

Nürtingen, den 5. Oktober 2022

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)

## **Vordenkerpark und Freiraumstationen**

- „Immobilien-Marketing-Award 2022“ prämiert in vier  
Kategorien Vorzeige-Immobilien-Marketing-  
Kampagnen -

**NÜRTINGEN (hfwu). In Gebäuden können umfassende Zukunftsvisionen Ausdruck finden und Reallabore entstehen für ungewöhnliche, kreative Raumnutzungen. Immobilien-Marketing-Kampagnen, bei denen diese Aspekte im Mittelpunkt stehen, punkteten in diesem Jahr beim Immobilien-Marketing-Award. Die Preisträger wurden jetzt im Rahmen der internationalen Immobilienmesse Expo Real in München ausgezeichnet. Den Preis verleiht die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen; Sponsor des Awards ist die IPH Centermanagement GmbH, Medienpartner das Fachmagazin „Immobilienwirtschaft“. Die besten Konzepte werden zudem in der Fachzeitschrift Immobilienwirtschaft vorgestellt.**

„Dem Immobilienmarketing kommt vor dem Hintergrund massiver Veränderungen auf den Gewerbe-, aber speziell auch auf den Wohnimmobilienmärkten eine sehr wichtige Rolle zu, die noch deutlich an Bedeutung gewinnen wird“, so der Jury-Vorsitzende Prof. Dr. Stephan Kippes, Inhaber der einzigen Professur für Immobilienmarketing im deutschsprachigen Raum, „Die beachtlichen Zinssteigerungen haben die Nachfrage von Eigentümern nach Wohnimmobilien massiv reduziert; insofern steht das Immobilienmarketing hier vor noch größeren Herausforderungen, neue Strategien und Vermarktungsansätze zu generieren,“ prognostiziert Kippes.

Die Bewerbungen für den renommierten Award kamen auch in diesem Jahr nicht nur aus Deutschland, sondern auch den deutschsprachigen Nachbarländern für die der Award auch ausgelegt ist. Um dies zu verdeutlichen fand die Verleihung nach 2021 auch 2022 am Schweiz-Stand der Expo Real statt, der vom Jury-Kollegen Dr. Roman Bolliger organisiert wird.

Der **1. Preis der Kategorie „Gewerbeimmobilien“** geht beim Immobilien-Marketing-Award 2022 an den Gewerbepark Regensburg. Der Gewerbepark ist seit über 40 Jahren einer der erfolg-

reichsten Gewerbeimmobilien-Standorte in Deutschland. „Der 1980 als erster integrierter Businesspark Deutschlands gegründete Gewerbepark startete“, so Laudator und Jurymitglied Marcus Eggers, „zum 40-jährigen Gründungsjubiläum die crossmediale und content-basierte Kampagne ‚Vordenker‘, um seine Marktpositionierung vom reinen Vermieter hin zum Partner, Experten und Innovationsführer für die ‚Arbeitswelt der Zukunft‘ weiterzuentwickeln.“

Die Frage „Wie werden wir in Zukunft arbeiten?“ hat für Unternehmen nicht zuletzt durch die Folgen der Pandemie enorm an Bedeutung gewonnen. Sie bewegt auch die Mietpartner und Mietinteressenten des Gewerbeparks und wurde daher in den Fokus der Kampagne gestellt. Forscher, Unternehmer und weitere Experten skizzieren in Statements und Interviews in Magazin- und Zeitungsbeiträgen, Videos, Podcasts und Social-Media-Posts die Anforderungen an eine hybride Arbeitswelt. Die Kampagne ist eine konsequente Weiterentwicklung des strategischen Marketings als Marktführer in der Region.

Der Gewerbepark Regensburg präsentiert sich dabei „mit seinen flexiblen, multifunktionalen Mietflächen als idealer Immobilienpartner und innovativer ‚Vordenker‘, erläutert Jurymitglied Marcus Eggers. So fokussiere der Gewerbepark – in einem aktuell schwierigen Marktumfeld – seine umfassenden Dienstleistungen und Standortvorteile. Die bewusst offene, lösungsorientierte Diskussion in der Kampagne und das Herausstellen der Beratungsleistung stärken damit die eigene Marktposition weiter.

Den **1. Preis der Kategorie „Wohnimmobilien“** erhält die **E & G Private Immobilien GmbH** aus Stuttgart. Ausgezeichnet wurde deren Lifestyle- und Immobilienmagazin **LIVINGin!** Mit dem Magazin wurde der frühere klassische Immobilienmarktbericht des Hauses „in ein innovatives und facettenreiches Medium verwandelt“, so der Jury-Vorsitzende Prof. Stephan Kippes. Neben Zahlen, Daten, Fakten zum Immobilienmarkt, wartet das Magazin mit verschiedenen Beiträgen zum Thema Wohnen, Leben und Genießen auf, bietet Inspiration mit beeindruckenden Bildern und Berichten zu Themengebieten wie Architektur und Design, Inneneinrichtung, Wohnstil und Wohntrend oder Küchen- und Gartengestaltung. Menschen, die sich ihren ganz besonderen Wohnraum erfüllt haben, kommen ebenso zu Wort (und Bild), wie Expertinnen und Experten, die Einblicke geben zu außergewöhnlichen Materialien, Möbeln oder Wohnraumkonzepten.

Bereits die erste Ausgabe des zweimal im Jahr erscheinenden Magazins LIVINGin! wurde mit dem Deutschen Agenturpreis ausgezeichnet. Es liefert bonitätsstarken Kundinnen und Kunden aus Stuttgart und der Region eine hochwertige Sammlung von relevanten Themen und unterstützt gleichzeitig Markenaufbau und -positionierung der erst 2019 durch einen Management-Buy-Out entstandenen E & G Private Immobilien GmbH. Bei der Entwicklung des Magazins war es der Anspruch ein Magazin für einen besonderen und anspruchsvollen Kundenkreis herauszubringen, das informativ, exklusiv und journalistisch auf hohem

Niveau ist. Daher hatte sich der Preisträger auch für eine Zusammenarbeit mit dem Redaktionsteam der Stuttgarter Zeitung und der Stuttgarter Nachrichten entschieden. So entstanden, so Prof. Stephan Kippes, „hochwertige Beiträge, die den Qualitätsanspruch an das Magazin und an die Geschäftstätigkeit der E & G Private Immobilien GmbH unterstreichen.“

Den **1. Preis der Kategorie „Online-Marketing“** sicherte sich die **Home & Living Immobilien GmbH**. Der Weg dieses Unternehmens geht von der Gründung am Küchentisch hin zum Bewerten und Vermitteln anspruchsvoller Immobilien in der Region Stuttgart.

„Das Unternehmen zeigt, dass auch ein kleineres Unternehmen durch digitale Prozesse punkten kann. Im September 2021 begann die Digitalisierungsreise. „Digitalisierung – das war zeitweise das Unwort des Jahres“, so Laudator und Jurymitglied Klaus Striebich. „Auf Basis eines gelungenen Online-Marketings wird der Kunde professionell angesprochen und zwar mit Listings, die auch wirklich auf ihn passen. Was mich hier bei den Objekten in den Portalen sehr angesprochen hat, sind gelungene Texte und eine leistungsfähige Bildsprache, die sich bewusst und auch angenehm von der Masse abhebt. Neben dem Online-Marketing findet, so Jurymitglied Klaus Striebich, „ein professionelles Marketing vor Ort statt, da ein Online-Marketing viel an Potenzial verschenkt, wenn es nicht analoge Pfade parallel benutzt.“ Punktuell wurde im direkten Umfeld von erfolgreichen vermittelten Objekten ein intensives Marketing betrieben, um gleichzeitig auch Folgeobjekte zu akquirieren.

Den **1. Preis der Kategorie „Small Budget“** erhält die „FreiRaumStation“. „Die FreiRaumStation, als Potenzialraumagentur, ist“, so Laudator und Jurymitglied Dr. Roman Bolliger, „ein Reallabor für temporäre und dauerhafte kreative Raumprozesse. Sie versteht sich als Impulsgeberin und Vermittlerin für gemeinwohlorientierte Zwischennutzungen in städtischer und vor allem auch ländlicher Umgebung. Die FreiRaumStation ist ein Katalysator für freie Raumressourcen, kreative Erlebnisräume und nachhaltige Zwischen- oder Nachnutzungskonzepten außerhalb klassischer Immobilienprojekte.“

Mit den verschiedenen kreativen und künstlerischen Raumkonzepten entstehen neue Orte des kreativen Denkens – eine Bühne für Kreativität. So werden die Raumpotenziale auf eine ganz neue Ebene erlebbar gemacht und die Vorstellungskraft sowie Fantasienreichtum der verschiedenen Besucher wird aktiviert. Durch diesen Impuls entstehen neue Nutzungskonzepte, die durch den Experimentierraum erprobt werden können und sich so in dauerhafte Geschäftsmodelle oder kreative Begegnungsorte verwandeln. Die verschiedenen Innenstädte und Stadtteilzentren unserer Kommunen brauchen neue Ideen und einen kreativen Umgang mit Leerständen. Die FreiRaumStation hat gezeigt, dass sich der Mut zur Lücke auszahlt. Als Potenzialraumagentur begleitet sie Immobilieneigentümer, in kommunalen und privaten

Bestand, sowie Kommunen in diesen Transformationsprozess und vermittelt Potenzialräume an mögliche Nutzer:innen.

Katrin Hitziggrad, Initiatorin der FreiRaumStationen, hat in den letzten 15 Jahren viel Erfahrung in der Immobilienwirtschaft gesammelt, die sie auch in Homberg (Efze), dem ersten Standort der FreiRaumStation, umsetzte. Ihr Anliegen ist es Leerstände zu neuem Glanz zu verhelfen und das negative Image aufzubrechen und Leerstände als Chance zu begreifen. Katrin Hitziggrad arbeitet freiberuflich im Bereich Immobilien- und Leerstandsstrategien und ist heute Geschäftsführerin der Zukunftsoptimisten, einem Büro für kreative und koproduktive Stadtentwicklung.

Mit all der Erfahrung, dem Ideenreichtum und der Entwicklung neuer kommunikativer Ansätze konnten“, so Jurymitglied Dr. Roman Bolliger, „in der Modellkommune Homberg (Efze) vier von fünf ‚FreiRäumen‘ in eine neue und dauerhafte Nutzung überführt werden. Flächen die auf dem klassischen Immobilienmarkt keine Nachfrage erzeugt haben.“

„Der Immobilien-Marketing-Award hat eine lange Tradition und geht auf das Jahr 2004 zurück; er wurde von Dirk Labusch, dem Chefredakteur der Fachzeitschrift „Immobilienwirtschaft begründet“. Die teilnehmenden Konzepte werden von einer Fachjury begutachtet und bewertet. Jurymitglieder sind neben Dr. Roman H. Bolliger, Marketingexperte und Vorstand der Schweizer Immobilienplattform Swiss Circle, der Jury-Vorsitzende Prof. Dr. Stephan Kippes von der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU), Prof. Dr. Andreas Frey, Rektor der HfWU, Dirk Labusch (stellvertretender Vorsitzender), Marcus Eggens, Geschäftsführer der IPH-Centermanagement, und Klaus Striebich, Retail-Experte und Unternehmensberater, RaRE Advise - Retail and Real Estate.

Weiterführende Informationen unter

<https://immo-marketing-award.de/de>

*Die Fotos zur Preisverleihung sind online ab 5.10. (abends) verfügbar: [https://www.hfwu.de/award\\_gewinner/](https://www.hfwu.de/award_gewinner/)*