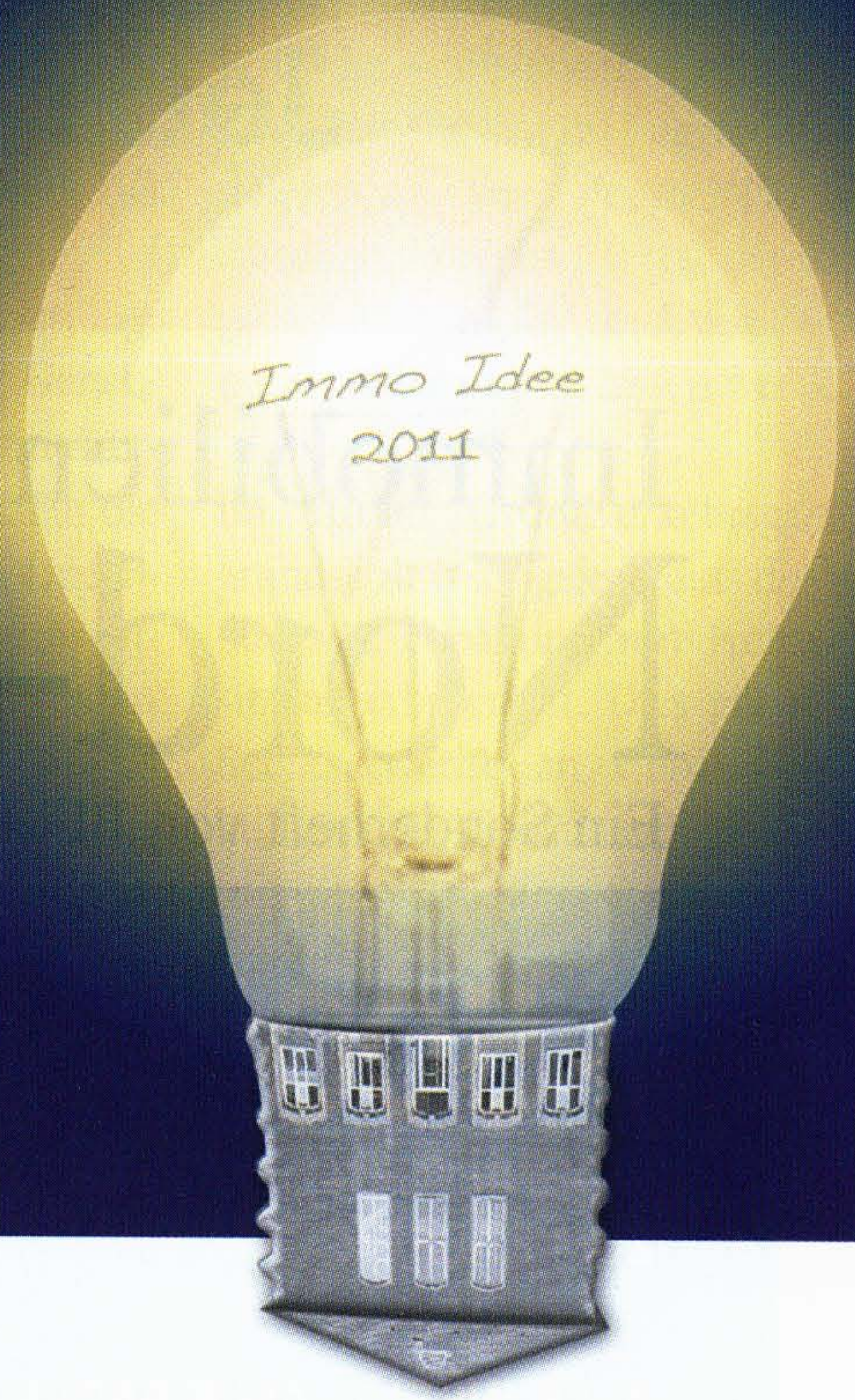


Immo Idee 2011

AIZ-Preis für Immobilienwerbung
und -kommunikation



Die glücklichen Gewinner der Immo Idee 2011: Reinhard Doering, Oliver Klenz und Oliver Forster (v.l.n.r.)



And the winner is...

Was haben ein Schaufenster-Präsentationssystem, ein Partnernetzwerk und ein immobilienwirtschaftliches Gemeindeportal gemeinsam? Sie alle wurden in den vergangenen Jahren beim AIZ-Wettbewerb für Immobilienwerbung und -Kommunikation als Immo Idee des Jahres ausgezeichnet. Bernhard Blasig, Immobilienmakler und Technik-Tüftler aus Starnberg, überzeugte 2008 die Jury mit der Entwicklung eines interaktiven Schaufensters namens „Magicvote“. Passanten können durch Schaufensterscheiben hindurch einen Computer bedienen. Sie können interaktiv in das Programm eingreifen und sich durch verschiedene Immobilienangebote „blättern“. In der Zwischenzeit ist der Prototyp von „Magicvote“ in Serie gegangen und setzt nicht nur bei der Schaufenstergestaltung von Immobilien-, sondern insgesamt von Dienstleistungsunternehmen einen neuen Standard.

www.frohnau-immobilien.de war der Jury im Jahr 2009 einen Preis wert. Dirk Wohltorf, Makler aus Berlin, wurde für

seine hoch effektive Öffentlichkeitsarbeit ausgezeichnet, die themen- und nicht unternehmensfokussiert ansetzt. Auf seinem immobilienwirtschaftlichen Gemeindeportal erfährt der geneigte Interessent alles, was er über den Berliner Ortsteil Frohnau wissen will – auch, wer der beste Makler am Platze ist.

Vor einem Jahr bekam Bärbel Bahr, Immobilienunternehmerin aus Böblingen, den begehrten Preis für ihr Partnernetzwerk BBotschaft für Immobilien, dem mittlerweile fast 50 Unternehmen aus den Bereichen Immobilien, Finanzen und Wohnen angehören. Vom Anwalt bis zum Zimmermann, vom Bauträger bis zum Abbruchunternehmen ist alles dabei – aber jeweils nur ein Vertreter aus jeder Berufsgruppe. Alle Partner empfehlen sich gegenseitig, bauen einen gemeinsamen Wissens- und Informationspool auf, organisieren regionale Events und verfolgen eine einheitliche Marketingstrategie. Auf diese Weise senkt jeder Partner seine Marketingkosten, steigert aber gleichzeitig seinen Bekanntheitsgrad.

In ihrem Urteil bestätigt sehen sich die Auslober und Juroren der Immo Idee, dass sich keine der ausgezeichneten Werbe- und Kommunikationskonzepte als Eintagsfliege erwiesen hat. Im Gegenteil: Alle Ideen haben sich sehr gut weiterentwickelt.

In ihrer Wirkung nachhaltig sollen natürlich auch die drei Immo Ideen sein, die es in diesem Jahr auf das Siegertreppchen geschafft haben. In drei Kategorien wurde die Immo Idee 2011 vergeben: die Immo Idee des Jahres für den besten Einfall, sich mit niedrigem Werbe-Etat wirkungsvoll vom Werbe-Einerlei der Wettbewerber abzusetzen. Die Immo Idee Social Media für den besten Einsatz von Facebook, Twitter und Co.. Und der Immo Idee Gründerpreis, der in diesem Jahr erstmals verliehen wurde. Wer die glücklichen Gewinner sind und was hinter den preiswürdigen Ideen steckt, lesen Sie auf den folgenden Seiten.

Die Bewerbung für die Immo Idee 2012 startet im Januar 2012.

Großes Kino für kleines Geld


Stellen Sie sich vor, es ist Winter, es ist kalt, die Bäume sind kahl und um 16 Uhr ist es stockdunkel. Stellen Sie sich vor, Sie haben Kunden mit einem hohen Anspruch an Ihre Beratungskompetenz, mit viel Interesse an Ihren Objekten, aber mit wenig Zeit. Zeit meist nur dann, wenn es schon dunkel ist. Sie können also entweder eine Besichtigung durchführen und den berühmten ersten Eindruck, für den es bekanntlich keine zweite Chance gibt, in der Dämmerung verspielen. Oder Sie können dem Kunden ein Video zur Verfügung zu stellen, das er sich allein oder zumindest ohne Ihre Kommentierung und Führung zu Hause auf seinem Rechner ansieht, um sich so ein Bild vom Objekt zu machen – ein Bild, das er höchstwahrscheinlich nicht mehr revidieren wird.

Pest oder Cholera – könnte man sagen. Reinhard Doering, der Preisträger der Immo Idee 2011, wollte weder das eine noch das andere und hat kurzerhand das Immobilien-Kino erfunden. Ein Besprechungsraum wurde mit roten Plüsch-Kinosesseln, XXL-Leinwand und Popcorn-Maschine zu einem kleinen Kino-Saal – stressfreie Feierabend-Atmosphäre inklusive. Und das alles für ein relativ kleines Budget: Kinosessel und Popcorn-Maschine wurden für schmales Geld bei Ebay erworben, Beamer und Leinwand schlugen mit rund 1.000 Euro zu Buche.

Unabhängig von Tageslicht und Tageszeiten kann der Preisträger der Immo Idee seinen Kunden ganz gezielt Objekt-Videos zeigen – und auf diese Weise das Suchprofil des Kunden noch besser kennenlernen. Er stellt seine eigene Beratungskompetenz unter Beweis und spart dem Kunden und sich selbst viel Zeit, indem sich die eine oder andere Besichtigung erübrigt, weil sich schon beim gemeinsamen Kinobesuch herausstellt, dass ein Objekt nicht passt. Auch bei den Verkäufern kommt dieser Service sehr gut

an, konzentrieren sich die Besichtigungen doch auf diejenigen, die wirklich interessiert sind.

Die Jury der Immo Idee 2011 war der Meinung, dass das Immobilien-Kino in Sachen Vermarktung ganz großes Kino ist. Das Urteil der Jury lautete: „Mit dem Immobilien-Kino hat der Preisträger ein Alleinstellungsmerkmal kreiert, das für die Imagebildung seines Immobilien-

unternehmens ein entscheidender Faktor ist. Als Nebeneffekt erzielt er damit eine erhebliche Effizienzsteigerung im Geschäftsablauf: Die Beratungsqualität wird gesteigert, der Zeitbedarf verringert. Für das beste Drehbuch, die beste Regie und die beste Ausstattung geht die Immo Idee 2011 an Reinhard Doering von Doering Immobilien in Königswinter.“ 

www.immobilien-kino.de



Ein Besprechungsraum wurde bei Doering Immobilien in Königswinter zum kleinen Kino-Saal umfunktioniert.


Doering Immobilien

Eintrittskarte Immobilien-Kino Oberpleis

Bitte reservieren Sie Ihren Kino-Termin mit frischem Popcorn telefonisch

Vorteile für Käufer

Besichtigen Sie mit uns mehrere ausgewählte Immobilien in wenigen Minuten auf einer Großbild-Leinwand

Virtuelle Besichtigungen sind jederzeit ohne Vor-Ort-Termin beim Eigentümer möglich

Ausführliche Vorauswahl von interessanten Angeboten

Vorteile für Verkäufer

Sie müssen für virtuelle Besichtigungen nicht aufräumen oder zu Hause sein, wir können Ihre Immobilie jederzeit unseren Interessenten vorführen

Eine persönliche Besichtigung Ihrer Immobilie erfolgt mit echten Interessenten

Herresbacher Straße 7
53639 Königswinter
02244 870 975
www.villenmakler.de