaltung von Exposés, den Zugriff auf Marktdaten, die Einbindung von Videos und vieles mehr. Hinsichtlich der Inserats-Preise liegen beide Immobilienportale im unteren bis mittleren Bereich des Preissegmentes aller Immobilienportale.



Zuletzt verzeichnete **Immowelt** 3,1 Millionen und **Immonet** 3,7 Millionen Besucher monatlich. Mit der im Januar 2015 von der Immowelt AG gestarteten Großwerbekampagne namens „Eine Welt voller Zuhause“ und dem darauffolgenden Zusammenschluss mit dem Immobilienportal Immonet konnten die Portale Immowelt und Immonet ihre Reichweite deutlich steigern. Somit treten die beiden Portale sowohl hinsichtlich der Reichweite als auch bezüglich der Angebotsvielfalt und Preisstruktur verstärkt in den Machtkampf um die Marktführerschaft mit ImmobilienScout24.



Darüber hinaus bieten die beiden unter der Immowelt Holding AG vereinten Portale eine reichweitenstarke Immobilienvermarktung aus einer Hand, welche über Internet und Zeitung sowie andere digitale Kanäle erfolgt.

¹ Die Übersicht über die 500 meistbesuchten Seiten wird von Alexa Internet Inc. (Online-Dienst, der Daten über Seitenabrufe von Websites sammelt und darstellt) erstellt.

Bei allen drei marktführenden Immobilienportalen sind die angebotenen Leistungen auf einer tollen Oberfläche dargestellt und ausgesprochen benutzerfreundlich gestaltet. Mit einem hohen Informationsgehalt der Detailanzeige bieten alle drei Immobilienportale ein breites Leistungsspektrum mit einer Fülle zusätzlicher Informationen (z. B. einen lokalen Mietspiegelvergleich, Angebote zum Umzug sowie von Strom- und Telefonanbietern uvm.) rund um das Thema Immobilien an.

Die Ergebnislisten der Immobilien lassen sich bei allen Immobilienportalen nach den gängigen Angaben zum Ort bzw. Stadtteil, der Größe der Immobilie, der Zimmeranzahl, dem Baujahr und zum Miet- bzw. Kaufpreis filtern. Bei näherer Betrachtung weisen die Portale jedoch im Umfang der Filtermöglichkeiten hinsichtlich der Ausstattungsmerkmale Unterschiede auf. Im Vergleich zu Immowelt weisen die Portale ImmobilienScout24 und Immonet nicht nur deutlich mehr Filteroptionen auf, sondern heben sich auch durch besser kategorisierte Suchoptionen ab. Als Anbieter mit den meisten Filteroptionen im Segment Ergebnislisten erwies sich das Immobilienportal Immonet.

Die drei Immobilienportale verfügen ebenso alle über eine eigene App, wobei über die App von ImmobilienScout24 nicht nur die Suche nach Immobilien, sondern auch das Inserieren von Immobilien möglich ist.

FAZIT:

Hinsichtlich der Nutzerfreundlichkeit und den Serviceangeboten unterscheiden sich die marktführenden Immobilienportale geringfügig. Das Portal ImmobilienScout24 verfügt jedoch für Wohnungssuchende über das größte und breiteste Angebot und ist für gewerbliche Anbieter im Vergleich zu Immowelt und Immonet etwas teurer.

Mit aufmerksamkeitssteigernden Werkzeugen erfolgreich inserieren!

Ein informatives Wohnungsinserat mit einer aussagekräftigen Überschrift, einem ansprechenden Titelbild, detaillierten Beschreibungen sowie mit Grundriss- und Bilddateien ist der erste Schritt für eine möglichst schnelle und erfolgreiche Vermarktung einer Immobilie. Aufgrund der Vielzahl an Wohnungsinseraten gestaltet es sich für die Anbieter trotz ansprechend gestalteter Exposés dennoch oftmals schwierig, Interessenten auf die eigenen Objekte aufmerksam zu machen. Je weniger Filter der Interessent bei seiner Suche setzt, desto länger wird natürlich auch die angezeigte Ergebnisliste. Es ist nicht ungewöhnlich, dass die eingestellten Inserate in solchen Fällen dann erst auf Ergebnisseite 50 oder noch weiter hinten erscheinen. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich ein Suchender überhaupt bis zur Ergebnisseite 50 durcharbeitet, ist vermutlich eher unwahrscheinlich.

Vor diesem Hintergrund bieten die Immobilienportale mittlerweile verschiedene Möglichkeiten wie beispielsweise Sonderplatzierungen oder farbliche Hervorhebungen an. Mittels besonderer Darstellungsformen des Inserates in der Ergebnisliste können gewerbliche Anbieter mit ihren Angeboten besser gefunden werden, mehr Aufmerksamkeit generieren und die Zahl der Exposéaufrufe so deutlich steigern. Sowohl das Hervorheben als auch das Sonderplatzieren von Inseraten ist für Anbieter mit zusätzlichen Kosten verbunden.

Der Marktführer **ImmobilienScout24** bietet verschiedene Möglichkeiten für eine aufmerksamkeitsstarke Insertion. Die oberste Platzierung in der Ergebnisliste und somit maximale Sichtbarkeit können Anbieter mit der Buchung eines sogenannten Schaufensters belegen. Die **Schaufensterplatzierung** bietet mit einem größerem Titelbild und der Möglichkeit, die Hintergrundfarbe der Titelzeile selbst festzulegen, die größte Präsentationsfläche und stellt einen Blickfang dar. Neben der Schaufenster-Platzierung bietet ImmobilienScout24 noch weitere Sonderplatzierungen, welche die vordersten Plätze der Ergebnisliste garantieren.

Hierzu zählt beispielsweise die **Premiumplatzierung**, welche die inserierten Objekte auf den ersten Seiten der Ergebnisliste noch vor allen Top- und Standard-Platzierungen erscheinen lässt. Darüber hinaus sorgen farbige Eckmarkierungen, eine Hintergrundfarbe und größere Bilder sowie eine Bild- und Videovorschau direkt zum Durchklicken in der Ergebnisliste für eine gesteigerte Sichtbarkeit.

Unterhalb der Premium-Platzierungen erscheinen bei ImmobilienScout24 die **Top-Platzierungen**. Diese werden noch über den Standardinseraten angezeigt und bieten Anbietern die kostengünstigste Variante einer Sonderplatzierung. Ähnlich wie bei den voran beschriebenen Sonderplatzierungen erhöhen Anbieter mit einer Top-Platzierung die Aufmerksamkeit für ihr Inserat durch größere Bilder, eine bereits in die Ergebnisliste eingebundene Bild- und Videogalerie sowie eine farbige Banderole.

Sowohl bei den Schaufenster- als auch bei den Premium- und Top-Platzierungen haben die Anbieter die Möglichkeit, jederzeit die Objekte flexibel auszutauschen. Anbieter, denen dies zu aufwändig ist, können auch den Autopilot aktivieren, so dass das verfügbare Kontingent an Top-, Premium- und Schaufenster-Platzierungen automatisch von **ImmobilienScout24** den am besten geeigneten Angeboten zugewiesen wird. So können sich Anbieter auf ihr Kerngeschäft konzentrieren und gleichzeitig vom Know-how des Marktführers profitieren.

Neben ImmobilienScout 24 bietet auch **Immonet** und **Immowelt** eine Sonderplatzierung namens **Top-Immo-Ranking** an. Im Gegensatz zu ImmobilienScout 24, wo die Sonderplatzierung flexibel jederzeit einem neuen Inserat zugeordnet werden kann, wird das Top-Immo-Ranking bei Immonet für 30 Tage und bei Immowelt für 14 Tage fest für ein Objekt gebucht. In Verbindung mit einem Top-Immo-Ranking erscheint das Exposé bei beiden Portalen dann ebenso auf den vordersten Plätzen der Suchergebnisliste.

Neben dem Top-Immo-Ranking bietet sowohl Immonet als auch Immowelt die farbige Hervorhebung von Objekten an. Mit einem farbigen Blickfang können sich Anbieter mit ihren Objekten von denen anderer Anbieter abheben und somit die Aufmerksamkeit der Wohnungssuchenden auf ihre eigenen Exposés lenken. Darüber hinaus bieten Immonet und Immowelt mit der **Option „Immobilie der Region“** ihren Anbietern die Möglichkeit, die Aufmerksamkeit genau jener Interessenten, die bei ihnen vor Ort suchen, zu gewinnen. Die sogenannte „Immobilie der Region“ erscheint dann einen Monat lang landkreisbezogen und in Stadtteilen kreisfreier Städte direkt neben der Suchergebnisliste. Für Anbieter, die nicht gezielt Objekte, sondern ihr Unternehmen bewerben möchten, bietet das Portal **Immonet** zudem noch den sogenannten **„Partner der Region“** an. Der „Partner der Region“ bietet Unternehmen die Möglichkeit, durch eine prominente Platzierung (Anzeige mit Unternehmenslogo und Verlinkung zur eigenen Homepage) in der Suchergebnisliste gezielt ihre Bekanntheit in ihrer Region zu steigern.

FAZIT:

Das Buchen von Sonderplatzierungen für ausgewählte Objekte ist definitiv empfehlenswert, da ansonsten die Gefahr besteht, dass die eigenen Angebote in der Masse untergehen. Bei der Auswahl der Objekte, denen eine Sonderplatzierung zugeordnet wird, sollten Anbieter darauf achten, dass es sich hierbei nicht um besonders schwer zu vermarktende Objekte, sondern vielmehr um besonders attraktive und stark nachgefragte Objekte handelt. Hintergrund hierfür ist, dass die Sonderplatzierungen insbesondere dazu dienen, um auf sein Unternehmen aufmerksam zu machen und Interessenten dazu animieren soll, sich noch weitere Angebote des Unternehmens anschauen zu wollen. Im Volksmund könnte man es als den „ersten Eindruck“ vom Unternehmen bezeichnen.

Darüber hinaus ist zum Thema Sonderplatzierungen abschließend noch kritisch anzumerken, dass die Immobilienportale nicht über ein festes Kontingent an Sonderplatzierungen verfügen. Dementsprechend können beliebig viele Anbieter beliebig viele Sonderplatzierungen für ihre Angebote erwerben – das bedeutet, man läuft als Anbieter Gefahr, dass man z. B. trotz Buchung einer Sonderplatzierung mit seinem Angebot in der Ergebnisliste erst auf der Seite 25 und nicht wie erhofft auf Seite 1 erscheint. Der Grund hierfür ist, dass bei einigen Immobilienportalen teilweise bereits so viele Anbieter Sonderplatzierungen gebucht haben, dass allein die ersten 25 Seiten ausschließlich mit Angeboten gefüllt sind, die in Verbindung mit einer Sonderplatzierungen gebucht worden sind. Hier kristallisiert sich gegenwärtig ein beginnender Teufelskreis heraus, welcher zu einem kostspieligen „Wettrüsten an Sonderplatzierungen“ unter den Anbietern führen kann – natürlich sehr zur Freude der Immobilienportale!

Inhalte von Wohnungsanzeigen

Generell gilt: Welchen Umfang und Inhalt Ihre Anzeigen haben, bestimmen alleine Sie!
Bedenken Sie dabei aber, dass die Kosten umso höher ausfallen, je größer bzw. länger die Anzeige ist.
Das gilt sowohl für Print- als auch für Digitalanzeigen.

Konzentrieren Sie sich auf die wesentlichen Angaben und die **sogenannten Pflichtangaben**. Diese sind vom Gesetzgeber zwingend vorgeschrieben und bei Nichtbeachtung drohen Abmahnungen (darauf sind einige Rechtsanwaltskanzleien spezialisiert) und empfindliche Bußgelder!

Im Bereich der Mietwohnungsvermittlung muss der Makler/Vermieter/Genossenschaft zwingend seinen Namen angeben und auf die Vermittlereigenschaft hinweisen (§ 6 Abs. 2 WoVermG). Zu benennen ist also der im Handelsregister/Genossenschaftsregister eingetragene Name.

Gewerbliche Anzeigen unter ausschließlicher Angabe einer Telefonnummer sind nicht zulässig.

Ebenfalls zwingend erforderlich sind die **Angaben zum Energieausweis** (nach § 16 a EnEV). In jeder Anzeige müssen enthalten sein:

1. Die Art des Energieausweises (Verbrauchsausweis: V / Bedarfsausweis: B)
2. Der Energiebedarfs- oder Energieverbrauchswert aus der Skala des Energieausweises in kWh/(m²a), z. B. 122,65 kWh/(m²a)
3. Der wesentliche Energieträger:
 - Koks, Braunkohle, Steinkohle: Ko
 - Heizöl: Öl
 - Erdgas, Flüssiggas: Gas
 - Fernwärme aus Heizwerk oder KWK: FW
 - Brennholz, Holzpellets, Holzhackschnitzel: Hz
 - Elektrische Energie (auch Wärmepumpe), Strommix: E
4. Baujahr des Wohngebäudes, z. B. Bj 1997
5. Energieeffizienzklasse des Wohngebäudes bei ab dem 1. Mai 2014 erstellten Energieausweisen A+ bis H, z. B. Kl. B.

Eine Anzeige könnte wie folgt lauten:

Verbrauchsausweis, 122,65 kWh/(m²a), Fernwärme aus Heizwerk, Baujahr 1962, Energieeffizienzklasse D.
Mögliche Abkürzung: V, 122,65 kWh/(m²a), FW, Bj 1962, Kl. D.

Nun zu den Objektdaten. Sinnvoll sind folgende Angaben:

- Lage des Objektes (Anschrift)
- Allgemeine Angaben (Wohnfläche, Zimmeranzahl, Etage, Bauart, Verfügbarkeit)
- Miet-Konditionen (Kaltmiete, Nebenkosten, Gesamtmiete, Genossenschaftsanteile/Kaution)
- Ausstattung (Aufzug, Küche, Bad mit Fenster und Wanne, Balkon/Loggia, Bodenbeläge, Nebenräume etc.)
- Ansprechpartner (Anschrift, Telefonnummer, Mobilnummer, Faxnummer, E-Mail, Link zur Homepage).

Zusätzlich können Sie natürlich noch eine ausführliche Beschreibung der Wohnung mit entsprechenden Fotos beifügen (Internet). Vorzüge und Besonderheiten lassen sich so sehr gut darstellen. Im Endeffekt soll der Mietinteressent ja die Vorteile der angebotenen Wohnung und Ihre Qualitäten als Vermieter erkennen!

Typische Abkürzungen im Immobilienmarkt

In unserem Text „Inhalte von Wohnungsanzeigen“ haben wir Sie mit den inhaltlichen Anforderungen von Immobilienanzeigen vertraut gemacht. Da die Angaben zum Vermietungsobjekt sehr umfangreich sein können, empfiehlt es sich, vor allem im Printbereich, auf gängige Abkürzungen zurückzugreifen.

Die am häufigsten verwendeten und daher allgemein bekannten und verständlichen Abkürzungen haben wir hier für Sie zusammengestellt. Nicht enthalten sind in dieser Auflistung die Abkürzungen der Pflichtangaben zum Energieausweis. Diese haben wir im vorstehenden Beitrag ausführlich erläutert.

AB	Altbau	HK	Heizkosten	SP	Stellplatz
App.	Appartement	HMS	Hausmeisterservice	SPK	Speisekammer
AR	Abstellraum/Abstellkammer	HP	Hochparterre	SZ	Schlafzimmer
Ausst.	Ausstattung	HS	Haus	TB	Tageslichtbad
		HAT	Haustier	TeBo	Teppichboden
		HWR	Hauswirtschaftsraum	TG	Tiefgarage
		HZ	Heizung		
B	Bad				
Bj	Baujahr				
BK	Betriebskosten	KDB	Küche, Diele, Bad	UG	Untergeschoss
BLK	Balkon	KM	Kaltmiete		
		KP	Kaufpreis	VB	Verhandlungsbasis
		Kü	Küche		
Du	Dusche	Kzi	Kinderzimmer		
DG	Dachgeschoss			WB	Wannenbad
DHH	Doppelhaushälfte			WBS	Wohnberechtigungsschein
DT	Dachterrasse	m. F.	mit Fenster	WE	Wohneinheit
		MFH	Mehrfamilienhaus	Wfl	Wohnfläche
EA	Energieausweis	MM	Monatskaltmiete	WG	Wohngemeinschaft
EB	Erstbezug	MM	Monatsmiete	Whg.	Wohnung
EBK	Einbauküche	möbl.	möbliert	WoKü	Wohnküche
EFH	Einfamilienhaus	mtl.	monatlich	WM	Warmmiete
EG	Erdgeschoss	MV	Mietvertrag	WM-Anschl.	Waschmaschinenanschluss
E-hzg.	Elektroheizung			WZ	Wohnzimmer
ELW	Einliegerwohnung	NB	Neubau		
E-Schr.	Einbauschränk	NK	Nebenkosten	ZH	Zentralheizung
ETG	Etage	NKM	Nettokaltmiete	Zi	Zimmer
ETW	Eigentumswohnung	NM	Nachmieter	ZKB	Zimmer, Küche, Bad
		NR	Nichtraucher	ZKD	Zimmer, Küche, Dusche
FBH	Fußbodenheizung				
FW	Fernwärme	OG	Obergeschoss		
		OH	Ofenheizung		
GEH	Gasetagenheizung				
GWC	Gäste-WC	RH	Reihenhaus		

Print versus Digital?

Seit einigen Jahren ist die Veränderung zwischen klassischen Printmedien und digitalen Medien stark zu spüren. Immer häufiger versuchen Unternehmen, ihre Zielgruppen von den Produkten über digitale Kanäle zu überzeugen.

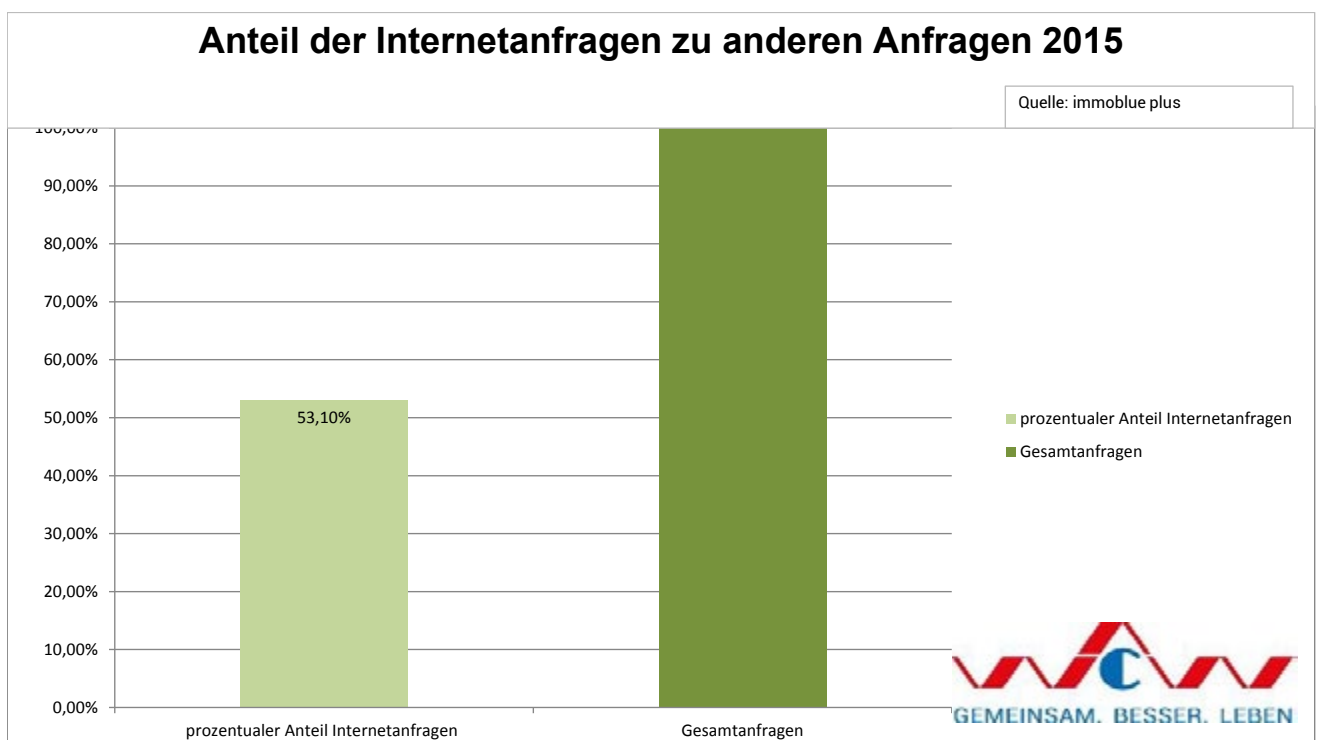
Auch für viele Vermieter ist die digitale Variante heutzutage die einfachste und kostengünstigste. Mittels einer Schnittstelle können die Daten meist direkt in die Immobilienportale und die eigene Homepage übertragen werden. Die Kosten halten sich dabei ebenfalls im Rahmen, da meist Kooperationsverträge und Kombipakete genutzt werden können.

Anzeigen in Zeitungen sind häufig teuer als im Netz. Mit einer Wohnungsanzeige im Internet können Sie viel mehr Leser als in einer Zeitung erreichen. Sind das aber auch die Leute, die zu Ihnen kommen sollen, deren Angebot Sie haben? Oder sollten Sie regional in der Tagespresse eine Annonce schalten, die von den Abonnenten der Tageszeitung gelesen wird? Zeitungen haben eine hohe regionale und lokale Kompetenz. Viele Bevölkerungsgruppen attestieren regionalen Zeitungen Glaubwürdigkeit und Seriosität.

Für die Wahl des Mediums sollten Sie sich daher vorher folgende Fragen stellen:

- Was biete ich an?
- Wie groß ist mein Angebot?
- Wer ist meine Zielgruppe?

Die Entscheidung, ob print oder digital kann Ihnen meist niemand abnehmen. Das Eine ersetzt nicht das Andere – vielmehr ergänzen sich beide Teile. Um Ihr Budget an den richtigen Stellen einzusetzen, werten Sie das Interessentenverhalten aus. Erfassen Sie, woher Ihre Interessenten kommen – nur so können Sie effektiv und erfolgreich inserieren.



Rahmenvertrag mit ImmobilienScout24

Für Unternehmen des GdW gilt eine eigene Preisliste für die Vermarktung der Bestände. Die aktuellen Konditionen für die GdW-Pakete liegen für das Standard-Paket bei 11,70 Euro pro Objekt und Monat. Die Preise für die weiteren Pakete und die darin enthaltenen Leistungen finden Sie unten.

Sie können sich bei Fragen direkt an den Ansprechpartner im WoWi.Team bei ImmobilienScout24 wenden:

Marcus Forrest, Key Account Manager Wohnungswirtschaft, marcus.forrest@immobilienscout24.de

Telefon: 030 24301-1674 Fax: 030 24301-1549

GdW Standard
11,70 €¹ pro Objekt und Monat

- + Insertion auf GdW-Portal www.mietenistcleverer.de
- + Auf Wunsch Exklusiv Exposé GdW
- + Schnupperangebot: Insertion in der Rubrik Gewerbe²

GdW Standard PLUS
(bis max. 100 Objekte)
13,20 €¹ pro Objekt und Monat

- + Insertion auf GdW-Portal www.mietenistcleverer.de
- + Auf Wunsch Exklusiv Exposé GdW
- + Schnupperangebot: Insertion in der Rubrik Gewerbe²
- + Firmenlogo in der Ergebnisliste
- + **NEU:** Kontaktformular Plus

GdW Experte
Kombinieren Sie umfassende Marktinformationen mit Ihrem Fachwissen.
GdW Standard / GdW Standard PLUS
11,70 €¹ / 13,20 €¹ pro Objekt und Monat

- + Insertion auf GdW-Portal www.mietenistcleverer.de
- + Auf Wunsch Exklusiv Exposé GdW
- + Schnupperangebot: Insertion in der Rubrik Gewerbe²
- + Firmenlogo in der Ergebnisliste
- + **NEU:** Kontaktformular Plus

Für 49,- €¹ pro Monat zusätzlich:
+ MarktNavigator Profi

GdW VIP
Machen Sie auf sich und Ihre besondere Dienstleistung aufmerksam und steigern Sie Ihre Bekanntheit durch regionale Präsenz!
GdW Standard / GdW Standard PLUS
11,70 €¹ / 13,20 €¹ pro Objekt und Monat

- + Insertion auf GdW-Portal www.mietenistcleverer.de
- + Auf Wunsch Exklusiv Exposé GdW
- + Schnupperangebot: Insertion in der Rubrik Gewerbe²
- + Firmenlogo in der Ergebnisliste
- + **NEU:** Kontaktformular Plus

Für 99,- €¹ pro Monat zusätzlich:
+ Lokalmatador
+ Highlight-Eintrag im Branchenbuch

ACHTUNG: Der Rahmenvertrag mit ImmobilienScout24 läuft zum 31.12.2016 aus!

Der Redaktionsbeirat der MarketingNews und Ihre Ansprechpartner in der Region vor Ort sind:

Ines Godermajer
Marketingmanagement

Wohnungsbaugenossenschaft Chemnitz West eG
Telefon: 0371 81500-36
E-Mail: ines.godermajer@wcw-chemnitz.de

Telefax: 0371 81500-30
www.wcw-chemnitz.de

Katrin Papke
Leiterin Marketing

Sächsische WOHNUNGSGENOSSENSCHAFT Dresden eG
Telefon: 0351 85023-49
E-Mail: k.papke@swg-dresden.de

Telefax: 0351 85023-10
www.swg-dresden.de

Mandy Immisch
Marketing

Wohnungsbau-Genossenschaft Kontakt eG
Telefon: 0341 2675-235
E-Mail: m.immisch@wbg-kontakt.de

Telefax: 0341 2675220
www.wbg-kontakt.de

Herausgeber: Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V., verantwortlich: Vivian Jakob
Antonstraße 37, 01097 Dresden, Telefon: 0351 80701-52, Telefax: 0351 80701-59, E-Mail: jakob@vswg.de

Erscheinungsweise: 2-mal jährlich

Redaktionsschluss: Juni 2016

DIE WOHNUNGSBAU
GENOSSENSCHAFTEN



SACHSEN