

## 1. Einleitung

### 1.1 Ausgangslage



Bislang gibt es in der Schweiz einige Möglichkeiten um ein Neubauprojekt oder –Objekt zu inserieren und zu vermarkten, sei es online oder in Printprodukten. Allerdings kann keine dieser Lösungen als Komplettlösung bezeichnet werden, da oftmals nur ein kleiner Teil einer möglichen Zielgruppe erreicht wird und dies meist mit überproportionalem Aufwand und Kosten verbunden ist. So kann ein Projekt zum Beispiel durch einen Banner auf einem der gängigen Immobilien-Marktplätze oder in einer Zeitungen beworben, die Objekte einzeln inseriert und Flyer und Broschüren verteilt werden.

Was den Suchenden betrifft, so gelangt dieser oftmals nur über Umwege oder per Zufall an die relevanten Informationen über ein Neubauprojekt, sofern er überhaupt auf dieses aufmerksam wird.

### 1.2 Problem

Wie kann man nun Angebot und Nachfrage auf dem Markt für Neubauten optimal vereinen? Wie können die einzelnen Anspruchsgruppen ihren Bedürfnissen entsprechend zufriedengestellt werden? Um diese Fragen zu beantworten ist es wichtig die wichtigsten Zielgruppen und deren Bedürfnisse zu kennen:



### 1.3 Zielgruppen

#### 1.3.1 Der Vermarkter

**Ziel:** Der Vermarkter möchte möglichst effizient an viele Interessenten gelangen und dabei die Kosten und Aufwände möglichst gering halten.

#### 1.3.2 Der Suchende

**Ziel:** Der Suchende möchte möglichst direkt und mit dem geringsten Aufwand an alle erforderlichen Informationen über ein Neubauprojekt gelangen und auf direktem Weg mit dem Vermarkter in Kontakt treten können.

### 1.4 Schlüsselfaktoren



Wie bereits erwähnt ist es unumgänglich, dass man ein Neubauprojekt über mehrere Kanäle gleichzeitig bewirbt, um ein möglichst grosses Zielpublikum anzusprechen. Was die Onlineinsertion über ein spezialisierten Marktplatz betrifft, so ist das wichtigste, dass dieser bei den Listings in Suchmaschinen als erstes erscheint und beim Suchenden "top of action" ist, sprich beim Thema Immobilien als Referenzplattform gilt. Um dies zu erreichen muss einerseits ein breites Angebot bestehen, indem möglichst viele verfügbare Objekte aufgeschaltet sind und andererseits aber auch das Sucherlebnis für den Interessenten möglichst effizient aufgebaut sein. Was die Neubauprojekte betrifft, so ist es für die Vermarktung hilfreich, wenn diese neben dem normalen Listing auch in einer eigenen Sparte präsentiert werden können, um potenzielle Interessenten möglichst direkt anzusprechen.

## 2. Ziel

Als einer der führenden Onlinemarktplätze für Immobilien in der Schweiz hat sich ImmoScout24 nun das Ziel gesetzt dem Vermarkter eines Neubauprojekts auf der eigenen Plattform ein bedürfnisgerechtes Produkt anzubieten. Dieses Produkt muss folgende Anforderungen erfüllen:

- Der Inserent sollte über möglichst viele Kanäle an seine Zielgruppe gelangen können
- Die Aufwände und Kosten sollten für alle involvierten Anspruchsgruppen möglichst tief ausfallen
- Das Produkt sollte auf die Bedürfnisse des Inserenten angepasst werden können
- Der Suchende soll möglichst einfach an die relevanten Informationen gelangen können



### 3. Crossmediales Vermarktungspaket Neubauprojekte

Mit dem crossmedialen Vermarktungspaket Neubauprojekte bietet ImmoScout24 seinen Kunden erstmals eine Komplettlösung für die Vermarktung von Neubauprojekten an, welches diesen erlaubt zum Pauschalpreis über möglichst viele Kanäle potenzielle Interessenten zu finden. Weiter wird durch dieses Paket der Prozess für den Vermarkter erheblich vereinfacht, da er die Eingabe der Objekte und die Schaltung der Banner nur über ImmoScout24 tätigen muss, weil die Verteilung auf die anderen Kanäle automatisiert erfolgt.

#### 3.1 Möglichkeiten

##### 3.1.1 Aus der Sicht des Inserenten

Das crossmediale Vermarktungspaket Neubauprojekte bietet den Kunden von ImmoScout24 folgende Möglichkeiten um ein Projekt zu vermarkten:



- Online-Insertion
  - Objekte/Projekt auf ImmoScout24
  - Objekte auf neubauprojekte.ch
  - Projekt auf erstbezug.ch
- Online-Werbung
  - Banner auf ImmoScout24
- Print-Insertion
  - Module im Blick am Abend
- Print-Werbung
  - Banner im Blick am Abend
- Dokumentationen
  - Objektlisten
  - Flyer
  - Broschüren

Durch die Publikation über mehrere Kanäle hat der Inserent die Möglichkeit ein möglichst breites Zielpublikum anzusprechen und dabei den Streuverlust so gering wie möglich zu halten.

##### 3.1.2 Aus der Sicht des Suchenden

Was den User betrifft, so wird dieser bei einer Suche über eine der gängigen Suchmaschinen im Internet dank SEO und durch die Zusammenarbeit von ImmoScout24 mit seinen Online-Partnern, eher auf ein Neubauprojekt stossen welches über das ImmoScout24-Netzwerk inseriert wurde, als auf ein Projekt welches über einen anderen Online-Kanal publiziert wird.

Zudem besteht im Rahmen des Vermarktungspaketes Neubauprojekte auch die Möglichkeit pro Projekt Adwords zu schalten, um den Traffic zu erhöhen und den Suchenden noch direkter an sein Ziel zu führen.

Weiter werden dank den crossmedialen Möglichkeiten auch Interessenten angesprochen, welche nicht aktiv nach Neubauprojekten suchen. Diese können z.B. dank den in Blick am Abend abgedruckten IS24-Codes bequem via Smartphone-App, Mobile-Web oder Internet mehr Informationen zu den publizierten Objekten abrufen, was die Wahrscheinlichkeit zusätzlicher Kontaktanfragen erheblich erhöht.



Aufschaltung projektbezogene Adwords

## 4. Bestandteile des crossmedialen Vermarktungspaket Neubauprojekte

Folgende Produkte können, je nach Bedürfnis des Vermarkters, im Vermarktungspaket Neubauprojekte integriert werden:

### 4.1 Publikation auf ImmoScout24

#### 4.1.1 Projektbanner in der Rubrik „Neubauprojekte“

Der Hauptteil des Vermarktungspaket ist die Rubrik Neubauprojekte auf ImmoScout24. Auf dieser Seite werden aktuelle Neubauprojekte durch einen Banner in der entsprechenden Region präsentiert. Diese Seite wird vom Suchenden direkt via Startseite ImmoScout24 oder auch durch die Eingabe von verwandten Suchbegriffen über die gängigen Suchmaschinen angesteuert.



Auf den folgenden 3 Seiten wird das Projekt für den Suchenden dargestellt:

- Startseite Neubauprojekte → Kartensuche
- Regionenseite Neubauprojekte → Bannerpräsenz
- Detailseite Projekt → Projektbeschreibung und Objekte

#### 4.1.2 Objekt-Listing

Das Objekt-Listing ist die Kernkompetenz von ImmoScout24 und ermöglicht es den Inserenten schon seit Jahren, ihre Objekte optimal in Szene zu setzen und dem Zielpublikum zu präsentieren. Neu können Objekte auf ImmoScout24 auch mit einem gebuchten Neubauprojekt verknüpft werden, damit diese ebenfalls über die Neubauprojekte-Seite gefunden werden können. Weiter werden die Objekte, welche mit einem Neubaubanner verknüpft sind in der Ergebnisliste der normalen Objektsuche entsprechend gekennzeichnet, damit der Suchende diese auf Anhieb erkennt.



#### 4.1.3 Leistungen ImmoScout24

- Über 3.5 Mio. Visits und 10 Mio. Detailansichten pro Monat auf [www.immoscout24.ch](http://www.immoscout24.ch)
- Unbeschränkte Objektinsertion zu Pauschalpreisen über Neubauprojekte-Account
- Projekt-Kurzbeschreibung und Projektlink
- Diverse Suchfunktionen (Kartensuche, Projektsuche, Objektsuche)

### 4.2 Online-Partner: neubauprojekte.ch

#### 4.2.1 Objektinsertion

Alle aktuellen Neubau-Objekte werden auf dieser Plattform präsentiert und können durch eine Suchmaske vom Interessenten gefunden werden. Die Aufschaltung der Objekte erfolgt automatisch via ImmoScout24 (Schnittstelle).



#### 4.2.2 Leistungen neubauprojekte.ch

- Ca. 8'000 Objekte von aktuellen Neubauprojekten auf [www.neubauprojekte.ch](http://www.neubauprojekte.ch)
- Direkte Schnittstelle via ImmoScout24 (Objektdaten)
- Objektsuche und Firmenlink

### 4.3 Online-Partner: erstbezug.ch

#### 4.3.1 Darstellung Neubauprojekt

Die einzelnen Projekte werden detailliert dargestellt (Kartenansicht, Bilder, Kurzbeschreibung etc.) und sind zudem mit der entsprechenden Objektliste auf ImmoScout24 verlinkt.



#### 4.3.2 Leistungen erstbezug.ch

- Ca. 50'000 Visits pro Monat auf [www.erstbezug.ch](http://www.erstbezug.ch)
- Projektpräsentation mit Firmenlink
- Verlinkung mit Objektliste auf ImmoScout24
- Diverse Suchfunktionen (Kartensuche, Projektsuche)

## 4.4 Onlinewerbung bei ImmoScout24

### 4.4.1 Skyscraper Objektdetail

Der Skyscraper ist ein vertikal ausgerichteter Banner, welcher auf der rechten Bildschirmseite bei ImmoScout24 platziert wird. Dieser ist pro Region buchbar, dadurch kann man als Werber gezielt eine bestimmte Zielgruppe von Suchenden erreichen. In der gebuchten Region wird der Banner im Zufallsintervall mit anderen gebuchten Bannern eingeblendet. Die Anzahl der zugelassenen Skyscraper ist auf die Region bezogen, so dass jeder Banner monatlich von mehreren tausend Einblendungen profitiert.



### 4.4.2 Leistungen

- Buchung pro ImmoScout24-Region
- Mindestens 20'000 Einblendungen pro Monat
- Verlinkung mit Projekt-Site

## 4.5 Online-2-Print

### 4.5.1 Blick am Abend

Was die Printtitel betrifft, so wird in der Deutschschweiz bei der Vermarktung von Neubauprojekten eine "Strasse" (1/4 Seite) im Blick am Abend der entsprechenden Region ins Paket aufgenommen und jeweils donnerstags in der Rubrik "Wohnträume" veröffentlicht. Dort kann wahlweise ein Banner abgedruckt werden oder vier 2<sup>er</sup> Module (die Anzahl der Module kann dabei auch beliebig erweitert werden).



### 4.5.2 Leistungen

- Über 600'000 Leser (Blick am Abend, national)
- Eingabe der Inserate direkt auf ImmoScout24 (via Crossmedia Publisher)
- Vergünstigte Konditionen bei Mehrfachbuchung

## 4.6 Online-2-Flyer

Mit der Online-2-Flyer-Funktion kann jeder ImmoScout24-Kunde bei Aufschaltung selbstständig Objektlisten, Flyer, Karten und Broschüren erstellen. Zudem besteht die Möglichkeit spezifische Templates erstellen zu lassen, damit die Dokumente auch dem CI/CD-Standard einer Unternehmung oder eines Projektes entsprechen.



# 5. Gesamtnutzen

Durch das Crossmediale Vermarktungspaket Neubauprojekte hat ein Kunde bei ImmoScout24 die Möglichkeit zu einem vorteilhaften Paketpreis ein Projekt über das gesamte Online-Netzwerk von ImmoScout24 und sogar crossmedial über die diversen Online-2-X-Funktionen (Online, Print, Flyer) zu bewerben.

## 5.1 Vorteile

- ⊕ Direkte Ansprache der Zielgruppe ohne Streuverlust
- ⊕ Auf individuelle Bedürfnisse zugeschnittenes Paket (Inhalt, Produkte, Laufzeit, Kosten)
- ⊕ Umfassende Onlinepräsenz (prominente Platzierung bei Internetsuche → Wirkung SEO)
- ⊕ Publikation über verschiedene Kanäle (Online und Print)
- ⊕ Vergünstigter Paketpreis, keine variablen Kosten
- ⊕ Zusatzprodukte (z.B. Top Listing, Angebot des Tages) können zusätzlich gebucht werden (nicht im Paketpreis enthalten)
- ⊕ Ergänzung des Vermarktungspakets durch das Video-Produkt von ImmoScout24 (Objektvideo)
- ⊕ Einmalige Datenerfassung (tiefere Prozesskosten durch weniger Aufwand)
- ⊕ Individuelle Beratung durch die regionalen Sales Agents von ImmoScout24
- ⊕ Betreuung durch den regionalen Customer Service von ImmoScout24
- ⊕ Optimierte Onlinesuche (Kartensuche, Objektsuche, Projektsuche)
- ⊕ Vereinfachte Suche dank Mobile-Web und Smartphone-Apps