

MIT UNSEREN TIPPS ZUR ERFOLGREICHEN IMMOBILIEN WEBSITE



Veröffentlicht am 29. März 2018 von Malina

Aus der Masse herausstechen mit einer individuellen Immobilien Website - hier erfährst Du, worauf es bei einem erstklassigen Webauftritt ankommt.



Mehr Kunden gewinnen mit einer professionellen Immobilien Website

Das Internet ist voll von Immobilien Webseiten. Um aus der Masse der Konkurrenz herauszustechen, muss eine erfolgreiche Immobilien Website seine Besucher schon auf den ersten Blick in den Bann ziehen. Worauf es bei einem **erstklassigen Webauftritt von Immobilienmaklern** ankommt, verraten wir Dir in diesem Blogbeitrag.

ÜBERSICHT

- [Warum eine individuelle Immobilienseite?](#)

- Was muss beim Menüaufbau einer Immobilien Website beachtet werden?
- Welche wichtigen Inhalte sollte eine Immobilien Website haben?
- Warum sind Bilder auf einer Immobilien Website so wichtig?
- Wie baut man Vertrauen im Internet auf?
- Warum eine Suchfunktion auf der Website?
- Wie lässt sich beim Erstellen des Portfolios Zeit sparen?
- Wie kann die Immobilienseite besser im Netz gefunden werden?
- Was tun, wenn Kunden nicht fündig werden?

WARUM EINE INDIVIDUELLE IMMOBILIENSEITE?

Sucht man bei Google nach „Immobilienmakler“, erhält man sofort über 25.000.000 Treffer. **Die Konkurrenz ist also groß:** Das Netz ist voll mit Seiten, auf denen **Wohnungen, Häuser, Grundstücke und Gewerbeimmobilien zum Mieten oder Kaufen** angeboten werden. Bei dieser Auswahl bleiben einer Immobilienmakler Website gerade einmal wenige Sekunden, um das Interesse des Kunden zu wecken. Ist die Seite unübersichtlich oder wenig ansprechend gestaltet, springt der Besucher ab, bevor er die für ihn **wichtigen Informationen** gefunden oder das erste Objekt angesehen hat. Egal, wie schön und überzeugend die Immobilien sind, wenn die Website nicht ansprechend gestaltet ist, bleiben potenzielle Kunden fern. Und das ist natürlich das genaue Gegenteil von dem, was Immobilienmakler mit ihrer Website erreichen wollen.

Das Problem vieler Immobilienseiten: Sie werden mit einer einheitlichen Software erstellt und gleichen sich dadurch – so verlieren Besucher schnell den Überblick und das vorgestellte Immobilien Portfolio geht im Einheitsbrei unter. Das entspricht natürlich nicht dem Idealfall einer **repräsentativen Webpräsenz:** Denn in dieser müsste die Website **zeitgemäßes Design, Seriosität und Übersichtlichkeit** in Einklang bringen. Nur so ist es als Immobilienmakler möglich, potenzielle Mieter und Käufer auf der eigenen Webseite zu halten und ihr Interesse zu wecken. Wir zeigen Dir, was Du bei der Planung einer Immobilienmakler Website unbedingt beachten musst.

WAS MUSS BEIM MENÜAUFBAU EINER IMMOBILIEN WEBSITE BEACHTET WERDEN?

Orientierung wird groß geschrieben! Der Besucher muss sich schnell und einfach auf der Website zurechtfinden. Webseiten mit unübersichtlichen und verschachtelten Menüs sorgen für Unmut und führen dazu, dass potenzielle Kunden schnell das Interesse verlieren. Wenn man beim Besuch der Seite mehr Zeit dafür benötigt, sich in der Seitenstruktur zurechtzufinden, als das Immobilien Portfolio zu durchstöbern, dann ist das kein gutes Zeichen.

Aber wie findet man raus, ob der Menüaufbau tatsächlich **benutzerfreundlich** ist? Am besten Du bittest Freunde und Bekannte mal zu testen, wie sie mit der angelegten **Navigationsstruktur** Deiner Website zurecht kommen.

Du willst auf Nummer sicher gehen? Die sogenannte **Customer Experience** bzw. die **Kundenerfahrung** auf einer Website kannst Du natürlich auch professionell begutachten lassen. Wenn wir im Auftrag von Kunden Websites erstellen, dann ist so ein Customer Experience Check natürlich immer mit dabei. Dir sollte klar sein, wie wichtig es ist, dass der Kunde positive Erfahrungen auf einer Website macht. Diese haben unter anderem große Auswirkungen auf die Kaufbereitschaft und die Verweildauer des Kunden auf einer Website.

WAS MUSS EINE GUTE MENÜFÜHRUNG MITBRINGEN?

Sorge dafür, dass das Menü leicht zu finden ist

Das Menü muss direkt in den oberen Teil der Webseite. Ob es noch über dem Logo des Maklers oder darunter ist, hängt vom **Gesamtdesign der Seite** ab. In jedem Fall sollte der Besucher das Menü sofort finden können.

Garantiere dem Webseiten Besucher einen übersichtlichen Aufbau

Deinen Webseiten Besucher muss klar sein, wofür jeder Menüpunkt steht und wo er die Informationen findet, die er braucht. Fachbegriffe für Immobilienmakler haben an der Stelle nichts verloren. Dabei sollten alle Leistungen des Immobilienmaklers direkt ins Auge fallen. Wenn zum Beispiel zusätzliche Dienstleistungen, wie die Hausverwaltung eines Objektes, mit zum Angebot gehören, müssen diese strukturiert eingebunden werden. Um das Menü nicht zu überladen, kannst Du auch **logische Unterpunkte** einfügen. Unter dem Menüpunkt „Immobilien“ lassen sich dann zum

Beispiel die Seiten „Mieten“ und „Kaufen“ öffnen. Auch dabei musst Du auf eine klare Gliederung achten und komplizierte Menüstrukturen unbedingt vermeiden. Dem Nutzer muss immer klar sein, auf welchem Teil der Website er sich gerade befindet.

Mache die Kontaktaufnahme einfach

Einer der Menüpunkt sollte unbedingt zu einer Seite mit **Kontakt**daten („Kontakt“) führen. Dem Kunden muss es so einfach wie möglich gemacht werden, den Makler persönlich zu kontaktieren. Besonders gut eignen sich auch knapp gehaltene **Kontaktformulare**. Auf keinen Fall sollte die Kontaktaufnahme in irgendeiner Weise verkompliziert werden. Der Interessent sollte nicht erst die E-Mail Adresse kopieren müssen, sondern diese muss anklickbar sein und direkt ein Mailfenster öffnen. Zusätzlich zu dem standardmäßigen Menüpunkt „Kontakt“ solltest Du auch **Buttons** in die Website einbauen oder **Verlinkungen** im Text unterbringen, die direkt zur Kontaktaufnahme führen. Um die Kontaktaufnahme für (besonders mobile) Nutzer maximal zu erleichtern, kannst Du zusätzlich oben in der Menüleiste Deine Telefonnummer – optisch abgesetzt von den Menüpunkten – angeben. Wenn das Interesse des Kunden geweckt wird, kann dieser einfach auf die Nummer klicken und Dich anrufen.

MERKE: Eine gute Menüführung ist so aufgebaut, dass der Nutzer mit maximal zwei Klicks im richtigen Bereich ist.

WELCHE WICHTIGEN INHALTE SOLLTE EINE IMMOBILIEN WEBSITE HABEN?

Wir haben im Folgenden für Dich die wichtigsten Inhalte zusammengefasst, die Du auf Deiner Immobilien Homepage unterbringen solltest. Wie genau Du diese Inhalte anordnest und ggf. als Menüpunkte in Deine **Navigation** integrierst, bleibt natürlich Dir überlassen. Wichtig ist, dass Du immer auf die **Nutzerfreundlichkeit (Usability)** und eine **eindeutige Bezeichnung** achtest.

Diese Inhalte sollte Deine Immobilien Website beinhalten:

- Startseite
- Objekte / Immobilien
- Immobilienmakler / Team

- Mieten
- Kaufen
- Referenzen
- Kontakt
- Impressum
- Datenschutz

Ergänzend eignet sich auch folgender Content für Deine Immobilienmakler Website (falls vorhanden):

- Sonstige Leistungen
- Firmenhistorie
- Kooperationspartner

Einige der genannten Inhalte sind dabei **obligatorisch** und / oder eignen sich besonders als **Menüpunkte**. Im Folgenden erklären wir Dir, worauf es bei diesen Inhalten ankommt.

1. **Startseite**

Die Startseite ist das, was der Kunde in der Regel als erstes zu Gesicht bekommt. Sie muss dementsprechend einladend sein und Dein Angebot deutlich machen. Eine Einleitung, Dein Logo und die Auflistung Deiner Leistungen sollten natürlich nicht fehlen.

2. **Objekte / Immobilien**

Präsentiere Dein Immobilienportfolio am besten als eigenen „Objekte“- oder „Immobilien“- Menüpunkt. Hier kann auch nochmal eine Unterteilung in Mietobjekte und Kaufobjekte vorgenommen werden. Wichtig ist, dass Deine Objektpräsentation ansprechend ist.

3. **Team / Immobilienmakler**

Persönlichkeit zählt – auch oder vor allem in Zeiten des World Wide Web. Stelle also Dich und Dein Team vor, gerne auf einer eigenen Unterseite. Wichtige Ansprechpartner können mit Foto und persönlichem Statement eingebunden werden.

4. **Mieten**

Auf dieser Seite richtest Du Dich direkt an die Zielgruppe der Mieter. Dementsprechend sollten hier Mietobjekte und Konditionen sowie Ansprechpartner aufgeführt werden

5. **Kaufen**

Diese Unterseite ist relevant für die Käufer einer Immobilie. Dementsprechend müssen – wie bei der Seite „Mieten“ – auch Kaufobjekte und Konditionen sowie Ansprechpartner aufgeführt werden.

6. **Kontakt**

Ganz wichtig ist es, dem Kunden die Kontaktaufnahme so leicht zu machen wie möglich. Das erreichst Du einerseits über einen eigenen „Kontakt“-Menüpunkt, an dem alle notwendigen Informationen hinterlegt sind. Hier lässt sich auch ein Kontaktformular einbinden, was dem Webseitenbesucher zusätzlich die Kontaktaufnahme erleichtert.

7. **Impressum**

Nicht fehlen darf das Impressum bzw. die Anbieterkennzeichnung. Nach § 5 Telemediengesetz (TMG) gilt eine Impressumspflicht für die geschäftsmäßige Nutzung von Internet Diensten. Der Webseitenbesucher muss darüber informiert werden mit wem genau er es zu tun hat. Schütze Dich vor Abmahnungen und halte Dich am besten daran.

8. **Datenschutzerklärung**

Spätestens seit der [Europäischen Datenschutzgrundverordnung \(DSGVO\)](#) muss jede Webseite eine Datenschutzerklärung haben, die vom Impressum getrennt abrufbar ist.

Natürlich variieren die Menüpunkte je nach spezifischem Angebot des Immobilienbüros, aber diese Auflistung kann Dir eine Hilfe sein. Neben der **Benutzerfreundlichkeit** des Menüaufbaus, die wir gleich zeigen, ist es natürlich wichtig, dass die Texte auf Deiner Website **professionell** geschrieben sind und Deine **Seriosität** zum Ausdruck bringen.

WARUM SIND BILDER AUF EINER IMMOBILIEN WEBSITE SO WICHTIG?

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte. Das gilt besonders für die Präsenz eines Immobilienmaklers. Denn: Immobilien werden nicht durch bloße Zahlen vermittelt. Mieter und Käufer finden ihr Objekt zuallererst durch das Aussehen: **Überzeugende Bilder ziehen Aufmerksamkeit auf sich und emotionalisieren.**

Es ist nachgewiesen, dass visuelle Eindrücke nachhaltig Vorauswahl und Kaufentscheidung beeinflussen. Erst im zweiten Schritt schaut der Kunde auf die Daten zum Haus oder der Wohnung. Wenn ein Besucher auf die Website kommt, sollten ihm also direkt Fotos der aktuell besten Objekte präsentiert werden. Ein **Slider** (Bilderwechsel) im Header bietet eine gute Möglichkeit, ansprechende Wohnungen und Häuser im großen Format zu präsentieren.

In der Übersicht des Portfolios ist idealerweise jede Immobilie mit einem **aussagekräftigen Foto** gelistet. Wichtig ist, dass die Fotos nicht nur gut platziert, sondern auch **hochwertig** sind. Ein professioneller Fotograf setzt Immobilien so in Szene, dass sie sich von der Masse abheben.

WIE BAUT MAN VERTRAUEN IM INTERNET AUF?

Die Entscheidung, ein Haus zu kaufen oder eine neue Wohnung zu mieten, stellt für die meisten eine schwerwiegende Entscheidung im Leben dar. Eine solche **Investition in die Zukunft** wird in der Regel nicht aus dem Bauch heraus getroffen. Für den Immobilienmakler ist es daher wichtig, **Vertrauen** aufzubauen. Für den Kunden sollte alles **transparent** sein. Das beginnt damit, dass der Makler sich und sein Team vorstellt. Dazu zählen Porträtfotos und kurze Biografien. Das müssen keine Lebensläufe sein, es reicht, wenn zu den Personen kurz steht, seit wann sie mit im Team sind, wo sie ausgebildet wurden und gegebenenfalls, was ihr Spezialgebiet ist. Der Kunde sollte immer wissen, wer der **richtige Ansprechpartner** für das jeweilige Objekt ist. Wichtig ist, dass die **Kompetenzen der Makler** betont werden.

Eine ebenfalls gute Möglichkeit, Vertrauen aufzubauen, sind **Zertifikate**: Wenn der Makler von einem Verband oder einer Fachzeitschrift ausgezeichnet wurde oder besondere Schulungen besucht hat, sollte das gut sichtbar für den Besucher sein. Auch **positive Statements von Kunden** (sogenannte **Testimonials**) verbessern den Eindruck und stärken das **Kundenvertrauen**.

WARUM EINE SUCHFUNKTION AUF DER WEBSITE?

Wenn Kunden in einem umfangreichen Angebot an Immobilien nach dem für sie passenden Objekt suchen, dann kann es sehr praktisch sein, wenn die Seite über eine **Such- und Filterfunktion** verfügt. Dort kann beispielsweise ein Preisbereich oder andere Faktoren wie Quadratmeterzahl, Lage oder Etage eingestellt werden, um die Auswahl einzuschränken. Der Einbau einer Such- und Filterfunktion ist natürlich abhängig von der **Größe des Immobilien Portfolio**. Handelt es sich um wenige, ausgewählte Immobilien, die nur in bestimmten Zeitabschnitten angeboten werden, dann ist eine solche Funktion nicht unbedingt notwendig. Wenn es sich jedoch um eine sehr große Auswahl an Immobilien handelt, dann ist die Filterfunktion auf jeden Fall notwendig.

WIE LÄSST SICH BEIM ERSTELLEN DES PORTFOLIOS ZEIT SPAREN?

Als Immobilienmakler solltest Du Deine Objekte nicht nur auf Deiner eigenen Website ins Internet stellen. Für die **Akquise** ist es wichtig, auch auf **Immobilienbörsen** präsent zu sein. Um nicht für die eigene Website und die Immobilienbörse jeweils mühsam einzeln die Daten anzulegen, können Homepage und Börse mit einer **Immobilienmakler Management Software** verknüpft werden. In der Regel verwalten Immobilienmakler ihre Objekte intern über eine entsprechende Software. In dieser werden die Daten und Bilder zu den Objekten eingetragen. Die **Datenbank** kann nun mit der Webseite des Maklers verknüpft werden, sodass das Online Portfolio automatisch angepasst wird. Das lässt sich dann auch für die Immobilienbörsen übernehmen. So muss der Makler jedes Objekt nur einmal in seine **Verwaltungssoftware** eintragen und die Daten sind immer auf allen Plattformen auf dem aktuellen Stand. Eine solche Verknüpfung kann beim **Webdesign** der Seite direkt mit berücksichtigt werden.

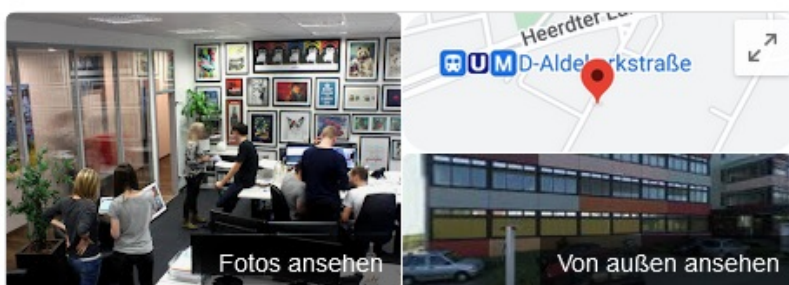
WIE KANN DIE IMMOBILIENSEITE BESSER IM NETZ GEFUNDEN WERDEN?

Eine optisch ansprechende und benutzerfreundliche Webseite ist die beste Grundlage, um erfolgreich neue Kunden zu gewinnen. Doch die Kunden müssen die Website zunächst im Internet finden. Wie Deine Immobilienseite besser im Internet gefunden wird, zeigen wir Dir jetzt.

GOOGLE UNTERNEHMENSPROFIL

Eine elementarer und sehr einfacher Schritt ist, sich ein Google Unternehmensprofil (ehemals Google My Business) anzulegen. Gibt man dort seinen Standort und seine Branche ein, erscheint das Maklerbüro auf **Google Maps**, wenn jemand in der Nähe des Ortes nach einem Immobilienmakler sucht. Beim Klick auf den Ort werden direkt die Adresse, Kontaktdaten, Öffnungszeiten sowie ein Link zur Website angezeigt, sofern diese richtig im Unternehmensprofil eingetragen sind. Auch direkt in den normalen Suchergebnissen von Google werden relevante Ergebnisse aus dem Unternehmensprofil gut sichtbar rechts am Rand angezeigt – eine super Möglichkeit, von Interessenten gefunden zu werden.

Zur Veranschaulichung zeigen wir Dir hier unseren Google Unternehmensprofil Eintrag.



Webweisend -die Media Company-

Website

Wegbeschreibung

Speichern

4,9 ★★★★★ 13 Google-Rezensionen ⓘ

Werbeagentur in Düsseldorf, Nordrhein-Westfalen

Adresse: Wiesenstraße 21, 40549 Düsseldorf

Öffnungszeiten: Geöffnet · Schließt um 18:00 ▾

Telefon: 0211 59890740

[Änderung vorschlagen](#) · [Inhaber dieses Unternehmens?](#)

Fragen und Antworten

[Als Erster eine Frage stellen](#)

Fragen stellen

📱 [An mein Smartphone senden](#)

Senden

Bewertungen aus dem Web ⓘ

4,5/5 [Facebook](#) · 22 Ergebnisse

Rezensionen

Rezension schreiben

Foto hinzufügen

Rezensionen werden nicht überprüft ⓘ



"Kreative **Ideen** von Profis und zügige **Umsetzung**."



"Weiter so. 🙌 Vielen Dank, Fa."



"**Danke** für eure Unterstützung!"



[Alle Google-Bewertungen ansehen](#)

Das ist unser Google Unternehmensprofil Eintrag - super praktisch: hier kannst Du schon in Deinen Suchergebnissen sehen, was unser aktuelles Blogthema ist!

URL SINNVOLL BENENNEN

Um weit oben in den **Suchergebnissen auf Google** platziert zu werden, gibt es viel zu beachten. Angefangen bei der **Webadresse des Maklerbüros**. Diese enthält idealerweise die Branche, den Namen und gegebenenfalls noch die Stadt. Eine typische Adresse könnte so lauten:
www.immobilien-mustermann-duesseldorf.de.

CONTENT MARKETING & SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG (SEO)

Das **Content Marketing** ist eine nicht zu unterschätzende Marketingstrategie, die vor allem für den Vertrieb von Dienstleistungen wie der Immobilienverkauf sinnvoll ist. Im Content Marketing geht es darum, Kunden **hilfreiche und relevante Inhalte** zu liefern. Der Kunde soll informiert werden und einen deutlichen Mehrwert durch die Texte auf der Website bieten. Auch Google mag informative und nutzerfreundliche Inhalte: Ob eine Webseite für die Suchanfrage relevant ist, entscheidet Google nämlich anhand des Inhalts. Dieser sollte nicht nur **informativ**, sondern idealerweise auch noch **suchmaschinenoptimiert** sein (SEO). Das heißt, dass bestimmte **Keywords** die zur Suchanfrage passen in den Text untergebracht werden müssen. Auch die Struktur und die Länge des Textes sind wichtig. Natürlich sollen die Keywords nicht einfach aneinandergereiht werden, sondern sie müssen geschickt in den Text einfließen. Dadurch steigt so die **Relevanz Deiner Seite** und sie wird höher in den **Google Suchergebnissen** angezeigt. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen haben die Chance durch Content Marketing und SEO Maßnahmen neue Kunden zu generieren. Für solche Erfolgsaussichten lohnt es sich auf jeden Fall [Experten](#) zu beauftragen.

GOOGLE ADS KAMPAGNEN

Zusätzlich zu dem sogenannten **organischen Ranking** bei Google, das durch SEO und Content Marketing Maßnahmen erreicht wird, spielen Anzeigen auf [Google Ads](#) eine große Rolle bei der **Gewinnung neuer Interessenten**. Eine gut gestaltete Anzeigenkampagne auf Google sorgt dafür, dass Kunden die Seite noch schneller finden. Je nach Suchanfrage werden bestimmte Anzeigen geschaltet, die den Nutzer direkt auf die für ihn [relevante Landingpage](#) bringen. Gibt ein Nutzer beispielsweise „Haus kaufen“ in Google ein, wird ihm eine Anzeige zum Thema Hauskauf angezeigt, die dann direkt zu den entsprechenden Exposés auf der Immobilienmakler Website leitet. Eine

Google Ads Kampagne kostet natürlich Geld, das für jeden Klick auf den Anzeigenlink abgerechnet wird. Dieses Bezahlungssystem nennt man **Cost per Click (CPC)**. Eine professionell gemachte Kampagne hat hohe Chancen auf einen guten **Return on Invest (ROI)**.

SOCIAL MEDIA

Facebook, Twitter, Instagram – auf keinen Fall solltest Du die sozialen Netzwerke vernachlässigen. Nirgends lassen sich Inhalte so leicht mit Freunden und Bekannten teilen wie dort. Sucht jemand eine Immobilie, weiß das in der Regel auch der Bekanntenkreis. Posts über neue Objekte können ohne Aufwand mit den Freunden geteilt werden. Dementsprechend solltest Du Profile in den für Deine **Zielgruppe** relevanten Netzwerken anlegen. Du kannst nicht nur aktuelle Immobilien Angebote über Postings verbreiten, sondern auch Informationen für Deine Kunden bereitstellen. Auch für die **Unternehmenskommunikation** sind die sozialen Netzwerke sehr gut geeignet: Zeige Dein sympathisches Team und Eure internen Events. Stelle Dein Unternehmen positiv dar.

Wenn Du neben Deinem Tagesgeschäft kaum Zeit für die Pflege Deiner Social Media Accounts findest, kannst Du natürlich auch auf [Social Media Experten](#) zurückgreifen, die mit der gewissen **Erfahrung und Kreativität** Deine Präsenz in den Sozialen Netzwerken stärken.

WAS TUN, WENN KUNDEN NICHT FÜNDIG WERDEN?

Auch wenn Deine Website einen positiven Eindruck beim Kunden hinterlässt und seine **User Experience** dementsprechend gut war, kann es sein, dass Interessenten weiterziehen. Nicht jeder findet auf Anhieb das Objekt, das zu ihm passt. Die meisten potenziellen Käufer schauen sich verschiedene Immobilienseiten an, bevor sie sich dazu entscheiden, einen Makler zu kontaktieren. Sie wollen vergleichen und sind immer auf der Suche nach etwas „Besserem“. Doch durch geschicktes **Remarketing / Retargeting** können Interessenten zurückgeholt, an das Angebot erinnert und doch noch überzeugt werden.

Beim Retargeting wird der Besuch von Webseiten mit **Cookies** markiert, Daten werden an einen **Adserver** weitergeleitet und gespeichert. Wenn der Kunde dann andere Webseiten mit ähnlichem **Werbeprogramm** besucht, also ebenfalls Immobilienseiten anschaut, werden ihm die jeweiligen **Produkte und Dienstleistungen** erneut angezeigt. Das ist natürlich super praktisch, denn so werden dem Interessenten immer wieder bestimmte Angebote zugespielt, sodass er später wieder auf Deine Seite zurückkommen und Kontakt zu Dir aufnehmen kann.

Media Company Tipp: Kunden aktivieren durch einen Newsletter

Ein [Newsletter](#) ist eine gute Möglichkeit, potenzielle Mieter und Käufer über neue Objekte zu informieren. Mit einer Aufforderung wie „Noch nicht das Richtige dabei? Melden Sie sich für unseren Newsletter an und Sie erhalten als erster Informationen zu neuen Objekten.“, bringt man Interessenten dazu, sich in **E-Mail-Listen** einzutragen. Mit dem Newsletter können dann potenzielle Käufer immer wieder über neue Immobilien Angebote informiert werden.

Praktisch: Technisch ist es möglich, eine Website so zu programmieren, dass sie erkennt, wenn ein Nutzer die Seite verlassen will. In dem Fall wird ein Pop Up mit der Möglichkeit zur Newsletteranmeldung eingeblendet.

Um **online erfolgreich** zu sein, bedarf es mehr als einfach eine Website im Internet zu haben, die womöglich mit einer einfachen Software im Baukastenprinzip erstellt wurde. Die **Konkurrenz** ist groß und die Plätze bei Google hart umkämpft. Mit einer **individuell designten Website** und der richtigen **Content Marketing Strategie** sowie bewährten **SEO Maßnahmen** verbreitest Du erfolgreich Deine Immobilien und gewinnst neue Käufer oder Mieter.

Wir hoffen, dass Du mit unseren Informationen Deine Immobilienmakler Website auf Vordermann bringen kannst. Falls Du noch offene Fragen hast oder mit einer [professionell erstellten Website](#) erfolgsmäßig auf Nummer sicher gehen willst, unterstützen wir Dich gerne mit unserem **Immobilienmarketing und Webdesign Know-how**.

[Kontakt aufnehmen](#)