

## Marketing

# Der „Immobilien-Marketing-Award 2021“ geht an Volkswagen Immobilien, terraplan und Maklerbüro Schäfer Immobilien GmbH.

Ein wiederbelebtes historisches Wasserturm-Areal in Berlin, eine Kampagne bei der es mit Influencerin auf verschiedene Wohnungsbesichtigungsetappen geht und eine interaktive live Immobilienbesichtigung via Facebook – das sind die Gewinner des diesjährigen Immobilien-Marketing Awards. Ausgezeichnet wurden die Preisträger im Rahmen der internationalen Immobilienmesse Expo Real in München. Den Preis verleiht die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU).

„Wie facettenreich und kreativ Immobilien-Marketing sein kann zeigt unser Award von jeher“, so der Jury-Vorsitzende Prof. Dr. Stephan Kippes, Inhaber der einzigen Professur für Immobilienmarketing im deutschsprachigen Raum, „in diesem Jahr wurde deutlich, dass nach wie vor auch der online und Social-Media-Bereich Möglichkeiten für ganz neue kreative Marketing-Ideen bietet.“ Die Bewerbungen für den renommierten Award kamen auch in diesem Jahr nicht nur aus Deutschland. Der Kreis Teilnehmer umfasste den gesamten deutschsprachigen Raum. Um dies zu verdeutlichen fand die Verleihung dieses Jahr am Schweiz-Stand der Expo Real statt, der vom Jury-Kollegen Dr. Roman Bolliger organisiert wird.

**Sieger in der Kategorie „Wohnimmobilien“** ist zum zweiten Mal in Folge **terraplan**. Letztes Jahr qualifizierte sich das Unternehmen mit dem Kloster Karree® Bamberg, in diesem Jahr ist es erneut ein historisches Gebäude: Der Wasserturm Berlin-Altglienicke®. Über 50 Jahre stand die historische Landmarke leer, 2016 nahm sich die Nürnberger Immobiliengesellschaft des markanten 39 Meter hohen Backstein-Bauwerks an. Auf den runden Grundrissen entstehen bis 2023 neun Wohnungen mit Weitblick und historischem Charme. Vier Townhouses in moderner Formensprache ergänzen das Ensemble im prosperierenden Süden Berlins.

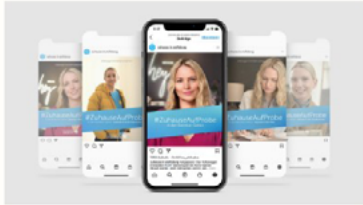


„Trotz Sonderimmobilie und trotz Corona betrug der Vermarktungszeitraum für das Areal gerade mal ein halbes Jahr. Auch die Margenerwartung wurde mehr als erfüllt – das hat die Jury vom Markenkonzept überzeugt“, so Jurymitglied Rahel Willhardt, Verantwortliche für Öffentlichkeitsarbeit bei STRABAG Real Estate. Um die Hauptzielgruppe der Kapitalanleger anzusprechen, knüpft das Markenkonzept gekonnt an die Standort-Historie an. Zentrale Marketinginstrumente sind Broschüren, technische Verkaufsprospekt und Social Media. Die Projektwebsite [www.wasserturm-altglienicke.de](http://www.wasserturm-altglienicke.de), unter anderem mit Drohnenvideo, unterstützt auf digitaler Ebene gekonnt den Verkauf.

Der sehr gelungene Auftritt ist konsequent von der Landmarke und seiner Geschichte geprägt. Das Design setzt die Themen Wahrzeichen, Höhe und Wasser eingängig um: Blautöne, Wellensymbolik, schmale Hochformate im Print. Im Fokus steht die Wort-Bild-Marke: „W“ wie Wasserturm. Sie integriert das Wahrzeichen optisch und nutzt den Turm zugleich als repetitives Gestaltungselement mit hohem Wiedererkennungswert.

„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 Kippes (Vorsitz) 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 Services - ECE Marketplaces 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.

Alle Kapitelüberschriften nehmen das „W“ inhaltlich und formal auf: Wachstum – Wahrzeichen – Wohnen – Werke. „Ganzseitige Illustrationen verstärken die Aussagen. Verkürzte Seiten erleichtern dem Leser die Orientierung zwischen Hauptteil und Grundriss-Seiten. Einprägsames „Extra“ ist die Neuinterpretation einer Sonderbriefmarke, die der Wasserturm zu DDR-Zeiten zierte. „Feinste Papiere, stilvolle Gestaltung und hochwertige Produktion spiegeln den anspruchsvollen Charakter des Wohnensembles wider“, stellt Rahel Willhardt abschließend fest.



Der Hintergrund: Noch dominiert eine rege Bautätigkeit den zukünftig ruhigen, grünen Charakter des Stadtteils in unmittelbarer Nähe zur City. Dass sich ein früher Einzug in eine der rund 1.800 Wohneinheiten dennoch lohnt, kommunizierte VWI in diesem Sommer unter dem Hashtag #ZuhauseAufProbe.

Als Gesicht der Kampagne fungierte die lokale Influencerin Anne-Kathrin Strauß. Die Unternehmerin richtete exklusiv eine Wohnung in den Steimker Gärten ein und nahm Interessenten in den sozialen Netzwerken mit auf eine virtuelle Wohnungsbesichtigung. In insgesamt acht Episoden auf den Eigenkanälen von Volkswagen Immobilien und auf zahlreichen Begleitmedien – darunter Anzeigen, Radiospot und Social Ads –, wurden die Vorteile des stadtnahen Wohnens im Grünen sowie die zukunftsorientierten Quartiers- und Mobilitätskonzepte optimal inszeniert.

Als Gewinn winkte ein mehrtägiges Probewohnen inklusive Komfort-Extras in der eigens hierfür gestylten Wohnung. Das Besondere: Gewonnen hat ein Pärchen aus Würzburg, das nun im Rahmen des geplanten Umzugs nach Wolfsburg mit dem Gedanken spielt, tatsächlich eine Wohnung in den Steimker Gärten zu mieten.

Doch nicht nur die Gewinner des #ZuhauseAufProbe konnten von den Steimker Gärten begeistert werden. „Die gesamte Kampagne erreichte“, so Dr. Roman Bolliger „in den sozialen Netzwerken eine breite Öffentlichkeit innerhalb der Region und sorgte neben vielen direkten Interaktionen auch für hohen Traffic auf der Webseite von Volkswagen Immobilien.“

**Gewinnerin des Awards in der Kategorie „Small Budget“** ist das **Maklerbüro Schäfer Immobilien GmbH**, ein familiengeführtes Unternehmen aus Rheinbach bei Bonn, welches durch den Verkaufsleiter Martin Kausch vertreten wird.



„In Zeiten von Corona musste eine Möglichkeit gefunden werden, weiterhin Besichtigungen vor Ort zu ermöglichen“, so Laudator und Jurymitglied Steffen Eric Friedlein. Diese sollten möglichst viele Kunden erreichen und die Immobilie wahrheitsgetreu darstellen. Mit Live-Besichtigungen auf Facebook werden Vorführungen nahezu kostenfrei durchgeführt und gleichzeitig als Akquise-Instrument für neue Aufträge eingesetzt. „Das Verkaufsteam kann sich in lockerer Atmosphäre Käufern und potenziellen Verkäufern präsentieren. Bei der Realisierung ging es darum, auf bestehende Reichweite bei Social-Media-Kanälen aufzubauen und gleichzeitig Follower hinzu zu gewinnen“, erläutert Friedlein.

Bei dieser Art der Livebesichtigung tritt der vorführende Makler in direkte Kommunikation mit den Kunden, die ohne Zugangsbarrieren online bequem zuschauen können. Das Format entspricht einer klassischen Verkaufsvorführung, die mit bereits vorhandener Technik, wie Smartphone und Gimbal, übertragen wird. Der Vorführer steht, wie Jurymitglied Steffen Eric Friedlein feststellte, „vor der Kamera und präsentiert die Immobilie. Bei den sehr professionellen live Besichtigungen ist eine unmittelbare Interaktion zwischen Vorführer und Zuschauer erwünscht. Kunden stellen ihre Fragen unmittelbar im Chat.“

Durch die Chat-Aktivitäten während der Besichtigung und das Teilen der Videos durch Kunden vervielfacht sich die Verbreitung bei Facebook exponentiell, da der Algorithmus hierdurch angeregt wird und Facebook das Video selber kostenfrei ausspielt.

Diese neue Form der Besichtigung ist ein ausgezeichnetes Vertriebsargument, da ein privater Verkäufer selber gar nicht die Follower, technische Ausstattung und Kenntnisse bei der Vorführung hat.

Alle mit der Facebook-Live-Immobilienbesichtigung vorgeführten Immobilien wurden schneller verkauft, mit besten Kundenbewertungen honoriert und es wurden hierdurch mehrere neue Verkaufsaufträge innerhalb kürzester Zeit akquiriert.

**Udo Renner**