

Nürtingen, den 5. Oktober 2017

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt  
Nürtingen-Geislingen (HfWU)

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)

## Hohe Auszeichnung für die besten Marketing-Konzepte

- Gewinner des „Immobilien-Marketing-Award 2017“ auf der EXPO REAL geehrt; Prof. Kippes: „Eine große Bandbreite interessanter Immobilienmarketing-Konzepte!“ -

**NÜRTINGEN. (hfwu) Im Rahmen der internationalen Immobilienmesse Expo Real in München wurden, wie es inzwischen schon gute Tradition ist, auch dieses Jahr wieder die Preisträger des „Immobilien-Marketing-Award 2017“ geehrt. Den Preis verleiht die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU). „Auch 2017 erhielt die Jury wieder ein breites Spektrum interessanter Immobilien-Marketing-Konzepte“, stellte der Vorsitzende der Fachjury, Prof. Dr. Stephan Kippes, Inhaber der einzigen Professur für Immobilienmarketing im deutschsprachigen Raum, in seiner Rede erfreut fest. „Sehr positiv war auch, dass bei dem Award eine ganze Reihe von Bewerbungen aus der Schweiz und Österreich eingingen. Dies zeigt, dass der Award nicht nur ein rein deutsches Produkt ist, sondern wie beabsichtigt eines des ganzen deutschsprachigen Raums. Insofern hat es die Jury auch speziell gefreut, dass einer der Gewinner aus der Schweiz kommt.“**

Im Rahmen der Preisverleihung während der Expo Real wurden die besten Konzepte des Wettbewerbs präsentiert. Sponsoren des Awards sind die ECE Projektmanagement GmbH+Co.KG und die Strabag Real Estate GmbH. Medienpartner ist das Fachmagazin „Immobilienwirtschaft“.

**Gewinner in der Kategorie „Wohnen“ ist die PAN-DION AG mit Sitz in Köln. Das inhabergeführte Immobilienunternehmen entwickelt, realisiert und vertreibt**

hochwertige Wohnprojekte – und wird für das Marketingkonzept des Wohnprojekts PANDION THE HAUS in Berlin ausgezeichnet: Hier entstehen in bester Lage der City West Eigentumswohnungen in einer neuen, skulpturalen Adresse mit stadtbildprägenden zweigeschossigen Erkern. Die mediale Bühne hierfür hat, so Laudator und Jury-Mitglied Rainer M. Schäfer, „die größte temporäre Street-Art-Galerie der Welt bereitet: THE HAUS – die spektakuläre, namensgebende, mit Kunstkonzepten sämtlicher Disziplinen gefüllte kulturelle Zwischennutzung des Vorgängergebäudes, bevor PANDION THE HAUS seinen Platz einnimmt. „Zwei bis sechs Stunden Wartezeit, 80.000 Besucher und ca. 1.600 Presseartikel stehen“, so Laudator Rainer M. Schäfer, „für den THE-HAUS-Erfolg – und 175 internationale Künstler und Berlin Art Bang e.V. dahinter.“

Der künstlerische Anspruch ist das prägende Element der DNA des in Zusammenarbeit mit DUO Werbeagentur aus Berlin entwickelten Marken- und Kommunikationskonzepts: Großzügigkeit, Designanspruch und Urbanität sorgen für die dauerhafte Unverwechselbarkeit der neuen Adresse. Und positionieren die PANDION AG gleichzeitig als modernen Immobilienentwickler, der Projekte mit hohem Anspruch realisiert – als Unternehmen, das sich über das Investment hinaus für die Stadtgesellschaft engagiert.

**Gewinner des Awards für die Kategorie „Gewerbe“** sind Union Investment Real Estate/Sonae Sierra/21Media, mit „**First Store by Alexa**“ einem ganz neuen Wettbewerbskonzept für innovative Geschäftsideen.

Dieses Retail-Casting wurde, so Laudator und Jurymitglied Klaus Striebich, „für Newcomer und Startups, für Hersteller, Produzenten und Online-Shops entwickelt, die den stationären Einzelhandel mit neuen Konzepten bereichern möchten.“

Die Vision von Sonae Sierra und Union Investment, den Betreibern des Alexa in Berlin, ist es, einen lebendigen, bunten und unverwechselbaren Handelsplatz zu schaffen. Denn zu einem modernen Shoppingenerlebnis gehören Vielfalt und Innovation. Daher soll, so

Klaus Striebich, „'First Store' innovativen Geschäftsideen eine Plattform für ihren ersten Shop in bester Infrastruktur bieten. Und das in einer Top-Location mitten in Berlin, im erfolgreichen Shopping-Center Alexa am Alexanderplatz, ein halbes Jahr mietfrei.“

Zusammen mit der Agentur 21MEDIA wurde daher der Wettbewerb „First Store by Alexa“ konzipiert und schließlich von 21MEDIA durchgeführt. Dies beinhaltete ein Kommunikationskonzept, das zielgerichtet dafür ausgelegt war, potentielle Bewerber für den Wettbewerb zu gewinnen.

Die eingereichten Konzepte wurden schließlich durch eine Fachjury und ein Public Voting bewertet. Der Gewinner HOLYMESH dieses spannenden Wettbewerbs eröffnet seinen „First Store“ am 4. November 2017 im Alexa.

Mit dem **Award in der Kategorie „Low Budget“** wurde die **Schällibaum AG** geehrt, die in der Ostschweiz seit über 50 Jahren ein fester Begriff ist. Die Ausgangslage war wie folgt: Mitte 2016 fiel die Entscheidung, den aktuellen Web-Auftritt der Schällibaum AG komplett zu überarbeiten. Ziel war es, eine Website zu konzipieren, die kommunikativ, visuell und technisch den heutigen Anforderungen mobiler Nutzung in jeder Hinsicht gerecht wird. In enger Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Level East und den Typo3-Spezialisten von Keel Marktideen wurde eine moderne bildstarke Website realisiert.

Der Grundgedanke der darauf aufbauenden und mit dem „Low Budget“-Award ausgezeichneten Marketing-Aktivität war, dass die neue Website eine hervorragende Gelegenheit ist, sich als Unternehmen bei bestehenden und potenziellen Kunden auf sympathische überraschende Art in Erinnerung zu rufen und sein Leistungsspektrum zu präsentieren. Für die Schällibaum AG stand, so Laudator und Jurymitglied Dr. Roman Bolliger, „von Anfang an fest, es braucht eine überzeugende Idee, die Neugierde weckt und Lust macht auf mehr. Gemeinsam mit ihrer Werbeagentur konzipierte die Schällibaum AG ein Mailing, das den Nerv der Zielgruppe perfekt getroffen hat.“

„Wir haben unsere Website neu gebaut. Jetzt sind Sie gefordert“ lautete die Kernbotschaft des absolut ungewöhnlichen Mailings, das persönlich adressiert an 1200 Bauherren, Architekten, Planer und Spezialisten, d.h. hoch selektierte Adressen aus der Baubranche, geschickt wurde. Das Mailing enthielt ein Puzzle, bestehend aus zwölf quadratischen Kärtchen, das richtig zusammengesetzt die Startseite der neuen Website zeigt. Um die verschiedenen Interessensgruppen noch gezielter anzusprechen, wurden sechs Sujets mit verschiedenen Referenzobjekten umgesetzt. Die Reaktionen auf dieses spezielle Mailing haben, so Dr. Roman Bolliger, „die Erwartungen weit übertroffen. Nach dem Versand des Mailings gab es auf der Website einen deutlichen Anstieg der Besucher. Auffallend hoch waren die Zugriffe über Desktopgeräte, was darauf schließen lässt, dass das Mailing am Arbeitsplatz geöffnet wurde. Besonders erfreulich waren auch die zahlreichen positiven Feedbacks per E-Mail und in persönlichen Gesprächen.“

Der **Award in der Kategorie „Online-Marketing“** geht an die **KAMPMEYER Immobilien GmbH**. Prämiert wird das Custom Realty Interrelational Scoring System (CRIS) zur optimalen Einordnung von Kaufpreisen und Marktentwicklungen.

Im webbasierten Dialog mit Immobilienkunden vergleicht CRIS objektspezifische Informationen mit topaktuellen Marktdaten. Den Kern des Systems bilden u.a. unternehmenseigene Objektdaten, die differenziert aufgeschlüsselt in verschiedenen Anwendungsszenarien intelligent genutzt werden.

Die systematische Integration der webbasierten Kaufpreisrecherche in die Preisanalyse hat bereits jetzt Mehrwert für die Kunden und Mitarbeiter geschaffen. Laudator und Jurymitglied Dirk Labusch stellte fest „Verkäufer erwarten, dass der Preis lokal und in Echtzeit korrekt eingeordnet wird. Das ist selbst mit dem größten persönlichen Erfahrungsschatz und höchstem Sachverstand nur mittels webbasierter Marktinformationen möglich.“

CRIS ist in der Praxis der Mitarbeiter im täglichen Umgang mit Objektdaten entstanden. Das System schafft höhere Transparenz für die Makler und Kunden. Preisdiskussionen und Entscheidungen in dynamischen Märkten können, so Laudator Dirk Labusch, „somit tagesaktuell geführt werden und schaffen zudem eine wichtige Grundlage zur Differenzierung im täglichen Wettbewerb.“

„Den Immobilien-Marketing-Award gibt es nun schon seit dem Jahr 2004“, stellte Jury-Vorsitzende Prof. Stephan Kippes fest, „und es ist erstaunlich wie unterschiedlich die eingereichten Konzepte jedes Jahr sind. Gleichzeitig deuten die eingereichten Konzepte auch erfreulicherweise darauf hin, dass sich das Immobilienmarketing höchst positiv weiterentwickelt und viele neue Marketingstrategien und -konzepte entwickelt werden. Hierbei bedauert es der Jury immer wieder leid, dass jeweils nur ein Konzept pro Kategorie prämiert werden kann und somit viele andere gute Konzepte leider keine Berücksichtigung finden können.“

Der Jury gehörten an: Prof. Dr. Stephan Kippes (Vorsitzender), Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen, Dirk Labusch, Chefredakteur der Zeitschrift „Immobilienwirtschaft“ (stellvertretender Vorsitzender), Dr. Roman H. Bolliger, Marketingexperte und Vorstand der Schweizer Immobilienplattform Swiss Circle, Prof. Dr. Andreas Frey, Rektor der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen, Rainer M. Schäfer, Geschäftsführer der Strabag Real Estate GmbH und Klaus Striebich, Geschäftsführer der ECE Projektmanagement.

Die Fotos zur Preisverleihung sind online verfügbar:

**[https://www.hfwu.de/award\\_gewinner/](https://www.hfwu.de/award_gewinner/)**