

„Zuhause in Uelzen“

# Wo das Wohnen Teil des Ganzen wird

In Sachen Marketing und Positionierung geht Matthias Untz aus Uelzen besondere Wege. Er positioniert sein Immobilienunternehmen in seiner Region so, dass er neben dem klassischen Immobilien- oder Verwaltungsgeschäft auch andere Gesellschaftsbereiche wie Sport, Musik, Kunst und Kultur mit einbezieht. „Zuhause in Uelzen“ könnte man sein Marketingmodell umschreiben.

Von Matthias Untz



„Untz“ ging es im Frühjahr 2020 wahrscheinlich wie vielen anderen. Als kleines Immobilienunternehmen, Verwalter und Makler, mit einer Handvoll Mitarbeitern standen wir anfangs etwas ratlos vor einer weltweiten Pandemie, in ihrer Dramatik und Länge nicht absehbar. Ein jahrzehntelanges Geschäftsmodell war infrage gestellt, welches ja genau auf dem basierte, was nun vernünftigerweise eingeschränkt wurde: Der persönliche Kontakt.

Verwalten, Vermieten und insbesondere Verkaufen basiert immer auf einer Vertrauensbasis, dieses Vertrauen entsteht traditionell im persönlichen Gespräch. Oder im Gespräch anderer Menschen über uns und unsere Dienstleistung. Nach kurzer Zeit der Orientierungslosigkeit war zumindest klar: Das Geschäft geht weiter. Besichtigungen und persönliche Treffen wie Eigentümergebäude sind in eingeschränkten Rahmen möglich, wenn auch ganz anders und nicht vergleichbar. Aber eine gesellige Runde? Ein vertrauensbildender Händedruck? Ein verbindendes Schulterklopfen? Fehlanzeige.

Die Menschen mussten digital erreicht werden. Digitales Vertrauen musste aufgebaut werden. Eine Homepage und ein Social-Media-Auftritt war bei uns vorhanden, aber schnell wurde klar, dass das in der bisherigen Form nicht ausreicht. An Zoom-Meetings, Kameras und Mikrofone hatte bisher bei uns niemand gedacht.

Überall in Uelzen präsent: Matthias und Kisten Untz auf dem Titel des regionalen Magazins „Barftgaans“.

Jeder kennt mittlerweile die Begriffe Farming und Storytelling, die den Auf-



bau einer Marke und die Positionierung von Personen beschreiben. Gemeint sind Immobilienfachleute als Akteure, die ihre Region – ein begrenztes Gebiet – bearbeiten wie der Landwirt seine Farm, seine Felder, seinen Hof. Wir sehen uns dabei als Geschichten-erzähler, die sich mit ihrer Umwelt verbinden, Teil einer Gemeinschaft sind und letztlich hier ihre Leistung anbieten.

Unser Gedanke war: Folgen die Menschen einer Immobilienfirma, mit allen Vorurteilen, die dazu gehören? Unter dem Motto: „Die wollen uns nur etwas verkaufen!“ Welche Geschichte kann unsere vorhandene Marke „Untz Immobilien“ erzählen? Wir haben neue Objekte, ja. Da kann man sehr schön wohnen. Jetzt ist das Objekt verkauft, jetzt haben wir ein neues. Sowa. Oder noch Geschichten aus dem Büro dazu: Die Büro-Katze ist krank. Jetzt ist sie wieder gesund. Alle freuen sich. Oder: Mitarbeiterin XY ist seit Jahren im Unternehmen. Sie feiert ein Dienst-Jubiläum, bekommt einen Blumenstrauß, freut sich ebenfalls. Das kann man sicherlich machen.

### Das interessiert kaum jemanden

Unsere Erfahrung ist jedoch, auch schon vor Corona und dem damit verbundenen erzwungenen Tempo der Digitalisierung: das interessiert kaum jemanden. Es ist und bleibt eine Immobilienfirma. Dieser zu folgen, aktiv zu werden, zu kommentieren, Nachrichten zu schreiben ist vergleichsweise simpel, aber zu kurz gedacht.

Es musste eine übergeordnete Idee her: „Zuhause in Uelzen“. Das klingt zunächst banal. Der Titel wurde von uns als erster Gedanke auch zunächst wieder verworfen. Allerdings kamen wir immer wieder darauf zurück und waren am Ende überzeugt: Das ist ein emotionaler Begriff, unter dem sich jeder etwas vorstellen kann, jeder auch etwas anderes und einerseits so simpel wie eingängig, dass man problemlos folgen kann. Und nicht zuletzt ist „Zuhause“ ein Wort, welches durchaus doppeldeutig sowohl das eigene Lebensumfeld als auch gleichsam die eigene Wohnung oder das eigene Haus beschreibt.

## *Wir sehen uns als Geschichtenerzähler, die sich mit ihrer Umwelt verbinden, Teil einer Gemeinschaft sind und letztlich hier ihre Leistung anbieten.*

„Zuhause in Uelzen“ sollte alle gesellschaftlichen Bereiche wie Sport und Musik, Kunst und Kultur, Essen und Trinken oder auch Umwelt und Soziales abdecken. Hierzu wollten wir die gesamte Bandbreite an Medien nutzen.

Im Social-Media-Bereich haben wir uns für die gängigen Kanäle Facebook, Instagram und Youtube entschieden. Unbedingt sollte es eine Analog-Digital-Brücke geben. Hierzu haben wir uns mit einem regionalen, gedruckten Magazin verbunden, die unsere Geschichten, Fotos und Filme auch einer älteren, vermutlich weniger digitalen Generation zugänglich macht und aus der Zeitung quasi ins Digitale führt. Anscheinend waren wir hier unserer Zeit sogar schon voraus, die Einbindung von AR-Markern (Augmented Reality), bei denen das Smartphone ein gedrucktes Bild direkt im Display zum Leben erweckt, war für viele Leser doch noch gewöhnungsbedürftig, kommt man doch gerade mit dem QR-Code einigermaßen klar. Eine Homepage, die alle Themen miteinander vernetzt, ist im Aufbau.

### Initiatoren von Stadtrundgängen, Kongressen und mehr

Die Abonnenten kamen, die Follower waren da, die Reichweite stellte sich ein. Wir bespielten unsere Region auf dem einen oder anderen Kanal. Anfangs nur als Beobachterposition gedacht, wurden wir jedoch schnell zu einem regionalen Akteur, dem man auch zutraute, zu gestalten. „Zuhause in Uelzen“ wurde Initiator von Stadtrundgängen, gründete

Initiativen, begleitete Kongresse und erweckte „Zuhause im Park“ und die „Vitaltage“, eine regionale Sportveranstaltung ins Leben. Was für ein Abenteuer! Und das Ganze während Corona und nebenbei. Über WhatsApp, Zoom und sonstige digitale Kanäle.

Und Immobilien verkauft, vermietet und verwaltet haben wir auch. Als Teil des Ganzen. „Zuhause in Uelzen... vielleicht in diesem schönen Einfamilienhaus in der Nähe des Parks.“ Sie können es sich vorstellen. Als Nächstes kommt die „Zuhause-App“. Dann sind unsere Kunden nur eine Push-Nachricht entfernt.

Bei allem aber gilt: Wir sind dabei, wir zeigen uns, wir sind Teil der Bewegung. Und wir sind die Fachleute, wenn's ums eigene „Zuhause“ geht. ■



**Matthias Untz**

ist Geschäftsführer von Untz Immobilien. Matthias Untz ist ein neues Gesicht im IVD-Bildungsinstitut. Er hält Vorträge zu Strategien im Marketing und bei der Positionierung einer Marke. Sein Familienunternehmen feiert nächstes Jahr sein 40-jähriges Bestehen.