

## **Immobilien-Marketing-Award 2006 verliehen**

**Die Business Campus Management GmbH aus Garching bei München, die Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbH und die in Osnabrück ansässige Planungsbüro Rohling AG sind die diesjährigen Sieger des Immobilien-Marketing-Awards. Die Verleihung auf Initiative des Fachmagazins „Immobilienwirtschaft“ hat montags abends auf der Expo Real in München stattgefunden.**

Gewinnerin in der Kategorie „Gewerbeimmobilien“ ist die Business Campus Management GmbH für ihr Vermarktungskonzept des 19 Hektar großen Büro- und Dienstleistungsparks „Business Campus München Garching“. 230.000 Quadratmeter Mietfläche sollen demnächst in der Nähe der Allianz Arena vermietet werden.

Die Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbH ist Gewinnerin in der Kategorie „Wohnimmobilien“ für ihre erfolgreiche Vermietungskampagne „Zu Hause in Leipzig“. Das Unternehmen hat seine Ausgaben für Marketing und Kommunikation seit 2001 jährlich verdoppelt. Mit Erfolg. Der Leerstand ist deutlich zurückgegangen.

Die „Planungsbüro Rohling AG Architekten und Ingenieure“ überzeugte die siebenköpfige Jury aus Immobilienmanagern und Journalisten mit ihrem Unternehmenskonzept „Kommunikation in jeder Planungsphase.“ Der Markt für Architektenleistungen hat sich von einem Anbieter- zu einem Nachfragermarkt gewandelt; das macht auch Imagekampagnen für Architekten und Ingenieure notwendig.

Die Preisträger erhalten einen Geldpreis in Höhe von je 3.000 Euro. Die Jury bestimmte aus 30 Einsendungen die Preisträger.

In der Sonderkategorie „Beste Diplomarbeit“ ist die Arbeit mit dem Titel „Chancen und Risiken der Anwendung neuer interaktiver Medien für die Kommunikationspolitik von Immobilienunternehmen“ von Tina Nieswand, Studentin an der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, ausgezeichnet worden. Ihr Preis: Eine Reise zur Immobilienmesse Mipim in Cannes.

Das Marketing führt gerade in der Immobilienbranche oftmals ein kümmerliches Dasein. Und in Zeiten flauer Konjunktur wird hier besonders gespart - ausgerechnet am falschen Ende. Ziel des Immobilien-Marketing-Award ist es, ein Umdenken herbei zu führen. Der Initiator, das Fachmagazin „Immobilienwirtschaft“, erhofft sich von der Vergabe dieser Auszeichnung, die Unternehmen zur Umsetzung innovativer Marketing-Konzepte zu motivieren.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: [www.immobilienvirtschaft.de](http://www.immobilienvirtschaft.de)

Kontakt:

Haufe Mediengruppe

Dirk Labusch, Chefredaktion "Immobilienwirtschaft" Hindenburgstraße 64, 79102 Freiburg Telefon 0761-3683-507