

Nürtingen, den 26. März 2012

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](mailto:presse@hfwu.de)  
[www.hfwu.de](http://www.hfwu.de)

## **Endspurt beim Immobilien- Marketing-Award 2012**

- 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 2012 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. Die Ausschreibung startete im Januar. Wer noch teilnehmen möchte, sollte sich sputen. Einsendeschluss ist der 15. 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 2011 eine erfreuliche Tendenz: Die grundlegende Bedeutung des Immobilienmarketings ist unumstritten, die Umsetzung wird immer kreativer. Hierauf baut der Immobilien-Marketing-Award 2012 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.

„Immobilienmarketing ist eine wichtige und spannende Tätigkeit, deren professionelle Umsetzung nicht selten über den Erfolg oder Misserfolg ganzer Projekte oder sogar des Immobilienunternehmens selbst entscheidet“, 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 15. Mai 2012.

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 im Jahr 2011 oder 2012 begonnen worden sein.

Die Immobilie oder Dienstleistung, für die das Marketingkonzept erstellt wurde, muss für den 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/](http://www.hfwu.de/de/immobilien-marketing-award/)