



## Meerbuscher Immobilienmakler geht neuen Weg mit dem WohnGold-Magazin

(Mynewsdesk) Meerbusch/Kettwig, 15. April 2015 ? Anzeigenwerbung, Beschriftung von Taxen oder Bussen, Flyer oder Sponsoring: Die Möglichkeiten des Marke-tings für Immobilienmakler, die ganz bewusst auf Farming setzen, sind ebenso vielfältig wie eindimensional: Mehr als ein bloßes ?Hier bin ich? springt als Botschaft bei den meisten Werbemaßnahmen nicht heraus. Andreas Koenigs von Koenigs Immobilien ( [www.akoenigs-immobilien.de](http://www.akoenigs-immobilien.de) ) in Meerbusch-Strümp störte das schon lange. Mit dem WohnGold-Magazin ( [www.wohngold-magazin.de](http://www.wohngold-magazin.de) ) hat er nun eine neuartige und viel-schichtige Plattform gefunden, die ihm in dem beliebten Städtchen bei Düsseldorf ein echtes Alleinstellungsmerkmal sichert.

### Beste Voraussetzung für Farming

Meerbusch, eine Gemeinde mit rund 50.000 Einwohnern direkt an der Grenze zu Düsseldorf, ist ein beliebter Woh-nort für gestresste Großstädter, die es nach Feierabend gerne etwas ruhiger und grüner haben. Und laut Wikipe-dia ist Meerbusch ?deutschlandweit (&hellip;) die Gemeinde mit dem höchsten Anteil von Einkommensmillionären an der Wohnbevölkerung?. Eigentlich beste Voraussetzung für Immobilienmakler, die das Farming-Konzept zu ihrem Prinzip gemacht haben und ihr Geld im direkten Einzugs-bereich verdienen. Andreas Koenigs und sein Geschäfts-partner Fried-Gerd Boese sind seit 2010 mit ihrem Mak-lerbüro im Stadtteil Strümp ansässig und setzen schon länger auf Farming, kennen in ihrer Umgebung Stock und Stein.

### Neue Marketing-Idee gesucht ? und gefunden

Andreas Koenigs ist kein Anfänger in Sachen Marketing. Doch die typischen Maßnahmen wie zum Beispiel Inserate in Stadtteil-Zeitungen stellten ihn schon lange nicht mehr zu-frieden, führten darüber hinaus auch zu keinem nachhal-tigen Erfolg: ?Eine Anzeige mit Immobilienangeboten sagt ebenso wenig über meine Kompetenz als Makler aus wie eine Imageanzeige mit unserem Leistungsangebot?, fasst er seine Erfahrungen zusammen. Auf der Suche nach neuen und vielversprechenden Marketingkonzepten stieß er dann auf das WohnGold-Magazin, dessen Frühjahrs-Ausgabe er jetzt in Meerbusch-Strümp zielgerichtet an Haushalte verteilen lässt.

Andreas Koenigs: ?Mit diesem Magazin können wir uns in unserem Farming-Gebiet als Experten für Vermietung und Verkauf von Wohnimmobilien positionieren und bleiben mit unserer Zielgruppe in regelmäßigem Kontakt. Und das nicht durch plumpe Werbung, sondern mit relevanten und abwechslungsreichen Themen, die grafisch und inhaltlich professionell aufbereitet sind und einen echten Mehrwert bieten.? Koenigs weiß auch, dass in der Kommunikation mit vorhandenen und potentiellen Kunden Kontinuität ge-fragt ist und hat deshalb gleich die zwei folgenden Aus-gaben des WohnGold-Magazins für 2015 gebucht. Für ihn der absolut richtige Weg: ?Mit dem Wohngold-Magazin haben wir hier in Meerbusch ein echtes Allein-stellungsmerkmal, das unser Wettbewerb so nicht anbieten kann.?

### Überzeugendes Konzept für Immobilienmakler

Das Konzept des WohnGold-Magazins ist ebenso einfach wie überzeugend: Der standardisierte Innenteil wird ein-gefasst von vier Umschlagseiten, die vom WohnGold-Team exklusiv für Andreas Koenigs Immobilien gestaltet und in sein Corporate Design übertragen werden. Das reicht von der gebrandeten Titelseite bis hin zum indiv-duellen Imagetext für die dritte Umschlagseite. Die Rück-seite des WohnGold-Magazins ist dabei für aktuelle und aussage-kräftige Immobilienangebote vorgesehen. Das Magazin erscheint viermal jährlich, Makler können dabei jederzeit mit der aktuellen Ausgabe in der gewünschten Druckauf-lage einsteigen und den Erscheinungsturnus bestimmen. Einen Blick auf die aktuelle Frühjahrs-Ausgabe gibt es hier: [www.wohngold-maga-zin.de/WG\\_Fruehjahr\\_15/webpaper.html](http://www.wohngold-maga-zin.de/WG_Fruehjahr_15/webpaper.html)

Mehr Informationen und Infopaket unter: [www.gute-makler-ueberzeugen.de](http://www.gute-makler-ueberzeugen.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/c7ckpk>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:  
<http://www.themenportal.de/food-trends/meerbuscher-immobilienmakler-geht-neuen-weg-mit-dem-wohngold-magazin-82301>

## Pressekontakt

-

Nicolai Jereb  
Gustavstraße 4  
45219 Essen-Kettwig

[nicolai.jereb@comfact.de](mailto:nicolai.jereb@comfact.de)

## Firmenkontakt

-

Nicolai Jereb  
Gustavstraße 4  
45219 Essen-Kettwig

[shortpr.com/c7ckpk](http://shortpr.com/c7ckpk)  
[nicolai.jereb@comfact.de](mailto:nicolai.jereb@comfact.de)

## Über die Macher

Mit dem WohnGold-Magazin unterstreichen drei ausgewiesene Experten ihre Kompetenz im Corporate Publishing-Sektor: Der Meerbuscher Diplom-Be-triebswirt Markus Naczinsky ist anerkannter Fachmann im Bereich Immo-bi-lien-Marketing und geprüfter MarktWert-Makler der Sprengnetter-Akademie. Der Essener Journalist Nicolai Jereb schreibt seit vielen Jahren unter ande-rem 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](mailto:mail@wohngold-magazin.de)  
Internet: [www.gute-makler-ueberzeugen.de](http://www.gute-makler-ueberzeugen.de)

Anlage: Bild

