

15. JANUAR 2019

McMakler GmbH

Franka Schulz

Head of Public Relations

E-Mail:

presse@mcmakler.de

Telefon:

+49 (0)30 555 744 917

McMakler übertrifft Jahresziel 2018 und entwickelt sich zum größten Hybrid-Makler in Deutschland

- *vermitteltes Immobilienvolumen in Höhe von 400 Millionen Euro*
- *Inventarentwicklung steigt zum Jahresende auf 1.600 Objekte*
- *Markenbekanntheit innerhalb eines Jahres auf 16 Prozent gesteigert*
- *100 neue, festangestellte Makler in der letzten sechs Monaten*

Berlin, 15. JANUAR 2019 – Zahlreiche Marktpreisanalysen belegen, dass die Immobilienpreise derzeit nur eine Richtung kennen und die zeigt nach oben. Ähnlich geht es auch der Entwicklung des Full-Service Immobiliendienstleisters McMakler (www.mcmakler.de), der mit Abstand zum größten^[1] Hybrid-Makler in Deutschland herangewachsen ist. Das Unternehmen zieht eine erfreuliche Bilanz für 2018 und schaut positiv in die Zukunft.

Ein starkes Jahr für McMakler: Das Unternehmen verzeichnet 2018 die bisher besten Ergebnisse seit Gründung und einen rasanten Wachstumsschub. Das Transaktionsvolumen konnte gegenüber dem Vorjahr verfünffacht werden, das vermittelte Immobilienvolumen lag allein in den letzten zwölf Monaten bei 400 Millionen Euro. Auch die Inventarentwicklung hat sich gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt und ist zum Ende des Jahres auf 1.600 Objekte herangewachsen. Mit dieser Entwicklung setzt sich McMakler deutlich von seinen Mitbewerbern ab und übernimmt die Marktführerschaft^[1] im Segment der hybriden Maklerunternehmen.

ANZAHL OBJEKTE IM MARKT

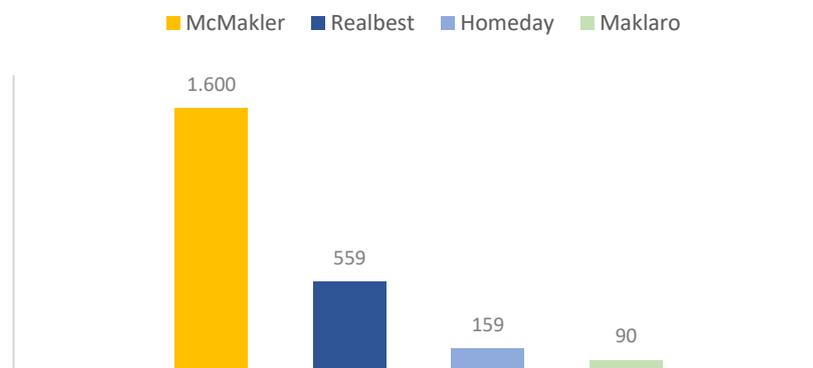


Abb. 1, Quelle Immobilienscout24.de/McMakler (Stand 31.12.2018)

Der Erfolgsfaktor: Von Anfang an setzt McMakler auf ein hybrides Geschäftsmodell, das klassische Maklerarbeit mit der Digitalisierung und Aufteilung von Kernkompetenzen verbindet. „Wir haben in den vergangenen

Monaten viel Energie und Arbeit in unsere Inhouse-Technologie, neue digitale Tools sowie in den Aufbau effizienter Strukturen für einen transparenten Vermarktungsprozess für Verkäufer und Käufer gesetzt. Dass wir auf dem richtigen Weg sind, bestätigen die Auszeichnungen, Awards und Gütesiegel, die wir 2018 erhalten haben. Für uns ist dies ein Zeichen, dass unser hybrides Konzept sowohl beim Kunden als auch in Branchenkreisen wahrgenommen und verstanden wird“, sagt Hanno Heintzenberg, Gründer und Geschäftsführer von McMakler, im Rückblick auf das vergangene Jahr.

Weiterer Höhepunkt und Novum zugleich: Um die Kunden optimal zu erreichen, startete McMakler im Januar 2018 eine umfangreiche TV-Werbekampagne in allen renommierten öffentlich-rechtlichen als auch privaten Premium-Sendern und investierte Millionen. Mit Erfolg: Durch die geballte Medienpräsenz konnte der Bekanntheitsgrad der Marke innerhalb eines Jahres auf 16 Prozent gesteigert werden. „Der Schritt ins TV war neben unseren umfangreichen Online-Marketing-Aktivitäten die richtige Entscheidung. Wir freuen uns, dass immer mehr Eigentümer den Verkauf ihrer Immobilie McMakler anvertrauen“, lässt Hanno Heintzenberg wissen.

MARKENBEKANNTHEIT VS. MITBEWERBER

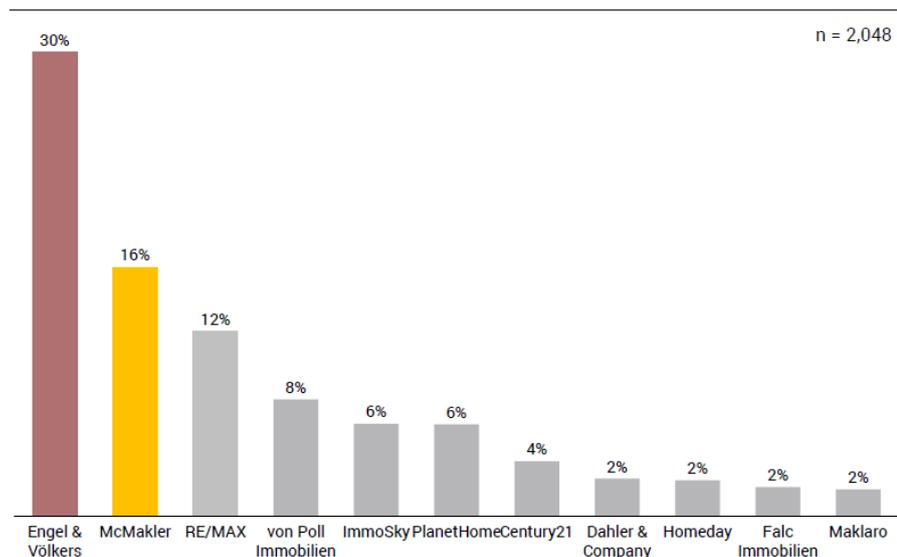


Abb. 2, Quelle: YouGov Umfrage zur Markenbekanntheit, Oktober 2018

Diese positive Entwicklung macht McMakler auch auf dem Arbeitsmarkt immer attraktiver, was die wachsenden Mitarbeiterzahlen widerspiegeln. Allein in den letzten sechs Monaten stellte das Unternehmen 100 neue Makler in Festanstellung ein. Aktuell beschäftigt das Unternehmen insgesamt 550 Mitarbeiter, davon betreuen 300 eigene Makler mit regionalem Know-how die Kunden vor Ort. „Wir bieten unseren Maklern nicht nur ein attraktives Festgehalt und eine ungedeckelte Provision, sondern liefern auch alle Kundenkontakte, die bereits als verkaufsinteressiert vorqualifiziert sind.

Daraus ergeben sich ein riesiges Auftragspotenzial und lukrative Verdienstmöglichkeiten bei leistungsbezogenen Verträgen. Das ist einzigartig in der deutschen Maklerbranche. Das macht kein anderes Maklerunternehmen“, macht Heintzenberg deutlich. Und weiter: „Unser Ziel ist es, einem möglichst großen Kundenkreis eine ausgezeichnete Dienstleistung auf neuem Niveau anzubieten. Schon heute sind unsere Regionalvertretungen in über 100 Städten und Ballungszentren zu finden.“

Nun heißt es, den Erfolg 2018 in die Zukunft zu transportieren. McMakler-Geschäftsführer Heintzenberg zeigt sich zuversichtlich: „Durch das enorme Wachstum an allen Fronten im Unternehmen sind viele positive Synergieeffekte freigesetzt, von denen wir jetzt profitieren. Wir werden unser Potenzial weiter ausschöpfen und unsere Position auf dem Immobilienmarkt festigen sowie die Ansprüche unserer Kunden noch besser bedienen. Dazu gehören auch die Expansionspläne in weitere Länder, mit denen wir gut vorankommen.“

^[1] Nach Anzahl der aktuell in der Vermarktung betreffenden Objekte auf dem etablierten Immobilienportal Immobilienscout24 (s. Abb. 1), Stand 31.12.2018.

Über McMakler

McMakler (www.mcmakler.de) ist ein in Deutschland und Österreich aktiver Full-Service Immobiliendienstleister und verbindet seit 2015 modernste, digitale Analyse-, Vermarktungs- und Kommunikationstechnologien mit der persönlichen Beratung seiner Kunden durch eigene Makler vor Ort. Mit diesem hybriden Geschäftsmodell hat sich McMakler zu einem Pionier der Digitalisierung in der Maklerbranche und zu einem der schnellst wachsenden Immobilienunternehmen Deutschlands entwickelt. Das Unternehmen, mit Hauptsitz in Berlin, beschäftigt aktuell mehr als 550 Mitarbeiter, davon 300 eigene Makler. Gründer und Geschäftsführer sind Felix Jahn, Hanno Heintzenberg und Lukas Pieczonka.