

David Borck Immobiliengesellschaft: Tradition trifft auf Moderne

Das Berliner Maklerunternehmen **David Borck Immobiliengesellschaft** verfügt einerseits über 30 Jahre Markterfahrung inklusive riesigem Netzwerk. Auf der anderen Seite hat das Unternehmen den Einsatz neuester Digital-Technologien perfektioniert.

Die David Brock Immobiliengesellschaft mbH wurde im Juni 2010 von Caren Rothmann und David Borck gegründet und beschäftigt heute 25 Mitarbeiter. Das inhabergeführte Maklerunternehmen hat sich vor allem auf den Verkauf von Eigentumswohnungen, Einfamilienhäusern, Villen sowie Wohn- und Geschäftshäusern in guten Lagen der Innenstadtbezirke von Berlin spezialisiert. Weil das Angebot an Bestandsobjekten in solchen Lagen endlich ist, hat das Unternehmen auch verstärkt Neubauobjekte wie aktuell das Projekt „nio“, ein Ensemble mit 194 Eigentumswohnungen in Prenzlauer Berg, im Portfolio.

Über mangelndes Interesse an seinen Objekten kann sich das Maklerhaus derzeit nicht beklagen. „Die Zinsen sind günstig, die Eigentumsquote in Berlin ist gering. Das macht Wohneigentum für viele Menschen interessant“, sagt Geschäftsführerin Caren Rothmann. Hinzu komme ein Preisgefüge in Berlin, das im deutschlandweiten aber auch im internationalen Vergleich noch immer gering sei. „Das lockt auch viele Kapitalanleger und internationale Käufer in die Stadt.“ Dementsprechend profitiert das Unternehmen stark von der aktuellen Marktsituation, was sich in einer kontinuierlichen Expansion seit der Unternehmensgründung widerspiegelt.

Wettbewerb unter Maklern steigt

Weil der Berliner Immobilienmarkt so stark boomt, steigt jedoch auch der Konkurrenzdruck. „Der Wettbewerb unter Maklern wird größer. Um uns abzuheben, investieren wir sehr viel in eine individuelle und erstklassige Präsentation unserer Objekte“, erklärt David Borck. Dass dabei ein Großteil des Vermarktungsbudgets ins Internet fließt ist für den Berliner Makler nur logisch: „Wir befinden uns in einem Prozess der fortlaufenden Digitalisierung. Egal ob Kundenansprache, Exposé-Versand oder Kommunikation – alles läuft heute weitgehend elektronisch, was dazu führt, dass Transaktionen enorm beschleunigt werden“, sagt Borck. Wer etwa auf Google nach „nio“ sucht, bekommt als erstes die Projektseite des Neubauvorhabens in Prenzlauer Berg angezeigt. Suchmaschinenoptimierte Objektpages für größere Objekte sind für die beiden Immobilienprofis Pflicht.

Daneben setzt das Unternehmen auf GoogleAdwords- und Facebook-Kampagnen, die eigene Homepage sowie eine umfassende Präsenz in Immobilienportalen. So listet es über 90 Prozent seiner Angebote beim Marktführer ImmobilienScout24. „Unsere Objekte sollen sich deutlich von der Masse abheben. Deshalb buchen wir jede Anzeige mit Zusatzprodukten, um maximale Aufmerksamkeit zu erhalten“, erklärt Caren Rothmann.

Imagebildung findet heute online statt

Die hohe Perfektion in der Objektgestaltung setzt sich im Markenauftritt der David Borck Immobiliengesellschaft mbH fort. Den Besucher erwartet auf www.david-borck.de feinstes Design mit großen ansprechenden Bildern und ideal platzierten Call-to-Action-Elementen. Die deutliche Abgrenzung im Außenauftreten zu anderen Maklern ist gewollt. Hierzu holen sich die beiden Inhaber extra professionelle Unterstützung einer Werbeagentur. Eine Investition, die sich auszahlt: „Unsere Kunden schätzen, dass Sie bei uns langjährige Immobilienkompetenz gepaart mit innovativem Marketing bekommen.“ Überhaupt: Das Thema Imagebildung ist Caren Rothmann und David Borck enorm wichtig. „Mit unserem Corporate Design schaffen wir Wiedererkennungseffekte beim Kunden.“ Neben klassischen Maßnahmen wie Events & Sponsorings, aktiver Pressearbeit oder der hauseigenen „wir“-Broschüre wird gezielt auch in die Markenpräsentation im Internet investiert. „Wir sind in sozialen Medien aktiv, machen Bannerwerbung und streuen unseren Imagefilm im Netz“, erklärt Caren Rothmann. Darüber hinaus weiß

Caren Rothmann und David Borck, Geschäftsführende Inhaber der David Borck Immobiliengesellschaft



Die ImmobilienScout24-Mitgliedschaft

Die individuelle ImmobilienScout24-Mitgliedschaft bietet Immobilienprofis jetzt alles, was diese für ihren Geschäftserfolg brauchen. Mitglieder präsentieren sich und ihr gesamtes Portfolio beim Marktführer, indem sie unbegrenzt Objekte einstellen können. Sie entscheiden selbst, welche Angebote sie mit Spitzen-Platzierungen besonders hervorheben wollen und dadurch mehr Sichtbarkeit schaffen. Alle Mitglieder-Angebote werden mit Firmenlogo in der wichtigen Ergebnisliste präsentiert. Das sorgt für Bekanntheit und Wiedererkennung im lokalen Marktumfeld. Regionale Marktdaten und fundiertes Know-how für die Objektakquise runden das Mitgliedschaftspaket von ImmobilienScout24 ab.

die Immobilienexpertin ob der Wichtigkeit einer stimmigen und ansprechenden Präsenz auf Immobilienportalen zu berichten. „Die Schaufenster- und Premiumplatzierungen bei ImmobilienScout24 helfen uns bei der gezielten Imagebildung im Netz. Zusätzlich arbeiten wir mit Bannerwerbung bei unseren Exklusiv-Exposés.“ Seit Mai 2015 hat sich das Unternehmen für die neue ImmobilienScout24-Mitgliedschaft entschieden. Hierbei schätzt das Team um die beiden geschäftsführenden Inhaber vor allem die Möglichkeit, verschiedene Zusatzpro-

dukte, wie etwa die Schaufenster-Platzierung, flexibel hinzubuchen zu können. „Die Marktgegebenheiten verlangen heute nach schnellem Handeln. Uns hilft es deshalb sehr, dass die Insertion von Objekten, deren Anpassung sowie das Hinzubuchen von Zusatzprodukten jetzt jederzeit problemlos möglich ist“, betont Caren Rothmann. Nachbesserungsbedarf sieht die erfahrene Maklerin vor allem beim Paketpreis, der eine genaue Zuordnung der Kosten pro Objekt erschwert. Dass ImmobilienScout24 hierfür eine Lösung findet, davon ist das Maklerunternehmen überzeugt.

