

Neuerscheinung Insiderhandbuch «Hausmarke. Wege des Immobilienmarketings»

Immobilienmarketing ist keine wirtschaftswissenschaftliche Disziplin, die an Hochschulen oder in Studiengängen im Rahmen einer marketingorientierten Ausbildung gelehrt wird. Genau aus diesem Grund soll dieses Buch Aufschluss darüber geben, wie man an entsprechende Aufgabenstellungen herangeht und ein erfolgreiches Immobilienmarketing betreibt.

«Hausmarke. Wege des Immobilienmarketings» zeigt exemplarisch auf, welche Prozesse durchlaufen und welche Methoden eingesetzt werden, wie eine neue Marke mit Leben gefüllt wird und wie über eine gekonnte Umsetzung die gewünschte Zielgruppe erreicht werden kann. Im Zentrum der interdisziplinären Vorgehensweise steht die Visualisierung der künftigen Bewohner eines zu vermarktenden Objekts: Eigenheiten, Gewohnheiten, Wünsche und Bedürfnisse. Auf diese Weise beeinflusst das Immobilienmarketing bereits früh die Architektur, den Angebotsmix und das Preisniveau des späteren Angebots.

Ergänzt wird der Inhalt durch Exkurse von visionären Spezialisten. Thematisch spannt sich der Bogen vom Wohnen der Zukunft über die Potenziale des Cyberspace, die digitale Transformation bis hin zum Marketing und der Markenwelt.

Das Buch erscheint bei der Braun Publishing AG, welche Titel zu Architektur, Design und Städtebau realisiert. Das Verlagsprogramm umfasst ein weites Spektrum an wissenschaftlichen Titeln, populären Werken sowie hochwertigen Bildbänden. Das scharfe Profil des Verlages verdankt sich nicht zuletzt der Entwicklung verschiedener erfolgreicher Buchreihen. Die Titel der Braun Publishing AG werden international vertrieben und sind dementsprechend auch inhaltlich mit internationalem Fokus konzipiert.

- Insider-Handbuch für das Immobilienmarketing
- Mit Exkursen von vier Gastautoren: Oona Horx-Strathern, Martin A. Meier, Sven Ruoss, Dr. Cary Steinmann
- Ideen, wie man Marken mit Leben füllt
- Neun Fallbeispiele zur Erläuterung der Methodik



Braun Publishing AG
320 Seiten
21,8 x 26 cm
Hardcover
Deutsch, Englisch
CHF 68.–
ISBN 978-3-03768-221-0

Felix Partner Architektur AG
Felix Partner Design AG
Felix Partner Entwicklung AG
Felix Partner Invest AG

Reinhardstrasse 19
8008 Zürich
+41 43 960 24 30 / 32
info@felixpartner.com



FELIX PARTNER



Buchvernissage «Hausmarke. Wege des Immobilienmarketings»

In der [laif] eventlocation in Zürich fand am letzten Donnerstag, 21. Juni die Vernissage zum neuen Insiderhandbuch «Hausmarke. Wege des Immobilienmarketings» von Felix Partner statt. Rund 80 Gäste sind dem persönlichen Aufruf gefolgt und haben gemeinsam und mit guter Laune den Abend des längsten Tages des Jahres verbracht.

Den offiziellen Auftakt gab Gastgeber Peter Felix mit einer persönlichen Begrüssung und einem kurzen Rückblick auf 20 Jahre Marktpräsenz. Dann ging es Schlag auf Schlag in das erste von zwei Podiumsgesprächen. Hier stellten sich das Ehepaar Felix sowie der Verleger Markus Sebastian Braun den kritischen Fragen von Moderator und Kolumnist Peter Littger.

Die Frage nach dem «Warum macht man so ein Buch?» stand zentral im Raum und wurde von Rahel und Peter Felix mit verschiedensten Argumenten klar beantwortet. Einer der starken Gründe lag darin, dass es bisher kein echtes Standardwerk zum Thema Immobilienmarketing gibt. Was es gibt, sind Bücher zur Ausbildung und Weiterbildung mit Lerncharakter. Dem wollte man eine Ergänzung zur Seite stellen. Weitere wichtige Gründe lagen in der Philosophie, dass bei allem was wir rund um Immobilien tun der Mensch im Zentrum steht. Denn er ist es, der Lebensraum mietet oder kauft und sich dort aufhält. Und dass das Branding, die Markenwelt, auch für eine Immobilie einen Wert und Mehrwert bedeutet und aus unserer Sicht entsprechend relevant ist. Die Gründe beim Verleger Braun lagen ganz ähnlich. So war der Reiz hier, ein Werk zu realisieren, das es inhaltlich so noch nicht gegeben hat und er auch seine Aussensicht einbringen konnte.

Im zweiten Podiumsgespräch waren dann drei der vier Gastautoren zur Diskussion geladen. Prof. Dr. Cary Steinmann rund um das Thema Marketing und Markenführung, Sven Ruoss als Verfechter der Digitalen Transformation sowie Martin A. Meier mit sämtlichen futuristischen 3D-Themen. Geladen aber doch positiv war denn auch die Stimmung, denn die Voten und Standpunkte standen sich zum Teil doch diametral gegenüber. Technische Innovation und 3D-Erregenschaften versus die Zielgruppe, den Menschen ins Zentrum zu setzen. Oder die Stärken des Brandings gegenüber der Digitalen Transformation. Dies alles ganz zur Freude der Gäste, die auf diese Weise sehr gut unterhalten wurden und zum Schluss des Gesprächs signierte Bücher in Empfang nehmen konnten.

Begleitet wurde der Abend durch ein aufmerksames Catering mit feinen Häppchen und stimmungsvoller Hintergrundmusik des passionierten Sängers und Musikers Malcolm Green.



v.l.n.r.: Peter Littger, Peter Felix, Markus S. Braun, Rahel M. Felix



v.l.n.r.: Peter Littger, Martin A. Meier, Sven Ruoss, Cary Steinmann



v.l.n.r.: Peter Littger, Martin. A. Meier, Sven Ruoss, Cary Steinmann



Die Buchsignierung fand grossen Anklang



Die Persönlichkeiten

Hinter **Felix Partner** in Zürich stehen das Ehepaar Peter Felix und Rahel M. Felix – er Architekt, sie Designerin und Planerin Marketingkommunikation – sowie ein eingespieltes, interdisziplinäres Team von Spezialisten. Gemeinsam stehen sie für Immobilienmarketing. Und dazu für die gesamte Wertschöpfungskette eines Bauvorhabens. Diese reicht von der Projektentwicklung über die Architektur und Innenarchitektur bis hin zum Investment. Hinzu kommt das Marken- und Kommunikationsdesign für Unternehmen aus der Baubranche.

Peter Felix studierte nach einer Lehre zum Hochbauzeichner Architektur am Technikum Winterthur. Master of Architecture an der Columbia University in New York und internationale Berufserfahrung in diversen Projekten mit Büros wie Richard Meier & Partners (New York) und Theo Hotz (Zürich). Entwicklung eigenständiger Unternehmungen ab 1997. An der ETH Zürich sowie der Accademia di architettura, Università della Svizzera italiana in Mendrisio als wissenschaftlicher Mitarbeiter beschäftigt, in Mendrisio unter Prof. Kenneth Frampton (New York).

Rahel M. Felix ist diplomierte Planerin Marketingkommunikation sowie Grafikdesignerin mit Diplomabschluss der Hochschule der Künste Bern. Weiterbildung am Central Saint Martins College of Art and Design (London) im Bereich Kommunikationsdesign. Arbeitserfahrung in diversen Werbeagenturen, Designbüros und IT- Unternehmen in der Schweiz. 1997 Gründung ihrer Einzelfirma für visuelle Kommunikation. Sie unterrichtete zudem an mehreren Institutionen, unter anderem der Züricher Hochschule der Künste (ZHdK) und der Hochschule der Künste Bern (HKB).

Verleger **Markus Sebastian Braun** ist seit mehr als 20 Jahren im Buchgeschäft und alleiniger Inhaber seines Verlags Braun Publishing AG. «Geld und Geist in einer Person», betont er, das sei seine Philosophie. Mit Verlagsmanagern, die als Angestellte agierten und nicht als Verlegerpersönlichkeiten, habe er nichts am Hut.

Gastautor **Prof. Dr. Cary Steinmann** ist Professor für Marketing und Markenführung und betreibt in Montreux ein Strategy Consulting Lab. Er studierte an der Universität Bern VWL und BWL und promovierte an der Universität Freiburg bei Herrn Prof. Dr. Richard Kühn.

Gastautor **Sven Ruoss** arbeitet seit über fünf Jahren im Business Development bei verschiedenen Medienunternehmen wie Ringier, Tamedia und AZ Medien und setzt sich für die digitale Transformation in der Medienbranche ein.

Gastautor **Martin A. Meier** hat an der ETH Zürich Architektur studiert und ist Gründer und CEO der Raumgleiter AG, Zürich einer Agentur für sämtliche 3D-Themen im Immobilienbereich, Virtual Reality, Drohnenaufnahmen und Digitalisierung.

Gastautorin **Oona Horx-Strathern** kommt aus London. Seit über 20 Jahren ist sie Journalistin, Trendforscherin, Beraterin, Rednerin und Autorin. 1999 gründete sie zusammen mit ihrem Mann Matthias Horx das renommierte «Zukunftsinstitut». Leider war sie am Podiumsgespräch nicht dabei.

Moderator und Kolumnist **Peter Littger** beschäftigte sich schon als Schüler in einem britischen Internat mit den Herausforderungen des englischen Sprachraums – und mit den eigenen sprachlichen Unzulänglichkeiten. In seiner «Fluent English»-Kolumne sammelt er seit 2013 besonders kreative und verheerende Beispiele und seit Juli 2016 verfasst er ausserdem die Kolumne «Der Denglische Patient» für das Manager Magazin.



FELIX PARTNER



Peter und Rahel M. Felix



Cary Steinmann



Sven Ruoss



Martin A. Meier



Oona Horx-Strathern

Medienkontakt

Felix Partner Design AG, Frau Rahel M. Felix, Geschäftsführerin, +41 43 960 24 30, medien@felixpartner.com
www.felixpartner.com

Bildmaterial

Bilder in hoher Auflösung können über folgende URL heruntergeladen werden:

<http://fxchange.felixpartner.com/?sph=f00647663c0de627ea26d070a2fa34d99b82b43e6ae94a222b6340ca7765ed6d>