

Der Wohntraum baut auf das Web

Immobilien I Wohntraum-TV aus der Produktion von Prime-time in Schlieren baut aus und ist jetzt auch im Netz zu sehen.

Mit ungefähr 200 000 Zuschauern pro Woche ist Wohntraum-TV die wichtigste elektronische Informationsplattform für Immobiliensuchende in der Schweiz. Produziert wird das 17-minütige Fernsehmagazin von der Firma Primetime in Schlieren. Zu sehen ist das Immobilienmagazin auf den Privatsendern Tele Züri, Tele Top und Tele Südostschweiz. Jetzt hat Produzent René Schoch seinen Aktionsradius erweitert. Ab sofort ist das Magazin in ganzer Länge auch im Netz auf www.wohnraum.tv zu sehen. Als Webvideo online ist die jeweils aktuelle Ausgabe von Wohntraum-TV jetzt fünf Jahre nach sei-



Ab sofort auch online zu sehen: Wohntraum-TV erobert das Internet.

ner Gründung für alle Immobilieninteressierten rund um die Uhr verfügbar und nicht mehr nur in den bisherigen Randstunden beim Privatfernsehen. Das TV-Immobilienmagazin rund um die Bereiche Bauen, Wohnen und Leben wird moderiert von Bernhard Stotz.

Die im TV-Magazin vorgestellten Objekte werden auch auf der Web-

site des Partners homegate.ch publiziert. Weitere Partner des Magazins sind neben Konsumgütermarken die Zürcher Kantonalbank, der Hauseigentümerverband Zürich HEV, die Elektrizitätswerke Kanton Zürich EKZ sowie der Tages-Anzeiger. Als weitere Medienpartner fungiert zudem der Etzelverlag, der Magazine wie Bauen & Wohnen heute oder



zum Beispiel Raum und Wohnen heraus gibt.

Die Inserate aus dem TV-Magazin werden auch jeden Monat in einer Wohntraum-TV-Gazette zusammengefasst, die man auf der Website von Wohntraum-TV downloaden kann.

Die offensichtlich attraktive Form der Immobilien-Präsentation

im TV weckt die Konkurrenz. Für September hat das Immobilienportal www.homegate.ch ebenfalls eine eigene TV-Sendung im Web angekündigt. Homegate ist aber nach wie vor mit Wohntraum-TV verlinkt, wie man bei Primetime bestätigt. Die neu geplanten bewegten Präsentationen auf Homegate werden in Zusammenarbeit mit Moby Dick Productions lanciert. Die Sendung Homegate-TV soll von Olivier Laube moderiert und produziert werden. Dieser war zuvor in der gleichen Funktion bei Wohntraum-TV tätig. Die Vermarktung bei Homegate-TV wird von Laubes Moby Dick Productions übernommen.

Auch diese Immobiliensendung im Netz wird wöchentlich produziert und soll als Infotainment-Sendung rund um Immobilien verstanden werden. Sie ist mit sieben Minuten einiges kürzer, wird aber auch Immobilienobjekte in Form von TV-Spots präsentieren sowie neueste Trends in der Inneneinrichtung vermitteln.

ANDREAS PANZERI

Das Weisse Haus von Dietikon

Immobilien II Irene Jost Culture Art Communications hat nach neuen Ideen für die Vermarktung von Immobilien gesucht.

Vom bräunlichen 60-er-Jahre-Bau zum strahlend weissen Haus mit grosszügigen Wohnungsgrundrissen, hochwertigen Materialien und attraktivem Innenausbau: In Dietikon ZH wird ein Wohnhaus von der UBS komplett saniert. Ganz im Sinne der neuen Strategie, Immobilien auch eine eigenständige kommunikative Identität zu verleihen, inspirierte das



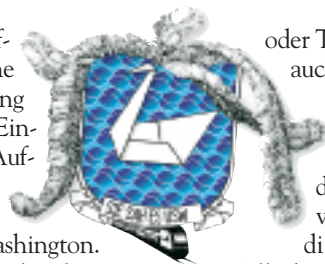
Vorbildlich: Weisse-Haus-Website.

leuchtende Weiss die Agentur Culture Art Communications zur Kommunikationsidee «Weisses Haus».

Dies passt einerseits soziologisch: Die im Vergleich zur Stadt Zürich immer noch sehr preiswerten Mietwoh-

nungen in Dietikon dürfen für viele eine Zwischenstation Richtung Eigenheim sein. Die «Einstiegswohnungen für Aufsteiger» wecken bei der Agentur Assoziationen zum Weissen Haus in Washington.

Auch hier wird über den zukünftigen Lebensraum neuer Zuwanderer entschieden. Zugleich lassen sich auch praktische Gesichtspunkte besonders einprägsam kommunizieren. Irene Jost meint etwa: «Das Weisse Haus fördert den Frieden, weil jede Wohnung über einen eigenen Waschturm verfügt.» Das Weisse Haus senkt auch den Leitzins: deutlich günstigere Mietzinse als in Zürich. Das Weisse Haus senkt den CO₂-Ausstoss: Café



oder Textilreinigung sind auch ohne Auto erreichbar. Das Weisse Haus erleichtert zudem die Einbürgerung von Deutschen: Aldi gleich um die Ecke.

All diese Argumente hat die Werbung für das Weisse Haus mit Augenzwinkern aufgegriffen. 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».

Eine umfassende Website, das Erst-Vermietungsdossier, der Gewerbeflächen-Flyer sowie die Baugerüstblachen sind lebhaft Arbeitstools für die Vermarkterin Livit, die die 43 Wohnungen, 45 Autoeinstellplätze sowie die Gewerbeflächen per November 08 oder Mai 09 vermarktet.

ANDREAS PANZERI

Bauen mit Visionen

Immobilien III Art & Work hat für Implenja das grosszügige Denken in ein Kundenmagazin eingebaut.

Zweimal pro Jahr verschickt Implenja Real Estate ein Magazin an Interessierte und Kunden. Die Publikation erscheint in Deutsch und Französisch und trägt als Titel die Versprechung Vision. Das Magazin soll ein wichtiger Imageträger sein und echt brauchbare und journalistisch aufbereitete Infos rund um die Welt des Bauens vermitteln. So finden sich in jeder Ausgabe «brandaktuelle Interviews» mit Persönlichkeiten, die sich zu zeitgemässen Themen äussern.

Jetzt ist Vision von der Zürcher Agentur Art & Work umfassend neu



Neu gestaltet: Implenja-Magazin.

gestaltet worden. Die grafische Neukonzeption will «wertvolle Inhalte mit einer hohen Leserführung und in einem ansprechenden optischen Look präsentieren», erklärt CD Carmen M. Schiltknecht bei Art & Work. AD Marianne Kieser sieht im Überformat A3 und der grosszügigen Gestaltung auch einen «Ausdruck der grenzüberschreitenden Denkhaltung der Unternehmung». Das Magazin Vision wird in einer Auflage von 15 000 Exemplaren an Kunden, Partner, Planer und Unternehmer verschickt.

Implenja ist der bedeutendste Baudienstleistungskonzern der Schweiz. Die Gruppe gliedert sich in Implenja Real Estate, Implenja Bau und Implenja Global Solutions.

ANDREAS PANZERI

Marketing-Trophy 09: Die Ausschreibung läuft!

Marketing-Trophy 09:
Jetzt Bewerbung einreichen unter
www.marketing-tag.ch



Marketing-Tag 09

Möchten Sie siegen? – Lassen Sie Ihre Marketing-Leistungen prämiieren.

Ist Ihre Marketing-Strategie erfolgreich? Wir zeichnen Sie aus! Details zur Anmeldung und das Reglement erhalten Sie unter www.marketing-tag.ch

Die Sieger werden am Schweizerischen Marketing-Tag 09, am 3. März 2009, im Kultur- und Kongresszentrum Luzern, gekürt. Eingabeschluss ist der 20. Oktober 2008.



www.marketing-tag.ch