

Projekt_Raum zur Entfaltung

DEFO_Deutsche Fonds für Immobilienvermögen	Branche_Immobilien
„Große Dinge brauchen Raum zur Entfaltung“	
Akquisemailing zur Vermarktung von 22000 m ² in Kelsterbach	

Kelsterbach, Nähe Frankfurter Flughafen. Lagerhallen/Büroimmobilien sind hier stets groß und liegen in unmittelbarer Nähe zur Autobahn und zum Airport.

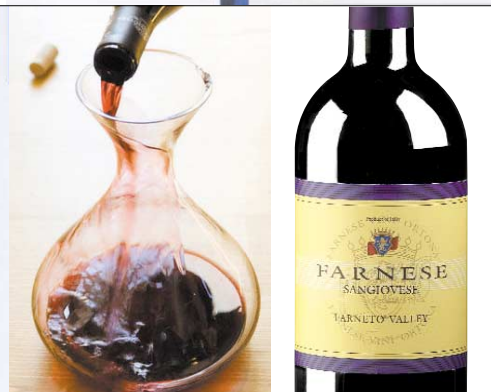
Naheliegender, ein außergewöhnliches Mailing hauptsächlich an die Cargo-Abteilungen von Airlines zu versenden. Da die zu vermietende Fläche mit 22000 m², die nicht teilbar waren, recht groß war, war das Motto diesmal „Sie brauchen Raum zur Entfaltung...?“ Als Trägerelement wurde ein original Dekanter und eine Flasche Rotwein mitgeschickt. Nicht nur der Inhalt, auch die Größe der Pakete (Umzugskartons/70x40x40 cm) sorgten für Aufmerksamkeit. Auch hier fanden wir einen Mieter – keine Airline zwar, aber einen Querschläger: einen Großhändler für Fitnessgeräte und Pflanzen.

{Abb_1} Motto





{Abb_2-3} Anschreiben, Antwortfax

{Abb_3} Exposé



{Abb_4} Dekanter
{Abb_5} Wein

Projekt_Burgunderhof

DIFA_Deutsche Immobilien Fonds AG DEFO_Deutsche Fonds für Immobilienvermögen	Branche_Immobilien
„Burgunderhof“	 Deutsche Immobilien Fonds AG Union Investment Gruppe 
Akquisemailing zur Vermarktung einer Büroimmobilie in Düsseldorf	

Die Besonderheit des Büroobjektes „Burgunderhof“ in Düsseldorf sind seine flexiblen Wände, die in kurzer Zeit aus einem großen Raum mehrere kleine machen und umgekehrt.

Die Premiere dieser Besonderheit konzipierten wir wie eine Filmpremiere: „Die bewegte Wand“. Ein dreistufiges Mailing, ein überraschender Event vor Ort, Werbespots für Kinos – alles paßte in den Rahmen einer besonderen Eröffnung.

Hauptsächlich wurden Makler zum Event/zur Premiere eingeladen. Das Konzept ging auf. In relativ kurzer Zeit konnte der Burgunderhof viele neue Mieter begrüßen.



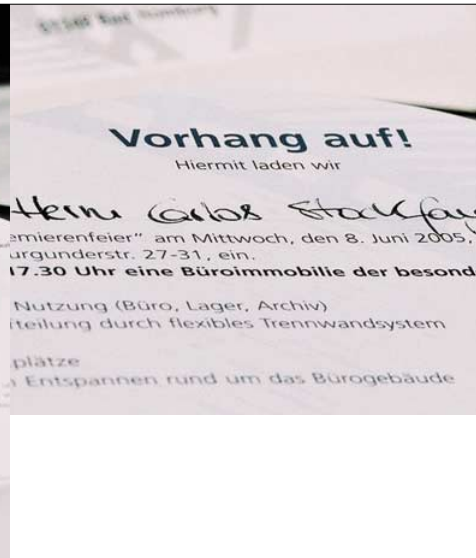
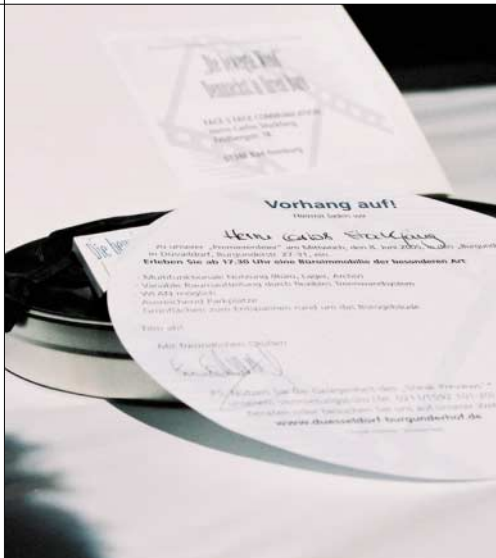
{Abb_1}
Key Visual



{Abb_1}
Motto

{Abb_3}
Eingang zum Burgunderhof

(Abb_4)
Mailing, rundes
Anschreiben_
Versand in einer
original
Filmdose

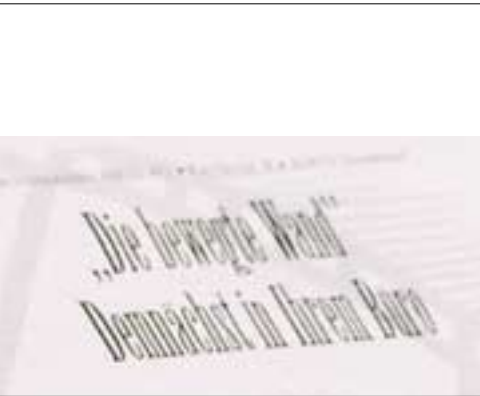


(Abb_5)
per Hand
personalisiert

(Abb_6)
Filmdose mit
Daumenkino

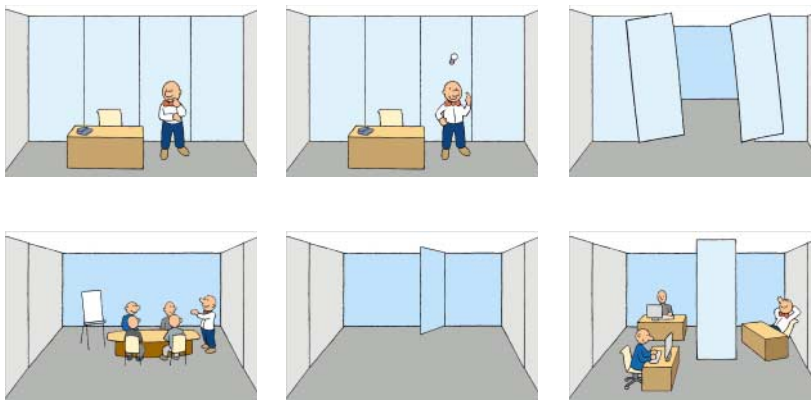


(Abb_7)
Motto



(Abb_8)
Daumenkino

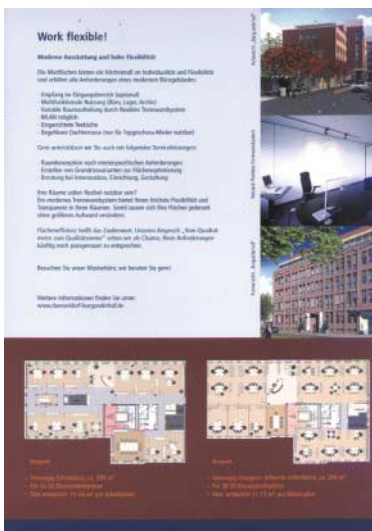
(Abb_9-14)
Daumenkino_
Sequenzen



[Abb_15-21]
Mailing_2. Stufe



[Abb_15]
Anschreiben



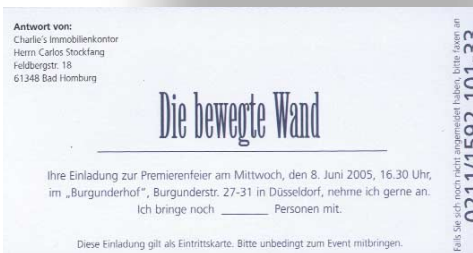
[Abb_16-19]
Infobroschüre_4 Seiten



[Abb_20]
Exposé



[Abb_21-22]
Einladung



[Abb_23]
Ohrhörer für MP3-Player
(die MP3-Player gab es beim Event)

{Abb_24}
Eingang zum
Gebäude mit
Großposter

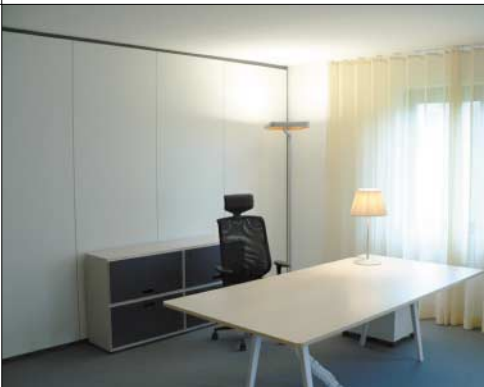


{Abb_25}
Filmausschnitt_
Aufstellen der Wand

{Abb_26}
MP3-Player



{Abb_27}
Musterbüro



{Abb_28}
Event


{Abb_29-30}
Mailing_Stufe 3
Erinnerungs DVD



The movie poster for "Die bewegte Wand" features the slogan "Enjoy your life! Enjoy your work! Work flexible!" at the top. Below this, it says "„Die bewegte Wand“ Am 8. Juni 2005". The central image shows two people in a meeting, with handwritten notes on a whiteboard that include "Visualize", "Impact", "CHANNEL BDS COPY THEM MITG", and "THINK GLOBALLY". At the bottom, there is a blue box with white text: "DEFO präsentiert exklusiv „Die bewegte Wand“, ein außergewöhnliches Bürokonzept. Zu sehen am 8. Juni 2005 im Burgunderhof in Düsseldorf, einem Objekt der DEFO GmbH. Drehbuch: Kerstin Lochocki - Casting: Stefan Nesiba - Bauten: Raimund Werner - Regie: Niels Fischer". At the very bottom, it provides the website "www.duesseldorf-burgunderhof.de" and contact information for Herr Knud Schaaß.

{Abb_31}
Filmplakat_
Poster

Projekt_Tapetenwechsel

	DEFO_Deutsche Fonds für Immobilienvermögen	Branche_Immobilien	
	„Lust auf Tapetenwechsel“		
	Akquisemailing zur Vermarktung einer Büroimmobilie in Essen		

Grausige Tapeten können durchaus symbolträchtig sein.
Sie können zum Beispiel auch für alte, muffige, abgewohnte Büros stehen.

Daher wählten wir für dieses Mailing zur Vermarktung des „Lichteck“ in Essen ebendiese Visuals, um auf das neue, sehr helle Büroobjekt aufmerksam zu machen.

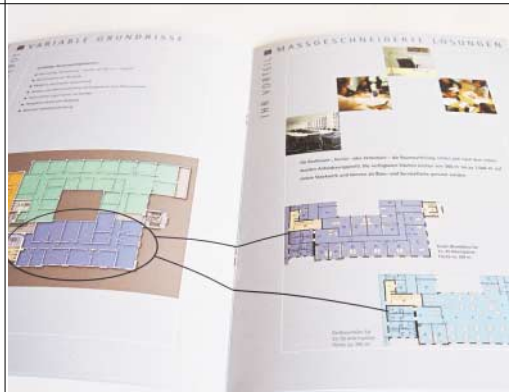
Der „Tapetenumschlag“ war im übrigen ein guter Erinnerungsfaktor für das Telemarketing.

{Abb_1}
Mailing-
bestandteile



{Abb_2}
Tapeten-
umschlag

{Abb_3}
Exposé



{Abb_4}
Infobroschüre

