

PRESSE-DIENST

Nürtingen, den 15. Oktober 2020



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 2020“ geehrt; Prof. Kippes: „Das Spektrum reichte von Marketingkonzepten für denkmalgeschützte Immobilien bis hin zu Cobit-basierten Besichtigungen“ -

NÜRTINGEN. (hfwu) Üblicherweise werden die Preisträger des „Immobilien-Marketing-Awards“ im Rahmen der internationalen Immobilienmesse Expo Real in München verliehen. Angesichts der Corona-Pandemie sollte die Immobilienmesse nur in stark eingeschränktem Umfang und auf Basis eines Hybrid-Konzeptes stattfinden, dann wurde sie kurzfristig abgesagt. Deshalb konnten die begehrten Preise nicht dort übergeben werden. Den Award verleiht die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) jährlich. „2020 erreichten die Jury des Awards wieder sehr beachtliche Immobilien-Marketing-Konzepte“, stellte der Vorsitzende der Jury, Prof. Dr. Stephan Kippes, Inhaber der einzigen Professur für Immobilienmarketing im deutschsprachigen Raum. „Das Spektrum der ausgezeichneten Bewerbungen umfasst ein Cobit-basiertes Immobilienbe-

sichtungssystem, ein innovatives immobilienwirtschaftliches Lehrkonzept und ein ebenfalls sehr gelungenes Vermarktungsprojekt eines denkmalgeschützten Klosters, das in eine Wohnimmobilie projektentwickelt wurde.“

Sponsoren des Awards sind die ECE Projektmanagement GmbH+Co.KG und die Strabag Real Estate GmbH. Medienpartner ist das Fachmagazin „Immobilienwirtschaft“.

Kategorie „Wohnimmobilien“

Sieger in der Kategorie „Wohnimmobilien“ ist terraplan mit dem Kloster Karree® – Leben im Denkmal in der UNESCO-Welterbe Altstadt Bamberg.

Unter dem Namen Kloster Karree® plant terraplan ein Wohnquartier im Herzen der Bamberger Altstadt. Bis 2024 schafft sie auf dem denkmalgeschützten Areal mit barockem Kloster aus dem 12. Jahrhundert, Brauhaus und Stadel 86 Eigentumswohnungen unterschiedlicher Art und Größe. Mit Gemeinschaftsbereichen wie Kreuzgang, Kreuzganghof, Klostergarten und Spielplatz will terraplan für Toleranz – ein Vermächtnis der Karmeliten am historischen Ort – werben und Raum für Begegnung und Kommunikation bieten. Grundlage des Konzeptes und der „Markenimmobilie“ mit Markennamen und Logo waren neben Standort vor allem Historie und Architektur. „So entstand aus dem ehemaligen Karmelitenkloster mit historischem Kreuzgang der späten Romanik bzw. frühen Gotik als USP und Herzstück des Ensembles das Kloster Karree®, wie Jury-Mitglieder Prof. Andreas Frey resümierte.

Die Marketingstrategie zielt auf die Hauptzielgruppe der Kapitalanleger ab. „Ein gemeinsam mit dem Grafikatelier Engelke & Neubauer entwickeltes hochwertiges Case mit Faltplänen, Farbprospekt und Kneipenführer bewirbt“, so Laudator und Jurymitglied Dr. Roman Bolliger, „die alte Bibliothek des Klosters. Die grafisch reduzierte Stuckrosette des Deckenfreskos schmückt das handgefertigte Case und führt als Gestaltungselement durch dessen Inhalt.“ Speziell gefaltete Grundrisspläne zeigen die Nutzungsvarianten der Räume auf. Im Farbprospekt markieren handgezeichneten Karten der Bamberger Altstadt die

Kapitel. Die exzellente Produktion und die stilvolle Gestaltung entsprechen dem Charakter dieser geschichtsträchtigen Immobilie. Auf digitaler Ebene unterstützt die Projektwebsite www.klosterkarree.de, u. A. mit Drohnenvideo und 360° Panorama Rundgängen, den Verkauf.

Kategorie „Low Budget“

Gewinnerin des Awards in der **Kategorie „Low Budget“** ist Frau Stephanie Schäfer. Die öffentlich bestellte Sachverständige aus Rheinbach bei Bonn ist Inhaberin eines Maklerbüros und Gesicht des YouTube-Kanals „Immobilien verständlich“.

„Mit ihrem neuen Format, der Onlinekurs ‚Social Media für Makler und Sachverständige‘, trifft Stefanie Schäfer den Nerv der Zeit. Systematisch und in einfachen Worten vermittelt die Trainerin in bewährt sympathischer Art, wie man interessante Inhalte erstellt, sie wirksam verbreitet und sich erfolgreich in Portalen und Blogs bewegt“, so Jurymitglied Rainer M. Schäfer, Geschäftsführer bei STRABAG Real Estate, der nicht mit der Preisträgerin verwandt ist. „Insbesondere für kleine Maklerhäuser ist eine professionelle Social Media Präsenz dringlichste Marketing-Aufgabe. Eben das hat Frau Schäfer erkannt“, ergänzt Jurymitglied Rahel Willhardt, Verantwortliche für Öffentlichkeitsarbeit bei STRABAG Real Estate. „Selbst vom Fach, weiß die Referentin um Marktherausforderungen und Lösungen und versteht sie ihrer Zielgruppe eingängig zu vermitteln“.

Inhalt des Kurses ist das Kennenlernen, Verstehen und Bedienen der für die Immobilienvermarktung wichtigsten Sozialen-Medien-Kanäle. Die verständliche Einführung ist auch ohne Vorkenntnisse für Personen jeder Altersklasse geeignet. Um Immobilienangebote und Firmenmarke abwechslungsreich präsentieren zu können, nimmt das Filmen mit dem Handy einen wichtigen Stellenwert ein. Aber auch Angst vor abwertenden Kommentaren oder Hemmungen, sich vor laufender Kamera zu präsentieren, sind Thema.

Denn letztlich geht es der Kursleiterin darum, Teilnehmer ins Handeln zu bringen.

„Der Online-Kurs ist gelungen gefilmt, geschnitten und bestechend praxisnah. Man merkt ihm das Branchen Know-how an, dass aus Makler-Feedback und Frau Schäfers eigener Berufspraxis stammt“, stellen Rahel Willhardt und Rainer M. Schäfer abschließend fest.

Kategorie „Online-Marketing“

Der Award in der Kategorie „Online-Marketing“ geht im Jahr 2020 an die KAMPMEYER Immobilien GmbH für ihr dynamisches Cobot-gestütztes Marketingkonzept (Cobot steht für Kollaborierende Roboter).

„KAMPMEYER Immobilien hat“, so Jurymitglied Steffen Eric Friedlein, „die Wohnungsbesichtigung als erstes Unternehmen in Deutschland ins Netz der Dinge gebracht. Mit diesem Konzept hat die Zukunft von Cobots in der Immobilienbranche begonnen. Zur Familie der erfolgreich kollaborierenden Roboter zählt, neben Reinigungs-, Logistik- und Transportrobotern, jetzt auch endlich der Besichtigungsroboter.“ Die Software für den Roboter ist eine Entwicklung der Realbot Engineering aus der Schweiz.

„Die Cobot-gestützte Wohnungsbesichtigung wurde in das System der Vermarktungsprozesse integriert und unterliegt einer exakten Ressourcen- und Ablaufplanung. Interessierte erhalten den ersten Impuls für die virtuelle Live-Tour mit einem Cobot durch die Angebotswerbung, die entsprechende Hinweise enthält“, stellte Steffen Eric Friedlein fest. Die Buchung des virtuellen Besichtigungstermins erfolgt per Online-Kalender über die unternehmenseigene Webseite. Mit der Terminreservierung fordern die Interessierten gegebenenfalls auch die Begleitung durch einen objektkundigen Makler an. Nach Identifikation und angebotsabhängiger Qualifizierung werden die Interessierten für die Besichtigung zum festgelegten Zeitpunkt freigeschaltet.

„Ob mit oder ohne begleitenden Makler, eine virtuelle Besichtigung mittels Cobot stellt für die Immobilienmakler im Marketingkonzept“, so Jury-Mitglied Klaus Striebig, „eine Vorstufe der persönlichen Besichti-

gung dar, in der die qualifizierten Interessierten ihre Eindrücke vom Wohnungsangebot vertiefen und ihre Vorstellungen in Bezug auf den Abschluss eines Kaufbeziehungsweise Mietvertrags äußern können.“ Bei der Online-Besichtigung erfasste Daten über das Nutzerverhalten, von Interessenten übermittelte Informationen sowie gestellte Fragen, die nicht sofort abschließend beantwortet werden, fließen in den festgelegten Vermarktungsprozess mit ein und werden gemäß den geltenden Qualitätsstandards ausgewertet und weiterverarbeitet.

Zu den anstehenden prozessualen Optimierungen des Marketingkonzepts gehören die Integration an- und abschließender Vermarktungsmaßnahmen und die Weiterentwicklung der branchenspezifischen künstlichen Intelligenz, die über den konkreten Besichtigungstermin hinausgeht.

Die neue Cobit-basierte Immobilien-Besichtigungsstrategien stieß auch auf ein großes Medienecho, das in einem Bericht im Nachrichtenmagazin DER SPIEGEL gipfelte.

„Nicht zuletzt aufgrund seiner internationalen Jurybesetzung findet der Preis mehr und mehr Beachtung auch über die Grenzen Deutschlands hinaus. Ich kann nicht sagen, dass die Marketingkonzepte, die eingereicht werden, über die Jahre intelligenter geworden sind“, so der stellvertretende Jury-Vorsitzende Dirk Labusch. „Oft gibt es solides Handwerk. Gut ist jedoch, dass der Preis sich treu bleibt und nur solche Konzepte ausgezeichnet werden, die sich aus der Masse hervorheben. Ein wichtiger Punkt neben der Kreativität ist dabei, dass ein Konzept nicht im luftleeren Raum existiert, sondern tatsächlich auch Erfolg hat.“

Die teilnehmenden Konzepte werden von einer Fachjury begutachtet und bewertet. Jurymitglieder sind neben Prof. Kippes (Jury-Vorsitzender), Dr. Roman H. Bolliger, Marketingexperte und Vorstand der Schweizer Immobilienplattform Swiss Circle, Prof. Dr. Andre-

as 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, Rahel Willhardt, Pressesprecherin der STRABAG Real Estate GmbH und Klaus Striebich, Retail-Experte und Unternehmensberater, RaRE Advise - Retail and Real Estate.

Die Fotos zu den Preisträgern sind online verfügbar:

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