

Nürtingen, den 4. April 2013

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

Endspurt beim Immobilien- Marketing-Award 2013

- bis zum 10. Mai werden noch Beiträge für den Immobilien-Marketing-Award der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) angenommen -

NÜRTINGEN. (hfwu) Der Einsendeschluss zum Immobilien-Marketing-Award rückt näher. 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 die Ausschreibung. Wettbewerbsbeiträge werden noch bis Anfang Mai angenommen.

Makler, Bauträger, Verwalter und Dienstleister, die noch am diesjährigen Immobilien-Marketing-Award teilnehmen möchten, müssen sich sputen. Am 10. Mai ist Einsendeschluss für den renommierten Wettbewerb. 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 die

Ausschreibung 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. „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.

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