



Virtuelle Begehung

Die Zukunft der
Immobilienbesichtigung

Willkommen in der Zukunft

01 - Neue Wege
02 - Renditensteigerung
04 - Virtual Reality (VR)
06 - Immobilienbesichtigung

08 - Von der Begehung
10 - Die Zukunft begehen
13 - Wir über uns



Abb. 1

Neue Wege in der Immobilienbranche

Die Wirtschaft als Ganzes hat die Herausforderung des digitalen Zeitalters angenommen. Die Fortschritte sind allerdings noch ungleich verteilt, wie sich im Immobiliensektor zeigt.

Während die Digitalisierung den verarbeitenden Sektor zur Industrie 4.0 konvertiert, hinkt die deutsche Wohnungsbranche noch hinterher: Ganze 81 % der Arbeitnehmer in Immobilienunternehmen gaben 2016 an, noch keine Abteilung oder Managementposition mit der Umsetzung der digitalen Transformation betraut zu haben. Dabei ist das Interesse groß: Laut Umfrage beschäftigen sich 92 % der immobilienwirtschaftlichen Unternehmen aktiv mit dem Thema Digitalisierung.¹

Der Sprung in die mobile Zukunft ist zwar weitgehend gelungen: 99 % der befragten Unternehmen gehen davon aus, im Jahr 2021 mobile Arbeitsgeräte einzusetzen, 75 % tun dies schon jetzt. Noch ganz anders sieht die Lage allerdings in einem anderen Medium der Zukunft aus: Lediglich 2 % der deutschen Unternehmen gaben 2016 an, Virtual Reality für sich zu nutzen. Allerdings prüften zu diesem Zeitpunkt 11 % bereits den Einsatz der Technologie.²

Dabei erfasst die Digitalisierung längst alle Lebensbereiche. Denn jenseits von offensichtlichen Themen

wie Mobility, Datenstrukturierung, Big Data und Cloud Sharing eröffnet Digitaltechnik neue Renditepotentiale selbst in vermeintlich undigitalisierbaren Prozessen.

**LAUT UMFRAGE
BESCHÄFTIGEN
SICH 92 % DER
IMMOBILIEN-
WIRTSCHAFTLICHEN
UNTERNEHMEN AKTIV
MIT DEM THEMA
DIGITALISIERUNG.**

Renditensteigerung durch (digitales) Home-Staging

Immobilienbesichtigungen wirken wie ein Bollwerk der analogen Realität. Die Digitalisierung hat diesen Bereich aber bereits erfasst und ist auf dem Sprung in die nächste Dimension.

Ein beispielhafter Fall ist Home-Staging, ein Trend aus den USA, der längst auch in Deutschland höhere Renditen beim Immobilienverkauf erzielt: Wohnungen und Häuser werden dabei unter Aspekten der Innenarchitektur dekoriert und bestmöglich in Szene gesetzt. Der Clou ist, dass all dies vor der ersten Besichtigung geschieht.

NEUE MÖBEL, GEZIELT PLATZIERTE LEUCHTEN UND DEKO-ARTIKEL RÜCKEN DIE IMMOBILIE INS RICHTIGE LICHT UND HEBEN IHRE BESONDERE WERTIGKEIT FÜR KAUFINTERESSENTEN HERVOR.

Das zahlt sich aus: 95 % der mit Home-Staging vorbereiteten Immobilien verkaufen sich im Schnitt 11 Tage schneller und bringen bis zu 17 % mehr Rendite.³ Befragungen unter amerikanischen Immobilienkäufern und -verkäufern ergaben, dass ein Viertel der Befragten Renditen von mindestens 5 % Mehrwert je Immobilie erzielte, wenn Home-Staging beim Verkaufsprozess eingesetzt

wurde.⁴ Hinzu kommen Ersparnisse im Bereich von Sanierung und Renovierung: Anstelle zeit- und kostenintensiver Umbauarbeiten treten subtile Veränderungen mittels mobilen Inventars – welches auch bei der nächsten Besichtigung wieder gewinnbringend eingesetzt werden kann. Der Effekt auf Kaufinteressenten ist gleichzeitig enorm: In der genannten Studie bejahten 96 % der befragten Immobilienverkäufer, dass sich die Sicht der Kunden auf die angepriesene Immobilie merklich zum Positiven veränderte.

Wie groß das Marktpotential solch vermeintlich kleiner Verschönerungen ist, lässt sich am explosionsartigen Wachstum der Branche auch innerhalb Deutschlands ablesen: Wurde 2006 die erste deutsche Home-Staging-Agentur gegründet, finden sich heute 200 professionelle Anbieter, verteilt über die ganze Bundesrepublik.

Was aber tun, wenn eine Immobilie noch bewohnt ist, sich noch im Bau befindet, oder Renovierungsarbeiten vorgenommen werden? Längst hat sich dafür das sogenannte virtuelle Home-Staging etabliert. Dabei wird nicht mehr die real



existierende Immobilie bearbeitet, sondern digitale Abbilder von ihr.

Gang und gäbe auf den großen Immobilienportalen ist beispielsweise das Nachbearbeiten von Fotos, auf denen etwa Neubau-Projekte in realisierter Form in original aufgenommene Landschaften gesetzt werden.

Auch werden Fotos mittels Photoshop und anderer Grafikprogramme derart bearbeitet, dass eine Vision der Immobilie in ihrer bestmöglichen Form erfahrbar wird. Vorher-Nachher-Vergleiche werden so möglich und können als weiteres Verkaufsargument dienen.

Allerdings hat eine 2D-Bearbeitung von Objekten längst nicht den räumlichen Effekt, den eine Besichtigung



erzielen kann. Kunden sehen zwar die Bilder, doch lassen sich weder Größenverhältnisse einschätzen, noch Räume oder Objekte aus verschiedenen Perspektiven beurteilen. Lange erschienen diese Probleme unumgänglich. Doch es bahnt sich eine neuerliche Revolution des Home-Staging-Sektors an, dank der neuesten Generation an Geräten zum Erleben von Virtual Reality.

Virtual Reality (VR)

Was ist das heute?

Seit 2016 findet ein Umbruch in der VR-Branche statt: Erstmals existieren Lösungen, die alle Ansprüche an Plausibilität, Wiedergabetreue, Immersion und Interaktivität erfüllen.

Mit Oculus Rift, HTC Vive und Sony Playstation VR entstanden umfangreiche Multimediasysteme, welche mithilfe ausgereifter Bedienungskonzepte und Tracking-Systeme volle Immersion ohne Motion Sickness bieten. Dank potenter Hardware verbinden sie Fotorealismus mit voller Interaktivität.

In der neuen Gerätegeneration entfaltet Virtual Reality sein volles Potential. Das Erleben einer im Computer animierten Umgebung wird möglich; in einer Form, die weitgehend dem entspricht, was wir aus unserer analogen Realität kennen. Im Gegensatz zu herkömmlichen Computer-Anwendungen auf dem Monitor wird der Anwender dabei mittels VR-Brillen direkt in das Programm hineinversetzt. Das heißt, die virtuelle Umgebung ist immer in seinem Blickfeld, er kann sich darin frei umschauen, nach vorne und hinten blicken, nach oben und unten. Auch die Bewegungen des VR-Nutzers werden nahtlos ins Virtuelle übertragen, etwa Kopfbewegungen oder Bewegungen der Hände. Sprachsteuerung ermöglicht darüber hinaus einfachste Bedienung in natürlicher Interaktion.

Da die äußere Umgebung vom Computer animiert ist, wird möglich, was in unserer analogen Realität unmöglich erscheint: Der Nutzer kann sich in einem Moment in einem Loft in New York befinden und nach einer Geste erkundet er die Halle einer Luxusvilla auf Mallorca. Eine weitere Geste lässt Lagepläne erscheinen, das Mobiliar verschwinden oder Dekorationen austauschen.

Was wie Science-Fiction klingt, ist bereits heute Realität: Im Jahr 2017 nutzen bereits 12 Millionen Heim-anwender und Firmen weltweit VR-Produkte. Für das Jahr 2021 wird von einer Verzehnfachung dieses Wertes ausgegangen, weltweit werden dann 99,4 Millionen VR-Geräte im Einsatz sein.⁵ Diese Zahl umfasst lediglich die Menge der verkauften Geräte. Tatsächlich werden noch weitaus mehr Menschen die virtuelle Realität erfahren – entsprechend euphorisch sind die Prognosen. Viele Analysten erwarten einen Umbruch in unserer Wahrnehmung der Realität, die noch umfassender sein wird, als die infolge des Smartphones.

» **IN DER NEUEN
GERÄTEGENERATION
ENTFALTET VIRTUAL
REALITY SEIN VOLLES
POTENTIAL.**

Immobilienbesichtigung der Zukunft

Mit einer VR-Brille den Rohbau im Architektenbüro besichtigen – das ist keine Zukunftsmusik, sondern Verkaufsstrategie mit handfesten Vorteilen.

Immersion ist eine der großen Stärken der VR-Erfahrung und entsprechend gut eignet sie sich, um Immobilienbesichtigungen in völlig neuer Qualität zu ermöglichen. Denn weckt der Erstkontakt mit dem virtuellen Novum zunächst einmal Neugier und Spieltrieb beim Kunden, treten schnell die praktischen Vorteile einer virtuellen Umgebung in den Vordergrund.



Zunächst einmal ermöglicht die hohe Immersion der VR-Umgebung ein Erleben der Immobilie, als wäre man vor Ort. Größenverhältnisse sind maßstabsgetreu erfahrbar,

die Verteilung von Häusern, Räumen oder Zimmern lässt sich mit einem Blick erfassen, wo vorher Baupläne gewälzt werden mussten. Digital zuschaltbare Anzeigen erweitern das Sichtbare um Informationen, die in der analogen Realität unsichtbar wären: Rohre, Anschlüsse, elektrische Leitungen, Telefonkabel – all das tritt mit einer Geste hervor und verschwindet ebenso leicht wieder. Das alles ist möglich, rund um die Uhr, zu dem Kunden genehmen Zeiten und ohne die Kosten einer Besichtigung vor Ort.

Auch das Objekt zeigt sich von seiner schönsten Seite. Die goldenen Regeln beim traditionellen Home-Staging lauten: Ordnung, Sauberkeit, Beseitigung von Schönheitsfehlern, Einsetzen dekorativer Details, Optimierung der Raumgestaltung und Beleuchtung.⁶ All das ist bei der virtuellen Begehung bereits in der Technik inbegriffen. Die Räume in der virtuellen Realität sind rein und makellos, keine Verirrung vorheriger Bewohner stört das Bild.

Stattdessen lässt sich multimedial eine positive Atmosphäre schaffen: Lichtstimmung, Klang und Umgebungen lassen sich für den



Abb. 2

DAS ALLES IST MÖGLICH, RUND UM DIE UHR, ZU DEM KUNDEN GENEHMEN ZEITEN UND OHNE DIE KOSTEN EINER BESICHTIGUNG VOR ORT.

Interessentenkreis maßschneidern. Wo vorher graue Regentage das Besichtigungserlebnis trüben konnten, ermöglicht VR das ideale Erlebnis, vom Sonnenuntergang bis zum romantischen Mondschein. Gleichzeitig vermitteln zuschaltbare fotografische Umgebungen auf Wunsch einen realistischen Blick auf das Umfeld der Immobilie.

Das Objekt selbst kann mit einer Geste auf den Geschmack des Kunden angepasst werden. Möbel lassen sich austauschen, Wandfarben und Bodenstrukturen ändern, ganze Wände können virtuell ausgeblendet werden. Die Potentiale sind groß, Interesse für alternative Finanzierungskonzepte zu wecken:

Wie sähe eine Immobilie mit Wintergarten aus? Mit einer Sauna? Was, wenn diese Wand zu einer Glasfassade umgewandelt würde? Dem Kunden wird erfahrbar gemacht, was er sich nicht vorstellen kann.

Hiermit lässt sich offensiv dem sogenannten Imagination Gap begegnen. Nach britischen Studien hält dieser nämlich derzeit 40 % der potentiellen Kunden davon ab, Änderungen an ihrem Haus vorzunehmen. 55 % der Teilnehmer geben dagegen an, dass ein (VR-)Visualisierungs-Tool sie zu einer Kaufentscheidung bewegen könnte. 61 % wollen unterschiedliche Optionen ausprobieren. Dieser Wunsch besteht zudem quer durch alle Altersschichten.⁷

Von der Begehung zum Bau

Einmal erstellte virtuelle Umgebungen nutzen nicht nur beim Verkauf, sondern unterstützen bei allen Schritten der Projektierung von Bau- oder Renovierungsvorhaben.

Virtuelle Begehungen bieten den zusätzlichen Vorteil, dass einmal erstellte VR-Modelle nahtlos an weitere Dienstleister weitergegeben werden können, sobald der Kauf erfolgt ist. So lässt sich auch der Neubau, Ausbau oder Umbau eines Objektes mit den virtuellen Bauplänen unterstützen. Dies ist auch insofern wichtig, als Architekturbüros und Baufirmen zunehmend auf VR-Pläne in ihrer Planung setzen.

Nach einer auf CGArchitect veröffentlichten Studie befinden sich die führenden Nutzer von VR für Architektur-Visualisierung in Europa (40 %), sogar noch vor den USA (21 %). Viele der Befragten sind außerdem der Ansicht, dass die Technologie die Architekturbranche revolutionieren wird. Knapp 70 % der Befragten setzen Virtual Reality, Augmented Reality oder Mixed Reality bereits in der Produktion ein oder planen den Einsatz für 2017. 77 % experimentieren mit der Technologie oder haben es vor.⁸

Dies ist nicht verwunderlich angesichts der offenkundigen Vorteile: Mit dem virtuellen Modell fällt die Projektierung und Absprache zwischen allen Beteiligten deutlich leichter.

Dimensionen lassen sich leichter erfassen, Änderungswünsche können direkt in der virtuellen Repräsentation nachvollzogen werden. Die Kommunikation wird erheblich erleichtert, auch da alle bereits genannten Vorteile einer Virtuellen Begehung weiterbestehen: Detailinformationen lassen sich digital zuschalten und visualisieren, die Verfügbarkeit der Umgebung ist zeitlos und ein teures, schwer transportables Real-Modell wird ebenfalls nicht mehr benötigt.

Dank der weit fortgeschrittenen Informationstechnologie lassen sich außerdem Meetings und Konferenzen direkt im virtuellen Raum abhalten. Zeitzonenübergreifend können so Details zur Realisierung koordiniert werden, sodass hier ebenfalls erhebliche Kosteneinsparungen entstehen.

» MIT DEM VIRTUELLEN MODELL FÄLLT DIE PROJEKTIERUNG UND ABSPRACHE ZWISCHEN ALLEN BETEILIGTEN DEUTLICH LEICHTER.

Die Zukunft begehen, gehen Sie mit

Virtual Reality verändert die Wohnungs- und Architekturbranche. In der Zukunft werden virtuelle Begehungen so selbstverständlich sein, wie Website und Image-Video.

Die reguläre Besichtigung vor Ort wird nie verschwinden. Doch dem globalen Trend der Digitalisierung folgend verschwimmen die Grenzen zwischen virtueller und analoger Realität. Das Amalgam dieser beiden Welten erzeugt Vorteile mit klarem Business Value: Immaterialität, Shareability, Mobilität und individuelle Konfigurierbarkeit eröffnen neben enormen Einsparungspotentialen neue Absatzchancen, die in wenigen Jahren so selbstverständlich sein werden wie die mobile Repräsentation oder der Internetauftritt.

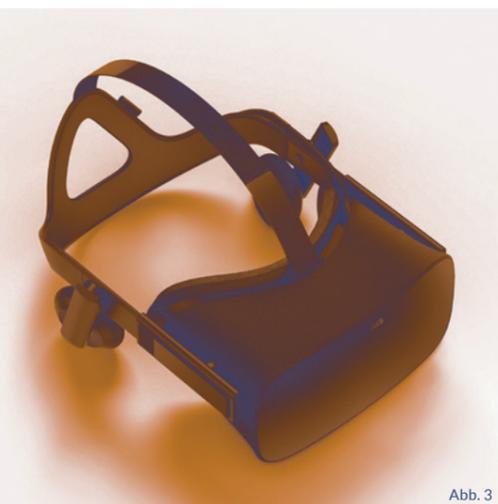
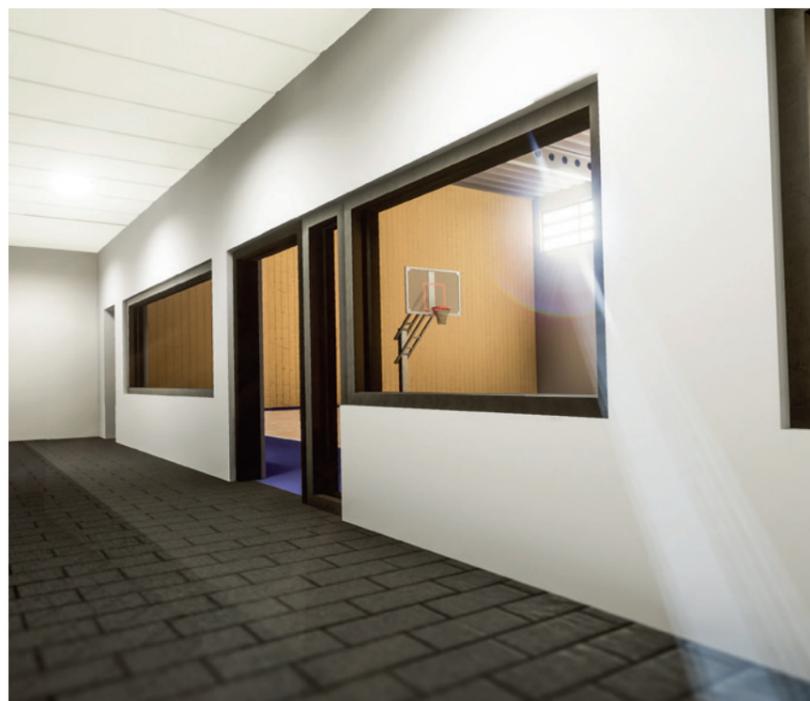


Abb. 3



» **DER IMMOBILIENBRANCHE STEHT EIN EINSCHNITT BEVOR, ÄHNLICH DER MOBILEN REVOLUTION VOR ZEHN JAHREN. NEUE KOMPETENZEN WERDEN ERFORDERLICH, UM AUCH IN DER VIRTUELLEN DIMENSION REALE GEWINNE ZU ERZIELEN. VIRTUELLE BEGEHUNGEN SIND INSOFFERN NUR EIN ERSTER SCHRITT IN DIE ZUKUNFT.**





Wir, die Materna TMT, über uns

Mehr wissen – mehr bewegen: Das ist das Motto der Materna TMT. Seit über 30 Jahren sind wir starker Partner für alle Bereiche der Unternehmenskommunikation und des digitalen Lernens.

Angefangen hat bei uns alles in den 1980er Jahren mit der Entwicklung von Softwarelösungen, die Bildungseinrichtungen dabei unterstützen, Seminare und Veranstaltungen zu planen, durchzuführen, abzurechnen und nachzubereiten. Im Laufe der Zeit haben wir unser Leistungsangebot erweitert und uns in den Bereichen digitales Lernen und Medienproduktion erfolgreich am Markt positioniert.

Heute sind wir ein kreativer und kompetenter Dienstleister für die Produktion von Medien für alle Bereiche der Unternehmenskommunikation und des digitalen Lernens. Wir besitzen langjährige Expertise in den Bereichen Beratung, Konzeption, Mediendesign und -didaktik, Intra- und Internet-Architektur, Filmproduktion, Kameraführung, Postproduktion und Datenbankentwicklung. Wir investieren in Zukunftsthemen der Medienproduktion und realisieren Projekte im Bereich VR, Gamification und Sprachsteuerung.

Zu unserem Team gehören Kameraleute, Drehbuchautoren, Psychologen, Mediendidaktiker, Mediendesigner für On- und Offline-Medien, Game Designer, Engine-Spezialisten, Berater, Projektleiter und Anwendungsentwickler. Alle arbeiten gemeinschaftlich an der Umsetzung innovativer, zielführender und zeitgetreuer Kommunikationslösungen.

Unsere technische Ausstattung ist auf dem neuesten Stand und in unseren hauseigenen Film- und Tonstudios verfügen wir über alle Möglichkeiten, um jedes Projekt ins richtige Licht zu setzen und für die benötigte Sprach- und Tonqualität zu sorgen. In unserem VR-Studio entstehen digitale Welten, die live vor Ort erlebt werden können.

*Wir freuen uns
auf Sie!*

Literatur-Angaben und Studien

1

Rodek, M., Schulz-Wulkow, C., Bäß, T., Kremer, G. & Scheidecker, L. (2016). Einsatz digitaler Technologien in der Immobilienwirtschaft.

2

bitKOM Research. (2016). Neue digitale Technologien vor dem Durchbruch.

3

The International Association of Home Staging Professional® & Stagedhome.com®. (2017). Statistics.

4

National Association of REALTORS®. (2016). 2015 Profile of Home Staging.

5

IDC. (2017). Press Release - Worldwide Augmented and Virtual Reality Headset Market Expected to Grow at a Compound Annual Rate of 58%, Reaching 99.4 Million Units in 2021, According to IDC.

6

Markengold PR. (2016). Schneller verkaufen mit Home Staging: 6 Tipps für die optimale Inszenierung einer Immobilie.

7

DigitalBridge. (2017). The imagination gap: Retail's £1bn problem.

8

Mottle, J. (2016).: VR Usage in Arch Viz. In: CGarchitect.

Bildnachweis - Abb. 1 – 3

<https://static.oculus.com/Documents/Oculus-Rift.zip>

Kontakt:

Christoph Bette

tel. +49 231 5599-259

mail: christoph.bette@materna-tmt.de

Materna TMT GmbH

Voßkuhle 37c

44141 Dortmund