

Österreicher:innen suchen Immobilien primär auf Immobilienportalen und über ihr persönliches Umfeld

- Zwei von drei Österreicher:innen (66 Prozent) nutzen Immobilienportale und Websites von Maklerunternehmen für die Suche nach dem neuen Zuhause
- Ebenfalls stark genutzt wird das persönliche Umfeld (37 Prozent)
- Printmedien nach wie vor relevant, Suche auf Social Media mit Unsicherheiten verbunden

Viele Österreicher:innen werden heuer wieder konkret über den Haus- oder Wohnungskauf nachdenken, so der Ausblick von s REAL Immobilien. Wie sie dabei nach Immobilien suchen, hat TQS im Auftrag des Immobiliendienstleisters nun repräsentativ erhoben. Mit in Summe 66 Prozent sind Immobilienportale und Websites von Maklerunternehmen die mit Abstand beliebtesten Kanäle, wobei nur 24 Prozent dort auch ein Suchprofil bzw. einen Suchagenten anlegen. Weitere beliebte digitale Kanäle sind Suchmaschinen (29 Prozent). Online-Ausgaben von Zeitungen oder Nachrichtenportale werden von nur zwölf Prozent der Österreicher:innen genutzt.

Jede:r dritte Österreicher:in (konkret 37 Prozent) hört sich im persönlichen Umfeld, also bei Freund:innen, Familie und Bekannten, um. Weiterhin beliebt sind außerdem Aushänge im Schaufenster der Maklerbüros (22 Prozent). Zirka gleich viele Personen (21 Prozent) informieren sich direkt bei Bauträgern und Projektentwicklern. Immerhin 17 Prozent nutzen Printmedien, also gedruckte Zeitungen und Immobilienbeilagen.

*„Die Ergebnisse zeigen die hohe Bedeutung digitaler Kanäle für die Immobiliensuche, aber auch, dass persönliche Kontakte nach wie vor relevant sind. Die Mischung macht es“, fasst **Martina Hirsch**, s REAL Geschäftsführerin, zusammen. „Social Media und KI-Tools haben Potenzial, wenn sie auf professionelle Anbieter:innen verweisen. Bei Privatangeboten auf Social Media sollte man vorsichtig sein.“*

Suche auf Social Media mit Risiken verbunden

Auch Social Media bietet für 15 Prozent der Österreicher:innen gute Möglichkeiten für ihre Immosuche: Konkret sind es zwölf Prozent, die auf Facebook zurückgreifen, vier Prozent auf Instagram und/oder zwei Prozent auf TikTok. ChatGPT und andere KI-Tools kommen aktuell auf fünf Prozent. Während die Ergebnisse zu Digital, Print und persönlichem Kontakt für alle Altersgruppen ähnlich sind, zeigt sich bei Social Media und KI, dass diese deutlich häufiger von Menschen zwischen 18 und 29 Jahren genutzt werden.

*„Wir sehen jedoch leider, dass Inserate von Privatpersonen auf Social Media häufig unvollständig sind und die verpflichtenden Angaben fehlen“, weiß **Martina Hirsch** über diesen Kanal. „Wenn kein Profi, also keine Makler:innen oder kein Bauträger, beim Immobilienkauf involviert ist, passiert es häufig, dass relevante Immobilieninformationen oft auch unbeabsichtigt unter den Tisch fallen. Das birgt große Risiken für Verkäufer:innen wie Käufer:innen.“*

Nichtsdestotrotz werden Social-Media-Kanäle, Künstliche Intelligenz und digitale Plattformen in Zukunft an Bedeutung gewinnen, ist **Anton Holzapfel**, Geschäftsführer des Österreichischen Verbands der Immobilienwirtschaft (ÖVI), überzeugt: *„Wenn in rund zehn Jahren die nächste Generation an Käufer:innen und Verkäufer:innen in den Markt eintritt, wird sich auch die Rolle der Makler:innen verändern. Sicherheit in Beratung und bei der Entscheidungsfindung zu geben, wird dann noch relevanter.“*

Laufende Weiterbildung zentral

Daher setzt der Verband der Immobilienwirtschaft auch auf laufende Weiterbildung. **Holzapfel** ergänzt: *„Nicht nur, dass Makler:innen über die rechtlichen Vorgaben Bescheid wissen müssen – sie müssen auch auf das Nutzungsverhalten der Kund:innen vorbereitet sein. Das Leben wird in allen Bereichen digitaler – professionelle, persönliche Beratung wird dabei an Relevanz gewinnen. Für Immobilienprofis ist es auch deshalb unumgänglich, auf dem neuesten Stand zu bleiben und Weiterbildungen zu besuchen.“* Dabei geht es nicht nur um das 1x1 der Immobilienbranche, sondern auch um topaktuelle Themen wie Digitalisierung und agentische KI, Geldwäscheprävention sowie ESG-Anforderungen.

Der ÖVI fokussiert neben der Interessenvertretung seiner Mitglieder – darunter s REAL – auf ein umfangreiches Weiterbildungsangebot sowie die Nachwuchsförderung. *„Wir setzen auf unseren Nachwuchs und uns daher für diesen ein. Neu-Makler:innen sollen Fachwissen und praktische Erfahrung sammeln, aber auch Teil unseres Netzwerks werden“,* sagt **Martina Hirsch**. *„Durch laufenden Austausch und Zusammenarbeit stellen wir die stetige Weiterentwicklung unserer Branche sicher, um unseren Kund:innen stets das bestmögliche Angebot machen zu können.“*

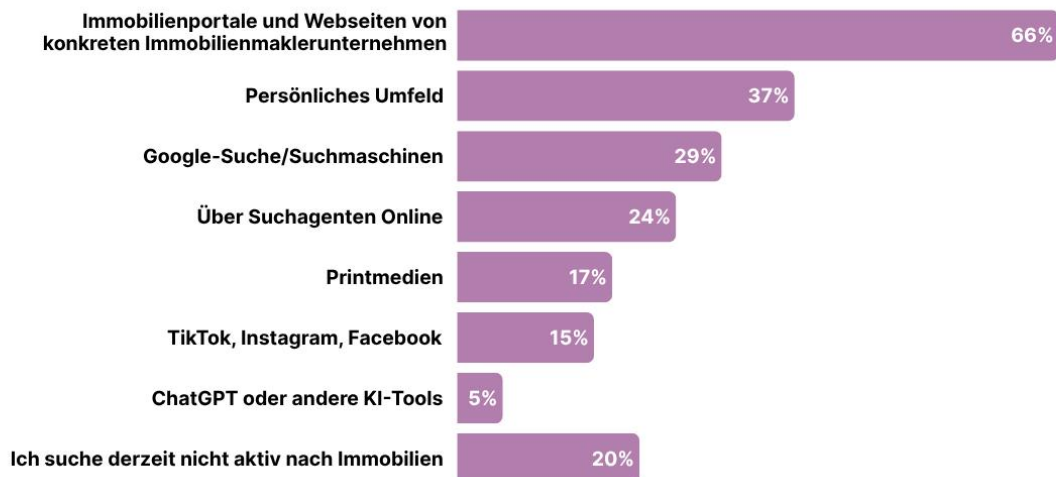
Fotos (Abdruck honorarfrei):

Foto 01: Martina Hirsch, Geschäftsführerin s REAL © Nussbaumer Photography

Foto 02: Anton Holzapfel, Geschäftsführer Österreichischer Verband der Immobilienwirtschaft © Christian Fürthner

Grafik: Über welche Kanäle informieren sich Interessent:innen bei der Immobiliensuche, Quelle TQS/s REAL

“Über welche Kanäle informieren Sie sich, wenn Sie nach einer Immobilie suchen?“



2026: MaFo, s REAL Immobilien & TQS Research & Consulting, Angaben in %, Mehrfachnennungen, n=1000

Über s REAL Immobilien

s REAL Immobilien wurde Ende 1979 gegründet und ist seither darauf spezialisiert, Menschen in allen Fragen rund um die Immobilie zu unterstützen. s REAL ist ein Tochterunternehmen der Erste Bank und Sparkassen. Damit verfügt das Immobilienunternehmen über ein umfangreiches Netzwerk an Spezialist:innen in ganz Österreich sowie breites Know-how für alle Arten von Immobilienveranlagungen und Finanzierungen. s REAL positioniert sich als hybrides – also analoges und digitales – Immobilienmaklerunternehmen.

Rückfragen an:

s REAL Immobilien | Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Am Belvedere 1, 1100 Wien
Desiree Gartner, MA, 050100 – 26214, E-Mail: desiree.gartner@sreal.at

Himmelhoch GmbH | Text, PR und Event, Wohllebengasse 4, 1040 Wien
Katharina Schüller, MA, +43 (0) 676 440 9970, katharina.schueller@himmelhoch.at