

Nürtingen

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen (HfWU)

Udo Renner
Neckarsteige 6-10
72622 Nürtingen
Tel.: (0 70 22) 201-391
Fax: (0 70 22) 201-303
E-Mail: presse@hfwu.de
www.hfwu.de

Startschuss für den Immobilien-Marketing-Award 2013

- Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) startet Ausschreibung für herausragende Immobilien-Marketingkampagnen -

NÜRTINGEN. (hfwu) Die einzige Professur für Immobilienmarketing an einer deutschen Hochschule zeichnet auch im Jahr 2013 herausragende Marketingkampagnen in der Immobilienwirtschaft aus. Professor Dr. Stephan Kippes von der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) organisiert den Immobilien-Marketing-Award. Einsendeschluss ist der 10. Mai. Teilnehmen können Makler, Bauträger, Verwalter und Dienstleister.

Früher führte Marketing in der Immobilienbranche oft ein Schattendasein. Noch heute verzichten viele kleine Unternehmen ganz auf Marketingaktivitäten und große Unternehmen mit nur einem Mitarbeiter im Bereich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit sind keine Seltenheit. Dabei ist Marketing für die ganze Branche überlebenswichtig. Vor diesem Hintergrund zeigt der Immobilien-Marketing-Award in den letzten Jahren eine erfreuliche Tendenz: Die grundlegende Bedeutung des Immobilienmarketings ist unumstritten, die Umsetzung wird immer kreativer. Hierauf baut der Immobilien-Marketing-Award 2013 auf. Immobilienunternehmen aus allen Bereichen der Immobilienwirtschaft können sich mit Vermarktungskonzepten von Wohn- und Gewerbeimmobilien bewerben. Eine eigene Preiskategorie bilden „Low Budget“-Kampagnen, die nicht mehr als 20.000 Euro kosten. Einen Sonderpreis

gibt es für „Öko-Marketing in der Immobilienwirtschaft“. In dieser Kategorie werden Strategien für „GreenBuilding Konzepte“, Nachhaltigkeits-Marketing und die Vermarktung von Energieeffizienz gewürdigt.

Der Immobilien-Marketing-Award, 2004 vom Fachmagazin „Immobilienwirtschaft“ und dessen Chefredakteur Dirk Labusch ins Leben gerufen, will ein Umdenken bezüglich Marketingaktivitäten einleiten und die Marketing-Verantwortlichen in der Immobilienbranche zu mehr Professionalität motivieren. Nun sind die Vertreter der Branche an der Reihe: Makler, Bauträger, Verwalter und Dienstleister können sich für den Preis bewerben und beweisen, dass das Marketing in der Immobilienbranche kein kümmerliches Dasein fristet.

„Ein professionelles Immobilienmarketing ist von größter Bedeutung für Immobilienunternehmen, es ist für die Objektakquise als auch für die Vermarktung der Immobilien unerlässlich“, stellt Prof. Dr. Stephan Kippes von der HfWU fest. Ein Umdenken in der Branche sei überfällig: „Marketing ist für alle Vertreter dieses Wirtschaftszweiges überlebensnotwendig. Das Marketing muss endlich einen Stellenwert erhalten, der den Umsätzen und Geschäftsvolumina der Branche entspricht“.

Der Immobilien-Marketing-Award will dazu einen Anreiz schaffen und gleichzeitig eine Standortbestimmung vornehmen. Es geht darum herauszufinden, wo die kreativen, zielgruppengerechten und lebendigen Marketingkonzepte entwickelt und angewendet werden. Mehr Professionalität ist das Gebot der Stunde. Die Hochschule will gemeinsam mit der Fachzeitschrift „Immobilienwirtschaft“ als Medienpartner einen Umdenkungsprozess auslösen. Als Sponsoren unterstützen die ECE Projektmanagement GmbH+Co.KG und die Immobilien Scout GmbH die Ausschreibung.

Die Konzepte werden von einer Fachjury unter dem Vorsitz von Professor Dr. Stephan Kippes begutachtet und bewertet. Der Jury gehören wie in den Vorjahren

an: der Chefredakteur der Fachzeitschrift
„Immobilienwirtschaft“ Dirk Labusch
(stellvertretender Vorsitzender), Klaus Striebich,
Geschäftsführer der ECE Projektmanagement, Volker
Wohlfarth, Geschäftsleiter Anbietermarketing der
Immobilien Scout GmbH und Prof. Dr. Werner
Ziegler, Rektor der HfWU.

Der Immobilien-Marketing-Award wird auf der
Messe Expo Real im Oktober vergeben. Dort werden
die besten Konzepte präsentiert und in der Zeitschrift
Immobilienwirtschaft ausführlich vorgestellt.
Einsendeschluss ist der 10. Mai 2013.

Die eingereichten Marketingkonzepte können durch
eine spezialisierte Agentur im Auftrag eines Kunden
erstellt worden sein. Einreicher ist das
konzeptumsetzende Immobilienunternehmen.
Eingereicht werden können Konzepte, die sich in
einem fortgeschrittenen Planungsstadium oder in der
Umsetzungsphase befinden. Wurde ein Konzept
bereits realisiert, muss die Umsetzung in 2012 oder
2013 begonnen worden sein.

Die Immobilie/Dienstleistung, für die das
Marketingkonzept erstellt wurde, muss für den/bzw.
auf dem Immobilienmarkt im deutschsprachigen
Raum projektiert, entwickelt oder angeboten werden.
Fonds-Vermarktungskonzepte müssen für den
Vertrieb an inländische Zeichner entwickelt sein.

Weiterführende Informationen unter
www.hfwu.de/de/immobilien-marketing-award