



Fallstudie

Wie Ohne-Makler mit datenbasierter Lageintelligenz
Conversions um 8% steigerte

1. Ausgangssituation: Die ohne-makler.net Plattform sollte attraktiver für Suchende werden. Ziel: **Mehr erfolgreiche Suchen, höhere Zufriedenheit der User.**

Ein Fokus für Ohne Makler waren die **Immobilien Listings**, deren **Informationsgehalt** und **Attraktivität** gesteigert werden sollten. Außerdem sollte für eine **vergleichbare Qualität** der Listings auf der Plattform gesorgt werden.

Ohne Makler

Mit über **2 Millionen Besuchen pro Monat** und **7.000 aktiven Inseraten allein in Deutschland** ist **Ohne Makler** einer der wichtigsten Player im Portalmarkt in **Deutschland, Österreich und Tschechien**. Aktuell expandiert das Unternehmen in die **Slowakei** und plant als nächsten Schritt die **Abdeckung Polens**.

Die Vision: Allen Menschen zu ermöglichen, die **Vermietung oder den Verkauf ihrer Immobilie selbst in die Hand zu nehmen**. Dafür **digitalisiert** und **vereinfacht** Ohne Makler den gesamten Immobilien-Vermarktungsprozess deutlich.

Das Ziel von Hendrik Richter, Gründer und Geschäftsführer von Ohne Makler, war klar definiert:

*“Mehr Wohnungssuchende sollen **erfolgreich eine passende Immobilie** finden. Und als begeisterte Kunden und zukünftige Inserenten zurückkehren.”*

Konkret ging es um drei strategische KPIs:

1. **Höhere Conversion pro Session:** Mehr Suchende sollen bei ihrer Suche eine passende Immobilie finden.
2. **Steigerung von Engagement & Time on Site:** Nutzer sollten sich intensiver mit Exposés beschäftigen, um damit für die wirklich passenden Immobilien Kontakthanfragen zu stellen.
3. **Langfristige Zufriedenheit & Wiederkehrwahrscheinlichkeit:** Nutzer sollen Ohne Makler als Premium Plattform wahrnehmen, über die sie bei ihrer Suche bestmöglich unterstützt werden.

Dabei stellte sich eine zentrale Frage:

Welche Informationen, die nicht im Exposé stehen, brauchen Suchende, um bessere Entscheidungen zu treffen? Welche Daten sind notwendig, um sich bei ihrer Entscheidung wirklich sicher zu fühlen?

Fehlendes Wissen bezüglich **Stadtviertel** und **Mikrolage** ist ein häufiger Grund, der Suchende verunsichert. So kam die Idee zustande, mit Hilfe von **Lage-intelligenz** genau diese Fragen besser zu beantworten.

2. Gemeinsame Ideation: Was brauchen Suchende wirklich?

In einem gemeinsamen Ideationsprozess mit dem Ohne Makler und GeoSci Produkt und Engineering Team wurde zunächst definiert:

Welche Lageinformationen helfen Menschen wirklich bei einer Immobilienentscheidung?

Auf Basis von Interviews mit Wohnungssuchenden, Käufern, einer Umfrage und mit Hilfe von Marktreports identifizierten wir zentrale Entscheidungsdimensionen der Suchenden bei ohne-makler.net:

- **ÖPNV-Anbindung:** Wie gut ist die Lage mit Bus oder Bahn erreichbar? Brauche ich hier ein Auto?
- **Gesundheitsversorgung:** Gibt es Zugang zu Ärzten, Apotheken oder Krankenhäusern?
- **Einkaufsmöglichkeiten:** Supermärkte? Erreichbarkeit von Geschäften des täglichen Bedarfs?
- **Naturnähe & Grünflächen:** Sind Parks, Wälder oder Gewässer erreichbar?
- **Kinderfreundlichkeit:** Ist hier die richtige Umgebung für eine Familie mit kleinen Kindern?
- **Kulturangebot:** Wie ist die Erreichbarkeit von Theatern, Museen oder Konzerten?
- **Sportmöglichkeiten:** Wie ist das Sportangebot im Stadtviertel?
- **Gastronomie:** Wie gut und vielfältig sind die lokalen Restaurants und Cafés?
- **Nachtleben:** Wie ist das Angebot in Bezug auf Nachtclubs und Bars?

Ziel war es, Suchenden **auf einen Blick** zu zeigen, ob eine Lage und damit die Immobilie zu ihrem Lebensstil passt. Mit aktuellen, erklärbaren und glaubwürdigen Fakten zur Mikrolage.

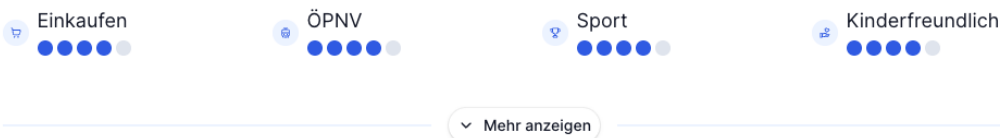
Da dies ein komplett neues Feature war, sollte der Effekt der Daten klar messbar sein.

Ergebnis des Prozesses war eine Darstellung, in der beim Laden der Seite nur ein Teil der Ratings sichtbar ist. Um alle Bewertungen sehen zu können, war ein Klick auf “Mehr anzeigen” notwendig. So konnte der Effekt der Lage-Analyse klar gemessen werden.

Sichtbar:



Lage-Check ⓘ



Aufgeklappt:



Lage-Check ⓘ



3. Pilotphase: Qualitative & quantitative Evaluation

Die Einführung erfolgte bewusst als **Pilotphase mit klarer Impact-Messung**.

Qualitative Evaluation

- Interviews mit Wohnungssuchenden: Sind die Bewertungen hilfreich und entscheidungsrelevant?
- Gespräche mit Anbietern: Gibt es Kritik, wenn z.B. Bewertungen unterdurchschnittlich sind?

Erkenntnisse:

- Suchende bewerteten die Lageinformationen als **hilfreich**:
 - Die Kriterien helfen bei der Frage, “soll ich mich mit dieser Immobilie genauer beschäftigen”.
 - O-Ton: “Perfekt, stimmt alles. Werde ich bei der nächsten Wohnungssuche brauchen!”
- Anbieter **akzeptierten** auch **weniger positive Bewertungen**:
 - GeoSci wird auch dank des [Lagechecks](#), mit dem Bewertungen für jeden einfach zu testen und nachzuvollziehen sind, als vertrauenswürdiger Maßstab wahrgenommen.
 - Anbieter schätzen die Möglichkeit von weniger Anfragen von unpassenden Interessenten und damit die Zeitersparnis
 - O-Ton: “Wenn die Werte passen, ist auch eine nicht so gute Bewertung ok”
- Verbesserungswünsche:
 - Sowohl Anbieter als auch Suchende wünschten sich eine bessere Erklärbarkeit der Ratings
 - Gewünscht wurde sich auch eine persönliche Analyse: “Wie gut passt diese Lage auf meine Bedürfnisse”

Das Fazit:

Transparenz wurde nicht als Risiko wahrgenommen, sondern als **Qualitätsmerkmal**.
Lagebewertungen helfen Anbietern und Suchenden.

Die Verbesserungsvorschläge haben wir in die gemeinsame **Produktroadmap** aufgenommen und werden in **Q2 & Q3 2026** aufgegriffen.

4. Quantitative Ergebnisse

4.1 Engagement & User Satisfaction

Der Pilot lief über **4 Wochen**. **783,110 Exposé-Besucher** wurden in dieser Zeit gezählt. Das Experiment wurde als **A/B Test** angelegt, in dem 50% der User die neue Komponente sahen, 50% nicht. Durch die hohe Zahl an Besuchern gab es für alle Ergebnisse statistische Signifikanz.

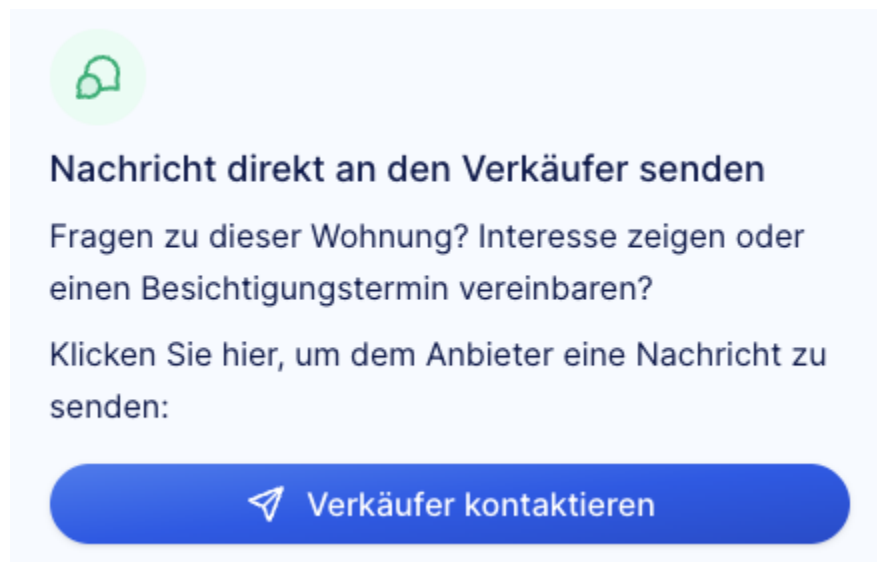
Ergebnis (Exposé mit Lage-Check):

- Nutzer **interagierten intensiver** mit den Inhalten, z.B. klickten auf weitere Links.
- In einer Stichproben-Befragung zeigten sich **78% der Nutzer zufriedener** mit den Exposés (16% kein Unterschied, 6% Verschlechterung)

→ Relevanz erzeugt Engagement.

4.2 Conversion-Impact je nach Lagequalität

Im Piloten fokussierten wir uns besonders auf **Conversions**, also Suchende, die auf **“Kontakt aufnehmen”** klickten.



Unser Hypothese: Stadt, Speckgürtel und Land würde die Reaktion der Suchenden auf Lage-Informationen beeinflussen. Auch das Segment “Kaufen” und “Mieten” würde unterschiedlich reagieren.

Für eine (grobe) Klassifizierung nach Lage wurde GPT-4 verwendet, auf Basis der Adresse der Immobilie und (falls vorhanden) der Lagebeschreibung.

Tatsächlich unterschied sich die Wirkung in Bezug auf Conversions (Kontaktanfragen) pro Exposé je nach Lage und Kategorie:

Stark unterdurchschnittliche Bewertungen (weniger als 2 von 5 Punkten im Durchschnitt der Ratings):

	Städtisch (311)	Speckgürtel / Suburban (266)	Ländlich / Kleinstadt (380)	Insgesamt (957)
Kaufen	-3.1%	-6.4%	-2.7%	- 3.3%
Mieten	-1.2%	-2.2%	-1.1%	- 1.4%

Stark überdurchschnittliche Bewertungen (mehr als 3.5 von 5 Punkten im Durchschnitt der Ratings):

	Städtisch (788)	Speckgürtel / Suburban (544)	Ländlich / Kleinstadt (212)	Insgesamt (1544)
Kaufen	+2.2%	+4.8%	+7.1%	+3.8%
Mieten	+0.7%	+3.0%	+1.2%	+1.2%

Interpretation:

- Generell **höherer Impact** im Segment **“Kaufen”**, da dort die Entscheidung schwerwiegender ist und Käufer mehr Wahlmöglichkeiten haben
- Im **städtischen Bereich weniger hoher Impact**, da grundsätzliche Bedürfnisse aus Sicht der Suchenden meistens gedeckt (selbst bei unterdurchschnittlicher Bewertung)

- **Starke Veränderung in Speckgürtellagen**, bei denen Suchende die Nachbarschaft oft weniger gut kennen und Lagebewertungen ein stärkeres Gewicht geben
 - **Wenig Veränderung** im Segment **Mieten** im **ländlichen** Raum. Mieter haben häufig wenig Wahlmöglichkeiten oder sind sich der weniger guten Lage bewusst.
 - **Signifikante Veränderung** für Segment **Kaufen** im **ländlichen** Raum, besonders bei guten Bewertungen: “Hidden Gems” treten heraus
-

4.3 Conversions per Session:

Um zu bewerten, ob Lage-Insights Wohnungssuchenden helfen, schneller eine passende Immobilie zu finden, haben wir auch die **Conversions pro Session** gemessen. Definiert als der Anteil der Sessions, in denen ein Nutzer auf den Button „**Verkäufer kontaktieren**“ klickt.

Dafür führten wir einen zusätzlichen **A/B-Test mit 200.000 Nutzern über einen Zeitraum von einer Woche** durch. Die Hälfte der Nutzer sah bei jeder Anzeige das Lage-Insight- Modul, die andere Hälfte nicht. Beide Gruppen sahen dieselben Immobilienanzeigen.

Ergebnis: Die Kontaktanfragen pro Session stiegen signifikant, wenn Location Insights angezeigt wurden.

+8 % höhere Conversions pro Session

Das Ergebnis: Ohne Makler ist mittlerweile seit über zwei Jahren ein zufriedener GeoSci Kunde. Die Ergebnisse dieses Piloten haben sich in Stichproben bestätigt und das Ohne Makler Team ist sehr zufrieden mit der Partnerschaft.

Hendrik Richter:

Ich bin sehr zufrieden, dass die Ergebnisse des Piloten unsere Hypothese bestätigt haben. Auch in Zeiten von angespannten Immobilienmärkten ist die richtige Lage ein Entscheidungskriterium. Ohne Makler User wissen unseren Lage-Check zu schätzen und finden durch die GeoSci Nachbarschafts-Analyse leichter die richtige Immobilie. Ein voller Erfolg!

5. Strategische Weiterentwicklung der Partnerschaft

Die Zusammenarbeit endete daher nicht mit diesem Pilot und der folgenden Integration.

Ohne-Makler investiert gemeinsam mit GeoSci in weitere strategische Projekte rund um Personalisierung der Exposés, Erklärbarkeit der Bewertungen und treffsichere Suche

Hendrik Richter:

In Zeiten von KI müssen Immobilienportale mehr leisten, als Exposés zu präsentieren. Personalisierung und relevante Ergebnisse sind für uns ein strategisch wichtiges Thema. Auch hier steht die Lage mit im Zentrum und wir werden unsere erfolgreiche Partnerschaft mit GeoSci fortführen und ausbauen.

5.1 Personalisierte Suche mit Matchscore

- Nutzer definieren, was ihnen wichtig ist, z.B.: *3 Zi, ruhig und kinderfreundlich*
- Jede Immobilie erhält einen personalisierten Score, der bewertet wie gut eine Immobilie und Nachbarschaft passt
- Ergebnisse werden anhand des Scores geordnet (nicht gefiltert) und Scores werden im Detail erklärt

5.2 Intelligente Exposés

- Integration relevanter POIs (Points of Interest)
- Anzeige von Distanzen & Geh-/Fahrzeiten zu den wichtigsten POIs
- Zielgruppen-Fit pro Immobilie (z.B. für Studenten)
- Personalisierte Lagebeschreibungen
- Personalisierte Ratings

5.3 Visuelle Erweiterungen

- Anzeige relevanter POIs auf der Karte
- Integration von Heatmaps als Layer

Die Roadmap zeigt:

Ohne-Makler sieht Lage-Intelligenz nicht als Feature, sondern als strategischen Differenzierungsfaktor.

GeoSci ist für diese Themen der **exklusive Partner** und die Zusammenarbeit ist **langfristig** und **partnerschaftlich** angelegt.

Wir glauben an eine Zukunft, in der Mieter und Käufer Entscheidungen zur Immobilie und Nachbarschaft mit **vollem Vertrauen in ihre Wahl** treffen können. Wohnlagen sind **transparent erklärt** und die Bewertungen richten sich nach den **individuellen Bedürfnissen** der Suchenden.