

## reposée

reposée – Saisonales Sharing von Ferienimmobilien und Wochenendhäusern

<b>Programm / Ausschreibung</b>	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 5. Ausschreibung 2018	<b>Status</b>	abgeschlossen
<b>Projektstart</b>	02.05.2018	<b>Projektende</b>	01.06.2020
<b>Zeitraum</b>	2018 - 2020	<b>Projektlaufzeit</b>	26 Monate
<b>Keywords</b>	B2b, B2c, Vermittlungsplattform, Sharing,		

### Projektbeschreibung

**DAS PROBLEM:** Es gibt im DACH Raum ca. 3,6 Mio Nebenwohnsitze - Immobilien, die nicht regelmäßig genutzt werden und die meiste Zeit leer stehen (siehe Businessplan S.30 ")

**DER GRUND:** 1) Wochenendhäuser werden nur am Wochenende oder in der Saison genutzt. Ganze Siedlungen stehen oft außerhalb der Saison leer. 2) Wochenendhäuser wurden oftmals vererbt - die Erben hätten sich die Immobilie freiwillig nicht gekauft, wollen aber aus familiären Gründen auch nicht verkaufen. Somit steht es oft ungenutzt leer. 3) Freizeit-Immobilienbesitzer haben generell das Interesse an einem regelmäßigen Besuch verloren, müssen aber trotzdem weiterhin monatliche Betriebskosten zahlen.

**DIE LÖSUNG:** "reposée", die Plattform, auf der Immobilienbesitzer einen oder mehrere Mieter finden können, mit denen sie ihre Freizeit-Immobilie über eine begrenzte Zeit (2-12 Monate) in individuellen Shares (Nutzungstagen pro Monate oder Jahr) teilen können.

Reifegrad des Prototyps

Alle relevanten Funktionen für eine Markteinführung sind vorhanden, die notwendigen Schnittstellen zwischen Front -und Backend bestehen und die korrespondierenden Server/Serverkapazitäten sind in Hinblick auf Beständigkeit und Belastbarkeit getestet. Es besteht Kompatibilität zu allen gängigen Betriebssystemen/Internet-Browsern und das System funktioniert sowohl am Desktop als auch am mobilen Endgerät reibungslos.

Geplante Marketingaktivitäten: (siehe Anhang Marketing Plan Seite 17 bis 31)

- Direkte Ansprache von Immobilien- Besitzer
- Eigene Facebook Gruppe - [www.facebook.com/groups/freizeitimmobilien](http://www.facebook.com/groups/freizeitimmobilien),
- Messen und Konferenzen - Präsentation des reposée Konzeptes
- Referral Program: animiert die Registrierung weiterzuempfehlen.
- SEO - Die reposée-Webseite wird mittels Google Keywordplaner optimiert;
- Blog - [www.reposee.com/blog](http://www.reposee.com/blog) und Backlinks: von und auf die reposee Webseite
- Drei große E-Mail Kampagnen und (klassische) Postwurfsendungen im DACH Raum
- Search Engine Advertising – SEA: bezahlte Werbekampagnen über Google
- Werbe-Maßnahmen in den Social Media (z.B. Facebook) und in Print-Medien
- Kooperationen mit Partner zur gemeinsamen Werbeaktionen

- Public Relation zu gesellschaftsrelevanten Themen wie Leerstand am Lande
  - vorgesehenen Entwicklungstätigkeiten
  - IOS und Android App Fertigentwicklung
  - Schnittstelle für Drittanbieter: Anbindung an Open Immo und kleine JavaScript Applets
  - Automatische Social Media Integration
  - Verbessertes Administrationspanel und Genehmigungsinstanzen für neue Profile
  - Internationalisierung mit zusätzliche Übersetzungen
- angestrebten Ergebnisse der Marketingstrategie

Ziel ist es so schnell wie möglich eine kritische Masse an Usern für die Plattform zu gewinnen - in den ersten 12 Monaten zumindest 4,000 Besitzer. Für jede dieser angebotenen Immobilie sollten zumindest 3 potentielle Mieter (= 12.000), die in einem Radius von ca. 300km (3h Fahrtzeit) leben akquiriert werden. Daraus sollten sich 780 Verträge ergeben.

## Abstract

THE PROBLEM: In the DACH Region approx. 3,6 Mio secondary residences are not regularly used and remain for the majority of the time empty. (see business plan S.30)

THE REASON: 1) Weekend houses are only used on weekends or in a particular season. Entire dwellings stay empty outside of the season. 2) Weekend houses are often inherited. The inherits would not have bought the object on their own will, but do not dare to sell the property due to family reasons. Therefore, they remain unused. 3) Leisure property owners in general have lost interest in a regular visit, but still have to come up for monthly maintenance costs.

THE SOLUTION: "reposée", a platform, on which property owners could find one or more tenants, with whom they can share their leisure property for a limited amount of time (2 to 12 months) in individual shares (days of use in a month or year).

Maturity of the prototype

All relevant functions are ready for a market introduction, the necessary interfaces between front -and backend are in place and corresponding server/server capacities are tested in regards to sustainability and load-bearing capacity. There is compatibility to all common operational systems/internet browsers and the system functions as on desktop as much as on mobile devices without any problems.

Planted marketing activities: (see attachment Marketing Plan Seite 17 bis 31)

- Direct Acquisition of property owners
- Own Facebook group - [www.facebook.com/groups/freizeitimmobilien](http://www.facebook.com/groups/freizeitimmobilien),
- Fairs and conferences - presentation of the reposée concept
- Referral Programme: motivate to recommend registration on reposée
- SEO - The reposée website will be optimized via SEO-Tools such as [www.seobility.net](http://www.seobility.net);
- Blog - [www.reposee.com/blog](http://www.reposee.com/blog) and backlinks: from and to the reposée website
- Three big E-Mail campaigns and (classic) postal mail campaigns in the DACH region
- Search Engine Advertising - SEA: pay per click campaigns at Google using Google Keyword planners.
- Advertising on Social Media (e.g. Facebook) and in print media
- Cooperation with partners for joint advertising campaigns
- Public Relation to societal relevant issues such as property vacancies in the country side.

Planned development activities

- Finalisation of IOS and Android App development
- Interface to third parties: Connection to Open Immo and small JavaScript applets

- Automated Social Media integration
- Improved administration panel and approval authorities of new profiles
- Internationalisation with new, additional translations

Expected results of the marketing strategy

The aim is to reach a critical mass of users of the platform as soon as possible - in the first 12 months at least 4,000 property owners. For every offered property at least 3 potential tenants (= 12.000), that are living in a reach of approx. 300 km (3h travel time). This should result in 780 contracts.

## **Projektpartner**

- reposée GmbH in Liqu.