

# «Online-Bewirtschaftung ist Zuk

Wer wie das Freiburger Softwareunternehmen IMMOMIG SA aus dem Nichts heraus eine innovative Online-Vermarktungslösung entwickelt, ist auf Wachstum angewiesen, um Investitionen in die Weiterentwicklung zu ermöglichen. Immobilien sprach mit Patrick Maillard.



## • BIOGRAPHIE

### PATRICK MAILLARD

Der 31-Jährige Firmengründer und CEO (MSc Management, BSc Information Systems UNIFR) leitet zusammen mit Partner und CTO Etienne Kneuss (MSc und BSc Computer Science ETHL) das 2004 gegründete Unternehmen IMMOMIG SA. [www.immomigsa.ch](http://www.immomigsa.ch)

## IVO CATHOMEN\* •

### **„Herr Maillard, wie ist der Softwaremarkt für die Immobilienwirtschaft strukturiert?“**

„Wir unterscheiden grundsätzlich drei grosse Anwendungsbereiche von Software-Lösungen – Bewirtschaftung, Makler, Neubauprojekte. Während Rechenzentrumslösungen im Bereich «Makler» heute bereits Standard sind, muss der Markt noch einige Zeit auf Online-Bewirtschaftungssoftwares warten. Auch wir arbeiten verstärkt in diese Richtung. Für den Bereich der Neubauprojekte gibt es seit Anfang 2011 eine innovative Lösung von IMMOMIG SA.“

### **„Dazu kommt auf Anwenderseite auch der gesamte Bereich des Facility Managements.“**

„Richtig. Der Markt für FM-Lösungen ist aber relativ begrenzt – anbieter- und kundenseitig. Teilweise bleiben die Angebote noch oberflächlich im Vergleich zu den vielfältigen Bedürfnissen des FMs. Als weitere Tendenz sehe ich ein wachsendes Bedürfnis für die energetische Bewirtschaftung. In diesem Bereich arbeiten wir in einem KTI-Forschungsprojekt mit der Universität Freiburg sowie den Hochschulen Freiburg und Sierre zusammen.“

### **„Wo sind die Gemeinsamkeiten und Schnittstellen all dieser Anwendungsbereiche?“**

„Nehmen wir Bewirtschaftung und Makler als Beispiele. Sie überschneiden sich, indem ein Objekt auf dem Markt zur Vermietung angeboten und anschliessend auch verwaltet wird. Dank einer intelligenten CRM-Lösung kann die Bewirtschaftung die Kundendaten des Mieters übernehmen. Dafür braucht es jedoch funktionierende Schnittstellen. Ein offenes Konzept des Vermarktungs-Tools erlaubt es der ganzen Organisation, effizienter zu arbeiten. Sind die verschiedenen Bereiche isoliert, bleibt viel Innovationspotenzial ungenutzt.“

### **„Und wie sieht der Markt aus Ihrer Anbietersicht hinsichtlich des Preiswettbewerbs aus?“**

„Eine gute Softwarelösung ist nicht gratis zu haben. Im Produktvergleich gilt es alle Aspekte zu berücksichtigen. Support, Updates und die laufende Kommunikation zwischen Kunden und Anbieter

sind genauso wichtig wie umfangreiche Funktionalitäten. Die Software ist für unsere Kunden ein Produktions-Tool, quasi das Nervenzentrum des ganzen Unternehmens.

**„In den letzten Jahren sind in der Vermarktung viele neue Unternehmen entstanden. Von diesem Wachstum haben auch die Softwarefirmen profitiert. Besteht nicht die Gefahr einer Konsolidierung?“**

„Konsolidierung ja, aber keine Situation wie beispielsweise in Spanien, wo in kürzester Zeit die Mehrzahl der Maklerbetriebe in Konkurs ging. Dies würde kein national ausgerichtetes Softwareunternehmen verkraften. Wir versuchen, dieses Risiko abzufedern, indem wir uns

**„Im Kundensegment der kleineren Unternehmen ist die Konkurrenz am grössten.“**

breiter aufstellen – geografisch, aber auch hinsichtlich der Anwendungsgebiete. Je nach Anbieter kann auch das Klumpenrisiko in der Schweiz erheblich sein, wenn man also einen grossen Anteil des Geschäfts mit einem einzigen Kunden macht. Verschwindet dieser Kunde – zum Beispiel durch einen Zusammenschluss oder eine Übernahme – kann das beim Softwareanbieter beachtliche Folgen haben.

**„Und trotzdem streben Sie selbst mit dem Unternehmen in Richtung grosse Immobilienunternehmen...“**

„Neben der bereits erwähnten schärferen Konkurrenz im Segment der kleinen Immobilienunternehmen suchen wir das Wachstum, um dadurch unsere Innovationsgeschwindigkeit zu erhöhen. Man muss sich vor Augen führen, dass die Softwareentwicklung in der Vermarktung bereits sehr aufwändig ist. Im Bereich der Bewirtschaftung ist die Komplexität um ein Vielfaches grösser.

**„Ist diese Komplexität der Grund, warum der Bereich der Bewirtschaftung noch nicht so weit mit Online-Anwendungen ist?“**

„Richtig. Der Grund liegt nicht etwa bei

den Immobilienunternehmen. Es gibt auf dem Schweizer Markt schlicht keine funktionstüchtigen Online-Lösungen. Ich bin überzeugt, dass die Entwicklung in diese Richtung geht. Dies braucht noch mehrere Jahre für die Entwicklung. Wir sprechen von einem Zeithorizont 2015.

**„Werden lokal installierte Softwarelösungen über kurz oder lang komplett verschwinden?“**

„Ganz eindeutig. Lokale Installationen erfordern einen starken internen Support. Wenn zum Beispiel ein neues Windows-Betriebssystem auf den Geräten installiert wird, funktioniert die Immobiliensoftware unter Umständen bereits nicht mehr ohne Probleme. Lange – und teilweise auch heute noch – war der psychologische Aspekt der lokalen Datenhaltung im Vordergrund. Hinsichtlich Datenschutz ist die lokale Speicherung aber eine trügerische Sicherheit. Die Daten sind viel sicherer in Rechenzentren aufgehoben.

**„Expansion ins Ausland ist für Sie derzeit ein wichtiges Thema. Warum muss ein Schweizer Softwareunternehmen über die Grenzen expandieren?“**

„Der Schweizer Markt ist klein und komplex. Es ist wie ein Labor. Man muss Lösungen sofort in mehreren Sprachen anbieten, ebenso den Support und alle Dokumentationen. Dies ist extrem aufwändig. Die Schweiz mit der komplexen Struktur bietet aber den Vorteil, dass wir gewohnt sind, mehrsprachig zu arbeiten oder unterschiedlichste Prozesse abzubilden. Das ist eine Voraussetzung, um an ausländischen Märkten erfolgreich zu sein. Mit der Expansion ins Ausland zielen wir auf Wachstum ab, um wiederum in die Weiterentwicklung investieren zu können.

**„Ist das Erschliessen von neuen Märkten nicht sehr aufwändig?“**

„Natürlich müssen dafür Investitionen getätigt werden. Aber wir wollen die Märkte trotzdem aus eigener Kraft erschliessen. Wir haben dafür Deutschland und Österreich als Zielmarkt identifiziert. Wir wollen uns auf diesen Märkten auf keinen Preiskampf einlassen, sondern im oberen Segment positionieren.

**„Wie werden sich am Markt die Geschäftsmodelle der Softwareanbieter entwickeln? Eher weg von fixen Anfangskosten?“**

„Der Trend geht zum Lizenzmodell mit geringen Anfangskosten («Software as a Service», SaaS). Unternehmen ab drei oder vier Mitarbeitenden suchen bereits eine Individualisierung der Software, Internetseite, Dokumentation, Schulung und Support – und sie sind dafür bereit zu investieren. Trotzdem bleiben die Kosten geringer als bei einem Kauf der Software oder schlimmer noch, bei einer selbsterstellten Lösung.

**„Und wie entwickelt sich der Markt anbieterseitig?“**

„Ich denke einerseits, dass Firmen verschwinden werden. Wer nicht genug Kunden hat, kann langfristig nicht überleben. Andererseits haben es neue Anbieter sehr schwer, eine genügend grosse Kundenbasis zu erobern und die hohen Entwicklungskosten tragen zu können.

**„War es für Sie ein Nachteil, in der Westschweiz ansässig zu sein?“**

„Ich empfinde es eher als Vorteil, weil Freiburg zweisprachig ist. Ohne diesen Vorzug hätten wir immer die Etikette «Deutschschweizer ->» oder «Westschweizer Unternehmen» erhalten.

**„Was ist in Zukunft erfolgsentscheidend?“**

„Innovation, Qualität und Service. Man muss gerade am Schweizer Markt ein innovatives und qualitativ hochwertiges Produkt anbieten. Es ist wichtig, eine Lösung vorzuschlagen, die exakt auf die Bedürfnisse des Immobilienprofis zugeschnitten ist.

**„Was sind Qualitätskriterien?“**

Neue Funktionalitäten, keine «Bugs», rasche Behandlung von Fragen und Problemen, die Erwartungen der Kunden erfüllen, Beratung sowie eine gute Geschäftsbeziehung. Die Kunden müssen den Mehrwert spüren. Dies zu erreichen, ist nicht einfach. Im professionellen Segment und auf dem derzeitigen Preisniveau ist der Preis selbst nicht entscheidend. ●



**\*IVO CATHOMEN**  
Dr. oec. HSG, ist leitender Redaktor der Zeitschrift Immobilien.