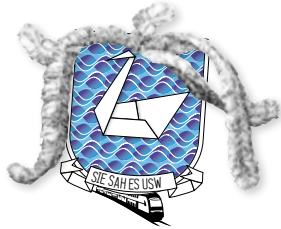


01.07.2008

Jetzt wählen: Ihr Platz im Weissen Haus!



Weisses Haus Dietikon ZH

www.weisses-haus.ch

Logo/Bildmarke als «Regierungswappen»; mit Anagramm und Origami-Schwan als Referenz zur Limmatpromenade.



www.weisses-haus.ch heisst zukünftige MieterInnen unbürokratisch willkommen.



Neue Mieter werden im Weissen Haus gleich Ehrenbürger der Community: offizielle Schlüsselübergabe mit Wohnurkunde.

Neues CI-CD, Website, Kommunikationsauftritt für die Erst-Vermietung

Vom bräunlichen 60er-Jahre-Bau zum strahlend weissen Haus mit grosszügigen Wohnungsgrundrissen, hochwertigen Materialien und überdurchschnittlichem Innenausbau: An der Poststrasse 6/8/10 in Dietikon ZH wird ein 60er-Jahre Wohnhaus von der UBS komplett saniert.

Ganz im Sinne der neuen Strategie, attraktiven Immobilien auch eine eigenständige kommunikative Identität zu verleihen, inspirierte das leuchtende Weiss zur Kommunikationsidee «Weisses Haus».

Dies passt einerseits soziologisch: Die im Vergleich zur Stadt Zürich immer noch sehr preiswerten Mietwohnungen in Dietikon, die aber doch schon etwas «spezieller» sind, dürften für viele eine Zwischenstation Richtung Wohneigentum oder Eigenheim sein, quasi «Einstiegswohnungen für Aufsteiger» - und Washington und Weisses Haus assoziieren treffend sowohl Startpunkt für Einwanderer als auch hohe Ziele.

Gleichzeitig lassen sich auch praktische Gesichtspunkte besonders einprägsam kommunizieren. Zum Beispiel ... Das Weisse Haus fördert den Frieden: Jede Wohnung mit eigenem Waschturm. Das Weisse Haus senkt den Leitzins: deutlich günstigere Mietzinse als in Zürich. Das Weisse Haus senkt den CO₂ Ausstoss: Café, Textilreinigung etc. ohne Auto erreichbar. Das Weisse Haus erleichtert die Einbürgerung von Deutschen: Aldi gleich um die Ecke.

Die visuelle Identität greift lustvoll «offizielle» Elemente auf. Die Bildmarke ist ein regelrechtes Regierungswappen (mit einem strahlend weissen Origami-Schwan als Referenz an die nahe Limmatpromenade). Und die einzelnen Themen werden auf fotografierten Brief- und Dokumentblättern behandelt, mit Titeln wie «Zur Lage der Nation», «Innen-Departement», «Ausbau-Protokoll» oder - beim Wohnungspreisvergleich - «Spionage-Bericht Dietikon vs. Zürich». Da jedoch eine ausgeprägt menschliche «Regierung» am Werk ist, die sich in ihrem Haus eine unkomplizierte, urbane Community wünscht, mischen sich munter Büroklammern, Randnotizen oder Scotchzettel ins Bild.



Dossier für Miet-Interessenten: «offizielle» Elemente prägen die visuelle Identität und die Botschaften.



Dossier für Gewerbeflächen: Das Weisse Haus sorgt für ein solides Budget in einem zuverlässig wirtschaftsfreundlichen Umfeld.



Einstiegswohnungen für Aufsteiger: preiswerter und schöner wohnen als in Zürich.

Die umfassende Website, das Erst-Vermietungsdossier, der Gewerbeflächenflyer sowie die Baugerüstblachen sind lebhaftige Arbeitstools für die Vermarkterin Livit AG, welche die 43 Wohnungen, 45 Autoeinstellplätze sowie die Gewerbeflächen per November 08/ resp. Mai 09 vermarktet.

Verantwortlich für das Projekt und Projektumfang:

Ziel: Erarbeitung CI-CD, Website, Kommunikationsauftritt für Vermarktung Erst-Vermietung

Werbemittel: CI-CD, Web-Plattform: www.weisses-haus.ch, Image Broschüre Dossier Erstvermietung, Dossier für Gewerbeflächen, Baugerüst-Blachen, Formulare, Give-away Schlüsselübergabe, Kunst am Bau (Fassade)

Auftraggeber: durch den UBS (CH) Property Fund – Swiss Commercial «Swissreal», Volker Trommsdorff, Roger Heinis
Vermarktung: Livit AG, Patrick Spoerli, Michael Stucki
Architektur: Dubach Holzinger Architekten

Agentur: Irene Jost
Gesamtverantwortung/Strategie/Beratung: Irene Jost
Konzept/Text: Jürg Inniger; CD/Art Direction: Emanuel Tschumi
Webdesign/Umsetzung: Esther Hunziker
Druck: Druckerei Odermatt
Bildbearbeitung: Ringier Specter, Marcel Bosshard
CMS Webtuning

Kontakt: Irene Jost
Tel. 079 456 96 55, anfrage@irene-jost.ch