

MARKETING



stadtr_{regal} – das besondere Immobilienprojekt in Ulm

Das stadtr_{regal} im „wilden Westen Ulms“ befindet sich im 5. und damit letzten Baubabschnitt und ist ein absolutes Erfolgsmodell für innovative städtebauliche Konzepte. zambrino wurde im Rahmen eines Wettbewerbs mit Markenentwicklung, Imageaufbau, Positionierung und Konzeption aller Maßnahmen beauftragt.



unser Fazit

Aus einem Wunsch und einer Idee verschiedener „Ulmer Macher“ ist Realität geworden. Ein brach liegendes Industrieareal ist einer neuen Nutzung zugeführt worden, die Umsetzung entspricht fast einem „Bilderbuch“. Wir haben aus Ideen Fakten geschaffen. Durch intensive Auseinandersetzung mit dem Thema und der Aufgabenstellung, der Begeisterung für komplexe Aufgaben und der engen Zusammenarbeit mit dem Kunden ist eine schlüssige Marketingstrategie entstanden. Eine, die seit Jahren erfolgreich umgesetzt wird.

die Herausforderungen

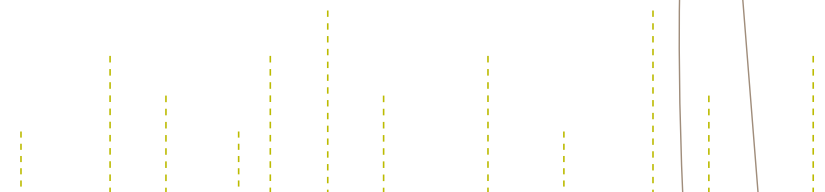
Was es gibt, ist eine Idee verschiedener Ulmer Macher, u. a. des Ulmer Baubürgermeisters, Alexander Wetzig. Auf einem 30.000 m² großen ehemaligen Industriegelände soll ein neues Konzept entstehen. Welches war am Anfang noch völlig unklar. Wir haben uns mit der Aufgabe identifiziert und infiziert! Haben eine Konzeption entwickelt, die ausschlaggebend für den Gewinn einer Ausschreibung war.

die Zielsetzung unseres Kunden

Es ist noch nichts gebaut. Die Kreditmittel sind noch nicht gewährt. Das architektonische Konzept ist in Arbeit. Und nun sollen ca. 80% der Immobilie im 1. Bauabschnitt (von insgesamt 5 Bauabschnitten) vermietet oder verkauft werden. Alleine durch Ideen, Visionen und Konzepte. Ohne jegliche bauliche Umsetzung. Es war klar, nur wenn dies gelingt, kann das gesamte Gelände übernommen und bebaut werden.

die Meilensteine

- Marketingplanung anhand erster Visionen und Ideen
- Vermarktungsstrategie „Leben. Wohnen. Arbeiten. Genießen“
- Grundlagen des Erscheinungsbilds entwickeln
- Entwicklung der ersten Vermarktungsmittel für den 1. Bauabschnitt
- Leitfaden für Veranstaltungswesen
- Fortsetzung der Maßnahmen für Bauabschnitte 2 bis 5



unsere Zusammenarbeit

1. Analyse

- Marktrecherchen
- Potenzialanalyse
- Analyse ähnlicher städtebaulicher Konzepte in Deutschland und der Schweiz

2. Konzept

- Grundstrategie Marketing
- Vermarktungsstrategie und -konzept
- Zielgruppendefinition
- Angebotsdefinierung
- Botschaftenmanagement
- Stilistische Grundlagen Sprache, Gestaltung, Vermarktung, Veranstaltung

3. Umsetzung

- Konzept
- Text
- Bildsprache, Bildbriefing
- Gestaltung
- Produktion
- Programmierung

4. Qualitätskontrolle

- Regelmäßiger Austausch hinsichtlich Vermarktung
- Koordination aller externer Zulieferer



die Maßnahmen

- Verkaufsbroschüre und -dokumentation
- Verschiedene Flyer
- Leitfaden für Veranstaltungen
- Einladungsmailings und -karten mit Eye-Catcher
- Anzeigenserien
- Einladungen für Veranstaltungen
- Displays, Roll-ups, Banner
- Gebäudeleitsystem
- Kundengeschenke, Kalender
- Website