

Wie Homann Immobilien den Markt digital revolutioniert

Von viralen Videos zu Verkaufsabschlüssen: Social Media als Gamechanger



Mr. Unreal Leon Sandhowe (3.v.l.) mit seinem Kameramann (Bildmitte) und dem Team von Homann Immobilien.

Ein spektakuläres Anwesen, eine perfekt inszenierte Tour – und innerhalb weniger Stunden Millionen Klicks. Was einst visionär schien, ist für Homann Immobilien inzwischen gelebte Praxis. Das traditionsreiche Maklerunternehmen aus Münster setzt konsequent auf digitale Strategien und erreicht mit innovativem Social-Media-Marketing ein Publikum weit über die Stadtgrenzen hinaus. Immobilienvermarktung erlebt eine digitale Transformation.

„Klassische Marketingmaßnahmen wie Printanzeigen und Exposés haben für uns immer eine Rolle gespielt – und tun es auch weiterhin. Doch heute setzen wir verstärkt auf digitale Kanäle, um unsere Reichweite zu maximieren“, erklärt Guyves Sarkhosh, Leiter Marketing und Kommunikation bei Homann Immobilien. Seit fast einem Jahr veröffentlicht das Unternehmen regelmäßig Kurzvideos auf Instagram, TikTok, Facebook und YouTube. Zweimal pro Woche entstehen aufwendig produzierte Videotouren durch exklusive Objekte – von luxuriösen Stadtvillen über moderne Penthouse-Wohnungen bis hin

zu renditestarken Anlageobjekten. Die Zahlen sprechen für sich: Innerhalb von neun Monaten gewann Homann Immobilien allein auf Instagram 10.000 neue Follower, insgesamt zählt das Unternehmen mittlerweile fast 30.000 Fans auf allen Plattformen. Jedes dritte Video ging viral – vier Beiträge überschritten jeweils die Marke von einer Million Aufrufen. Doch der digitale Erfolg beschränkt sich nicht nur auf Reichweite – auch konkrete Verkaufsabschlüsse resultierten direkt aus Social-Media-Aktivitäten.

Ein Meilenstein in der digitalen Strategie von Homann Immobilien ist die Zusammenarbeit mit Leon Sandhowe alias Mr. Unreal Estate. Der bekannte Immobilien-Influencer, der auf seinen Kanälen mehr als eine halbe Million Follower erreicht, präsentierte im Oktober 2024 eine außergewöhnliche Villa auf der Sentruper Höhe. Das denkmalgeschützte Anwesen mit 391 Quadratmetern Wohnfläche und exklusiver Lage wurde in einem perfekt produzierten Video inszeniert – mit großem Erfolg. „Die Resonanz war überwältigend. Innerhalb kürzester Zeit erreichte das Video eine riesige Community, die sich genau für solche Premium-Objekte interessiert“, berichtet Sarkhosh. Aufgrund des Erfolgs wurde die Kooperation im März mit der Präsentation eines exquisiten Objekts in Begleitung des WDR in Nordkirchen fortgesetzt.

Doch was macht Social Media für den Immobilienvertrieb so wirkungsvoll? „Es geht um Emotionen, um Storytelling und um die direkte Verbindung zu potenziellen Käufern“, erklärt Sarkhosh. Statt statischer Bilder erleben Interessenten die Immobilien in Echtzeit, erhalten authentische Einblicke und können sich unmittelbar mit den Objekten identifizieren.

Doch was macht Social Media für den Immobilienvertrieb so wirkungsvoll? „Es geht um Emotionen, um Storytelling und um die direkte Verbindung zu potenziellen Käufern“, erklärt Sarkhosh. Statt statischer Bilder erleben Interessenten die Immobilien in Echtzeit, erhalten authentische Einblicke und können sich unmittelbar mit den Objekten identifizieren.

Homann Immobilien setzt dabei auf eine professionelle Mischung aus Ästhetik, hochwertiger Produktion und gezieltem Targeting. „Unsere Videos werden nicht nur in Münster gesehen, sondern im gesamten deutschsprachigen Raum – von potenziellen Käufern, Investoren und Immobilieninteressenten.“ ■