

## **Neue Wege im Immobilien-Marketing im digitalen Zeitalter**

Der Immobilienmarkt erscheint heutzutage wie zweigeteilt: manche Wohnimmobilien können innerhalb weniger Stunden vermietet oder gar verkauft werden, während andere Objekte deutlich schwerer vermittelt werden können.

### **Ungleichgewichte am Büroflächenmarkt**

Auch bei Büroflächen sind deutlich längere Vermittlungszeiten und teilweise viel Geduld nötig. Skeptisch betrachten Experten wie Colliers International und Fahrländer Partner die Nachfrageimpulse seitens nationaler und internationaler Unternehmen. Sie prophezeien steigende Leerstände, sinkende Mietpreise und schätzen die Überkapazitäten an Büroflächen in der Schweiz auf mehr als 1 Mio. m<sup>2</sup>. Dass externe Faktoren für eine längere Inserationsdauer mitverantwortlich sind, tröstet Vermarkter jedoch kaum. Kreative Vermarktungswege fordert auch eine neue Fallstudie in der aktuellen NZZ Equity-Beilage: „ein Schild an der Baustelle reicht nicht mehr“.

### **Dank geweckter Emotionen Vermietungschancen erhöhen**

Wie können Vermarkter nun diesen Herausforderungen begegnen und ihre Vermietungschancen erhöhen? Zwei Fakten sind im Hinterkopf zu behalten:

- 1) Jeder Standortentscheid ist stark emotional mitbegründet.
- 2) Es zeigt sich ein deutlicher Trend zur Videokommunikation: Laut einer Studie der „National Association of Realtors“ wünschen sich 85% der Käufer Immobilienvideos, um sich vor einer Besichtigung einen besseren Eindruck zu verschaffen.

Was transportiert Emotionen besser als Videos? Auf diese Frage hat hin die Wirtschaftsförderung der Flughafenregion Zürich die Video-Serie der Immobilien-Highlights initiiert, welche bereits ihre 4. Episode veröffentlicht hat.

Hochwertige Videos, die passende Musik und Sprechtext geben Interessenten ein deutlich besseres Gefühl als klassische Unterlagen. Und als Video-Newsletter versandt erhält die Immobilie zusätzlich mehr Aufmerksamkeit.

### **Eine Win-Win-Situation für beide Parteien**

#### **Vorteile für den Interessenten**

- Möglichkeit eines kommentierten Hausrundganges statt wenig aussagekräftiger Fotos
- Möglichkeit, gleichzeitig zu den Immobilien einen ersten Eindruck von der Region zu erhalten
- Erster emotionaler Eindruck, ob die präsentierten Immobilien und die Region zum Suchenden passen
- Besichtigung der Immobilie rund um die Uhr online und auch in entfernten Regionen möglich

#### **Vorteile für den Vermarkter**

- Mit hochwertigen Videos wird eine viel grössere Zahl an potenziellen Interessenten erreicht
- Mehr Zeit für wirkliche Interessenten, die Qualität der Anfragen steigt
- Möglichkeit mehrere Immobilien bei einem Termin vorzustellen als vor Ort
- Vielseitige Verwendbarkeit von Videos (Website, Kundenpräsentationen, Messeauftritte etc.)
- Möglichkeit, unter dem Dach der Flughafenregion Zürich verstärkt wahrgenommen zu werden und von der Immobilien-Video-Serie zu profitieren
- Höhere Chance Interessierte zu erreichen und Multiplikatoren für die Vermarktung zu gewinnen

## **Wichtige Multiplikatoren aktivieren**

Die wahre Stärke der Immobilien-Video-Serie der Flughafenregion Zürich liegt in der Kombination aus Standortmarketing mit Immobilienmarketing. Sie ist alleine aus dem Grund vielversprechend, dass Standortförderungen über andere Ansprechpartner und ein anderes Beziehungsnetzwerk verfügen als Immobilienfirmen. Mit dem Video-Newsletter werden wichtige Multiplikatoren aus dem grossen Netzwerk im In- und Ausland erreicht, welche selbst die Immobilie an ihr eigenes Netzwerk und mögliche Interessenten weiterempfehlen. Somit dient die Verbreitung über den Video-Newsletter als Aktivierung von Multiplikatoren und ist als weitere Massnahme im Marketingmix zu verstehen.

## **Benchmarks für Geschäftsimmobilien: Videos zum LUX-Gebäude und Aquatikon**

Als Vorreiter für dieses Vorzeigeprojekt gilt das LUX-Gebäude. Hochauflösende Helikopteraufnahmen zeigen das moderne Bürohaus von aussen, während sich der Betrachter einen guten Eindruck vom Gebäude selbst und der direkten Umgebung machen kann. Auf eine andere Technik in Videoform setzt das zweite Objekt „Aquatikon“ : aufwändige Highend-3D-Animationen lassen das Bauprojekt lebendig werden und geben einen guten Eindruck vom hochwertigen Ambiente.

## **Pionier bei Mietwohnungen: die Wohnüberbauung Lematt**

Dass auch Wohnungen eindrucksvoll vermarktet werden können, zeigt die 4. Episode der Video-Highlights mit der Wohnüberbauung Lematt in Zürich-Nord. Innenaufnahmen werden mit Helikopteraufnahmen kombiniert und zeigen das ganze Potenzial der Liegenschaft und der direkten Umgebung. Die hohe Qualität der Aufnahmen setzt neue Massstäbe und begeistert durch seine Vielseitigkeit – hier können die Vorteile der Social Media und des Netzwerkes der Flughafenregion Zürich umso grösser ausgespielt werden.

## **Fazit: nutzen Sie den Vorsprung der digitalen Möglichkeiten**

Was bedeutet dies für die Immobilienvermarktung von morgen? Einfach gesagt: der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler. Wir sind davon überzeugt, dass der Trend zur Digitalisierung weiter anhalten wird und die Ansprüche der Zielgruppe an die Aufbereitung der Vermarktungsunterlagen stetig steigen. Absolut entscheidend für den Erfolg ist die Qualität der Videos. Der Grund: durch HD-Qualität als Standard im Internet akzeptieren User schlechte Videos nicht mehr und schalten schnell weg. Hochwertige Videos werden zukünftig einen wichtigen Teil der Marketing-Massnahmen darstellen. Interessenten werden Ihnen dankbar sein für die bessere Möglichkeit zur Vorselektion, Sie selbst können bei aktiver Vermarktung die Wahrnehmung und die Weiterempfehlungschancen von Dritten für Ihren Erfolg nutzen.

Haben Sie weitere Fragen? Informieren Sie sich unter [www.flughafenregion.ch/FAQ-real-estate-highlights](http://www.flughafenregion.ch/FAQ-real-estate-highlights)

Die Flughafenregion Zürich steht Ihnen gerne für Auskünfte zur Verfügung.

Autor: Christina Doll, Projektleiterin und Stv. Geschäftsführerin Flughafenregion Zürich

Flughafenregion Zürich – Wirtschaftsnetzwerk & Standortentwicklung

Postfach

CH - 8301 Glattzentrum

T +41 44 839 10 11, [office@flughafenregion.ch](mailto:office@flughafenregion.ch)

#### Weiterführende Links:

- 1) YouTube-Kanal mit allen 4 Episoden der Immobilien-Video-Highlights:  
<http://www.youtube.com/user/flughafenregionZRH>
- 2) YouTube gesperrt? Alternativer Player: [http://www.flughafenregion.ch/simplexplayer\\_DE](http://www.flughafenregion.ch/simplexplayer_DE)
- 3) FAQ zum Projekt wie genauer Verteiler u.a.:  
[www.flughafenregion.ch/FAQ-real-estate-highlights](http://www.flughafenregion.ch/FAQ-real-estate-highlights)

#### Quellen:

- 1) Fahrländer Partner Raumentwicklung „Metaanalyse Immobilien“ Q3/2014  
[http://www.fpre.ch/me/Meta\\_IMMO\\_2014\\_3Q\\_DE.pdf](http://www.fpre.ch/me/Meta_IMMO_2014_3Q_DE.pdf)
- 2) PwC-Immospektive: Interpretation FPRE Metaanalyse Immobilien Q3/2014  
<http://www.pwc.ch/immospektive>
- 3) Colliers International „Büromarktbericht 2014“  
[http://www.colliers.ch/files/colliers\\_bmb\\_2014.pdf](http://www.colliers.ch/files/colliers_bmb_2014.pdf)
- 4) Google/ National Association of Realtors Studie “The Digital House Hunt“, 2013  
[http://www.realtor.org/sites/default/files/Study-Digital-House-Hunt-2013-01\\_1.pdf](http://www.realtor.org/sites/default/files/Study-Digital-House-Hunt-2013-01_1.pdf)
- 5) NZZ Equity Ausgabe Nr. 21, 11/2014, Fallstudie „Ein Schild an der Baustelle reicht nicht mehr“ (S. 40-42) von Alexander Saheb