



Repräsentative Umfrage des Linzer market-Instituts:

Bekanntheit der Maklerbüros schwach, Ausnahmen sind nur die großen Drei

Linz/Amstetten 16. April 2016 – Nur insgesamt 52 Marken- und Unternehmensnamen fallen den Österreichern auf die Frage nach Immobilienmaklern und Realitätenbüros ein. Nur elf davon werden von mindestens einem Prozent der Bevölkerung spontan und ungestützt genannt, nur fünf der Marken- und Unternehmensnamen von mehr als 2%. So das Ergebnis einer aktuellen repräsentativen österreichweiten Studie vom Linzer Markt- und Meinungsforschungsinstitut market.

„Es ist immer wieder verwunderlich, dass eine Branche, die jedes Jahr Milliarden bewegt, dermaßen unbekannt und so wenig in den Köpfen der Menschen verankert ist. Dazu kommt, dass unter den Top-6 Immobilienvermittlern fünf Bankentöchter sind und die Bekanntheit der Bankentöchter oft vor allem die Bekanntheit der Bank ist“, so Prof. Dr. Werner Beutelmeyer vom Linzer Markt- und Meinungsforschungsinstitut market.

Ausnahme RE/MAX

„Einzige Ausnahme stellt die Marke RE/MAX mit 39% spontaner Bekanntheit dar, die somit beinahe gleich viele Nennungen wie Sparkasse und Raiffeisen zusammen auf sich vereinigen kann“, so der Linzer Marktforscher *„vier von zehn Österreicher nennen RE/MAX auf die Frage nach einem Immobilienvermittler, drei von zehn Österreicher nennen RE/MAX sogar als erstes, noch vor allen anderen. Dagegen wird Raiffeisen oder Sparkasse nur von jedem Zehnten als erstes genannt.“*

Mit 23% spontaner Nennung hat die Raiffeisen-Gruppe (Raiffeisen-Immobilien, Realtreuhand, RIV), die Sparkassen-Gruppe (s-real, Realservice, Sparkasse Immobilien) um 3%-Punkte abgehängt. Die Volksbank-Immobilien inklusive ImmoContract haben mit 6% die Bank Austria Immobilien (4%) überholt. Jeweils zwei Prozentpunkte erreichten spontan Oberbank Immobilien, AREV, Kubicek und einen Prozentpunkt die ÖRAG und Engel&Völkers.



RE/MAX freut sich

„Über diese unglaublichen Bekanntheits-Werte freuen sich alle 700 Mitglieder des RE/MAX-Netzwerks in Österreich“, sagt RE/MAX Austria Chef Bernhard Reikersdorfer, MBA.

„Offensichtlich wirken unser Markenaufbau und die kontinuierliche, professionelle Arbeit unserer Büros im ganzen Land ziemlich nachhaltig. Denn mit Werbegeld alleine hätten wir uns das niemals erkaufen können. Aber so ist das ein klares Zeichen an alle Verkäufer, wie und vor allem wo Interessenten Immobilien suchen und wer demzufolge als Immobilienmakler die größten Vermarktungs-Chancen bietet“, merkt Marketing-Chef Mag. Anton E. Nennung an. Die Ziele, die er 2013 bei der letzten Untersuchung ausgegeben hatte, wurden in einem Herzschlagfinale erreicht.

Gestützte Bekanntheit

Bei der gestützten Bekanntheit, also bei der Frage nach der Wiedererkennung von vorgelegten Logos und Markenzeichen sind Raiffeisen und RE/MAX der Sparkassen-Gruppe davongezogen. Die Sparkassen-Gruppe hat in drei Jahren bei der gestützten Bekanntheit um drei Prozentpunkte verloren, die Raiffeisen-Gruppe dagegen um 8% zugelegt, von 64% auf 72%. RE/MAX hat im selben Zeitraum allerdings um 10% zulegen können und den minimalen Rückstand auf Raiffeisen in einen minimalen Vorsprung (73%) umwandeln können.

„Der neue kooperative Schwung in der Raiffeisen-Gruppe ist zu begrüßen“, lobt Reikersdorfer seine Branchenkollegen. „Jede Form der Kooperation unter Maklern ist positiv für die Kunden und damit positiv für den Markt.“

In der Reihe der wieder erkannten Immobilienmakler und Realitätenbüros folgen nach den großen Drei die Bank Austria Immobilien mit 40% gestützter Bekanntheit, die Volksbank-ImmoContract mit 23%, die Oberbank-Immobilien mit 20% und die BIG mit 10%.

Daten zur Befragung:

Repräsentative Umfrage mit persönlichen Face-to-face Interviews unter der österreichischen Bevölkerung im ganzen Bundesgebiet.

Anzahl der Befragten : n=1000

Zeitraum: 25. November 2015 bis 22. Februar 2016



Bildtext: „Es ist immer wieder verwunderlich, dass eine Branche, die jedes Jahr Milliarden bewegt, dermaßen unbekannt und so wenig in den Köpfen der Menschen verankert ist. Dazu kommt, dass unter den Top-6 Immobilienvermittlern fünf Bankentöchter sind und die Bekanntheit der Bankentöchter oft vor allem die Bekanntheit der Bank ist“, erklärt Prof. Dr. Werner Beutelmeyer vom Linzer Markt- und Meinungsforschungsinstitut market.

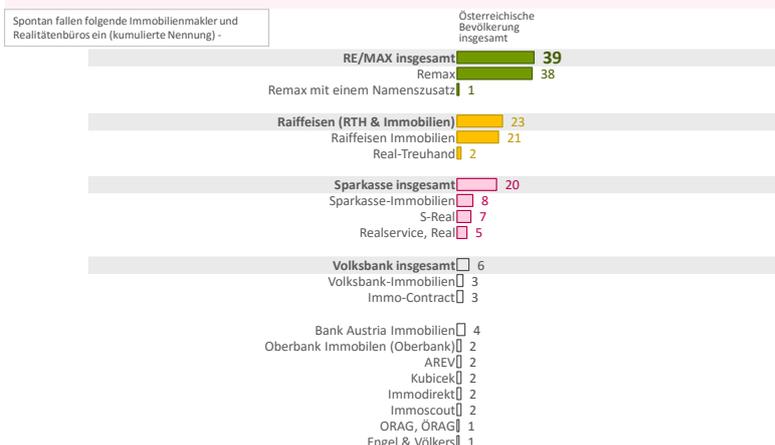


Bildtext: „Über diese unglaublichen Bekanntheits-Werte freuen sich alle 700 Mitglieder des RE/MAX-Netzwerks in Österreich“, sagt RE/MAX Austria Chef Bernhard Reikersdorfer, MBA.



Bekannte Immobilienmakler und Realitätenbüros

Bekanntheit der Immobilienmakler, spontan, ohne Vorlage von Logos aus dem Gedächtnis



Frage 2: Konkret möchte ich Sie jetzt ersuchen, dass Sie an Unternehmen, Organisationen und Institutionen denken, die Immobilien (also Grundstücke, Häuser bzw. Wohnungen) verkaufen, an so genannte Immobilienmakler und Realitätenbüros. Welche fallen Ihnen da spontan ein, welche Unternehmen kennen Sie?

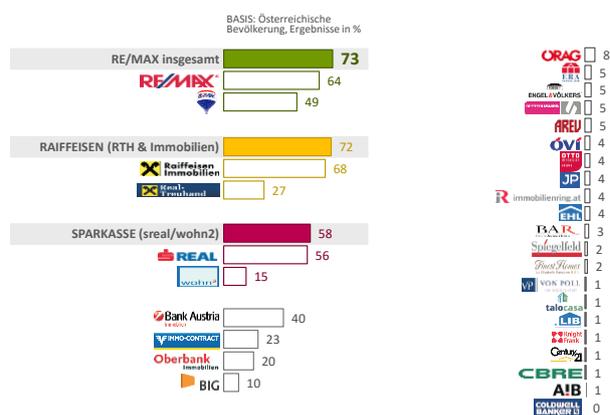
Dokumentation der Umfrage BM1364:
n=1000 Persönliche Interviews, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahre
Erhebungszeitraum: 25. November 2015 bis 22. Februar 2016, maximale statistische Schwankungsbreite n=1000 +/- 3,16 Prozent

Basis: Österreichische Bevölkerung insgesamt
(Ergebnisse in Prozent)



Bekannte Immobilienmakler und Realitätenbüros

Bekanntheit der Immobilienmakler-Marken - gestützt mit Vorlage von Logos



Dokumentation der Umfrage BM1364:
n=1000 Persönliche Interviews, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahre
Erhebungszeitraum: 25. November 2015 bis 22. Februar 2016, maximale statistische Schwankungsbreite n=1000 +/- 3,16 Prozent



Pressekontakt

Reichl und Partner PR GmbH

Dr. Wolfgang Wendy

Tel: +43 664 828 40 76

eMail: wolfgang.wendy@reichlundpartner.com

