

Nürtingen, den 08. Oktober 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

„Immobilien-Marketing-Award 2013“ auf der EXPO REAL verliehen

- Prof. Kippes: „Immobilienmarketing sollte bei neuen Immobilienprojekten frühzeitig involviert werden“ -

NÜRTINGEN. (hfwu) Während der diesjährigen Immobilienmesse Expo-Real in München wurden wieder die Gewinner des „Immobilien-Marketing-Award 2013“ ausgezeichnet. Den renommierten Preis verleiht die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU). „Hierbei ist erfreulich festzustellen, daß Immobilien-Marketing für die Branche zunehmend an Bedeutung gewinnt“, stellte der Vorsitzende der Fachjury, Professor Dr. Stephan Kippes, Inhaber der einzigen Professur für Immobilienmarketing im deutschsprachigen Raum, in seiner Laudatio erfreut fest.

„Grundsätzlich ist es von größter Wichtigkeit“, so Prof. Stephan Kippes, „die Marketingspezialisten bei Neubauvorhaben, egal ob im Wohn- oder Gewerbeimmobilienbereich möglichst frühzeitig, auf alle Fälle aber bevor die Planung abgeschlossen ist, mit an den Tisch zu holen. Das Immobilienmarketing in dieser früher Phase nicht zu involvieren, ist leider ein häufig gemachter Fehler.“ Dann wird das Marketing erst eingeschaltet, wenn es zu nachhaltigen Vermarktungsproblemen kommt - und das ist, wie Prof. Stephan Kippes feststellte, genau der falsche Ansatz. Prämiert wurden herausragende Marketingkonzepte in der Immobilienwirtschaft.

Bei der Kategorie „Wohnen“ prämierte die Fachjury 2013 zwei gleichplatzierte Gewinner des Awards für die Kategorie „Wohnen“: Die WULFF HANSEATISCHE BAU-TRÄGER GMBH und die move elevator GmbH.

Die Kampagne der WULFF HANSEATISCHE BAU-TRÄGER GMBH, einem der Gewinner des Awards für die Kategorie „Wohnen“, unterstützte die Vermarktung von insgesamt 84 Eigentumseinheiten am Winterhuder Markt- platz in Hamburg. Das Marketing erfolgte, so Laudator Prof. Dr. Werner Ziegler, Rektor a.d. der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen „ab Ver- tribsstart, mit einer großen Bandbreite an Marketingmaß- nahmen, die höchst professionell integriert waren.“ Beson- ders hervorzuheben waren die Printexposés, bei denen jede Seite multimedial aufgeladen ist. Die multimedialen Inhalte können über eine separate und kostenlos erhältliche App per iPhone und iPad abgerufen werden. Der Internetauftritt erfolgte mit interaktiver 3D-Wohnungsauswahl.

Eine App für iPhone und iPad zum Abruf der multimedialen Werbungselemente insbesondere der Augmented Reality Anteile wurde entwickelt. Es erfolgte hierbei eine Darstel- lung der Architektur als interaktive 3D-Modelle, eingebettet in das reale Printexposé, Zeitungsanzeigen etc.

Zudem entwickelte die WULFF HANSEATISCHE BAU- TRÄGER GMBH ein interaktives fotorealistisches 3D- Innenpanorama einer kompletten Wohnung zur Verwen- dung auf dem iPad.

Die zweite Gewinnerin des Awards für die Kategorie „Wohnen“ ist die move elevator GmbH. Die Firma bench- mark REAL Estate Development GmbH erwarb im Sommer 2011 das leerstehende Verwaltungsgebäude in der Adalbert- straße 44-48 in Frankfurt-Bockenheim. Ziel des Ankaufs, war, so Laudator Maziar Arsalan, Leiter B2B Marketing bei Immobilien Scout, „der Umbau des früher als Verwaltungs- gericht genutzten Bürogebäudes in ein Wohnhaus mit kleinteiligen Wohnungen, sog. Mikro-Appartements.“

Das Produkt selbst sollte sich durch die zentrale Lage in der Stadtmitte Frankfurts, die Nähe zu universitären Einrich- tungen, die hochwertige und komplette Einrichtung sowie eine fixe Nebenkostenflatrate (inkl. beispielsweise eines Hochgeschwindigkeits-Internetzugangs) auszeichnen. Mit diesen Vorgaben wurde die Agentur move:elevator beauf- tragt, die Marke, ein Vertriebskonzept und andere Vermark- tungsmaßnahmen zu entwickeln.

Es war schnell klar, dass dieses Produkt nicht nur einmalig in Frankfurt angeboten werden sollte, sondern wegen der steigenden Nachfrage nach studentischem Wohnraum auch in weiteren Hochschulstandorten in Deutschland. Aus diesem Grunde kam es auch zu weiteren Ankäufen von umbaufähigen Bestandsgebäuden bzw. Grundstücken in Münster und Darmstadt. Weitere Standorte werden geprüft und werden das Portfolio von HEADQUARTER weiter abrunden.

Eine Homepage ist nun das primäre Vermarktungs- und Informationswerkzeug. Dort können die interessierten Studenten (und deren Eltern) alle Informationen zu Ausstattung, Lage, Kosten, Angebot etc. erfahren. Begleitet wird diese Homepage durch einen eigenständigen Facebook-Auftritt, sowie Anzeigen in den einschlägigen Internetportalen für Mietwohnungen. Das bereits im Betrieb befindliche Objekt HEADQUARTER Frankfurt konnte mit Fertigstellung Vollvermietung vermelden. Auch das HEADQUARTER Münster ist schon vor seiner Eröffnung zum Wintersemester 2013 bis auf wenige Appartements vollständig vermietet.

Gewinner in der Kategorie „Gewerbe“ ist die Gebau Fonds GmbH, die ein sehr fundiertes Marketing-Konzept für ein Büroobjekt in einem Gewerbegebiet im Duisburger Westen entwickelt hatte.

Auf Basis einer umfassenden Marktforschung wurde im Zuge des Markenaufbaus ein Logo, Claim sowie verschiedene werbliche Motive entwickelt, die die Ausrichtung der Immobilie deutlich machen. Um die bereits beschriebenen Problemfelder „Leerstand“, „Zustand der Flächen“ und „Konkurrenzobjekte“ zu lösen, hat sich die Gebau Fonds GmbH im Rahmen der Vermarktung der Gewerbeimmobilie BÜROHAUS dafür entschieden, mit einem in der Immobilienwirtschaft noch recht jungen Tool zu arbeiten.

Die „Augmented Reality“, also die „erweiterte Realität“, kombiniert virtuelle und reale Inhalte und gibt diese über ein mobiles Endgerät, Tablet oder Smartphone aus. Durch die Augmented-Reality-Anwendung erlangt der Mietinteressent einen erlebbaren Eindruck von der Immobilie, es ermöglicht Echtzeit-Interaktionen bei der Besichtigung und einen positiven Ersteindruck.

Nach Öffnen der Anwendung sehen die Nutzer die verkehrliche Anbindung. Im Anschluss kann das Objekt rundum über eine 3D-Visualisierung betrachtet werden. Durch „Öffnen“ des Dachs werden den Nutzern die Raumstruktur sowie verschiedene Raumprofile aufgezeigt. Zwei Marker bezeichnen die markieren Standorte, über deren Auswahl man direkt in die Fläche gelangt.

Um Interessenten die Vorteile der „Augmented Reality“-Anwendung nahe zu bringen, wurde für DAS BÜROHAUS ein Produktfilm erstellt. Der Film zeigt die Benutzung der Anwendung und liegt dem Imageexposé bei.

Jury Mitglied Klaus Striebich, Managing Director Leasing der ECE Projektmanagement, stellte in seiner Laudatio die Vorteile der hier eingesetzten Augmented Reality heraus. Sie helfe „bei der Vermeidung von kosten- und zeitintensiven Baumaßnahmen für ein Musterbüro, vermeidet Rückbaukosten bei Vermietung der Musterflächen. Augmented Reality ist weiter vor Ort im Objekt oder direkt beim Kunden flexibel einsetzbar. Als hochwertiges Kommunikationsmittel gibt es Interessenten zudem ein Gefühl von Wertigkeit.“

Mit dem Award in der Kategorie „Sonder-Award: Immobilienmarketing-Tools“ wurde ein Produkt der begehungen.de GmbH ausgezeichnet: Das BaustellenPanorama. 2012 bekam die begehungen.de GmbH von der SANUS AG den Auftrag, 3D Visualisierungen (Renderings) und einen virtuellen Panorama-Rundgang für das Projekt Heritage Garden an der Berliner Spree, zu erstellen. Die Renderings wurden für das Exposé und das Bauschild benötigt. Der virtuelle Panorama-Rundgang ist ein zusätzliches Internet-Feature zur virtuellen Besichtigung.

An insgesamt vier Stellen auf dem Baufeld wurden Schilder mit QR-Codes angebracht. Mit einem iPhone oder iPad können die Nutzer durch Scannen des QR-Codes ein 3D-visualisiertes Panorama auf einem Mobilgerät öffnen. Das Panorama zeigt eine 360-Grad-Visualisierung des jeweiligen Standortes an. Ähnlich wie bei Augmented-Reality-Anwendungen wird den Nutzern stets die Blickrichtung im Panorama präsentiert, in die ihre Mobil-Gerät gerade zeigen. Mit dem iPhone/iPad lässt sich also virtuell in die Zukunft und auf alle Gebäude, Wege und Grünflächen

schauen, so, wie sie geplant sind und später einmal gebaut werden.

Das BaustellenPanorama, so Dirk Labusch stellv. Vorsitzender der Jury und Chefredakteur der Fachzeitschrift „Immobilienwirtschaft“ in seiner Laudatio, sei eine „herausragende Vertriebsunterstützung für die Verkäufer vor Ort, die das Baufeld und die Visualisierungen nun viel intensiver in die Vertriebspräsentation einbinden können. Für Kaufinteressierte wird das Baufeld/die Baustelle durch die BaustellenPanoramen zur virtuellen Erkundungsplattform. Auch außerhalb der gewöhnlichen Beratungszeiten können nun alle Interessenten via Smartphone auf eine virtuelle Besichtigungstour gehen.“ Die Besonderheit und die Innovationskraft dieses Marketinginstruments liegt in den Aspekten Verknüpfung von Online- und Offline-Welt, Augmented Reality und Mobil-Marketing.

Der Jury gehörten an: Prof. Dr. Stephan Kippes (Vorsitzender), Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen, Dirk Labusch, Chefredakteur der Zeitschrift „Immobilienwirtschaft“ (stellvertretender Vorsitzender), Klaus Striebich, ECE Projektmanagement GmbH+Co. KG, Maziar Arsalan, Immobilien Scout GmbH und Prof. Dr. Werner Ziegler, Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen.

Der Immobilien-Marketing-Award wurde 2004 ins Leben gerufen. Der Preis soll den Stellenwert der Disziplin Immobilienmarketing erhöhen und der Branche wichtige Impulse geben“, so Prof. Stephan Kippes.

Im Rahmen der Preisverleihung während der Expo Real wurden die besten Konzepte des Wettbewerbs präsentiert. Hauptsponsoren des IMMOBILIEN-MARKETING-AWARD 2013 sind Immobilien Scout 24 und die ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG. Medienpartner ist die Fachzeitschrift „Immobilienwirtschaft“.

Die Fotos zur Preisverleihung sind ab Mittwoch, 09.10.2013, 10.00 Uhr online verfügbar:

<http://www.hfwu.de/de/immobilien-marketing-award/preistraeger-2013.html>