

Pressemitteilung

„Sonder-Award Öko-Marketing in der Immobilienwirtschaft“ für die GESOBAU AG

Integrierte Nachhaltigkeitskommunikation im Wettbewerb Immobilien-Marketing-Award ausgezeichnet

Berlin, 10. Oktober 2012. Die GESOBAU AG wurde gestern auf der Immobilienfachmesse EXPO REAL in München mit dem Immobilien-Marketing-Award in der Kategorie „Sonder-Award Öko-Marketing in der Immobilienwirtschaft“ ausgezeichnet.

Prämiert wurde das städtische Wohnungsunternehmen für seine integrierte Nachhaltigkeitskommunikation, die das Unternehmen eindeutig am Berliner Markt positioniert und von anderen Wettbewerbern abgrenzt.

2011 hatte die GESOBAU eine Imagekampagne an den Start geschickt, die das Megathema Nachhaltigkeit in konkretes Handeln eines Vermieters übersetzt. Unter dem Kampagnenslogan ‚Heute schon wie morgen wohnen‘ werden seitdem viele unterschiedliche Themen und Vorteile kommuniziert, die sich aus einer Wohnung bei der GESOBAU ergeben – wie zum Beispiel die Senkung der Betriebskosten durch energetische Modernisierung oder ein offenes, multikulturelles Miteinander in der Nachbarschaft. 2011 erschien zudem der 1. Nachhaltigkeitsbericht der GESOBAU, der den roten Faden der Nachhaltigkeitskommunikation für weitere Zielgruppen aufnahm und die Geschäftstätigkeit des Unternehmens in all seinen Facetten ausleuchtete. 2012 folgte der nächste Step: Zusammen mit der ALBA Group und dem Rat für Nachhaltige Entwicklung initiierte die GESOBAU unter allen Berliner Schulen den Schülerwettbewerb ‚Nachhaltigkeit macht Schule‘. Pünktlich zur EXPO REAL ist nun auch der 2. Nachhaltigkeitsbericht der GESOBAU erschienen.

„Nachhaltigkeit ist für uns eine zentrale und substanzielle Zukunftsaufgabe und bedarf kontinuierlicher, Schritt für Schritt aufeinander aufbauender Arbeit in allen unternehmerischen Bereichen“, erläutert GESOBAU-Vorstand Jörg Franzen. „Dazu gehört, dass wir diese Themen auch gegenüber unseren Kunden, unseren Mitarbeitern und allen übrigen Stakeholdern kommunizieren. Für die breite Öffentlichkeit wählten wir eine humorvolle und außergewöhnliche Imagekampagne, die Aspekte nachhaltigen Handelns ins Bild setzt. An Stakeholder aus Politik und Wohnungswirtschaft wendet sich unser Nachhaltigkeitsbericht. Mit dem Schülerwettbewerb und ähnlichen Initiativen wenden wir uns an die Jüngsten, vor denen noch eine ganze Menge Zukunft liegt.“

Pressekontakt:

Kirsten Huthmann
Pressesprecherin
Tel.: (030) 4073-1236
Kirsten.Huthmann@gesobau.de

GESOBAU AG
Wilhelmsruher Damm 142
13439 Berlin
www.gesobau.de

Der „Immobilien-Marketing-Award 2012“ wird in vier Kategorien vergeben. Bewertet wurden die Innovationskraft, die Zielgruppenansprache, eine ausgewogene Kosten-Nutzen-Relation und der Erfolg. Ausgelobt wird der Wettbewerb von der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) in Kooperation mit der Fachzeitschrift „Immobilienwirtschaft“.

Mehr über die Auszeichnung: <http://www.hfwu.de/de/immobilien-marketing-award/>

Die GESOBAU AG

Die städtische GESOBAU AG bewirtschaftet einen Bestand von rund 40.000 eigenen Wohnungen, vornehmlich im Berliner Norden. Die 60er-Jahre-Großsiedlung "Märkisches Viertel", die zurzeit zur Niedrigenergiesiedlung umgebaut wird, ist ihre markanteste Einzelbestandsmarke. Die GESOBAU engagiert sich nachhaltig für gute Nachbarschaften in ihren Quartieren, unterstützt Bildungsinitiativen und Schulen und wirkt auf die sozialräumliche Integration aller Menschen hin, die in ihren Beständen leben. Für ihre gesamte Unternehmenstätigkeit, die wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Verantwortung und dem schonenden Umgang mit der Umwelt verbindet, wurde sie 2012 unter "Deutschlands Beste" gewählt, einem Unternehmenswettbewerb von PriceWaterhouseCoopers und der Welt-Gruppe.

Kampagnenmotive 2011 und 2012



CO2-Reduzierung



Mülltrennung



Soziales Engagement



Familien



Einsteiger



Senioren