Die Bautafel: eines der wichtigsten analogen Werbemittel im Immobilienmarketing

Regelmäßiger Kommentar:

Alexander Bosak & Philipp Kaufmann

■ Wahlplakate spielen eine wichtige Rolle in der heißen Phase des Wahlkampfes zur finalen Meinungsbildung. Auf den Wahlplakaten werden die wesentlichen Botschaften des Wahlprogramms verdichtet und analog an markanten Punkten platziert. Eine Bautafel erfüllt eine ähnliche Funktion und nimmt neben den vorwiegend digitalen Werbemaßnahmen eine weiterhin wichtige Rolle als analoger Touchpoint in der Customer Journey ein.

Point-of-Sale-Marketing (POS)

IST DAS EINE GUTE BAUTAFEL?

Sie ist ein wesentliches Vermarktungstool des sogenannten Pointof-Sale-Marketings (POS-Marketing) im Immobilienmarketing, wesentlich deshalb, weil bis zu 50% der Wohnungssuchenden innerhalb des Bezirkes umziehen, wie das z.B. in den Bezirken Donaustadt und Floridsdorf der Fall ist. Die Zielgruppe sind Bewohner aus der Umge-

wollen, aber auch wohnungssuchenden der Ausgeber der Seiner Wollen, aber auch wohnungssuchen der Seiner Seiner Wollen, aber auch wohnungssuchen der Seiner Seiner Seiner Wollen, aber auch wohnungssuchen der Seiner Seiner Wollen, aber auch wohnungssuchen der Seiner Seiner Wollen, aber auch wohnungssuchen der Seiner Seiner Seiner Wollen, aber auch wohnungssuchen der Seiner Seiner Seiner Wollen, aber auch wohnungssuchen der Seiner Wollen, aber auch wonnungsuchen der Seiner Wollen, aber auch wohnungssuchen der Seiner Wollen, aber auch wohnungssuch wohnungssuchen der Seiner Wollen, aber auch wohnungssuch wohnungssuch wohnungssuch wohnungssuch wohnungssuch wohnungssuch wohnungs

WIR SIND AUF IHR FEEDBACK GESPANNT - SCHREIBEN SIE UNS PHILIPP KAUFMANN ph.kaufmann@media-house.at "Ika Opposition of the Company of the Comp

Fahrrad passieren. Von einem oder auch mehreren Aufstellungsorten wird velangt, dass jede Person, die in Sichtkontakt mit der Baumaßnahme kommt, möglichst direkt auf die Bautafel stößt, um die wichtigsten Informationen über das Objekt zu erhalten. Dadurch erreicht man im Umfeld des Projektes eine hohe Kontakthäufigkeit mit den wichtigsten Inhalten über das Objekt wie Hauptbotschaft, Rechtsform (Eigentum oder Miete), wesentliche Eigenschaften, wie beispielsweise Anzahl der Wohnungen und Wohnungsgrößen sowie Angaben über den oder die Ansprechpartner. Eine ausreichende Größe der Bautafel ist von entscheidender Bedeutung. Die aussagekräftige Botschaft des Objekts soll sowohl für den Fußgänger als auch für den vorbeifahrenden Autofahrer oder Fahrradfahrer sofort – am besten von beiden Richtungen – leicht lesbar sein.

Von Analog zu digital

Die Transformation des analogen Touchpoints hin zur digitalen (Projekt)-Website sollte mittels eines QR-Codes erleichtert werden. Im Sinne eines einheitlichen CD sämtlicher Einzelmaßnahmen ist es notwendig, eigene oder von externen Vertriebspartnern aufzustellende Bautafeln dem einheitlichen Konzept und Design anzupassen. Bei der Materialwahl sollte darauf geachtet werden, dass die Bautafel witterungsbeständig und bei Bedarf auch zu reinigen ist. Weiters ist eine Beleuchtung der Bautafel eine sinnvolle Maßnahme, da das die Kontakthäufigkeit signifikant erhöht. Dies ist zwar nicht immer rechtlich möglich, aber es gilt dafür zu kämpfen.

Je nach Güte des Standortes können bis zu 20 Prozent der Käufer über eine Bautafel gefunden werden, dies liegt auch daran, dass Nachbarn und Menschen des unmittelbaren Umfelds ein großes Interesse haben, was denn dort passiert. Dieser natürliche Informationsbedarf kann befriedigt werden, wenn die Bautafel vorhanden und gut ist. Weitere Baustellenmarketing-Tools wie z.B. Vermarktungstransparente, Bauzäune, Marketing Suite / Musterwohnung oder Baustellenevents werden wir gesondert in einem der nächsten Artikel darstellen.