

Nürtingen, den 9. Oktober 2018

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

www.hfwu.de

Hohe Auszeichnung für die besten Marketing-Konzepte

- Gewinner des „Immobilien-Marketing-Award 2018“ 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 2018“ geehrt. Den Preis verleiht die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) jährlich. „2018 erreichten die Jury des Awards wieder sehr überzeugende Immobilien-Marketing-Konzepte“, resümierte der Vorsitzende der Jury, Prof. Dr. Stephan Kippes, Inhaber der einzigen Professur für Immobilienmarketing im deutschsprachigen Raum. „Besonders angetan war die Jury davon, dass in den letzten Jahren auch immer wieder Bewerbungen aus der Schweiz und Österreich eingereicht wurden. Dies verdeutlicht, wie sich der Award über die Jahre hinweg etabliert hat.“

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 des Awards für die **Kategorie „Gewerbe“** ist die acre - activ consult real estate gmbh. Im Frankfurter Bankenviertel entsteht auf der sogenannten Marieninsel ein Ensemble aus zwei exklusiven Bürohäusern, dem 155 m hohen Marienturm und dem 40 m

hohen Marienforum. Die Agentur acre wurde vom Bauherrn Pecan Development beauftragt, für die Projektentwicklung ein Marketingkonzept sowie den strategisch-kommunikativen Auftritt und alle notwendigen Vermarktungsunterlagen zu konzipieren, zu gestalten und umzusetzen. Mit der Kampagne „Cultivating Work“ gelang es, so Laudator und Jurymitglied Klaus Striebich, „Ästhetik und Wohlbefinden in den Fokus zu stellen, die beiden Gebäude als Spitzenprodukte zu positionieren und international renommierte Mieter zu gewinnen. Zu berücksichtigen war dabei, dem aktuellen Trend des ‚New Work‘ mit einer individuellen Lösung zu begegnen und den Anspruch des Projektentwicklers zu transportieren und in den Köpfen der Interessenten und Multiplikatoren zu verankern.“

In enger Zusammenarbeit mit Entwickler Pecan Development arbeiteten Müller Reimann Architekten, Berlin, und das renommierte Interior Design Studio Urquiola, Mailand, an Design und Aufenthaltsqualität der öffentlichen Bereiche in beiden Gebäuden. Im Ganzen wurde so ein Kosmos geschaffen, der die Nutzungen Lunchrestaurant, Kaffeebar, KITA, Fitnessstudio sowie den öffentlichen Marienplatz mit Handel und Gastronomie auf ästhetische Weise integrierte. Die Agentur acre unterstützte, so Jurymitglied Klaus Striebich, „bereits in dieser Produktfindungsphase den Auftraggeber und entwickelte darauf aufbauend sehr gelungen Positionierung, Claim, Markenhierarchie, Markendesign sowie ein Marketing- und Kommunikationskonzept, das einen maßgeschneiderten Maßnahmenmix definiert. Berücksichtigung fanden dabei die baulichen Projektmeilensteine sowie die kundenseitig gewünschte zeitliche Organisation der Vermarktungsaktivitäten.“ Der Maßnahmenkatalog bildet Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen von 2015 bis zum Einzug der ersten Mieter 2018/2019 ab.

TPA Real Estate Brands und COPRO sind die Sieger in der **Kategorie „Wohnen“**. „Prämiert werden“, so Laudator und Jurymitglied Steffen Eric Friedlein, „die anspruchsvollen Marketingmaßnahmen, welche die Berliner Branding-Agentur TPA im Auftrag des Bau-

herren COPRO für die Revitalisierung des Architekturjuwels GLINT kreierte haben.“

Begehrlichkeiten steigern, Werte kreieren, schnellere Vermarktung, höherer Gewinn - das sind die Ziele und Zielsetzungen, die sich TPA und COPRO für die Inszenierung von GLINT gesetzt haben. Entstanden ist eine ganzheitliche Kommunikationsstrategie, die auf zielgruppengenauen Analysen aufbaut und dem Vertrieb perfekt adaptierte Marketingmaßnahmen für Pre-Sales- und Sales-Phase zur Verfügung stellt. GLINT überzeugt als Marke. Außergewöhnliche Kommunikationsmittel, allen voran das elegante Coffee-Table-Book, geben einen Vorgeschmack auf die Hochwertigkeit des Projektes.

Das Buch, bei dem, wie Laudator Steffen Eric Friedlein feststellte, „schon haptisch Exklusivität und Individualität spürbar werden, nimmt seine Leser mit auf eine Entdeckungsreise in die Berliner Innenstadt, lässt Architekturgeschichte lebendig werden und stellt die Protagonisten der Transformation von GLINT vor, in der sich Vergangenheit und Zukunft vereinen.“ Von der Leitidee, der Limited Edition des Buches oder den exklusiven Give-Aways bis hin zur hochwertigen Geschäftsausstattung: Alle Marketingmaßnahmen repräsentieren den außergewöhnlich hohen Anspruch des Gründerzeitensembles, das mitten in Berlin sein neues „Erwachen“ erlebt.

Mit dem **Award in der Kategorie „Low Budget“** ausgezeichnet wurde Stephanie Schäfer, öffentlich bestellte Sachverständige aus Rheinbach bei Bonn. Sie ist Inhaberin eines Gutachterbüros und auch als Maklerin tätig.

Sie hat bewiesen, so Laudator und Jurymitglied Rainer M. Schäfer, „dass man es auch als kleines Unternehmen schaffen kann, mit Videomarketing deutschlandweit bekannt zu werden. Die Seriosität braucht hierbei nicht aufgegeben zu werden.“

Der Erfolg beginnt mit der Gründung ihres YouTube Videokanals „Immobilien verständlich“. Dort erklärt sie typische Anlässe und Fragen rund um das Gutachter-

wesen in einfachen Worten und gibt fundierte Tipps zur Immobilienvermarktung. Eine seriöse Aufarbeitung von Immobilienthemen in Verbindung mit Bewertungen gibt es bislang noch nicht. Die Videos sind vom Niveau an Nicht-Immobilienprofis gerichtet. Aufgrund des positiven Zuspruchs aus der Immobilienbranche behandelt sie zunehmend auch Themen für Branchenprofis.

„Dadurch, dass sie den Inhalt selbst entwickelt und filmt“, so Jurymitglied Rainer M. Schäfer, „kann sie kostengünstig ihre eigene Zielgruppe ansprechen und erweitern. Eine direkte Rückmeldung erfolgt über Kommentare und Likes als ungefiltertes Feedback.“

Da sie selbst die Themen in ihrer lockeren und menschlichen Art vorstellt, hat sie sich innerhalb kurzer Zeit in der Immobilienbranche als Marke positioniert und wird für Vorträge und Veröffentlichungen angefragt.

Erstmalig wird die Kommunikationsrichtung zu potentiellen Kunden umgedreht. Durch die kostenlose Bereitstellung von einzigartigem Inhalt bildet sich ohne persönlichen Kontakt bereits ein Vertrauensverhältnis. Kunden meinen, sie kennen die Gutachterin schon persönlich. Häufige Kundenfragen können im Vorfeld ohne teuren Zeitaufwand mit vorproduzierten Clips erklärt werden.

Einmal erstellt, werden die Videos auch auf Facebook und Instagram weiterverbreitet. Die Videostrategie hat sich inzwischen als so erfolgreich erwiesen, dass sie nun auch unmittelbar über Livevideo mit ihren Zuschauern kommuniziert.

Der Award in der Kategorie „**Online-Marketing**“ geht an die immoveris ag Zürich. Diese wurde von der Credit Suisse Anlagestiftung mit der Erstvermietung von Vulcano (www.vulcano-zurich.ch) beauftragt. Das Projekt in Zürich-Altstetten umfasst 3 Wohntürme mit je 25. Etagen und 296 Wohnungen, 1000 m² Retail, 150 m² Bürofläche und das erste a-ja Hotel in der Schweiz mit 320 Zimmer sowie 72 Business-Apartments. Die drei 80 Meter hohen Türme – ein

Entwurf des renommierten Architekturbüros Dominique Perrault in Paris – bieten großzügige Wohnungen mit einer spektakulären Aus- und Weitsicht. Die Mieter haben das Privileg von exklusiven Services, Angeboten und Annehmlichkeiten des a-ja Hotels zu profitieren. Alle Wohnungen sind mit der neuesten Smarthome-Technologie ausgestattet und verfügen über ein eigenes Tablet, über welches sich die Wohnung steuern und der Energieverbrauch kontrollieren lässt.

Ziel von immoveris war es, eine Vermarktungsstrategie zu entwickeln, um für die mit neuester Technologie ausgestatteten 296 Wohnungen eine möglichst digital-affine Zielgruppe zu erreichen. So entstand die Vulcano-App in Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Matchcom (Konzept/Design) und StreamNow (App-Entwicklung/Programmierung). „Es handelt sich“, so Laudator und Jurymitglied Prof. Andreas Frey, „hierbei um die erste Erstvermietungs-App für eine Wohnimmobilie, d.h. es standen keine Erfahrungskennzahlen zur Verfügung. Die Vulcano-App ist sehr bemerkenswert in der Immobilienkommunikation. Alle Informationen, Eindrücke und Interaktionen ausschließlich auf einer App zu bündeln, die erst einmal heruntergeladen werden muss, damit sich Interessenten für eine Wohnung bewerben können, brauchte Mut.“

„Doch ein Projekt wie dieses verlangte nach neuen Wegen“, so Laudator und Jurymitglied Dr. Roman Bolliger. „Alles passte zusammen: Die Landmark-Architektur, die progressive Markenpositionierung, das urbane Nutzungskonzept und letztendlich das Vertrauen der Eigentümerschaft. Innerhalb von acht Monaten haben rund 8000 Interessenten die App heruntergeladen, rund 90% der Wohnungen sind vermietet.“ Der Vertrag mit dem Business-Apartment-Betreiber für die 72 Apartments ist unter Dach und Fach, die Retail- und Büroflächen sind vermietet.

„Den Immobilien-Marketing-Award gibt es nun schon seit dem Jahr 2004“, stellte Jury-Vorsitzende Prof. Stephan Kippes fest, „und für die Jury ist regelmäßig erstaunlich wie unterschiedlich die eingereichten Konzepte jedes Jahr sind. Derzeit besteht für viele

Immobilienunternehmen in den Ballungsräumen das Hauptproblem neue Grundstücke und zu vermarktende Immobilien zu akquirieren. Insofern ist es eine immer wichtigere Aufgabe das Immobilienmarketing nicht nur unter den alleinigen Fokus der Objektvermarktung zu stellen, sondern auch gleichzeitig zu versuchen, dieses Marketing so professionell und überzeugend zu gestalten, dass hierdurch auch die Akquiseaktivitäten flankiert werden.“

Die eingereichten Konzepte wurden von einer Fachjury unter dem Vorsitz von Professor Dr. Stephan Kippes begutachtet und bewertet. Jurymitglieder sind Dr. Roman H. Bolliger, Marketingexperte und Vorstand der Schweizer Immobilienplattform Swiss Circle, Prof. Dr. Andreas Frey, Rektor der HfWU, Steffen Eric Friedlein, Managing Director Leasing der ECE Projektmanagement GmbH+Co.KG, Dirk Labusch Chefredakteur der Fachzeitschrift „Immobilienwirtschaft“ (stellvertretender Vorsitzender), Rainer Maria Schäfer, Geschäftsführer der STRABAG Real Estate GmbH und Klaus Striebich, Retail-Experte und Unternehmensberater, RaRE Advise - Retail and Real Estate, Besigheim.

Die Fotos zur Preisverleihung sind online ab 9.10.18.30 verfügbar:

https://www.hfwu.de/award_gewinner/