



Immobilienmakler: Mit dem eigenen Kundenmagazin zum Platzhirschen

(Mynewsdesk) Essen-Kettwig/Meerbusch, 24. März 2015 - Immer mehr Immobilienmakler konzentrieren ihre Tätigkeit auf ihr unmittelbares Einzugsgebiet. Und dieses sogenannte "Farming" macht auch Sinn, denn das größte Potential liegt quasi vor der eigenen Bürotüre. Das bestätigen auch unabhängige Experten. Doch wie kann ein Immobilienmakler nachhaltig für Bekanntheit im direkten Umfeld sorgen? Mit den herkömmlichen Werbemaßnahmen funktioniert das immer weniger gut, nicht zuletzt wegen immenser Streuverluste und hoher Kosten. Goymann & Görgen Immobilien (www.quadrat-2.de) in Essen-Werden nutzt seit diesem Jahr das neue WohnGold-Magazin (www.wohngold-magazin.de) als Farming-Instrument. Im Gespräch mit dem Fachjournalisten Klaus Jereb berichten die beiden Geschäftsführer über ihre Erfahrungen und die ersten Erfolge mit dem eigenen Kundenmagazin.

Klaus Jereb: Wie kamen sie zu dem Entschluss, das WohnGold-Magazin als Farming-Instrument einzusetzen?

Katja Goymann: Wir sind Anfang des Jahres in ein neues Ladenlokal in Essen-Werden umgezogen. Ein reizvoller und zentraler Standort in einer sehr gefragten Wohngegend im grünen Ruhrgebiet mit einer finanzkräftigen Klientel. Nun stellte sich die Frage, wie wir uns vom Wettbewerb abgrenzen wollen und welche Möglichkeiten wir haben, uns vor Ort regelmäßig in Erinnerung zu rufen. Klassische Werbung kam aus vielen Gründen nicht mehr in Frage, aber das Konzept des WohnGold-Magazins hat uns sofort überzeugt.

Tobias Görgen: So ein Magazin in Eigenregie zu stemmen, ist zeitlich kaum realisierbar. Aber die Chance, sich mit einem eigenen Magazin als kompetenter und qualifizierter Partner zu positionieren und damit Eigentümer, die ihre Immobilie verkaufen oder vermieten möchten, mit werthaltigen Trends und Tipps anzusprechen, erschien uns trotzdem als der richtige Weg.

Jereb: Warum keine klassische Werbung mehr?

Görgen: Wir haben in der Vergangenheit Anzeigen in der Stadtteilzeitung geschaltet, weil hier auch unsere Mitbewerber unterwegs sind. Allerdings war die Resonanz gering. Aber vielleicht haben wir einfach auch zu viel erwartet. Anzeigenteile in den Zeitungen werden wohl nicht mehr so häufig gelesen.

Jereb: Wir wurden Sie dann auf das WohnGold-Magazin aufmerksam?

Goymann: Im Internet findet man natürlich einige Angebote für das Marketing von Immobilienmaklern. Die Auswahl reicht da vom Flyer mit Logo-Aufdruck über Magazine, bei denen man einzelne Seiten buchen kann, bis hin zu Lösungen, die eine Mitgliedschaft in einem Makler-Club voraussetzen. Der Slogan: "Viele Makler werben - gute Makler überzeugen" hat uns dann neugierig gemacht. Hier hatten wir gleich das Gefühl, dass Immobilienmarketing-Profis am Werk sind, die unseren Anspruch an unsere eigene Arbeit transportieren können.

Görgen: Wir bekommen nun ein fertiges Magazin, das auf unser Corporate Design zugeschnitten ist und mit eigenen Inhalten individualisiert wird. Dabei hilft uns das WohnGold-Team. Die erste Ausgabe haben wir Anfang Januar in Essen-Werden ganz gezielt verteilen lassen. Das Magazin wurde dabei auch geprüft und als redaktionelles Produkt eingestuft. Somit dürfen wir mit unserem Magazin auch in die Briefkästen, auf denen "keine Werbung" steht.

Jereb: Gab es bereits erste Rückmeldungen?

Goymann: Ja, die Resonanz war ganz erstaunlich! Viele Menschen in Werden haben mich auf das WohnGold-Magazin angesprochen. Darunter Unternehmer, die die Idee eines eigenen Magazins klasse finden. Aber auch zahlreiche Kunden, die uns in unserem neuen Büro besucht haben. Die einhellige Meinung: Das Magazin wird gerne gelesen, da es auf die übliche Maklersprache verzichtet! Konkret haben sich nach der Verteilung der ersten 2.000 Exemplare zwei Alleinaufträge ergeben und ein Projektentwickler hat uns mit ins Boot geholt, um ein neues Immobilienprojekt zu vermarkten. Das werden wir in einer weiteren Ausgabe der WohnGold auf Sonderseiten ausführlich vorstellen. Diesmal gleich mit einer Auflage von 3.000 Magazinen!

Görgen: Die WohnGold haben wir uns exklusiv für Essen-Werden und Essen-Bredeney gesichert und zunächst drei weitere Ausgaben für dieses Jahr fest gebucht. So bleiben wir regelmäßig und nachhaltig mit unserem Leistungsportfolio und unserem Immobilienangebot präsent.

Mehr Informationen und Infopaket unter: www.wohngold-magazin.de

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im [Comfact Pressebüro](http://www.comfact.de) .

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/qry4x0>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/wirtschaft/immobilienmakler-mit-dem-eigenen-kundenmagazin-zum-platzhirschen-55507>

Pressekontakt

-

Nicolai Jereb
Gustavstraße 4
45219 Essen-Kettwig

nicolai.jereb@comfact.de

Firmenkontakt

-

Nicolai Jereb
Gustavstraße 4
45219 Essen-Kettwig

shortpr.com/qry4x0
nicolai.jereb@comfact.de

Über die Macher

Mit dem WohnGold-Magazin unterstreichen drei ausgewiesene Experten ihre Kompetenz im Corporate Publishing-Sektor: Der Meerbuscher Diplom-Betriebswirt Markus Naczinsky ist anerkannter Fachmann im Bereich Immobilien-Marketing und geprüfter MarktWert-Makler der Sprengnetter-Akademie. Der Essener Journalist Nicolai Jereb schreibt seit vielen Jahren unter anderem über Finanzthemen, Technologie und Kundenservice und sorgt beim WohnGold-Magazin für lesenswerte Inhalte. Ebenfalls aus Essen stammt der diplomierte Grafikdesigner Michael Pischke, der sich vor allem im Bereich des Editorial Designs einen Namen gemacht hat.

Mehr Info für Redaktion/ Leser:

WohnGold-Magazin
News, Trends und Tipps rund um die Immobilie
Am Oberen Feld 5
40668 Meerbusch
Telefon: 02150.794380
Ansprechpartner: Markus Naczinsky
E-Mail: mail@wohngold-magazin.de
Internet: www.gute-makler-ueberzeugen.de

Magazin
WohnGold
News, Trends und Tipps rund um die Immobilie

Frühjahr
2015

Immobilienbewertung im Internet

Smart Home: So gelingt der Einstieg
Frühjahrs-Check

 Immobilien
GOYMANN & GÖRGEN

we house you

www.quadrat-2.de Fon +49.201.80584680 info@quadrat-2.de