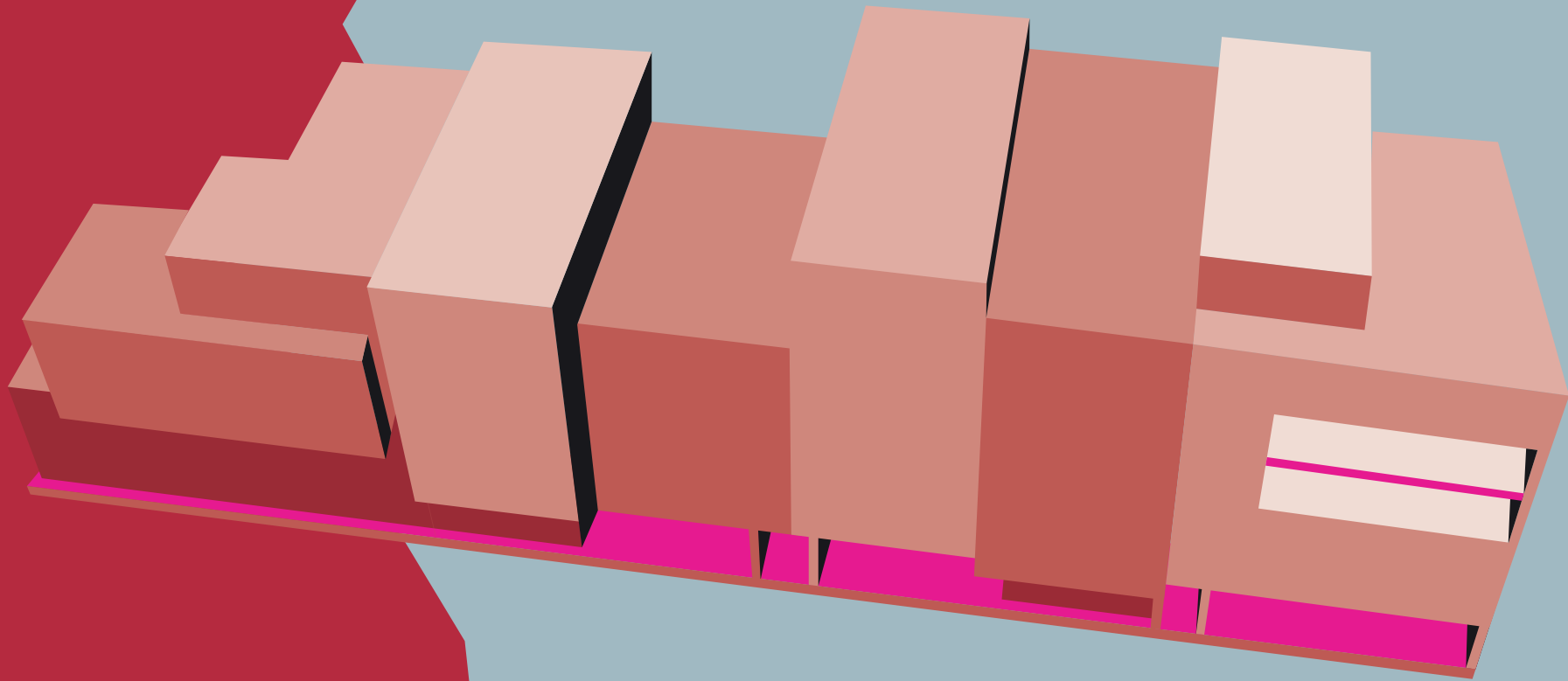


VISUALES[®]

Marken kultivieren.



Marken-Auftritt für COLUMBUS Bauprojekt:
Die Antwort auf exklusive Wohnansprüche in Dresden.



Der Preis:

COLUMBUS BAUPROJEKT GmbH gewinnt „Immobilien-Marketing-Award 2004“; Kategorie „Produktmarketing Wohnimmobilien“

Nominiert waren die Investitionsbank Schleswig-Holstein (Kiel), die GWG Gemeinnützige Wohnungsbaugesellschaft der Stadt Kassel mbH, die Spar- und Bauverein eG (Hannover) sowie die COLUMBUS BAUPROJEKT GmbH. Das Dresdner Bauträgerunternehmen gewann den „Immobilien-Marketing-Award 2004“ für seine Gesamtstrategie sowie das Vorgehen zur Vermarktung der einzelnen Bauvorhaben.

Die Initiatoren des Awards, das Fachmagazin „Immobilienwirtschaft“ und die Tageszeitung „Die Welt“, wollen durch die gezielte Würdigung erfolgreicher Marketingstrategien ein Umdenken in der Branche herbeiführen. Oft fristet das Marketing in der Immobilienwirtschaft ein kümmerliches Dasein. Speziell in den Zeiten flauer Konjunktur wird an den Marketingausgaben gespart. Auch die zweite Auflage des „Immobilien-Marketing-Awards“, der im vergangenen Jahr erstmalig verliehen wurde, sollte die Unternehmen zur Umsetzung innovativer Marketing-Konzepte motivieren.

Bereits 2003 war VISUALES® mit dem Projekt „wohnungszentrum“ unter den Finalisten.



Die Verleihung auf der "expo real":

Von links: Andres Kühn, Jochen Lagerein, Dietmar Müller (Marketingleiter Commerz Grundbesitz Gruppe) und Robert Ummen (Ressortleiter Immobilien bei „Die Welt“)

Die Entscheidung der Fachjury:

„Ein ungewöhnliches und mutiges Konzept – speziell für den Großraum Dresden, das gerade durch das Aufspüren einer „Marktlücke“ die Jury, Haufe und Springer überzeugte. Damit konnte sich COLUMBUS BAUPROJEKT am Markt und gegenüber dem Wettbewerb sehr gut positionieren. Die fundierten Kenntnisse über die Zielgruppe inklusive ihrer Wünsche und Bedenken kam im Marketing-Konzept deutlich zum Vorschein. Die beiden Leitmotive „Die Antwort auf Ihre Wohnansprüche“ und „Luxus ist bezahlbar“ wurden während der gesamten Vermarktungsphase konsequent beibehalten und trugen nicht zuletzt zur Etablierung der Unternehmensmarke COLUMBUS BAUPROJEKT bei.“

Hommage an persönliches Wohnbefinden

Wohnlicher Uniformität vorzubeugen ist das Ziel von COLUMBUS BAUPROJEKT. Das Bauträgerunternehmen wurde 2002 gegründet. An der Spitze des Unternehmens steht der Architekt Jochen Lagerein. Alle Anstrengungen der COLUMBUS BAUPROJEKT sind der Realisierung wohltuender, städtebaulicher Kontraste gewidmet.

Wettbewerbsituation regionaler Eigentumswohnungsmarkt

Den überschaubaren Dresdner Immobilienmarkt prägen 2002 die drastisch rückläufigen Immobilienumsätze. Es gibt kaum noch Kapitalanleger. Die Immobilie wird zunehmend zur Eigennutzung, mit dem Schwerpunkt Eigenheim, erworben. Deshalb konzentriert sich COLUMBUS BAUPROJEKT auf Eigennutzer und besetzt das nicht vorhandene Segment „architektonisch anspruchsvoller Geschosswohnungsbau“.

Die Nische:

Außergewöhnlich wohnliche und architektonisch gehaltvolle Bauwerke.

Die Kriterien:

- herausragende und zeitgemäße Formensprache
- ausschließlich erstklassige Innenstadtlagen
- bauliche Innovation
- luxuriöse, von Design geprägte Ausstattung
- beste Bauqualität



Produkt: Alt- und Neubau
 Preis: verschiedene Preisklassen
 Lage: Innenstadtlagen
 Anzahl: parallel mehrere Projekte
 Architektur: konservativ
 Ausstattung: einfache bis hochwertige Ausstattung
 Zielgruppe: Kapitalanleger und Eigennutzer



Produkt: Alt- und Neubau
 Preis: preiswert
 Lage: Innenstadtlagen
 Anzahl: kleine Projekte
 Architektur: konservativ
 Ausstattung: gehoben
 Zielgruppe: Eigennutzer



Produkt: Alt- und Neubau
 Preis: mittleres Preissegment
 Lage: Innenstadtlagen
 Anzahl: parallel mehrere Projekte
 Architektur: konservativ
 Ausstattung: gehobene Ausstattung
 Zielgruppe: Kapitalanleger und Eigennutzer

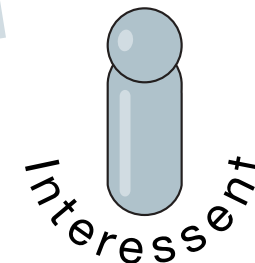


Böckl und Tachew

Produkt: Alt- und Neubau
 Preis: mittlere Preisklasse
 Lage: Innenstadtlagen
 Anzahl: kleine Projekte
 Architektur: konservativ
 Ausstattung: gehobene Ausstattung
 Zielgruppe: Eigennutzer



Produkt: Neubau
 Preis: preiswert
 Lage: Innenstadtlagen
 Anzahl: parallel mehrere Projekte
 Architektur: konservativ
 Ausstattung: einfach
 Zielgruppe: Eigennutzer



Die Erwartung:

- einzigartiges Projekt
- herausragendes Unternehmen
- persönliche Betreuung durch Architekten
- Umsetzung individuellster Wünsche
- aktuelle Wohntrends
- durchdachte Preisgestaltung
- verbindliche Zusagen

Die Charakteristik:



- 40 bis 65 Jahre
- Belohnung für beruflichen Einsatz
- vermögend
- gehobene Ansprüche
- Differenzierung vom Massengeschmack
- designorientiert
- Statusorientierung
- Interesse an Besonderem

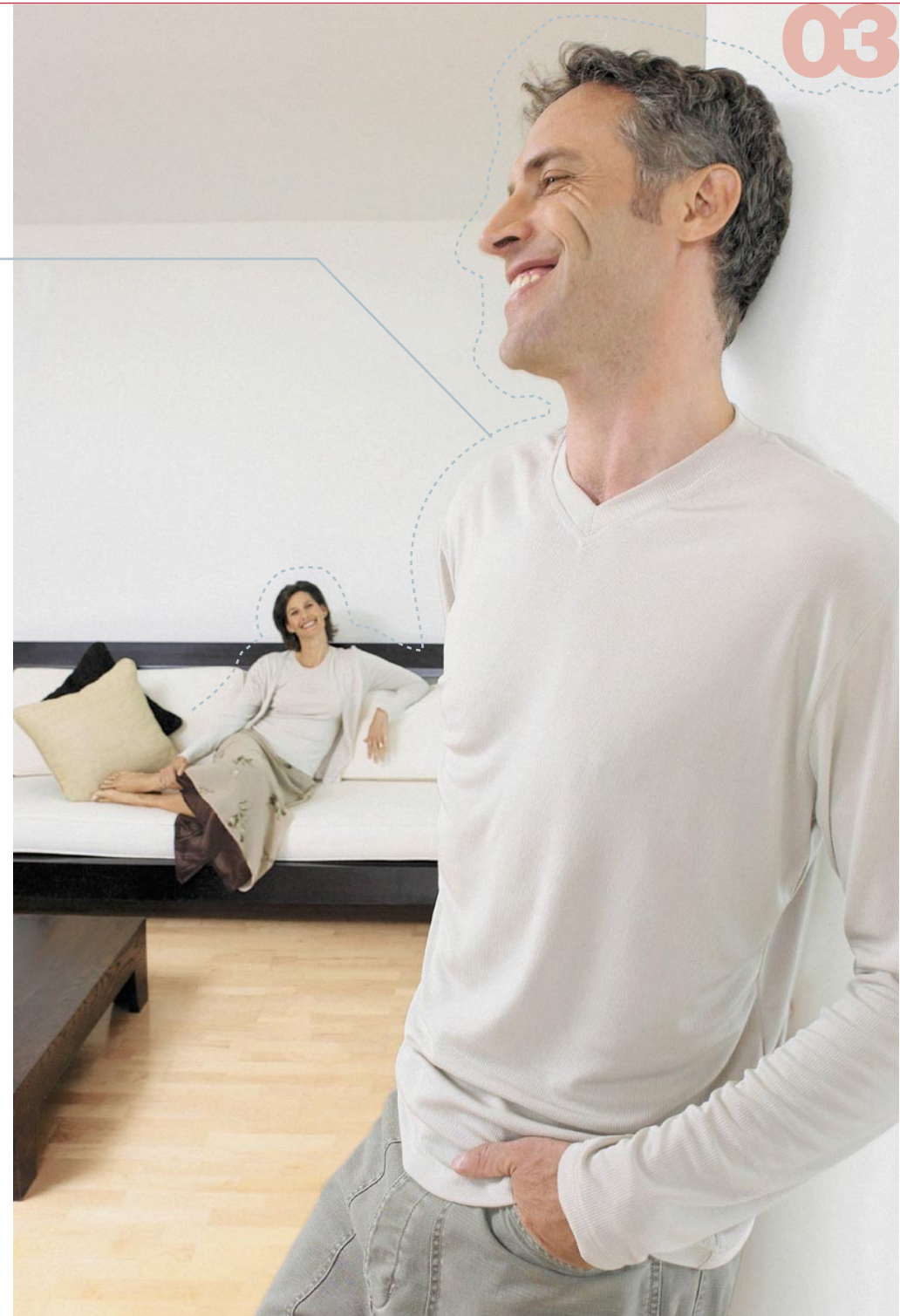
Die Klientel:

Ruheständler und Mittelstand der Berufsgruppen:

leitende Angestellte, etc.

Selbstständige
Ingenieure

Ärzte



Die Projekte

Goetheallee 3

Wohneinheiten: 7 Eigentumswohnungen
 Flächen: 3-, 4-, 5- Raumwohnungen 107 m² – 167 m²
 Vertriebsstart: Mai 2004

Neumarkt

Nutzung: Gastronomie, 4-geschossiges Kaufhaus, Büros, Galerie, Wohnungen
 Flächen: 4313 m² Gesamtnutzfläche
 Vertriebsstart: Mai 2003

Schützenplatz

Wohneinheiten: 10 Eigentumswohnungen, 2 Gewerberäume
 Flächen: 2 - 5 Raumwohnungen 100 m² – 153 m², Gewerbe 65 qm und 42 m²
 Vertriebsstart: Juni 2003



Spenerstraße 19

Wohneinheiten: 7 Eigentumswohnungen
 Flächen: 4 1/2 Raumwohnungen 116 m² – 140 m²
 Vertriebsstart: Mai 2002

Wartburgstraße 27

Wohneinheiten: 7 Eigentumswohnungen
 Flächen: 2 • - 5 1/2 Raumwohnungen 54 m² – 150 m²
 Vertriebsstart: Dezember 2003

Die 2 Phasen der Identitätsbildung

PHASE 1

Positionierung von COLUMBUS BAUPROJEKT als Premium-Anbieter hochwertiger Wohnimmobilien. Individuelle Zielgruppenansprache, die das grundlegende Verständnis für die hohen Erwartungen der Zielgruppe beinhaltet.

Die Antwort auf Ihre Wohnansprüche.

PHASE 2

Reaktion auf die steigende Preissensibilität und die Annahme, dass die Objekte der COLUMBUS BAUPROJEKT zu teuer wären. Gezielte Kommunikation des gesamten Leistungsumfanges und der Preisgestaltung.

Luxus ist bezahlbar!

Internet

"Besucher sind durchschnittlich 3 1/2 Minuten auf der Seite."

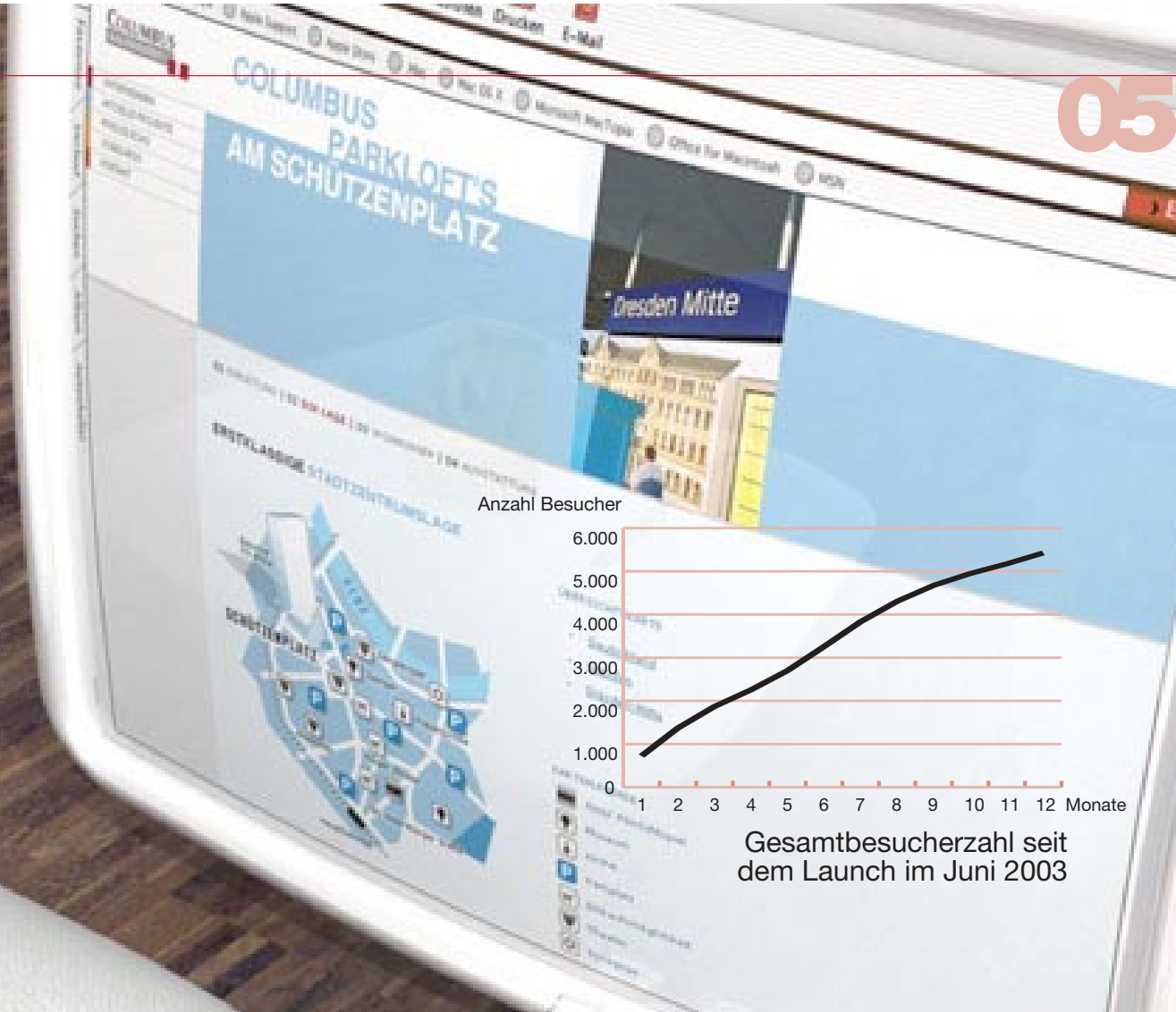
"Mehr als die Hälfte der Besucher kam auf direktem Weg zu dieser Seite."

meistbesuchte Seiten:

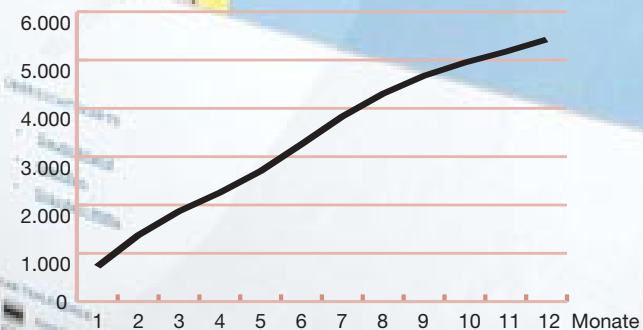
- 1. Startseite
- 2. aktuelle Projekte
- 3. Projekt Schützenplatz
- 4. Projekt Spenerstraße 19
- 5. Unternehmensinformationen



www.columbus-bauprojekt.de



Anzahl Besucher



Gesamtbesucherzahl seit dem Launch im Juni 2003

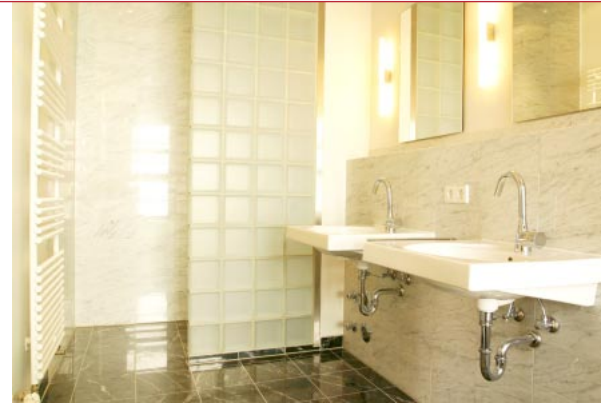
Kommunikation der Website mit Großflächenplakaten in Einkaufsstätten sowie im Umfeld des potentiellen Zielpersonenkreises



Projekt Spenerstraße 19

Lage:	Dresden – Striesen
Projektart:	Neubau Familiengerechter Wohnungen, freistehend
Architekt:	Plan - Partner Dresden, Architekten
Nutzung:	Wohnen
Geschossigkeit:	4
Anzahl Wohnungen:	7 WE
Wohnfläche:	862 m ²
Gewerbefläche:	---
Gesamt-Nutzfläche	862 m ²
Projektstart:	09/2002
Vertriebsstart:	11/2002
Vertriebsdauer 100%	14 Monate
Verkauf:	05/2003
Baubeginn:	05/2003
Projektabschluss:	03/2004
Investitionskosten:	
Anteil Baukosten inkl. Nebenk.	
Anteil Werbung:	

VERTRIEBSPARTNER:



Bad 1 mit Glasbausteinwand

Wohnzimmer mit Kamin und raumhoher Schiebetür zum Balkon

Flur

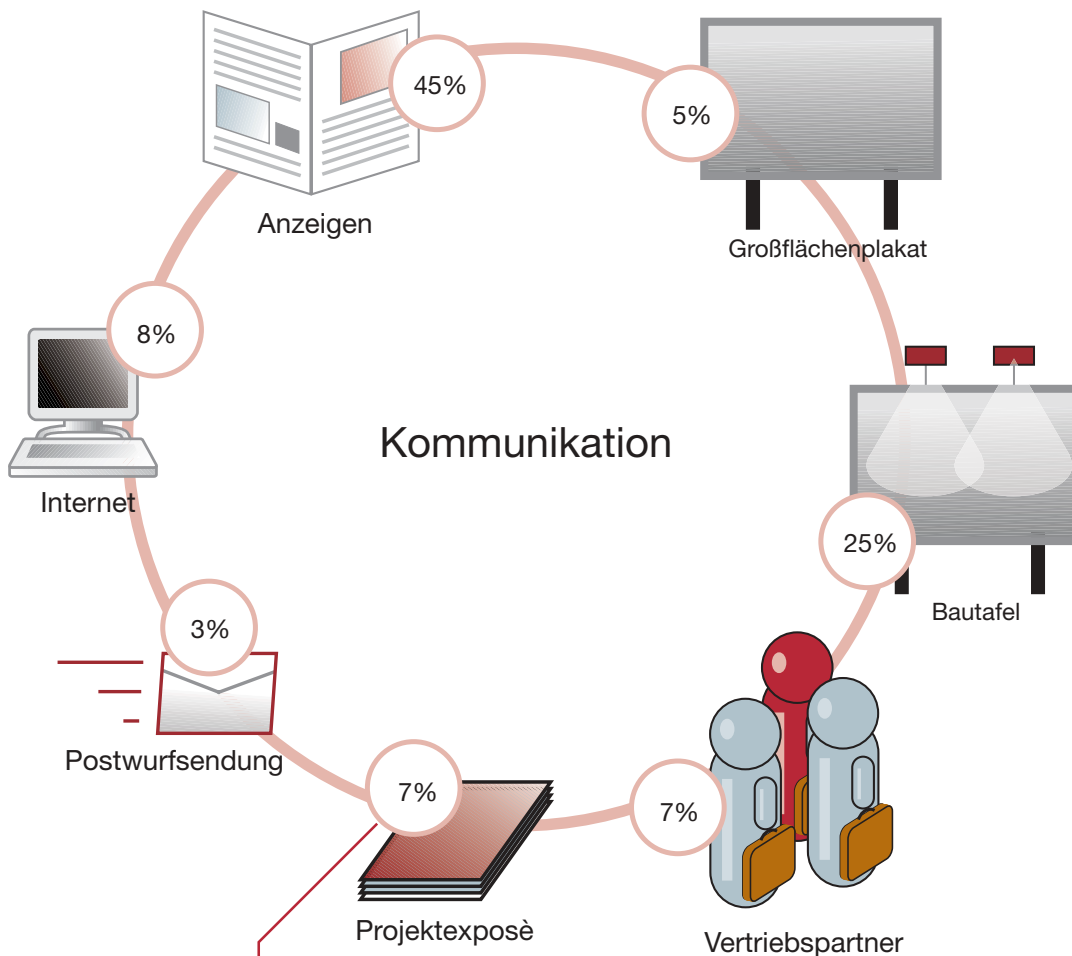




1/1 Anzeige, geschaltet in:
Immobilienfachzeitschriften



Fahrradplakat innerhalb der Einkaufsstätte
des potentiellen Zielpersonenkreises; Verweis auf
das nicht mal 5 Minuten entfernte Bauhaben.



Anteil an generierten Kontakten



100%
verkauft

Projekt Neumarkt

Lage:	Dresden – Zentrum am Neumarkt (Frauenkirche)
Projektart:	Neubau
Architekt:	Behnisch, Behnisch & Partner, Stuttgart
Nutzung:	Gastronomie, 4-gesch. Kaufhaus, Büros, Galerie, Wohnungen
Geschossigkeit:	7
Anzahl Wohnungen:	3.833 m ²
Wohnfläche:	4.313 m ²
Gewerbefläche:	6 WE
Gesamt-Nutzfläche:	480 m ²
Projektstart:	12/2001
Vertriebsstart:	05/2003
Vertriebsdauer 100% Verkauf:	36 Monate
Baubeginn:	05/2005
Projektabschluss:	12/2006
Investitionskosten:	
Anteil Grundstück:	
Anteil Baukosten inkl. Nebenk.:	
Anteil Werbung:	

Das innovative Bauwerk soll an bedeutsamer Stelle entstehen. Angesiedelt im unmittelbaren Umfeld der weltberühmten Frauenkirche sorgt dieses Gebäude für kontroverse, öffentliche Diskussionen. Die Mehrheit der Dresdner befürwortet den Wiederaufbau des Neumarktes nach historischem Vorbild. Vor diesem Hintergrund ist gezielte Öffentlichkeitsarbeit der einzige Weg, um Bevölkerung und Institutionen für dieses Vorhaben zu gewinnen.





Pressekonferenz mit Oberbürgermeister und Baubürgermeister im Rathaus zur Projektpräsentation



Sächsische Zeitung (12.06.02)



Sächsische Zeitung (15.06.02)



Pressemappe

Visualisierung des möglichen, zukünftigen Erscheinungsbildes des Gebäudes zur Gewinnung eines Mieters für den Großteil der gewerblichen Nutzfläche.



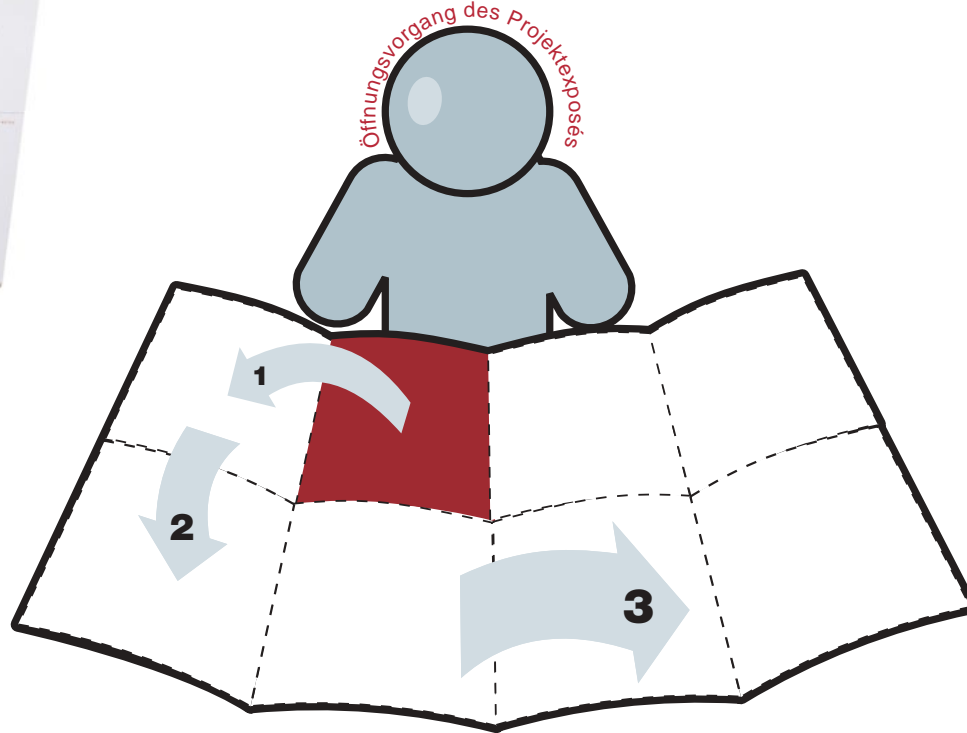
Projekt Schützenplatz

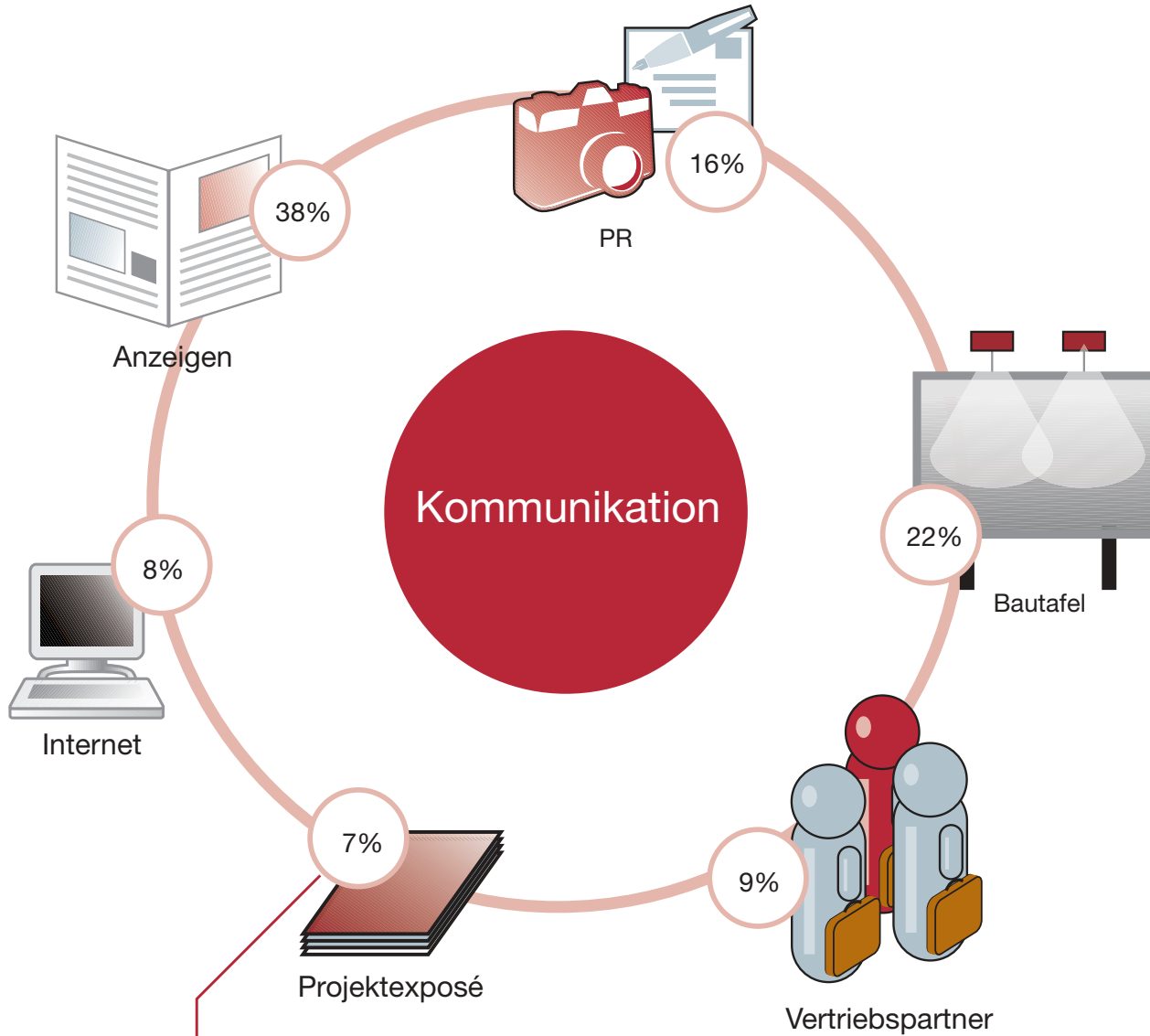
Lage:	Dresden – Innenstadt
Projektart:	Neubau Wohnlofts, Geschosswohnungsbau, Blockrand
Architekt:	Plan - Partner Dresden, Architekten
Nutzung:	Wohnungen, 2 Verkaufsfilialen
Geschossigkeit:	6
Anzahl Wohnungen:	10 WE
Wohnfläche:	1.110 m ²
Gewerbefläche:	110 m ²
Gesamt-Nutzfläche:	1.220 m ²
Projektstart:	08/2001
Vertriebsstart:	10/2003
Vertriebsdauer 100% Verkauf:	18 Monate
Baubeginn:	07/2004
Projektabschluss:	12/2005
Investitionskosten:	
Anteil Grundstück:	
Anteil Baukosten inkl. Nebenk.:	
Anteil Werbung:	

BEISPIEL:

Wohnung Nr. 7 im 3. und 4. OG: 3 - 4 Zimmer Loft-Wohnung auf 2 Ebenen, Kamin & Esszimmer, große Dachterrasse mit Zwingerblick; 133,69 m² Wohnfläche; 109,19 m² Grundstücksanteil; 2.073,76 EUR/m²; Kaufpreis: 277.240,80 EUR; zzgl. Tiefgaragenstellplatz als Sondernutzungsrecht 9.000,00 EUR







Anteil an generierten Kontakten



Presseresonanz auf die Kunstaktion am Baufeld im Immobilienmagazin (Oktober 2003)



Artikel in der Sächsischen Zeitung anlässlich der Grundsteinlegung (08.07.04)

**MITTEN IN DRESDEN
ENTSTEHT DIE ANTWORT AUF IHRE
WOHNANSPRÜCHE!**

BEI TAG UND BEI NACHT!

Mitten in Dresdens Zentrum entsteht das Parkloft am Schützenplatz – nur 5 Fußminuten vom Zwinger entfernt. Viel Grün und nahezu herrliche Ruhe sind weitere Merkmale dieser exzellenten Top-Lage.



**COLUMBUS
BAUPROJEKT**

- 9 Loftwohnungen mit 1 – 6 Zimmern + 50 – 200 qm
- Raumhöhen von 2,60 bis 5,50 m
- weillläufige Balkone + Dachterrassen
- Schiebetüren machen Räume riesig oder separieren
- überall gerauchtes Eichen-Lamellenparkett
- geschlossener Kamin im Wohnzimmer
- große Glasschiebetüren zu Balkon + Terrasse
- Bäder in grau-braunem Marmor mit hochwertiger Designausstattung
- Erdwärmennutzung

VERKAUF:

DKB Grundbesitzvermittlung GmbH
www.dkb-grundbesitz.de
DKB GRUNDBESITZVERMITTLUNG GMBH
IHR ANSPRECHPARTNER:
FRAU GRÜNER + HERR KIRST
FETSCHERSTRASSE 29
D-01307 DRESDEN
T + 49 (0) 3 51 - 4 44 38 28
EMAIL: DKB-GRUND.DRESDEN@DKB-BANK.DE

DB Immobilien
DB IMMOBILIEN
IHR ANSPRECHPARTNER:
HERR POHLE
GLACISSTRASSE 2
D-01099 DRESDEN
T + 49 (0) 3 51 - 25 44 60
EMAIL: DBIMMOBILIEN.DRESDEN@DB.COM

SIND SIE BEREIT FÜR
DIESE FACHTIERFÄHRUNG?

AUSFÜHRLICHE INFOS >>>
WWW.COLUMBUS-BAUPROJEKT.DE

*Luxus
ist bezahlbar!*

**AUSSER-
GEWÖHNLICHE
BAUVORHABEN
IN EXZELLENTEN
DRESDNER
INNENSTADT-
LAGEN**

Satelliten-Treppenanzeige, geschaltet im Immobilieneteil der größten regionalen Tageszeitung (Sächsische Zeitung)

Live erleben:

**JEDEN DONNERSTAG
17 – 19 UHR,
MUSTERWOHNUNG
SPENERSTR. 19, DD-STRIESEN**

1/1 Anzeige, geschaltet im Immobilienfachzeitschriften



großformatige, beleuchtete Bautafeln mit Holzplattform am Grundstück, Überreste der Altbebauung wurden durch Künstler gestaltet

Verkaufsstand 1.7.2004

**COLUMBUS
BAUPROJEKT**

T (03 51) 8 77 23-30
AKTUELLE PROJEKTE
www.columbus-bauprojekt.de

43%

Projekt Wartburgstraße 27

VERTRIEBSPARTNER:



BEISPIEL:

Wohnung Nr. 7 im 3. OG: 4 1/2 Zimmer-Galerie Wohnung mit Dachterrasse; 139,25 m² Wohnfläche; 176,80 m² Grundstücksanteil; 2.150,00 EUR/m²; Kaufpreis: 299.387,50 EUR; zzgl. Garagenstellplatz in EG mit Lager 11.000,00 EUR

Lage:	Dresden – Striesen
Projektart:	Neubau familiengerechter Wohnungen, freistehend
Architekt:	Plan - Partner Dresden, Architekten
Nutzung:	Wohnen
Geschossigkeit:	4
Anzahl Wohnungen:	7 WE
Wohnfläche:	787 m ²
Gewerbefläche:	---
Gesamt-Nutzfläche:	787 m ²
Projektstart:	11/2003
Vertriebsstart:	12/2003
Vertriebsdauer 100% Verkauf:	14 Monate
Baubeginn:	11/2004
Projektabschluss:	11/2005
Investitionskosten:	
Anteil Grundstück:	
Anteil Baukosten inkl. Nebenk.:	
Anteil Werbung:	



Verkaufsstand 1.7.2004

58%



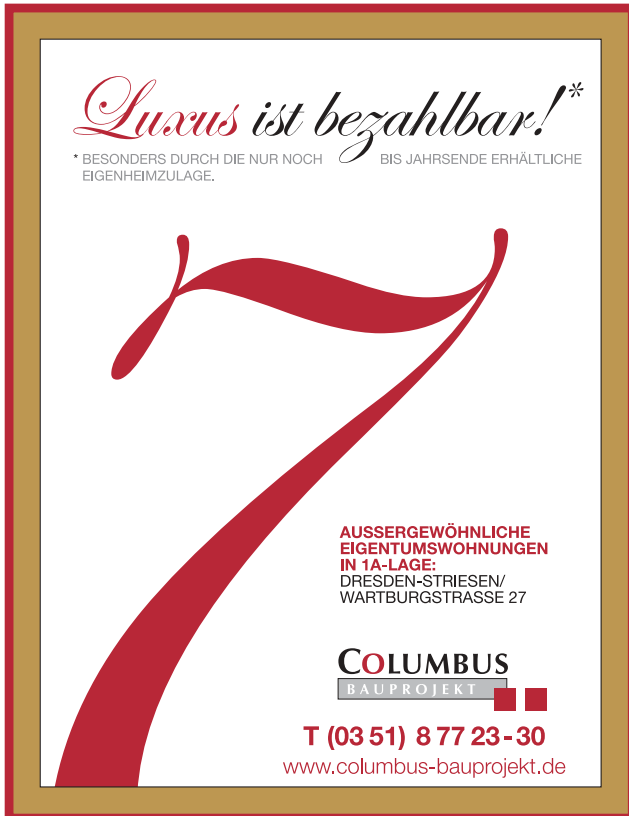
Hinweis im Fahrstuhl auf das 18/1 Plakat im Kassenbereich



Bautafel



18/1 Plakat in Einkaufsstätten und im näheren Umfeld des potentiellen Zielpersonenkreises



Anzeige, geschaltet im Immobilienteil der Sächsischen Zeitung



Postwurfsendung und Mailing, verteilt im Umkreis von 2 km zum Bauvorhaben

Projekt Goetheallee

Lage:	Dresden – Blasewitz
Projektart:	Neubau von Luxus-Wohnungen, freistehend
Architekt:	Plan - Partner Dresden, Architekten
Nutzung:	Wohnen
Geschossigkeit:	4
Anzahl Wohnungen:	7 WE
Wohnfläche:	900 m ²
Gewerbefläche:	---
Gesamt-Nutzfläche:	900 m ²
Projektstart:	04/2004
Vertriebsstart:	06/2004
Vertriebsdauer 100% Verkauf:	11 Monate
Baubeginn:	11/2004
Projektabschluss:	11/2005
Investitionskosten:	
Anteil Grundstück:	
Anteil Baukosten inkl. Nebenk.:	
Anteil Werbung:	

Aufgrund der erstklassigen, stark gefragten Lage reicht es, die Vertriebsmaßnahmen auf die Erstellung eines Projektexposés und den direkten Kontakt zu den Interessenten von Richert & Oertel zu beschränken.

Verkaufsstand 1.7.2004

38%



VERTRIEBSPARTNER:



BEISPIEL:

Wohnung Nr. 7 im 3. OG: 5 Zimmer-Penthouse Wohnung mit Dachterrasse; 167,49 m² Wohnfläche; 185,96 m² Grundstücksanteil; 2.350,00 EUR/m²; Kaufpreis: 393.601,50 EUR; zzgl. Tiefgaragenstellplatz: 12.500,00 EUR

Der Überblick

**Unternehmen:**

COLUMBUS BAUPROJEKT GmbH

2002 gegründetes Bauträgerunternehmen

Kompetenz sind architektonisch herausragende Geschosswohnungsbauten in erstklassigen, innerstädtischen Lagen

1 Geschäftsführer, 1 Sekretärin, angeschlossenes Architekturbüro mit 5 Angestellten

Ansprechpartner: Jochen Lagerein (Geschäftsführer)

Telefon: (03 51) 8 77 23 11

Mail: lagerein@planpartner.de

Aufgabe:

Vermarktung Bauvorhaben

Anlass:

Unternehmensgründung, einzelne Projektrealisierungen

Ziele:

Segment „anspruchsvoller Geschosswohnungsbau“ besetzen, Unternehmensmarke etablieren, Wohnungen verkaufen, Investoren überzeugen, Mieter gewinnen

Zielgruppen:

Eigentumswohnungsinteressenten im Großraum Dresden, Investoren und gewerbliche Mietinteressenten aus gesamten Bundesgebiet

Werte:

zeitgemäße Formensprache, erstklassige Innenstadtlagen, bauliche Innovation, Design-Ausstattung, beste Bauqualität

Leitmotiv:

Die Antwort auf Ihre Wohnansprüche.

Maßnahmen:

Projekt Identity; Verkaufsunterlagen; Objektwerbung; Vermarktungskampagnen; Internetauftritt; Pressearbeit

Ergebnisse:

neues Segment geschaffen und besetzt; anvisiertes Kundenklientel 100%ig erreicht; konstante Vertriebsfolge; relevante Wahrnehmung im Zielpersonenkreis

Gesamtetat:

218.000,- EUR

VISUALES[®]

Agentur für Markenbildung

ANDRES KÜHN

TEL +49 (0)351 316 00 00 | MAIL kuehn@visuales.de

