











Geschäftsidee: Tiny House - Immobilienportal

	Problem:	<i>Tiny Houses werden in Deutschland immer stärker nachgefragt. Schwierig ist jedoch dabei herauszufinden, wo ein solches billiges, kleines Haus aufgestellt werden darf.</i>
	Lösung:	<i>Der Infopreneur bietet diesen Tiny House-Interessenten auf seinem Portal diese Informationen an.</i>
	Kunden:	<ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppe: <i>Es ist keine spezielle zu definieren. Generell interessiert sich jegliche Art von Erwachsenen an solch einer Immobilienart</i> • Marktanalyse: <i>Derzeit keinerlei deutschlandweite Marktzahlen vorhanden. Dennoch: Künftig werden Hersteller und deren Auftragsbücher wachsen.</i> • Nutzen: <i>Die Nutzer des Portals erhalten Informationen, die dazu notwendig sind, um sich solch ein Tiny House beschaffen zu können.</i>
	Umwelt:	<p>Umwelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konkurrenzsituation: <i>Derzeit konzentriert sich noch niemand auf die Frage nach dem Ort, an dem ein Tiny House erstellt werden darf.</i> • Markteintrittsbarriere: <i>Keine.</i> • Rechtliche Vorschriften: <i>Keine speziellen zu berücksichtigen</i>
	Angebot:	<ul style="list-style-type: none"> • Angebotsportfolio: <i>Über das Portal werden Informationen angeboten, wo ein Tiny House aufgestellt werden kann, oder wo eines bereits erstellt wurde und durch Miete oder Kauf übernommen werden kann.</i> • Angebotskanäle: <i>Portal in Form einer eigenen Website.</i> • Typische Arbeitsweise: <i>Anfangs sich auf bereits vorhandene Angebote zu konzentrieren, um diese auf dem eigenen Portal übernehmen zu können.</i> • Voraussetzungen: <i>Soziale Fähigkeiten; sich gut ausdrücken können.</i>
	Realisierung	<ul style="list-style-type: none"> • Produktion: <i>Möglichst viele Orte erfassen und sie den Nutzern auffindbar machen.</i> • Werbung/Marketing: <i>Werbemaßnahmen überall sinnvoll, da potentielle Nutzer sich an allen Orten bewegen.</i> • Preisgestaltung: <i>Wichtig - Preise dürfen nicht der Nutzung des Portals widersprechen.</i> • Techniken: <i>Computer, Software.</i> • Drittanbieter: <i>Eher nicht empfehlenswert, da Erstellung des Portals kompliziert ist.</i> • Konzepttest: <i>Wichtig – steigt die Nutzung des Portals?</i>
	Bewertung	<ul style="list-style-type: none"> • Investition: <i>Sehr gering, da Computer, Software etc. meistens bereits vorhanden.</i> • Umsatz: <i>Nicht definierbar.</i> • Risiko: <i>Sehr geringes finanzielles Risiko.</i>
	Ideen	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Passende Domains können lauten: tinyworld.de; tinyhousescout.de,...</i>
	Aus- u. Weiterbildung	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Keine speziellen Bildungsvoraussetzungen notwendig.</i> • <i>Generell helfen: Erfahrung über Informationstechnik und juristische Kenntnisse.</i>
	Quellen/Infos	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Suchmaschinen nutzen, um sich Infos zu beschaffen.</i>
	Fazit	<i>Tiny Houses werden in Deutschland immer stärker nachgefragt. Leider fehlen den Interessenten dazu bislang die Informationen über die Orte, auf denen solche Häuschen aufgestellt werden dürfen. Dadurch erhält der Infopreneur die Chance, eine erfolgreiche Geschäftsidee umsetzen zu können.</i>

Artikel:

<https://www.infopreneur.de/geschaeftsideen-mit-domain/geschaeftsidee-tiny-house-immobilienportal>