

IMMABIS CONNECT*Für die Zukunft der Branche*

WIEN. Nach dem großen Erfolg der Auftaktveranstaltung im vergangenen Jahr reist die Fachveranstaltung der Imabis GmbH, Imabis Connect, heuer in die Bundesländer – zusammen mit vielen interessanten Ideen und einem komplett neuen Veranstaltungsformat.

Im Rahmen der einzelnen Fachsymposien geht es um die stetige Veränderung des Maklerberufs durch Digitalisierung, Gesellschaft und Politik.

Quer durch Österreich

Der erste Event findet am 23.5. von 8:30 bis ca. 12:30 Uhr bei freiem Eintritt im Le Méridien in Wien statt. „Die Neudefinition der Veranstaltung war uns nach dem letzten Jahr sehr rasch klar“, sagt Roland Schmid, Owner und CEO der Imabis GmbH.

„Jetzt gehen wir raus in die Bundesländer, halten das Format kurz und die Gruppen klein. Uns geht es nun darum, gemeinsam intensiv an der Zukunftsfähigkeit der Branche zu arbeiten.“ (pj)



© Jana Madzigon

Top-Immo-Event

Imabis Connect – Wien, Graz, Salzburg, im Herbst dann Linz und Innsbruck.

Virtuelle Immo-Welt

Neben konzeptioneller und planerischer Unterstützung bietet Modal M virtuelle Begehungen für Büromieter an.



© form3d (2)

Das Einbinden von rechnererzeugten Welten, kurz Virtual Reality (VR), steht 2017 vor dem Durchbruch.

•• Von Paul Christian Jezek

MÜNCHEN. Eigentümer von Gewerbeimmobilien legen seit Jahren Wert darauf, ihre Immobilie als *Marke* zu positionieren – und zwar bereits bevor das Gebäude gebaut ist.

Künftig werden potenzielle Mieter und Käufer nicht nur über den Namen und individuelle Konzepte emotional angesprochen, sondern ebenso über virtuelle Erlebnisse. „Damit können Interessenten die Immobilie bereits betreten, lange bevor ihr Grundstein gelegt ist“, erläutert Malte Tschörtner, Geschäftsführer der Modal M GmbH.

„Live“ dank Datenbrillen

Als Berater und Generalplaner steuert Modal M seit neun Jahren sämtliche kommunikativen und baulichen Prozesse, die für einen Um-, Aus- oder Neubau von Grundstücken und Bestandsimmobilien im Gewerbebereich in Deutschland, Europa und den USA erforderlich sind.

Dazu zählt auch die Vermarktung der Immobilie für Investoren und Eigentümer. Diese wird laut Tschörtner zunehmend digital. „Seit den 1990er-Jahren werden Immobilien immer auf-

wendiger beworben. Auf die einfache Zeichnung folgten 3D-Renderings. In den vergangenen fünf Jahren haben Imagefilme an Bedeutung gewonnen, die sich teilweise sogar an Hollywood-Blockbustern orientieren. Auch die Marketing-Lounge ist für viele Eigentümer mittlerweile unabdingbar. Hier können Interessenten vom Bodenbelag bis zum Wasserhahn sehen und fühlen, wie das geplante Büro eingerichtet werden kann. Bei all diesen Maßnahmen steht das Erlebbarmachen einer Immobilie im Mittelpunkt, die oft nicht einmal als Rohbau existiert.“

Genau darum geht es auch bei einer Entwicklung, die seit einiger Zeit Immobilienmarketing-Experten für sich entdecken: die VR-Technologie. Hochauflösende Brillen und Bildschirme ermög-

lichen Interessenten, durch ein neues Bürogebäude zu laufen, ohne dass dieses existiert. Sie können räumliche Dimensionen einschätzen, Perspektiven wechseln, Wandfarben, Möbel und Bodenbeläge auswählen und live sehen, wie sich Zimmer durch Farben, Muster und Materialien in ihrer Wirkung verändern.

Ein zusätzlicher Baustein

Dass Virtual Reality Renderings und Konzeptbüros vollständig ablösen wird, glaubt Tschörtner jedoch nicht. „Natürlich wäre es für Immobilien-Eigentümer kostengünstiger, komplett auf VR umzustellen.“

Allerdings: Ebenso wie computergenerierte Welten im Medizinbereich nicht die Operation oder in der Automobilindustrie den Zusammenbau der Fahrzeuge ersetzen, werden sie in der Immobilienbranche nicht das persönliche Gespräch nahe dem Entstehungsort des Objekts und das Berühren von Materialien durch den potenziellen Kunden ersetzen. Tschörtner: „Die neue Technologie ist daher ein zusätzlicher Baustein, der das Immobilienmarketing weiter vorantreibt und die Beratung erleichtert – für beide Seiten.“



Bürovisualisierung von form3d.